



## **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

### **FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

#### **“ANÁLISIS, ESTUDIO Y PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS MATERIAS EN LA CARRERA DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN DIGITAL EN LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA”**

Tesis previa a la obtención del  
Título de Licenciado en Ciencias  
de la Comunicación Social, mención en  
Periodismo y Comunicación Digital

#### **DIRECTOR:**

Master. Hugo Guillermo Ríos

#### **AUTORES:**

Nelly Lisandra Villalta Riera

Diego Armando Quizhpi Lupercio

CUENCA – ECUADOR

2015



Universidad de Cuenca  
Cláusula de derechos de autor

---

Yo, Nelly Lisandra Villalta Riera , autora de la tesis “Análisis, estudio y propuesta para la implementación de nuevas materias en la carrera de Periodismo y Comunicación Digital en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca”, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su reglamento de propiedad intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para obtención de mi título de (título que obtiene). El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicara afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autora.

Cuenca, 13 de abril de 2015

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Nelly Lisandra Villalta Riera".

---

Nelly Lisandra Villalta Riera

C.I: 1400540678



Universidad de Cuenca  
Cláusula de derechos de autor

---

Yo, Diego Armando Quizhpi Lupercio , autor de la tesis “Análisis, estudio y propuesta para la implementación de nuevas materias en la carrera de Periodismo y Comunicación Digital en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca”, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su reglamento de propiedad intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para obtención de mi título de (título que obtiene). El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 13 de abril de 2015

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Diego Armando Quizhpi Lupercio".

---

Diego Armando Quizhpi Lupercio

C.I: 0105285662



Yo, Nelly Lisandra Villalta Riera, autora de la tesis “Análisis, estudio y propuesta para la implementación de nuevas materias en la carrera de Periodismo y Comunicación Digital en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 13 de abril de 2015

---

Nelly Lisandra Villalta Riera

C.I: 1400540678



Yo, Diego Armando Quizhpi Lupercio, autor de la tesis “Análisis, estudio y propuesta para la implementación de nuevas materias en la carrera de Periodismo y Comunicación Digital en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 13 de abril de 2015

---

Diego Armando Quizhpi Lupercio

C.I: 0105285662



## DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico a mis padres quienes han sido un apoyo incondicional para culminar una de las metas importantes para mi vida, sé que este logro será una de sus alegrías más grandes que lo compartirán con mis hermanos quienes también han estado presentes con su apoyo y cuidado.

### **Nelly Villalta R.**

Dedico este trabajo principalmente a Dios quien me dio la vida, la fuerza para no desmayar en los momentos más difíciles y sobre todo la oportunidad para llegar al momento más importante de mi vida personal y profesional.

A mi madre quien me ha motivado y me ha demostrado su apoyo incondicional, para seguir adelante, sus consejos me han servido para ser cada día una mejor persona.

A mi Padre quien me ha demostrado siempre que las cosas se alcanzan con esfuerzo y sacrificio. Ellos me han dado todo lo que soy como persona, y guiado para conseguir mis objetivos. A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome en todo momento.

### **Diego Quizhpi L.**



## **AGRADECIMIENTO**

Eternamente agradecida con Dios por brindarme la oportunidad de culminar este trabajo con éxito. Un sincero agradecimiento para el Master Hugo Guillermo que sin duda alguna ha mostrado su preocupación e interés, trabajando siempre en conjunto y con plena disposición, brindando así su generoso apoyo.

**Nelly Villalta R.**

Agradezco infinitamente a mis maestros quienes siempre imparten nuevos conocimientos, pero sobre todo al Master Hugo Guillermo, quien estuvo a cargo de la dirección de esta tesis, y agradezco a los docentes que continúan depositando la confianza en los estudiantes, para alcanzar su formación profesional.

A todos los que me guiaron para concluir esta tesis, gracias por vuestro apoyo.

**Diego Quizhpi L.**



## ÍNDICE

Resumen

Abstract

Introducción

### Capítulo 1

1.1 COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN .....	15
1.2 FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN Y EL PERIODISMO .....	20
1.2.1 Teorías de la comunicación .....	20
1.2.2 Elementos que componen el proceso de comunicación.....	21
1.2.3 Fundamentos del periodismo .....	22
1.2.4 Géneros periodísticos .....	23
1.3 LA INFLUENCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGIAS .....	24
EN LA FORMACIÓN DE PERIODISTAS.	
1.4 PERIODISMO ONLINE .....	27
1.4.1 Características .....	33
1.4.2 Nuevos géneros .....	34
1.5 HERRAMIENTAS ÚTILES PARA EL PERIODISMO DIGITAL .....	35

### Capítulo 2

2.1 CREACIÓN DE LAS ESCUELAS DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN .....	40
2.1.1 Primera escuela de comunicación .....	40
2.1.2 Escuelas de comunicación en Europa .....	41



2.1.3 Escuela de comunicación	
en América Latina .....	41
2.1.4 Historia de las escuelas de	
comunicación en Ecuador .....	44
2.1.5 Historia de la escuela de	
comunicación en Cuenca .....	45
2.2 Perfil profesional del periodista .....	47
2.3 El nuevo perfil del periodista .....	56
2.4 Perfil del periodista puramente online .....	59
2.5 La vocación e intereses profesionales	
por la comunicación social .....	60
2.6 Los campos o áreas de estudio en	
Comunicación .....	63
2.7 La formación teórica y la formación práctica .....	66
<b>Capítulo 3</b>	
3.1 ANÁLISIS DE DATOS .....	71
3.1.1 Implementación y necesidades de nuevas	
materias en la actual escuela de comunicación social .....	74
3.1.2 Los egresados tienen mucho que decir de	
su formación e inclusión laboral .....	98
3.1.3 Inquietudes de los directores, editores	
y periodistas en ejercicio .....	103

3.1.4 Visiones de la academia .....	106
3.2 Comparación de la oferta académica	
en las universidades locales .....	96
3.3 Comparación de ofertas educativas de las principales universidades	
a nivel nacional, en las escuelas de comunicación social.....	111
3.4 Comparación de ofertas educativas en el mercado	
con respecto a escuelas de periodismo digital .....	117
3.5 Perfiles de los estudiantes en las	
universidades antes mencionadas .....	129
<b>Capítulo 4</b>	
4.1 PROPUESTA .....	132
Conclusiones.....	134
Recomendaciones.....	135
Anexos .....	136
Bibliografía	

## Resumen

El presente trabajo recopila información de las inquietudes que tienen los estudiantes en lo referente a la necesidad de implementar asignaturas nuevas, a la carrera de PERIODISMO Y COMUNICACIÓN DIGITAL, así como el punto de vista de profesionales en periodismo, dueños de medios y los docentes de la Escuela de Comunicación de la Universidad de Cuenca.

Dentro de la investigación se consideró realizar encuestas a los estudiantes de los dos últimos ciclos de las diferentes universidades de la ciudad. Entre las cuales constan: Universidad de Cuenca, Universidad Católica, UDA y UPS. De igual manera se encuestó a egresados de nuestra institución.

También se llevó a cabo entrevistas a profesionales en el ámbito periodístico, dueños de medios, con el propósito de analizar los requerimientos que deben cumplir los futuros periodistas y/o comunicadores en los medios de comunicación.

Para complementar este trabajo se realizó una comparación con diferentes mallas académicas de la carrera de Periodismo Digital, dentro y fuera del país.

De esta manera los resultados permitieron obtener un conocimiento claro del perfil de los nuevos profesionales y las exigencias de los medios y sociedad.

A través de todo el proceso investigativo se pudo poner en evidencia los aciertos y desaciertos que se ha tenido en la formación de los estudiantes en cuanto a su desarrollo práctico dentro de las aulas y la afinidad eficaz con la nueva tecnología.

**PALABRAS CLAVES:** Multimedialidad, Polivalente, Hipertextualidad, Ciberperiodismo, TICS.



## **ABSTRACT**

This work collects information from the concerns of students with regard to the need to deploy new subjects to the career of DIGITAL JOURNALISM AND COMMUNICATION, as well as the point of view of professionals in journalism, media owners and teachers at the School of Communication at the University of Cuenca.

Within the research is considered conducting surveys of students of the past two shekels from different universities of the city. Among them are: University of Cuenca, Catholic University, RMUS and UPS. Similarly it is surveyed to graduates of our institution.

It was also carried out interviews with professionals in the field, and journalistic media owners, with the purpose of analysing the requirements that must be met by the future journalists and/or communicators in the media.

To complement this work a comparison was made with different meshes of the academic career of Digital Journalism, inside and outside the country.

In this way the results allowed us to obtain a clear understanding of the profile of the new professionals and the demands of the media and society.

Throughout the research process could be put in evidence the successes and failures that has been taken in the training of students in terms of its practical development within their classrooms and the affinity effective with the new technology.

## INTRODUCCIÓN

El mundo se ha digitalizado y las escuelas de comunicación social deben ir a la vanguardia del avance tecnológico, ya que ha acaparado la atención de niños, jóvenes, adultos, profesionales y no profesionales, creando la necesidad de un periodismo con nuevas herramientas, sin olvidar el periodismo tradicional, que siempre estará presente.

Por eso se ha visto pertinente trabajar en la PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACION DE NUEVAS MATERIAS EN LA CARRERA DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN DIGITAL EN LA ESCUELA DE COMUNICACION SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA". Puesto que, existe la necesidad de que el periodista tenga la capacidad de ahondar en varios conocimientos cuanto tecnológicos como científicos en el periodismo tradicional y digital, creemos que con la implementación de las nuevas materias, el estudiante podrá lograr una producción de periodismo digital haciendo uso de las herramientas digitales multimedia que se ha vuelto una necesidad en el campo periodístico, convirtiéndose en un factor importante para el desarrollo de la información y de esta manera poder profundizar en temas específicos, sea esto por necesidad o afinidad; pero sobre todo, por las exigencias que hoy en día requieren los medios y la sociedad: convergencia, acceso y conectividad de la información.

Los egresados de esta carrera saldrán especializados en la licenciatura que la escuela otorga para realizar trabajos concernientes al área digital con una visión global de las necesidades y requerimientos de la tecnología y sociedad actual como lo indica Salaverría "para ser un periodista completo en la nuevas circunstancias no basta con tener buena pluma. Ahora es preciso disponer en dosis suficientes de todas las cualidades para poder desempeñar con eficacia el trabajo, de eso que se ha dado el llamar periodista multimedia" (Salaverría. Pág.

33)

Entonces en vista de la gran variedad y la oportunidad que brinda el uso de los multimedia, es también importante saber el manejo correcto que beneficia la forma de presentar la información, para ello se requiere especializar a los futuros periodistas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca y así el perfil ocupacional para el estudiante que egrese de la carrera de PERIODISMO Y COMUNICACIÓN DIGITAL será más amplia puesto que a más de realizar un trabajo científico investigativo en los medios tradicionales, también tendrá la oportunidad de fortalecer la información de dicho medio con el uso de las diferentes herramientas, convirtiéndose en un periodista que estará en capacidad de trabajar en los medios como: radio, televisión, online, revistas, publicidad y trabajar sus propias páginas Web, incluso se podrá convertir en un comunicador emprendedor e independiente.

En un estudio realizado a profesionales de medios de comunicación tanto tradicionales y digitales coinciden en la necesidad del conocimiento y aplicación de las nuevas tecnologías al periodismo, pero también en que un periodista se debe a una preparación adecuada para laborar en los diferentes ámbitos del periodismo ya que sin la preparación necesaria quedaría lejos de un pensamiento crítico en las necesidades de la sociedad. Es decir mejor aprender en las aulas universitarias antes que nos “toque” aprender en el campo laboral y correr el riesgo a equivocarnos y en el peor de los casos ser relegados del lugar.

En esta tesis se encontrara además de las definiciones y conceptos, un breve análisis y estudio realizado a estudiantes, profesionales y docentes; estudio que ha dado paso a un sustento para poder presentar la propuesta de nuevas asignaturas a la carrera de Periodismo y Comunicación Digital.

## 1.1 COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

La comunicación es un proceso de interacción social. Esta se logra a través de símbolos y sistemas de mensajes, que se producen como parte de la actividad humana.

Según María del Socorro Fonseca, comunicar es llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes.

Según Stanton, Etzel y Walker, la comunicación es “la trasmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte” ETZEL MICHAEL Y WALKER BRUCE. Pág. 511.

De acuerdo a las definiciones mencionadas comunicación es: un proceso y a la vez una herramienta mediante la cual se establece una conexión entre emisor y receptor. Esto puede ser a través de símbolos, lenguaje, gestos y otros.

Mientras que la información está constituida por un grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje basado en un cierto fenómeno o ente. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su aprovechamiento racional es la base del conocimiento.

Entonces veamos las diferencias que existen entre estas dos disciplinas humanas, aunque las dos no pueden separarse porque se necesitan la una de la otra. Es decir que la información complementa la comunicación ya que lo que se comunica es información en los mensajes. Revisando los conceptos en el diccionario; comunicación es: Acción y efecto de comunicar o comunicarse.



Conjunto de técnicas que permiten la difusión de mensajes escritos o audiovisuales a una audiencia vasta y heterogénea. Mientras que informar es: acción de informar, es decir dar a alguien noticia o informe de algo. <http://definicion.de/informacion/10-10-2013>.

Según Norberto G. Gaitano podemos encontrar una clasificación de información y comunicación. GAITANO PAG. 19

Existe la información periodística.- aquí la información no se agota en el periodismo, es decir la información periodística es un tipo concreto de información; también existe la información científica; la información técnica, como las instrucciones de uso de electrodomésticos; información diplomática; información habitualmente secreta; información comercial; información histórica; información artística entre otras. Todas ellas pueden convertirse o incluso habitualmente en información periodística.

También se puede indicar clase o categoría de información como lo establece Brajnovic:

*Según su objeto.*- la información puede ser materia de estudio científico, como un manual o una actividad.

*Según su finalidad.*- puede ser periodística, publicitaria, propagandística o de relaciones públicas.

*Según su destinatario.*- el tipo de público al que se dirige, la información puede ser sectorial o general.

*Según su valor.*- la información puede ser necesaria, útil o superflua.

*En función al contenido.*- podemos hablar de información periodística, científica y secreta.

*De acuerdo con la intencionalidad.*- se puede clasificar como tendenciosa, formativa y dañina.

*La información notifica o hace saber, individual o públicamente, elementos de conocimiento, de hechos, proyectos y actividades de datos históricos o previsibles, mediante un lenguaje adecuado y comunicable, que se sirve de*



*palabras o de signos, expresando directamente o a través de los medios de comunicación o de otros procedimientos. BRAJNOVIC. Pág. 21.*

La comunicación según Norberto G. Gaitano, puede ser meramente técnica.- como es la unión entre dos puntos a través de medios técnicos, como son el teléfono, redes informáticas, carreteras, etc. GAITANO PAG. 19.

*Comunicación física.-* es decir una comunicación directa, sin instrumentos intermediarios, se refiere a fenómenos naturales como: el calor, humedad, tacto, entre otra.

*Comunicación psicológica.-* esta comunicación de naturaleza somático-psíquica puede revestir incluso un carácter patológico, como la que se da en las reacciones histéricas de una multitud.

*Comunicación artística.-* cuya finalidad no es la comprensión racional, sino que se busca el gozo estético.

Estuardo Santoro indica los niveles de comunicación existentes

*Comunicación animal:* se refiere a los intercambios de mensajes, intra e interespecie, controlados por mecanismos innatos o aprendidos.

*Comunicación humana:* intercambio de señales, signos y símbolos a nivel intrapersonal e interpersonal. Este último cubre situaciones o estructuras microsociales.

*Comunicación social:* comprende el proceso de generación, flujo de mensajes en estructuras sociales globales.

*Comunicación en sistemas físicos:* intercambio o transmisión de información en conjunto o dominios de naturaleza mecánica, electromecánica, electrónica o eléctrica, de naturaleza artificial.

*Comunicación en sistemas biológicos:* intercambio de información en sistemas biológicos elementales, a nivel celular.

Lo esencial es la comunicación humana, para comprender el sistema de comunicación que nos compete. Es así que el hombre es capaz de generar



lenguajes artificiales, crear símbolos de manera ilimitada, comunicarse sobre la comunicación, extender el poder de su organismo para la recepción, trasmisión o almacenamiento de información, etc. Es decir el hombre es creador permanente de comunicación. Dentro de la comunicación humana se conoce la comunicación intrapersonal, interpersonal y grupal.

*Comunicación intrapersonal.-* Se utiliza para hacer referencia a procesos intrapsíquicos de recepción, procesamiento, transformación de información y sistemas de símbolos, la comunicación intrapersonal supone el intercambio de mensajes del sujeto consigo mismo. Es a la vez emisor y receptor.

Cumple un gran papel en la relación individuo-medioambiente. Según Dance y Larson (1976) constituye la característica básica de la comunicación humana y es el elemento distintivo que permite diferenciarla de los otros tipos como; la comunicación física y animal. La comunicación intrapersonal refiere a la totalidad de los procesos psicológicos de naturaleza simbólica, consciente o inconsciente, mediata o inmediata, reactiva, reproductiva y productiva. En pocas palabras la comunicación intrapersonal es el dialogo que sostenemos con nosotros mismos, a través de esta comunicación aprendemos a conocernos y elaborar imágenes de nosotros mismos así como valorarnos, evaluarnos y estimarnos, esta comunicación también incluye el hablar en voz alta a nosotros mismos y la escritura, como es el diario.

*La comunicación interpersonal.-* El nivel más elemental de la comunicación interpersonal es aquella que se efectúa entre dos personas, puede variar entre otras cosas en términos de la direccionalidad, uni o bidireccional; la finalidad (afirmación, afecto); el grado de interacción (superficial, profunda); la duración (temporal, permanente); la novedad. El contexto en el cual se realiza el acto comunicacional modula los distintos aspectos.

En la comunicación interpersonal diádica están en juego todos los sistemas de



Universidad de Cuenca

transmisión natural de mensajes que posee el hombre, tanto verbal como no verbal, la comunicación verbal incluye los elementos lingüísticos implícitos en el Uso del lenguaje, emisión de sonidos articulados con estructuras sintácticas que refieren a un determinado dominio de fenómenos significativos y que cumplen una función específica. Además del lenguaje articulado se incluye en la comunicación verbal, mensajes sonoros no lingüísticos que permiten transmitir significados como: ritmo de emisión, silencios, pausas, intensidad de la voz, cualidad tonal, entre otras en la comunicación verbal supone la existencia de un repertorio de signos y un código común compartido por los integrantes de la diada, el cual permite el intercambio de significados y experiencias, concluimos que la comunicación interpersonal es la interacción entre dos personas o entre un grupo reducido, es la forma más directa o adecuada de comunicación pero muchas de las veces este tipo de comunicación puede ser afectada por la sensibilidad de los participantes con respecto a sus propios sentimientos y a los del resto del grupo, sin embargo es la forma de comunicación más importante para la humanidad ya que concede interactuar dentro de una sociedad, permite entender no solo nuestras emociones sino la de los demás.

*La comunicación grupal.*- se establecen relaciones mutuas respecto a la actitud, creencias, afectos, intereses, motivaciones y otras. Existen diferentes tipos de grupos, según el tipo de vínculo, primario y secundarios; por las normas que regulan el funcionamiento, formales e informales; por el propósito, voluntarios, institucionalizados; y por la finalidad afectivos, sociales.

El proceso de la comunicación grupal se puede ver afectada por:

*Número de elementos:* a mayor número de elementos más posibilidades de ruido y distorsión en el proceso de comunicación

*Dirección del mensaje:* entre los miembros del grupo se pueden establecer distintos nexos comunicacionales

*Número de vínculos:* en un grupo los elementos pueden conectarse todos entre sí,



con vías uni o bidireccionales o por el contrario puede existir limitaciones en cuanto al número de vías posibles. GALDON. Pág. 56.

*Selectividad de los mensajes:* los mensajes pueden ser comunes para todos o específicos para ciertos miembros del grupo.

## 1.2 FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN Y EL PERIODISMO

Sabemos que la comunicación no obedece solo a una profesión o especialidad; cuando hablamos de comunicación nos referimos a un tema muy extenso y propio de la humanidad, ya que sin ella no existe una sociedad.

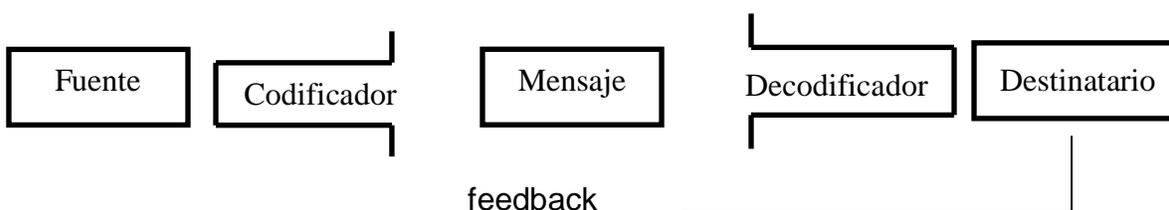
En función de las ciencias sociales que trata de la comunicación, su concepto puede tener diferentes enfoques según Antonio Pasquali (1978), la comunicación debe ser reservado a la interrelación humana, creando el ingrediente estructural en la conformación de una sociedad

### 1.2.1 Teorías de la comunicación

Según Schramm, el mensaje tendrá un significado manifiesto y un “significado latente”. Es decir cuando se nos transmite el tono de la voz, el gesto, el estilo literario nos dicen tanto o más del contenido que el mensaje mismo.



Mientras que Schannon y Weaver complican más la teoría de la comunicación añadiendo tres elementos





Aunque la teoría de la comunicación implementa varios elementos a través de sus autores podemos tomar la idea central de todos estos y llegar a una conclusión, que es la de transmitir una idea e información unos a otros.

Vale recalcar que con el pasar del tiempo el proceso de comunicación se ha tornado más complejo incorporando nuevos elementos a través de distintos autores, es necesario mencionar que a pesar de todas estas incorporaciones en la comunicación para verla e interpretarla de distintos modos o formas no se desvía del lineamiento central, que es comunicar.

### **1.2.2 Elementos que componen el proceso de comunicación**

*Emisor.*- El que transmite la información. Es quien elige y selecciona los signos adecuados para transmitir un mensaje; es decir lo codifica para así llevarlo de manera comprensible al receptor.

*Receptor.*- El que recibe la información y la interpreta, es decir quien descifra e interpreta lo que el emisor quiere dar a conocer. Puede ser individual o colectivo.

*Mensaje.*- Es el contenido enviado, la información, ideas, sentimientos, acontecimientos, expresados por el emisor al receptor y lo puede hacer mediante: palabras, imágenes, números, gestos, etc.

*Canal.*- Soporte natural o artificial a través del cual se transmite información estableciendo una conexión entre emisor y receptor. Ejemplo: la televisión, el papel, teléfono, radio, etc.

*Código.*- Conjunto de signos y reglas que con su combinación permite la elaboración del mensaje.

*Contexto.*- Situación que rodea al acto de comunicación.

*Fuente.*- Es de donde proviene la información, es decir de donde nace el mensaje primitivo.



*Referente.*- Objeto o realidad concreta a la que se refiere un signo en un proceso de comunicación determinado. Comprende todo aquello que es descrito por el mensaje.

*Ruido.*- Cualquier elemento que dificulta, debilita o incluso impide el proceso de comunicación, generalmente dificulta la adecuada recepción del mensaje. En este caso, la palabra ruido no se refiere exclusivamente a fenómenos acústicos, sino a cualquier fenómeno que obstaculice la comunicación.

*Retroalimentación.*- Es la condición necesaria para la interactividad del proceso comunicativo. Esta se logra si el mensaje es captado por el receptor emitiendo una respuesta. Logrando la interacción entre el emisor y receptor. Puede ser positiva (cuando fomenta la comunicación) o negativa (cuando se busca cambiar el tema o terminar la comunicación)

### **1.2.3 Fundamentos del periodismo**

Al hablar de periodismo nos referimos a la actividad de preguntar, escribir o relatar un hecho noticioso en un medio de comunicación, pero esto no basta, hacer periodismo responsable es dudar, escuchar, interpretar, percibir y sentir la información que recibimos en nuestro alrededor.

Si bien la base del periodismo es la noticia, esta también comprende otros géneros, como: la entrevista, el reportaje, la crónica, el documental y la opinión. El periodismo puede ser informativo, interpretativo o de opinión y dicha información es difundida por medios o soportes técnicos

Es decir toda información que adquiere un periodista es en el lugar de los hechos como lo dice Ryszard Kapuscinski. RESTREPO.

Es por eso que Felipe Peña de Oliveira dice que el periodismo nace de la necesidad de sentirse o desear ser omnipresente, es decir estar en todas partes y

así lograr una información real y profunda, este deseo “nace del miedo a lo desconocido” por eso el periodista siempre quiere conocer todo. PEÑA. Pág. 27.

#### **1.2.4 Géneros periodísticos**

José Luis Martínez Albertos considera que existen 4 géneros periodísticos que parten de la tradición europea. La información, el reportaje, la crónica y el artículo (pag.110), mientras que Antonio López de Zauzo propone una ampliación y lo divide en géneros informativos y de opinión. GOMIS. Pág. 110.

Sin embargo existen diferentes teorías acerca de la división por género, es así que la mayoría de los autores coinciden en que hay, los informativos que son: la noticia y reportaje informativo; el interpretativo que son: Entrevista y crónica; el argumentativo que son: editorial, crítica y artículo

*Noticia.*- este género es uno de los más utilizados en el mundo del periodismo ya que no hay periodismo sin noticias. La noticia es el relato de un acontecimiento de actualidad que suscita el interés del público. El periodista tiene la responsabilidad de relatar con la mayor objetividad y veracidad posible cómo se han producido esos acontecimientos o hechos.

*Reportaje.*- al reportaje se lo considera como complementario de otros géneros, como la noticia, en este se pretende analizar los procesos, las causas y las consecuencias de los acontecimientos de actualidad

*Entrevista.*- La entrevista puede ser considerada como un tipo específico de reportaje. Si bien sus elementos característicos también pueden convertirla en un género periodístico totalmente diferenciado. Lo que interesa es tener claro que la entrevista pertenece a los géneros interpretativos

*Crónica.*- es el relato de una historia de actualidad en la que la narración de los hechos enriquece con el análisis, la interpretación y la visión profesional del periodista. La característica esencial de la crónica es el protagonismo del cronista como sujeto observador directo de los acontecimientos que relata.

*Editorial.*- Es un artículo que explica, interpreta y valora un hecho trascendental y representa la opinión del periódico.

*Crítica.*- análisis de hechos culturales sobre los que se incluye una valoración.

### **1.3 LA INFLUENCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGIAS EN LA FORMACIÓN DE PERIODISTAS.**

Los medios de comunicación a lo largo de la historia han influenciado sobre las personas, modificando sus modelos de vida, sus elecciones, sus costumbres, el consumo y la opinión pública. Para Xavier Echevarría, primero fue la prensa, luego la radio, después la televisión. A los que se considera medios de comunicación de masas que constituyen herramientas persuasivas que permiten mantener en continua comunicación con los distintos acontecimientos sociales, políticos, económicos y otros. REVISTA CHASQUI Pag.5.

En la actualidad es cada vez mayor la importancia de los medios masivos ya que independientemente a la voluntad del individuo, estos influyen en el mayor de los casos sobre la forma de actuar o de pensar de las personas.

Pero no basta con estos medios, existe la aparición de nuevas tecnologías y herramientas como el internet y la multimedia para informar e informarse.

Es así, que con el advenimiento de Internet, como de otras nuevas tecnologías, el profesional en el terreno de la comunicación se enfrenta a un nuevo reto profesional. No significa que hay que adaptarse al cambio como si se tratase de una moda y tampoco limitarse a un nuevo lenguaje, lo que en realidad existe es una exigencia de comprender y controlar las nuevas características que se presentan en los medios. Son los medios tecnológicos digitales los que ha



revolucionado a las masas<sup>1</sup>, tanto a emisores como receptores llegando a una era digital, en la que la información va y viene de manera global, usando las plataformas electrónicas. “McLuhan asegura que tenemos una relación simbiótica con la tecnología mediada; nosotros creamos la tecnología y la tecnología, a su vez, recrea quienes somos” (Teoría del Medio 382).

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación no sólo están generando profundas transformaciones en las formas tradicionales de comunicar y de relacionar a los medios de comunicación con sus audiencias, sino que permiten nuevas formas de expresión narrativa e informativa.

Ahora también existen herramientas digitales y es necesario entender los cambios que la tecnología está generando en la actividad periodística y de comunicación, para aprovechar el potencial de estas nuevas herramientas en la labor profesional.

El periodismo móvil, las nuevas narrativas digitales, el periodismo de datos, las redes sociales, las nuevas tendencias en el periodismo digital, la calidad de los contenidos digitales, los nuevos negocios en medios digitales, el diseño web, los videos para web y el chequeo de la información generada por los usuarios fueron algunos de los temas desarrollados por conferencistas y talleristas a lo largo de dos extensas y productivas jornadas de trabajo en Argentina donde expusieron sus defensas al uso de las nuevas tecnologías en el área periodística

Jose Cervera, Master de Periodismo de la Universidad Autónoma de Madrid y Director Editorial del proyecto Baquia.Com, en su charla titulada: “El arte del

---

<sup>1</sup> Gustave Le Bon, Psicología de las masas. Desde el punto de vista psicológico, la expresión “masa” adquiere un significado bastante diferente. Bajo ciertas circunstancias, y sólo bajo ellas, una aglomeración de personas presenta características nuevas, muy diferentes a las de los individuos que la componen. Los sentimientos y las ideas de todas las personas aglomeradas adquieren la misma dirección y su personalidad consciente se desvanece. Se forma una mente colectiva, sin duda transitoria, pero que presenta características muy claramente definidas. La aglomeración, de este modo, se ha convertido en lo que, a falta de una expresión mejor, llamaré una masa organizada.

enlace, o como hacer periodismo en la era de la Infoxicación” afirmó que “los periodistas ya nos son los únicos que tienen el altavoz”.

Las nuevas tecnologías democratizaron la palabra en el sentido de que cualquier



Universidad de Cuenca

persona con acceso a internet puede emitir su opinión de un determinado tema por medio de las redes sociales, un blog o una pág. web.

Para Cervera es inminentemente necesario “reinventar la noticia” y para ello internet brinda una herramienta fundamental: el hiperlink o hipervínculo a través del cual el periodista le ofrece al lector la posibilidad de incursionar en distintos niveles de análisis de una determinada información.

Abel Escudero Zadreyec, formado en la Universidad de Oxford y actual Editor jefe en el Diario bahiense La Nueva Provincia, disertó sobre “Como escribir para la web”.

El destacado profesional simplificó la conocida fórmula de las cinco preguntas básicas del periodismo “quién, cómo, cuándo, dónde y por qué” a: QCQ; Quién, cuándo y qué, de ésta manera el copete resulta sensiblemente abreviado. También subrayó la importancia de “un título conciso directo y sin trampas” y apeló a la importancia de relatar las noticias para internet de la manera más simple, clara y directa posible.

Juan Manuel Lucero, Director Online de Global Digital Marketing Certificado en la Universidad de Salamanca presentó el ABC del desarrollo del periodismo para dispositivos móviles; información breve y precisa, tipografía grande y una “narrativa cognitivamente” interesante constituyen los pilares de este nuevo desafío del periodismo. “Hacia el 2015 la mayoría de las personas se informaran por medio de sus teléfonos” disparó Lucero, adaptarse o morir en el intento parece ser la premisa imperante.

Fabio Ladetto, periodista del diario La Gaceta de Tucumán y Actual presidente de FOPEA en dialogo con El Tribuno de Jujuy, resaltó la intención del Foro de contribuir a perfeccionar la calidad del periodismo por medio de la capacitación profesional, la elevación de los estándares éticos y la defensa de la libertad de expresión. <http://www.eltribuno.info/nuevas-tecnologias-aplicadas-al-periodismo-n281110/18-12-2013>.



## 1.4 PERIODISMO ONLINE

Hay que reconocer que la computadora ha modificado el proceso informático tanto en su faceta creativa como en la de consumo, es un instrumento indispensable en las redacciones contemporáneas. Pero esto no significa que para ser un buen periodista en siglo XXI el único requisito necesario sea conocer o dominar los aspectos técnicos. Puesto que la mayoría de las cualidades tradicionales como: la originalidad, independencia, contraste de la noticia, y proteger a la fuente, sigue vigente y solo se han visto ampliadas ante la irrupción de importantes y sofisticados avances tecnológicos.

Internet se sitúa como canal para la comunicación masiva, sucesor y continuador de la estructura mediática que se inaugura con la prensa de masas en el siglo XIX, y que evoluciona, crece y diversifica hasta constituir, en el siglo XIX, una estructura sólida en la que se integran los denominados viejos medios, como el libro, el disco, el cine, la radio o la televisión. A partir de las experiencias electrónicas de la prensa estadounidense, Iranzu García Iriarte ha examinado los parámetros comunicativos de internet como plataforma para la publicación. Los servicios en línea permiten la selección de temas, la comunicación interpersonal, el control del comportamiento del usuario, capacidad de almacenamiento, inmediatez y asincrónica, como el videotexto y el audio texto.

Son Bordewijk y Van Kamm quienes proponen, en 1986, una nueva forma de clasificación de los servicios de tele-información, apostando por una tipología basada en las relaciones de poder entre los usuarios (Bordewijk Van Kamm quienes proponen en 1986). El resultado es una serie de flujos de tráfico, idealizados, que permiten definir la comunicación con independencia del formato y el contenido y que permite explicar las transformaciones del entorno-red, modelo alocutorio, flujo consultivo, consultivas. La actualización de la información genera un flujo continuo de noticias en las páginas de los medios digitales, que se



Universidad de Cuenca

combina con una selección estricta de los contenidos. En la red, el periodista compete con las fuentes y con las audiencias por el control de la información.

El mensaje periodístico en los medios digitales puede presentarse en dos tipos de soporte, con o sin conexión a la red. En el primer caso se encuentran formatos que no permiten actualización aunque se hacen uso de los rasgos propios del soporte digital: la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad (Armañanzas, Díaz Noci y Meso, 1996). En el segundo, se añade un factor esencial del ciberperiodismo: la posibilidad de actualización constante de la información.

Una de las características de los nuevos medios es la posibilidad de actualizar permanentemente la información sin necesidad de esperar a un momento concreto del día. Si en un medio tradicional la fecha es la referencia de actualidad, en el ciberperiodismo se incorpora la identificación temporal propia de los medios electrónicos, esto es la hora exacta en la que se ha difundido el mensaje.

La vinculación temporal de la información en el ciberperiodismo es una de las claves que ha modificado la visión sobre el periodismo con la introducción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Con la actualización contenida de la información, la periodicidad propia de los medios, diaria u horaria, desaparece.

La lectura no secuencial, inmediatez, interactividad, profundidad, personalización entre otras características, de los que se considera un medio informativo en la actualidad se le designa el nombre de periódico o periodismo online.

Los medios de internet pueden compararse a las agencias de prensa no solo por la inmediatez de la información y su capacidad de documentación, sino sobre todo por la continuidad en su capacidad informativa. Con otro de los puntos de



inflexión, informativa de los últimos años, el 11 Septiembre, la red estuvo al mismo nivel que sus competidores electrónicos por el plus que ofrece internet, la combinación de inmediatez y profundidad. La red ha incorporado, así, no solo la rapidez de transmisión sino la información en directo desde el lugar de los hechos.

En internet se puede conocer la información al mismo tiempo que su autor la está introduciendo en la red y, por el contrario, puede acudir a los cibermedios para conocer una información habiendo transcurrido ya un tiempo desde su emisión; sin embargo con la aparición del ciberperiodismo y su doble presentación, sincrónica o asincrónica, se revaloriza la figura del receptor, que gana en autonomía para escoger el momento de actualización de sus conocimientos acerca de la información periodística. La información del ciberperiodismo combina las características de la prensa escrita, texto escrito, elementos iconográficos fijos (fotografía, gráfico o infográfico) presentación y diseño adecuado al acceso visual; de la radio, sonido grabado y en directo, música, efectos sonoros y de la televisión, imagen y gráficos en movimiento grabados y en directo.

Los nuevos soportes ofrecen oportunidades para la creación de nuevos lenguajes, la renovación de las fórmulas tradicionales y el periodismo del autor. Formulaban el hipertexto no solo como un modo de organizar de forma más eficaz sus propias ideas, sino que lanzaba una propuesta para que, disponiendo de un mejor sistema que contiene elementos a partir de los cuales se puede acceder a otras informaciones, y pasa a ser un concepto para organizar la información gramática hipertextual de la información periodística.

Así como los periódicos online tienen nuevas características, los periodistas que trabajan en dichos medios deben prepararse para ocupar los puestos que demandan los nuevos medios y aun aquellos que no trabajan directamente en la edición online, deben tener otros conocimientos ya que la competencia y exigencia cada vez es mayor.



Para Jacques Arlandis, director científico del Instituto de Telecomunicaciones del Audiovisual en Europa, todos los que están en la red tienen la oportunidad de ser periodistas, con la posibilidad que ahora cualquier periodista tiene que redactar su información, grabarla e introducirla directamente en el sistema informático. NAVARRO Pág. 122.

A pesar de las diferencias culturales, idiomáticas y geográficas la Word Wide Web es el nexo de unión entre los periodistas en todo el mundo al convertirse en sistema de búsqueda de información, las redacciones de los cinco continentes comparten el interés, en mayor o menor medida debido a la brecha digital. PALOMA Pág. 156.

Los cambios y tendencias tecnológicas en los medios de comunicación son significativos para los profesionales de la comunicación y el periodismo. Nuevas características surgen en el campo periodístico y se requiere que los periodistas estén capacitados con las habilidades técnicas para enfrentar los desafíos de los medios. El periodismo en Internet requiere profesionales multi tareas que se mantengan actualizados de los hechos más relevantes y no sólo que los sepan, también que los cubran, escriban y publiquen en el menor tiempo posible. Entonces no cualquier persona puede llamarse periodista, porque para ejercer la profesión debe existir una formación teórica y práctica.

La concentración de usuarios equivale a un aumento de un número de comunicadores entorno a los mismos contenidos, lo que dificulta una interactividad plena; por otra, la existencia de distintos grados de participación obliga a realizar un trabajo de conceptualización pendiente en relación con la interactividad. La aparición del portal móvil y la posibilidad de navegar o recibir mensajes a través de dispositivos portátiles crea un segundo escenario móvil y facilitar la recepción de contenidos en otros soportes.



En una palabra, la información es un continuo que nunca para, lo que se corresponde con la realidad que es un mundo globalizado en el que siempre hay noticias nuevas porque siempre hay un lugar del mundo plenamente activo. Esta tendencia a la continuidad informativa, sin embargo, puede incrementar la sensación de saturación y la necesidad de establecer redacciones permanentes en los medios que disponen la edición digital. La actualización continuada dificulta la sedimentación del mensaje periodístico. Uno de los problemas que plantea la actualización constante de información es la escasa vigencia del mensaje periodístico digital, con la renovación de la información se van incorporando datos nuevos que pueden modificar el conocimiento de la noticia y el enfoque de la misma, de forma que si un usuario entra dos veces en la misma web ciberperiodística en un intervalo de tiempo de una hora, cuando el suceso del que habla la página está produciéndose, puede tener serias dificultades para encontrar la primera versión de la misma.

Un producto informativo digital no tiene por qué ser periódico, segmentado en espacios temporales concretos. Muy bien puede renovarse cada información a medida que se conocen nuevos datos, porque el tiempo avanza y la información o contenido en muchas ocasiones varía.

Estos cambios tecnológicos en el periodismo han generado que se elaboren nuevos géneros periodísticos, pero no es sencillo adecuarse a ellas o al menos conocer toda esa intensa gama de servicios que puede ofrecer las tecnologías, porque para tener una buena afinidad y destreza para estas herramientas se necesita de conocimientos previos y amplios para el dominio de la información en la web. Por estos motivos las universidades han tomado cartas es el asunto y han modificado sus mallas curriculares en las escuelas y facultades de periodismo o comunicación, universidades en todo el mundo han optado por estar a la par con los avances tecnológicos, por citar algunas en el mundo está el caso de la



Universidad de Cuenca

Universidad de Londres en México que en su malla curricular ofrece la carrera de Periodismo Online, o la Universidad de Alicante ya que Las enseñanzas conducentes a la obtención del título oficial de Licenciado en Periodismo deberán proporcionar una formación especializada en el ámbito de la elaboración, gestión y difusión de la actividad informativa periodística, en sus diversos ámbitos temáticos y en los diversos medios de comunicación.

Estos estudios enseñan cómo transmitir una noticia, la forma de escribir correctamente para llegar al público, la forma de expresarse en el lenguaje más adecuado dependiendo del tipo de noticia, de la gravedad de los acontecimientos, de la importancia de los hechos, del público al que se dirige y del medio en el que se va a reflejar. El objetivo de la Licenciatura en periodismo es formar universitarios que, junto a la capacitación instrumental y tecnológica adecuada, adquieran los "sentidos" necesarios para realizar con rigor, profundidad e idoneidad la función informativa, a través de los diversos medios de comunicación social.

También la Universidad de Monteávila ha optado por incrementar en su pensum la carrera de Periodismo Online ya que la Especialización de Periodismo Digital, plantea profundizar en el manejo de las herramientas teórico-prácticas y metodológicas a fin de que el comunicador social pueda desempeñarse competitivamente en el ámbito del periodismo digital, así como apreciar las oportunidades comunicacionales que la tecnología pone a la disposición para el mejoramiento de la persona humana y de la sociedad.

Podríamos citar un sin fin de universidades pero para muestra hemos tomado algunas como: la Universidad san Francisco de Quito.

Se enfocan en formar profesionales adaptables a la realidad cambiante del mundo de la comunicación. Enfatizamos un trabajo periodístico desde la



Universidad de Cuenca

convergencia multimedios, para lo cual estamos formando a una nueva generación de profesionales. “Buscamos mantener una facultad activa en el campo periodístico y adaptado a nuestra filosofía Multimedios. Nuestra pedagogía también se construye con una mirada hacia el Periodismo Público, de la Comunicación Ciudadana y del Periodismo Cívico.”

Igualmente, buscan contribuir al debate que existe sobre el rol del periodismo y los medios en la sociedad. “Reconocemos la relación que tiene esta carrera con la tecnología, razón por la cual buscamos mantener nuestros estudios y equipos técnicos a la vanguardia de la tecnología”.

Finalmente, brindar dar a los estudiantes las herramientas necesarias para la creación de su propia empresa de prensa, el manejo de publicidad y de diversos asuntos administrativos.

La carrera de Periodismo Multimedios del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas ha sido diseñada para responder a la revolución acelerada en curso en el mundo de los medios masivos de comunicación. El impacto de las nuevas tecnologías digitales, la concentración de los medios en grupos de comunicación multimedia y la aparición en Internet de una comunicación ciudadana independiente de los medios tradicionales hacen indispensable una formación adaptada a esta nueva realidad.

#### **1.4.1 Características del periodismo Online**

*Es Digital.*- la información llega por una pantalla y no sobre el papel. Esto reduce costos en la impresión además que es accesible en cualquier circunstancia y los ecologistas agradecerían al periodismo el cambio de sistema

*Lectura no secuencial.*- el anexo a textos, imágenes fijas, imágenes en movimiento y sonidos no es secuencial.

*Mundial.*- llega a todas las partes del planeta. Este tipo de periodismo no tiene solo mercado local sino global.

*Instantáneo.*- se obtiene la información de manera inmediata, se consulta la información casi en tiempo real.

*Profundidad.*- la mayoría de noticias redactadas no se las imprime, pero con la posibilidad de internet se las difunde casi todas.

*Interactividad.*- cuando hablamos de un medio de comunicación nos centramos en los procesos comunicativos. Para que se cierre el círculo de la comunicación es necesaria la retroalimentación y bueno internet la tiene.

*Personalización.*- el periódico electrónico ofrece la posibilidad de que cada uno de los usuarios elija lo que a él le interesa.

*Disponibilidad.*- es posible el acceso en cualquier momento y lugar.

*Multimedia.*- periódico o periodismo online puede ser la suma de los tres medios masivos de comunicación como: la televisión, la radio y prensa escrita. Lo que hoy se conoce como periódico en línea se convertirá en un medio de comunicación que reúna la profundidad de la prensa escrita, la simultaneidad de la radio y la imagen de la televisión. Es la suma del texto, la voz, imagen fija, el video, recursos de infografía, y forma parte de las nuevas tecnologías de la información.

*Nuevos diseños.*- Se busca facilitar la navegación del lector

#### **1.4.2 Nuevos géneros**

*Redacción.*- frases cortas y de estructura gramatical sencilla.

*Páginas en lugar de secciones.*- página de deporte, página para nacionales, página de opinión, etc.

*Presentación.*- la importancia de una noticia con respecto a la otra se observa en su colocación, mas fotografía con respeto al texto, colores, etc.



Universidad de Cuenca

*No existe cambio en el fondo.*- el periodismo online recurre a los conceptos claves de la redacción periodística, selección, valoración, interpretación, opinión, contextualización, para comunicarla de manera correcta al lector.

Así como los periódicos online tienen nuevas características, los periodistas que trabajan en dichos medios deben prepararse para ocupar los puestos que demandan el nuevo medio y aun aquellos que no trabajan directamente en la edición online, deben tener otros conocimientos ya que la competencia y exigencia cada vez es mayor.

### **1.5 HERRAMIENTAS ÚTILES PARA EL PERIODISMO DIGITAL**

Una de las características de la redacción periodística es el tratamiento que se da a la noticia, sin importar en el medio que ésta, sea difundida, (prensa, radio, televisión o internet), es decir la forma en como el periodista transmite lo que observa, escucha, lee o ve a diario, porque mantiene los parámetros de veracidad, imparcialidad y objetividad.

Las redes sociales son vínculos comunicativos y profesionales que tienen como finalidad la interacción en tiempo real con varios grupos, y por supuesto que a través de estas redes también se hace periodismo.

**Twitter.-** Para periodistas es una red social, es un servicio de microblogging gratuito que permite a los usuarios enviar y compartir entradas cortas, denominadas “tweets”, no mayores de 140 caracteres.

También es útil como una forma de mercadeo de los contenidos que generamos, ya que permite difundir en tiempo real la actualización de nuestros blogs, sitios web o medios en línea

¿Por qué un periodista debería usar Twitter? Porque Twitter está relacionado con la inmediatez. Los periodistas usan esta red para comunicar las noticias,



novedades o hechos cotidianos, de manera sencilla y ágil.

Es útil a la hora de hacer circular noticias de último momento o cuando se requiere un dato o información sobre cierto asunto. Por ejemplo, uno puede enviar una pregunta a sus seguidores: ¿Alguien tiene información sobre X empresa? Y esperar una respuesta.

Además, los periodistas utilizan esta red para transmisiones en vivo, independientemente de la naturaleza del medio. Un congreso, un recital de música, un partido de fútbol, todo esto puede ser transmitido a cualquier parte del mundo en tiempo real, inclusive desde un teléfono celular.

Los teléfonos móviles también se “socializan” y han desarrollado aplicaciones que permiten ir actualizando desde la pantalla de inicio de su teléfono móvil, su estatus y localización, sin necesidad de entrar a la red social.

En un nivel más personal, puede ser una forma de conectar a los periodistas con sus lectores frente a un hecho puntual, como puede ser una elección presidencial, un terremoto, un concierto, un juicio, etc.

La clave en Twitter no solamente se limita a lograr un gran número de “seguidores”, sino seguir a las personas adecuadas, ya que los usuarios de esta red producen una gran cantidad de información diariamente.

**Facebook.-** es un sitio web formado por muchas redes sociales relacionadas con una escuela, universidad, trabajo, región, etc. La gente utiliza Facebook para mantenerse al día con sus amigos o compañeros compartiendo fotos, enlaces, vídeos, etc. Cualquier persona puede hacerse miembro de Facebook, lo único que necesitas es una dirección de correo electrónico. En cuanto a privacidad, tienes control sobre cómo se quiere compartir la información y sobre quién puede verla. La gente sólo puede ver los perfiles de amigos confirmados.



Universidad de Cuenca

¿Qué es Facebook? Según <http://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>: “Facebook es un sitio web gratuito de redes sociales creado por Mark Zuckerberg Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Los usuarios pueden participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica.”

¿Quién está usando Facebook?

Según las propias estadísticas de Facebook:

<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>, Más de 500 millones de usuarios activos, 50% de esos usuarios está en la red social al menos una vez al día. El usuario promedio tiene 130 “amigos”. La gente utiliza más de 700 billones de minutos al mes en Facebook

Existen una gran variedad de programas para la edición de audio y video pero hemos considerado tomar en cuenta los más utilizados y conocidos por quienes hacen periodismo en la web.

**Adobe audition.-** Comenzó su vida como un sencillo editor de sonido llamado Cool Edit Pro. Su desarrollo ha llegado hasta esta versión que es un verdadero estudio de grabación multi-pista que ofrece todo el refinamiento que se espera de los productos de Adobe.

La edición de vídeo es un proceso en el cual un editor elabora un trabajo audiovisual o visual a partir de medios que pueden ser archivos de video, fotografías, gráficos, o animaciones. En la mayoría de los casos se incluye audio que puede ser música o el diálogo de personajes, pero también existen ediciones donde no se usa el audio y únicamente se utilizan medios visuales.

**Premiere-pro.-** Uno de los más conocidos y usados en entornos tanto semi-profesionales como profesionales. Relativamente sencillo de aprender, potente y



Universidad de Cuenca

versátil. Integración perfecta con los demás programas, (Adobe Photoshop, Adobe After Effects, Adobe Audition y Adobe Encore DVD) formando entre todos un conjunto de prestaciones difícilmente superable

**Sony vegas video.-** Dicen que es la competencia del Adobe Premiere. Empezó como algo sencillo y modesto, y la verdad es que ha mejorado mucho. Realmente cuenta con muchos adeptos

**Final cut pro.-** La apuesta de Apple para la edición de video profesional. Solo para MAC, desde luego.

**Pinnacle studio.-** Uno de los más conocidos y usados a nivel doméstico.

**Adobe After Effects.-** es una aplicación para la creación, composición y edición de gráficos digitales en movimiento. After Effects se usa principalmente para efectos especiales e imágenes en movimiento. Permite animar, alterar y componer creaciones en espacio 2D y 3D con varias herramientas internas. Es además un sistema de edición no-lineal y se enfatiza el uso de capas para los objetos individuales (imágenes, video, sonidos, cada uno representa una capa). Es fabuloso para post-producción y para películas caseras o independientes. Su gran cantidad de filtros y efectos (por eso el nombre de "effects"), permiten gran variedad de opciones al momento de traer a la vida todas las ideas revolucionarias que cada uno quiera plasmar.

### **Photoshop**

La primera versión de Photoshop fue lanzada por primera vez en 1990; sin embargo, su primera versión vio la luz en 1988, cuando un estudiante de nombre Thomas Karroll lo produjo para Macintosh. En principio, el objetivo del programa era poder desarrollar la escala de grises en imágenes en pantallas monocromáticas. Dado el éxito que comenzó a tener, se ampliaron sus



Universidad de Cuenca

herramientas hasta convertirse en unos de los programas más importantes y reconocidos en el mundo para el retoque y variación de fotos. Tal fue la acogida, que ahora se utiliza la palabra photoshop para cualquier tipo de modificación en una foto.

Photoshop puede ser una herramienta muy importante para la elaboración de publicidades, fotos institucionales y la elaboración de tu logo y marca. Toda foto siempre tiene algo por mejorar y eso es lo que hace de este programa una herramienta importante.

Se puede realizar creaciones artísticas y hacer una compilación de fotos o imágenes para llevar a cabo una composición en la cual se publicite un negocio o marca. Además, son experimentaciones digitales que pueden generar grandes composiciones y ser bastante atractivas para elaborar mensajes.

**Illustrator.-** Es un programa de vectores. Su principal uso es para hacer ilustraciones, caricaturas, diagramas, gráficos y logotipos. A diferencia de las fotografías o imágenes de mapa de bits que se forman por pixeles, Illustrator usa ecuaciones matemáticas para hacer cualquier forma. Esto hace que los gráficos vectoriales sean escalables sin pérdida de resolución.

Ventajas de los gráficos del vector

Escalable sin pérdida de resolución

Las líneas son nítidas en cualquier tamaño

Impresión en alta resolución

Disminuir el tamaño del archivo

Bueno para dibujar ilustraciones

## Desventajas de los gráficos vectoriales

Los dibujos tienden a verse planos y son dibujos animados....

### **2.1 CREACIÓN DE LAS ESCUELAS DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN**

La máxima preparación intelectual es deseable para cualquier profesión, y aspirar a ella es un noble propósito. Es por ello que se desarrolló y de desato un énfasis en la creación de las escuelas de periodismo, que poco a poco ha ido haciendo historia alrededor del mundo.

#### **2.1.1 Primera escuela de comunicación**

La primera escuela de comunicación nace en Chicago, la cual se crea en 1933. Esto surgió porque el estado se interesaba en conocer los efectos que los medios de comunicación tenían cuando lanzaban imágenes que debían influir en todos los grupos sociales. También se basaban en el pragmatismo de Dewey y Mead (utilidad práctica, efectos y consecuencias). Aquí surge el concepto de Ciencias de la Comunicación Social, donde la comunicación es vertical y solo importa los efectos que causa midiendo los mismos a través de un proceso de cuantificación. Esta escuela utiliza una metodología etnográfica (Estudio descriptivo de las costumbres y tradiciones de los pueblos), que son como microobservaciones de espacios sociales sobre los que se producen monografías o radiografías, con historias vividas y observaciones participantes. Lo microsocial (se refiere a que se está estudiando la conducta específica de un individuo dentro de un grupo o de un grupo dentro de una sociedad) se expresa en la interacciones sociales de la vida cotidiana a partir del sujeto social. Destaca la experiencia personal del individuo. El aporte básico de la Escuela de Chicago fue el considerar a la comunicación no como la simple transmisión de mensajes, sino como un proceso simbólico mediante el cual una cultura se erige y se mantiene. De hecho, fue Charles Horton Cooley el autor de la primera obra que brindó un análisis moderno de la comunicación. <http://www.buenastareas.com/ensayos/Escuela-De-Comunicacion->



*De-Chicago/2294398.html/10-02-2014.*

### **2.1.2 Escuelas de comunicación en Europa**

El 17 de noviembre de 1941, la Vicesecretaría de Educación Popular fundó, por Orden Ministerial, la Escuela Oficial de Periodismo de Madrid, EOP, que dependió hasta el final de su existencia (murió para que naciesen las nuevas Facultades de Ciencias de la Información) de la Dirección General de Prensa.

En 1964 se iniciaron las enseñanzas en la Escuela de Periodismo, con sede en la Universidad de La Laguna, pero dependiente de la Escuela Oficial de Periodismo de Madrid. También en Barcelona existió, entre 1952 y 1963, una sección de la Escuela Oficial de Periodismo.

En el año 1971, por Decreto del Ministerio de Educación y Ciencia (al amparo de la Disposición transitoria segunda de la Ley General de Educación que reconocía el acceso de los estudios de Periodismo y demás Medios de comunicación a la Universidad), fueron creadas las primeras Facultades de Ciencias de la Información: Facultades de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. Además, también se reconoció oficialmente la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Navarra.

La Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de La Laguna, con estudios de sólo segundo ciclo, nació, junto con la de Sevilla, en 1989, año en el que se pusieron en marcha también los primeros másteres de periodismo.

*<http://www.ull.es/view/centros/cci/Justificaciondeltitulo/es/> 10-02-2014.*

### **2.1.3 Escuela de comunicación en América Latina**

Aquí también empieza a predominar la necesidad de profesionalización en este campo.

*La Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela fue la primera institución de estudio superior universitario creada con la finalidad de*



Universidad de Cuenca

profesionalizar a los periodistas venezolanos. Desde su fundación en 1946 se ha convertido en la vanguardia organizada del conocimiento relacionado con la disciplina de las comunicaciones sociales. La institución, en su funcionamiento y a través del tiempo, además de transmitir conocimiento se ha convertido en un centro importante de investigación y de producción de saber de primer orden.

*Facultad de comunicaciones de la Universidad de Antioquia- Medellín Colombia.*

En octubre de 1960, y por Ordenanza N° 26 de la Asamblea Departamental, se solicita a la Universidad de Antioquia la creación de una Escuela de Periodismo, con la finalidad de formar personal idóneo para el ejercicio de la profesión periodística, según recomendaciones de la Conferencia Interamericana de Prensa, promovida por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo y Comunicación para América Latina (CIESPAL) y reunida en Quito, en mayo de ese año. Una de las principales preocupaciones de la Conferencia fue la consideración y estudio de pensum, a nivel universitario, para las Escuelas de Periodismo. A esta reunión asistió el periodista y director de EL COLOMBIANO, Fernando Gómez Martínez, quien estimuló esta fundación Mediante el Acuerdo N° 4 del 5 de diciembre de 1960, el Consejo Superior de la Universidad creó la Escuela de Periodismo, bajo la dependencia de la Facultad de Educación, con un plan de estudios de tres años. Posteriormente, y después de una evaluación realizada por profesores de la Universidad de Texas, se cambiaron algunas de las asignaturas del pensum.

En 1965, y según el Acuerdo N° 11, del 11 de marzo de 1965, se cambia el nombre de Escuela de Periodismo por el de Escuela de Ciencias de la Comunicación, y se proponen los siguientes objetivos: brindar formación moral, intelectual y práctica de profesionales en las diversas ciencias de la comunicación colectiva; elevar el nivel cultural de quienes desempeñan actividades de comunicación con el público y propender por el mejoramiento, en todos los campos de los sistemas de comunicación con el público.



Universidad de Cuenca

<http://www.udea.edu.co/portal/page/portal/SedesDependencias/Comunicaciones/B.InformacionFacultad/A.QuienesSomos/> 10-02-2014.

Según la *Escuela de Comunicación Pública de la Universidad de Puerto Rico* se estableció en 1972 con un Programa de Maestría en Artes con especialidad en Comunicación Pública. A partir de 1977, se desarrolló el programa de Bachillerato, orientado esencialmente a formar profesionales de excelencia para los medios de comunicación social. El Programa de Maestría presenta dos áreas de especialidad: Periodismo y Teoría e Investigación. En el Programa de Bachillerato se ofrecen concentraciones en tres áreas: Relaciones Públicas y Publicidad, Comunicación Audiovisual e Información y Periodismo

Mientras que en Argentina, *La Facultad de Periodismo y Comunicación Social*, como tal, nace el 24 de octubre 1994. Los estudios sobre esta apasionante carrera en la ciudad de La Plata se remontan algunos años más atrás, a los albores de 1934.

En abril de 1954, el Consejo Superior resolvió auspiciar el funcionamiento de una Escuela de Periodismo en la UNLP. Para ello dispuso designar una Comisión con el fin de elevar un proyecto de organización y funcionamiento, compuesta por el fundador Manuel Elicabe el director de entonces, Saverio Redoano y Miguel Ángel Escalante.

En septiembre de ese año, el Consejo aprobó el proyecto respectivo y con él, la creación de la Escuela de Periodismo de la UNLP.

<http://www.perio.unlp.edu.ar/node/18/> 10-02-2014.

*Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá*, con algunos antecedentes en 1949 es constituida la primera ESCUELA DE PERIODISMO del país, (Colombia) siendo Decano de la Facultad de Filosofía el padre Ángel Valtierra, S.J. A partir de esta época las clases de la carrera de Periodismo se inician en horario diurno, con una duración de dos años y con el reconocimiento del carácter profesional de los mismos.



La carrera de Periodismo comprendía cuatro ciclos de materias:

- CULTURA GENERAL
- CIENCIAS JURÍDICAS
- PERIODISMO
- RADIODIFUSIÓN

<http://issuu.com/chasqui/docs/historia-de-las-escuelas-de-periodismo/> 10-02-2014.

#### **2.1.4 Historia de las escuelas de comunicación en Ecuador**

La Universidad Central del Ecuador creó en el año 1944 el primer curso libre de periodismo, a cargo del profesor Emilio García Silva. El 8 de marzo de 1945 la Asamblea Constituyente aprobó la creación de las escuelas de periodismo en las Universidades de Guayaquil y Quito. Tuvo vigencia legal el 22 de junio de 1945, mediante la publicación del registro oficial No. 315 Pág. 2610.

<http://facsoblogsm12.wordpress.com/2012/02/14/ff/> 18-02-2014.

La evolución de los medios de comunicación social, así como la demanda de profesionales para el mercado, motivaron la preocupación de formar profesionales a nivel superior. Con esto en mente, un grupo de periodistas tomó la iniciativa e inauguró los primeros cursos libres de periodismo en Quito, acogéndose a los ciclos de Extensión Cultural de la Universidad Central.

Posteriormente, los directores de estos cursos encabezaron un movimiento que culminó con la creación de la Escuela de Periodismo, el 8 de marzo de 1945, mediante decreto legislativo de la Asamblea Nacional Constituyente. El entonces Presidente de la República, Dr. José María Velasco Ibarra, firmó el acuerdo el 17 de mayo de 1945, que consta en el Registro Oficial N. 315, página 2610, del 22 de junio del mismo año.

Cuando fue creada la Escuela formó parte de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad Central del Ecuador. En 1963, con el propósito de crear una institución que se adapte a los requerimientos de la



Universidad de Cuenca

moderna comunicación, se transformó en la Escuela de Ciencias de la Información, adscrita al Rectorado y con autonomía frente a las demás Facultades.

El 5 de febrero de 1985 el H. Consejo Universitario aprobó la creación de la Facultad de Comunicación Social, cambio que reflejó la necesidad de entender a la comunicación como un proceso racional de interacción entre los sujetos sociales, un proceso que motive y oriente la participación, la reflexión crítica y el diálogo. <http://www.uce.edu.ec/web/comunicacion-social/historia/> 18-02-2014.

### **2.1.5 Historia de la escuela de comunicación en Cuenca**

*La Escuela de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad de Cuenca* fue creada en el año de 1971, como especialidad de Ciencias de la Información, adscrita a la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad de Cuenca.

La iniciativa de su fundación se debe a unos pocos intelectuales que advierten la necesidad de preparar académicamente a los periodistas azuayos que hasta ese momento ejercían una destacada labor periodística, por su combatividad en el contexto nacional. Entre los forjadores de una nueva línea académica universitaria se cuentan: El Dr. Hugo Ordóñez Espinosa, Dr. Efraín Jara Idrovo, Dr. Francisco Estrella, Dr. Francisco Álvarez y el periodista Licenciado José Edmundo Maldonado.

Fue el origen de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Social, su acto fundacional. Más esta idea fue posteriormente aprovechada por los medios de comunicación que juzgaban adecuado para su finalidad contar con elementos de preparación universitaria en sus objetivos de periodismo.

Durante los primeros tiempos se impartió contenidos humanísticos. La formación técnica fue escasa, pero se incluye desde sus primeros años de nacimiento en su pensum, asignaturas relacionadas con la Investigación de la Comunicación,



Universidad de Cuenca

Periodismo Radiofónico, Relaciones Públicas, Teoría de la Comunicación, Periodismo Informativo. En años próximos introduce Cine y Televisión.

En la década de los 70 se da una agitación social en el ámbito Latinoamericano y en consecuencia tiene su fuerte influencia en el campo de la Comunicación Colectiva. La Investigación en Comunicación cobra su fuerza y diversidad de formas en el Audiovisual, la Política Internacional, Comunicación y Política, Publicidad y Marketing. Así como el Análisis de Contenidos se aplica en todos los campos de la comunicación, en tiras cómicas y revistas especializadas.

Esta forma de análisis se encamina por el contenido latente (no manifiesto). La investigación incide, además, en el análisis de estructuras de concentración del poder de la comunicación, tanto nacional como transnacional: propiedad, influencia, financiación, etc.

En forma simultánea se replantean los derechos de la información y desde una nueva concepción de la noticia se proponen alternativas teóricas y prácticas en materia de comunicación. Mientras en toda Latinoamérica se plantean líneas propias, metodologías y técnicas de investigación de la comunicación, aquí estamos comenzando. Nuestro pensum es el resultado de la consulta a otras universidades ecuatorianas, abarca cuatro semestres y extiende títulos de Licenciados en Ciencias de la Información.

En nuestro país en estos años, la radio progresaba y tenía su espacio en los públicos de la comunicación colectiva. El cine por sus dificultades técnicas y financiera, no ha podido desarrollarse como en otros países. Es la primera etapa de los periodistas forjados en la Universidad Central y extranjeros. Se comienza a advertir que el área de su especialización poco o nada tiene que ver con los objetivos y fines que son propios de la Facultad de Filosofía y Letras a la que nació adscrita.

La escuela ha vivido desde sus inicios cambios curriculares, dos reformas respaldadas por la valiosa colaboración de profesores de la Universidad Central, y



Universidad de Cuenca

la investigación permanente de todas las partes que integran el proceso de la Comunicación Colectivas mediante esta actividad mantienen una crítica-constructiva que se enmarca en el análisis del mensaje de la línea de los más progresistas teóricos y estudios de la comunicación, en particular, Daniel Prieto Castillo, para quien el pueblo es lo más importante.

*Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Azuay.* La Facultad de Filosofía, durante el decanato del Mgst. Joaquín Moreno, en búsqueda de abrir nuevos perfiles y llenar viejos espacios, empezó a trabajar en el proyecto de lo que hoy es la Escuela de Comunicación Social, pero que en un inicio se planteó como la Escuela de Comunicación, Lingüística y Literatura. Por gestiones del Dr. Claudio Malo ante la agregada cultural de la embajada de Estados Unidos, se consiguió que los profesores Marco Tello y Joaquín Moreno fueran invitados a conocer 7 escuelas de comunicación en los Estados Unidos. En estas visitas recopilaron información sobre los modelos allá desarrollados, y es así como, poco a poco, tomó forma una escuela que desde un principio manejó un abanico amplio de posibilidades en el área comunicacional, y es así que en octubre de 1991, la escuela abrió las puertas a su primera promoción.

<http://www.uazuay.edu.ec/publicaciones/UV-46.pdf> 18-02-2014.

## **2.2 PERFIL PROFESIONAL DEL PERIODISTA**

Un periodista es la persona que se dedica profesionalmente al periodismo, en cualquiera de sus formas, ya sea en la prensa escrita, fotografía, radio, televisión o medios digitales. Su trabajo consiste en descubrir e investigar temas de interés público, contrastarlos, sintetizarlos, jerarquizarlos y publicarlos. Para ello recurre a fuentes periodísticas fiables y verificables. Así elabora sus artículos, que pueden tomar varias formas para su difusión: oral, escrita, visual.

Existen varios principios que guían la labor del periodista, el principal de los cuales es el respeto por la verdad. En general, se considera buen periodista al que



Universidad de Cuenca

consigue información relevante, breve y exacta en el menor tiempo posible, esto en términos generales de lo que sería el perfil de periodista.

Pero hoy nos encontramos frente a un periodismo digital vanguardista que contempla un perfil diferente que integre actividades en una sola persona y sea efectiva. Para el periodista Ignacio Negri, en su artículo “El periodista digital, como artesano de información”, publicado en el 2do. Foro de periodismo digital en Rosario, Argentina, afirma que el periodismo digital requiere que el periodista sea también un gran seleccionador de imágenes, conozca portales, blogs de imágenes de libre circulación, sepa manipular cámaras digitales y tenga conocimiento de programas de edición. Es decir un profesional multitareas.

Una persona que, publique lo más pronto posible su información y la distribuya a través de los diversos canales que le proporciona la plataforma en internet.

Un perfil básico de periodista o comunicador digital sería el siguiente según Negri:

- Que tenga estudios universitarios de periodismo y comunicación.
- Que domine dos o tres idiomas a nivel intermedio.
- Nativo digital con un gran gusto por probar nuevos dispositivos.
- Con dominio de paquetes de ofimática<sup>2</sup>, navegación y búsquedas avanzadas.
- Con experiencia en la gestión de contenidos digitales.
- Que posea conocimiento en la edición de noticias en línea.
- Manejo básico de fotografía, audio y vídeo.
- Que sepa utilizar sistemas de edición y actualizaciones.

En esto coincide Wilmer Prado exdirector de noticias de Unión Televisión, indica que el profesional en periodismo debe tener ímpetu de informar a la ciudadanía y esto, por los diferentes medios, como: Facebook, YouTube, Twitter y considera

---

<sup>2</sup> Ofimática es un acrónimo compuesto por los términos oficina e informática. El concepto, por lo tanto, hace referencia a la automatización de las comunicaciones y procesos que se realizan en una oficina



que las redes sociales son importantes para la información, si bien señala que lo tradicional del periodismo no se puede descuidar, enfatiza en que el nuevo profesional debe saber, editar, tener afinidad de programas de audio, locución y mucha agilidad con estas herramientas. Mientras que Jhonny Guambaña coeditor de Diario El Tiempo indica que el perfil profesional encierra, responsabilidad, redacción, iniciativa para la elaboración de noticias, estar enterado de lo que sucede en su entorno y en cuanto a redes sociales considera que el nuevo periodista ya tiene conocimiento al respecto porque tiene que adaptarse.

Así para el periodista José Luis Orihuela de Ecuaderno (blog), considera que el nuevo perfil de los comunicadores profesionales enfatiza las destrezas referidas a la búsqueda, localización, procesamiento y redistribución de información mediante cualquier plataforma y lenguaje. Las nuevas plataformas conllevan nuevos lenguajes y nuevas formas de trabajo. Los periodistas digitales como mínimo deben dominar las aplicaciones en línea denominadas software social y afirma que un buen periodista digital debe ser diestro en el manejo del lenguaje adecuado a cada plataforma y debe ser capaz de explicar lo que pasa, con la misma solvencia, en cualquier medio. Es decir que el periodismo, en sus bases teóricas, sigue siendo el mismo, las funciones y responsabilidades del periodista no han cambiado pero se enfrenta al surgimiento de un nuevo medio con una plataforma que permite la convergencia de los instrumentos periodísticos para informar.

Para el Licenciado Jorge Piedra director de noticias de Radio La voz del Tomebamba señala que el perfil del periodista es ser honesto y comprometido con la sociedad y debe seguir las técnicas sin dejar atrás las tecnologías, es así que expone que Twitter y Facebook es una de las cuentas más consultadas con respecto a su medio, cuenta con 50000 seguidores ya que de esta manera



informan rápidamente por ello hay dos personas que se encargan de esta área prácticamente las 24 horas.

También Jenny Jimbo directora de noticias de Telerama indica que el perfil del que se requiere en su institución es de comunicador o periodista y la exigencia para el profesional es que no puede quedarse atrás en el avance de las tecnologías y que hay que ir innovando acorde a las necesidades que se presentan en Facebook y Twitter, incluso acepta que en un futuro inmediato se requerirá trabajar con más personal en la página web y redes sociales “todos digitalizados con tecnología HD y redes sociales”

Con estas características pueden realizarse comparaciones técnicas del perfil del periodista digital y el perfil del periodista tradicional. En realidad los dos deben fusionarse por que no puede soltarse el uno de la mano del otro. Entonces parte de las características del buen profesional del periodismo es dotarse de conocimiento adecuado respecto los temas y mantener una actitud crítica.

Según el director del Consultorio Ético de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, Javier Darío Restrepo, estas son las 10 características fundamentales que debe tener todo buen periodista, de las cuales destacó que la más importante es la de ser buena persona:

- Ser un líder social
- Ser buena persona
- Ser un lector empedernido
- Ser recto y audaz
- Ser capcioso y ágil
- Ser curioso
- Tener ojo crítico
- Ser investigador

- Ser sobrio al redactar
- Ser humilde

Entonces según los criterios de los profesionales concluimos que el periodista y comunicador digital debe tener conocimientos teóricos del periodismo y además ser un usuario multitarea que sabe de tecnología, tiene criterio, conoce las fuentes adecuadas en línea para recopilar información y se mantiene constantemente actualizado. Es decir debe ser un profesional con una amplia experiencia en la gestión de contenidos, la administración de cuentas sociales y habilidad en el aprendizaje continuo. Inclusive la auto preparación será fundamental porque hablar de formación académica es muy distinto al mundo del campo profesional en donde nos enfrentamos a muchos retos, con diferentes exigencias y alternativas en la comunicación.

Ante la dinámica de publicación en Internet, el perfil del periodista y comunicador digital es diferente al periodista que se dedicaba a recolectar información durante el día, pasaba el resto de la tarde escribiendo y al terminar su nota, el editor se daba a la tarea de revisar y corregir su escrito. Para Orihuela, no se trata de destrezas nuevas las del periodismo digital, sino de las destrezas de siempre bajo las exigencias que han planteado las tecnologías de la información.

### ***Desafíos técnicos y de producción***

El comunicador digital responde a mayores desafíos relacionados con la tecnología y la producción de información. La prensa escrita impresa para cubrir una noticia requiere de un fotógrafo para crear la imagen que acompaña el texto, un reportero que se encarga de realizar las entrevistas necesarias y redactar la noticia, luego un editor que revise y autorice la publicación. Finalmente la diagramación y el proceso de impresión.



Pero el periodismo digital contempla un perfil diferente que integra estas actividades en una sola persona y sea efectiva. Una persona que, utilizando un dispositivo móvil y una conexión a internet, publique lo más pronto posible su información y la distribuya a través de los diversos canales que le proporciona la plataforma. <https://periodismointegrado.wordpress.com/tag/convergencia-de-medios/28-03-2014>

### ***Práctica constante y curiosidad***

Para la periodista Sandra Crucianelli es fundamental adquirir habilidades en búsquedas eficientes y manejar los recursos en línea con pericia, más que una curiosidad, debería ser una materia obligada de estudio, comprensión y práctica en el campo del periodismo. En la actualidad, las escuelas de comunicación y periodismo se han dado cuenta de la importancia de la tecnología como parte del pensum de estudios.

“Sin embargo, muchos de estos conocimientos se adquieren a través de la práctica constante, la curiosidad por parte de los comunicadores y periodistas de comprender el medio. Si eres estudiante, comunicador o periodista y te interesa tener el perfil adecuado para la gestión de un medio en Internet, empieza por lo básico” indica, y sugiere

- Suscribirse a medios digitales que informen sobre las tendencias del medio.
- Abrir un blog para practicar lo que va aprendiendo.
- Crear cuentas sociales.
- Interactuar con las comunidades.
- Comprar una cámara digital para tomar fotos y vídeo.



- Pero sobre todo: practicar, practicar y practicar.

Afortunadamente estas sugerencias son fáciles acogerlas puesto que en la actualidad los instrumentos para informar, comunicar o entretener son cada vez más accesibles.

<https://periodismointegrado.wordpress.com/tag/convergencia-de-medios/28-03-2014>

### ***Convergencia de medios***

Los cambios y tendencias tecnológicas en los medios de comunicación son significativos para los profesionales de la comunicación y el periodismo. Nuevas características surgen en el campo periodístico y se requiere que los periodistas estén capacitados con las habilidades técnicas para enfrentar los desafíos de los medios. El periodismo en Internet requiere profesionales multi-tareas que se mantengan actualizados de los hechos más relevantes y no sólo que los sepan, también que los cubran, escriban y publiquen en el menor tiempo posible.

Para el periodista Mark Briggs en su Facebook Periodismo 2.0 afirma que nunca ha existido un periodo que haya ofrecido tantas formas poderosas para contar historias y servir a los lectores con información. Si se ama el periodismo, se tiene que amar la opción de tener más herramientas a su disposición y más interacción con la audiencia y la proximidad de la desaparición de las tradicionales restricciones de tiempo y espacio.

En la actualidad, gracias a las nuevas tecnologías en Internet, el periodista tiene un abanico más amplio de modalidades comunicativas. Con estas modalidades, la noticia, el reportaje, el suceso se puede presentar en una estructura no lineal, más hipertextual y multimedia de respuesta directa. Algunos medios impresos han



Universidad de Cuenca

optado por dejar el papel y ofrecer un medio completamente interactivo en la red. Tal fue el caso del periódico más antiguo del mundo, que publica desde 1645, “Post Och Inrikes Tidningar” de Suecia que en el 2007 decidió dejar de imprimir y se mudó al Internet en el 2008. Es lo que indica Mark Briggs.

Por otro lado, la periodista Ana María Reyes estuvo a cargo de la re-ingenería de los periódicos El Heraldo y La Prensa de Honduras, realizando avances significativos en el periodismo digital dentro del medio. En dichos periódicos se capacitaron a los directores y jefes de redacción con maestrías en periodismo digital, también en el uso de las nuevas tecnologías de información. Reyes considera que lo más importante para estos cambios es la actitud, la apertura de los directores y periodistas para aprender las nuevas tecnologías, porque de lo contrario esto representaría una barrera importante.

Barreras que se pueden presentar en muchos casos pero hemos podido constatar que la mayoría están de acuerdo con el espíritu vanguardista en cuanto a las tecnologías y sobretodo las plataformas que ofrece el Internet

<https://periodismointegrado.wordpress.com/tag/convergencia-de-medios/28-03-2014>

### ***Retos y oportunidades para los periodistas y comunicadores***

El reto para los periodistas como en todas las profesiones es mantenerse a la vanguardia de los nuevos métodos para mejorar su trabajo: subirse a la ola de las nuevas tecnologías de la comunicación y familiarizarse con ellas. Quizás para los nuevos periodistas no sea tan complejo adaptarse, considerando que forman parte de una generación expuesta a las nuevas tecnologías, pero sin duda puede serlo para quienes se resisten al cambio y se niegan la oportunidad de aprender sobre

los nuevos métodos. Es por ello que el Licenciado Guambaña habla de un adaptarse a una redacción paralela, es decir tradicional y digital.

No importa lo mucho que cambie el mundo para la profesión del periodismo, muchas cosas estructurales no deben cambiar; como el corroborar la información que se publica, la investigación, la ética profesional, la formulación de preguntas difíciles y la búsqueda de la verdad. Pero hay otras que deben cambiar de manera inevitable; en particular, las herramientas del periodista contemporáneo.

John V. Pavlikm, en su libro “El periodismo y los nuevos medios de comunicación”, señala cinco áreas que cambiarán en la profesión del periodista, que son:

1. La recopilación y elaboración de informaciones.
2. El almacenamiento, indexación y recuperación de la información, sobre todo de los contenidos multimedia.
3. El procesado, la producción y la redacción.
4. La distribución y la publicación.
5. La presentación, la visualización y el acceso.

Todas estas características permiten una visión más amplia sobre los cambios trascendentales que sufrirá el periodismo tradicional y los cambios que se pueden observar en el medio de Internet.

El periodismo digital ha creado su propio estilo, haciendo uso de las nuevas tecnologías de la comunicación que nos proporcionan los servicios en internet. Con la crisis a la que se enfrentan los periódicos impresos y las grandes agencias de noticias, se puede imaginar un futuro diferente para los medios, una plataforma más económica, con profesionales capacitados para adaptarse al cambio y

nuevas formas de comunicarnos que convergen en una misma plataforma: el internet y sus posibilidades multimedia.

<https://periodismointegrado.wordpress.com/tag/convergencia-de-medios/28-03-2014>

### **2.3 El nuevo perfil del periodista**

Según Salaverría

El nuevo contexto en el que se desarrolla la actividad periodística ha provocado un cambio en la forma de llevar a cabo la profesión. La integración de los medios digitales y los medios de papel hace que sea necesario que los profesionales del periodismo estén al tanto de las nuevas herramientas y se encarguen de funciones que antes eran ajenas a su oficio. Estamos hablando de un nuevo perfil del periodista profesional.

<https://periodismointegrado.wordpress.com/tag/convergencia-de-medios/28-03-2014>.

La nueva situación del mundo de la información requiere unos profesionales que estén en contacto con todas las novedades que surgen en el mercado.

Un profesional en un medio integrado, debe acatar funciones que antaño se concedían a otro tipo de profesionales. Por ejemplo, editar sus propias noticias, maquetarlas, etc.

Esto obliga a los nuevos profesionales a adquirir conocimientos básicos en: diseño gráfico, lenguaje html, herramientas para subir vídeos realizados por el propio profesional, audios, programas de edición de audio y video, etc.

Además, Internet ha permitido a los medios conocer cuáles son los verdaderos intereses del público, las informaciones que más atraen, que más piden los



usuarios, teniendo la opción de comentar las propias informaciones publicadas por los periodistas. Esto supone otro cambio radical en la concepción clásica del periodismo. Ahora la audiencia tiene la palabra, tiene la posibilidad de opinar directamente, a la vista de todos los usuarios. En un medio impreso es algo imposible, no cabe la posibilidad de saber qué opina un lector al instante de leer un artículo. El intercambio de opiniones e información entre usuarios y profesionales es un hecho en los medios digitales. Por tanto, es otra de las cosas que el periodista debe saber y aprender a manejar.

Cualquier error cometido por un periodista a la hora de publicar una información puede ser inmediatamente corregido por algún usuario y eso es algo que debe evitarse, con los nuevos medios hay que seguir varias premisas:

*Rapidez:* En Internet las noticias se difunden con una velocidad asombrosa, conseguir la exclusiva es difícil, por eso hay que estar al tanto.

*Comprobar la veracidad:* El tamaño de la red y la posibilidad de que cualquiera publique cualquier cosa provocan muchas veces que se de crédito a noticias falsas. Muchos medios serios alguna vez han cometido el error de publicar rumores de internet. Es algo con lo que hay que tener cuidado.

En el blog Cobertura Digital se encuentra un breve resumen de las pautas que el profesor de la Fundación de Nuevo Periodismo Joan Fogel señala que todo periodista del siglo XXI debe seguir:

*Tus nuevas obligaciones están con la audiencia*

*Generar debates:* Internet es el medio de participación por excelencia. Su inmediatez, su facilidad de acceso y sus herramientas interactivas son el escenario perfecto para generar opinión, debates y desafiar a las audiencias a que se hagan parte activa de la información.



Universidad de Cuenca

*Coordinar comunidades online:* Estar al tanto de la interacción social en la red es fundamental para acercarse a las audiencias, sintonizarse con sus intereses y darles visibilidad. Saber aprovechar el potencial que ofrecen las comunidades online es una estrategia clave para mantener un sitio dinámico empujado por la energía de los usuarios.

*Bajarse del pedestal:* Internet ha terminado con la superioridad que los periodistas tenían frente a las audiencias. Hoy esta relación es horizontal, por eso, es necesario que los periodistas se liberen de su ego y aprendan a entender, valorar y aprovechar los intereses y la participación de las audiencias.

#### *Tus obligaciones con la convergencia y multimedia*

*Debes entender la base de los diferentes medios:* En el tema de la convergencia es clave que el periodista sepa identificar los puntos fuertes de cada medio para saber qué recursos puede aprovechar de cada uno de ellos

*Conocer la narración multimedia:* El periodismo online exige ir mucho más allá del texto. Hoy los usuarios necesitan contenidos con video, fotos, infografías, material descargable y enlaces a informaciones relacionadas. Para eso, se requiere tener muy claro los conceptos que exige la narración multimedia.

*Adaptarse a los ciclos de vida de la información:* El ritmo vertiginoso de la web exige que los contenidos circulen, se complementen, se transformen, se enlacen con gran rapidez y le den paso a otros productos más relevantes cuando sea necesario. Es una lógica muy distinta a la de los medios impresos donde la información queda estática una vez publicada.

*Asumir el rol de autor, editor y publicar su propio material:* La forma intuitiva en las que están diseñadas las herramientas web y la inmediatez que exige este medio, crean un escenario en el que una sola persona puede encargarse de todo el proceso de producción de contenidos.

#### *Tus obligaciones de seguimiento*

*Leer estadísticas de tráfico y datos de los usuarios:* Gracias a varias herramientas que existen en internet, los periodistas pueden tener una idea clara de cómo se



Universidad de Cuenca

comporta su sitio, cuántas visitas recibe, cuáles son los contenidos más apetecidos, que secciones y funcionalidades despiertan mayor interés y participación, entre otras. En general, las estadísticas que ofrecen sitios como Google, Analytics y Alexa permiten seguirle el rastro a las audiencias y conectarse con sus necesidades.

#### *Tu obligación de estar al día en la cultura digital*

*Entenderse con los equipos de desarrollo tecnológico:* Una de las barreras que enfrentan los periodistas que tienen algún emprendimiento web, es enfrentarse a un equipo de ingenieros que por motivo técnicos frenan sus iniciativas. Por eso, es importante que el periodista maneje los conceptos tecnológicos para tener argumentos a la hora de solicitar un recurso o una innovación.

*Sumergirse en la cultura digital 2.0:* Es imprescindible que un periodista web esté al tanto y participe activamente en redes sociales, canales de información, blogs, comunidades y sepa aprovechar las herramientas de la web 2.0 en sus labores diarias.

#### **2.4 Perfil del periodista puramente online**

Así como los periódicos online tiene nuevas características, los periodistas que trabajan en dichos medios deben prepararse para ocupar los puestos que demanda el nuevo medio. Y aun aquellos que no trabajan directamente en la edición en línea deben tener otros conocimientos la competencia es cada vez mayor. NAVARRO.

Para Jacques Arlandis, director científico del instituto de Telecomunicaciones del Audiovisual de Europa, todos los que están en la red tiene la oportunidad de ser periodistas, con la posibilidad de que ahora cualquier periodista tiene que redactar su información, grabarla e introducirla directamente en el sistema informático, se ha transformado la profesión sin ninguna duda. Los impresores, antes encargados de producir la copia, que había reemplazado a los tipógrafos tradicionales, han desaparecido en algunos países. La redacción, la habitación física donde viven los



Universidad de Cuenca

periodistas, se han sustituido por una redacción virtual, que existe en las redes telemáticas, pero el ciberespacio no será capaz de sustituir el trabajo del periodista. El usuario tendrá la necesidad de contar con alguien que le selecciones, informe, interprete y juzgue los hechos que acontecen en el mundo. La técnica puede ayudar eficazmente en el proceso productivo y en su transmisión, pero no sustituir a quienes se encargan de buscar las informaciones, seleccionirlas, valorarlas y comunicarlas. Explicito implícito Empírico.

## **2.5 La vocación e intereses profesionales por la comunicación social.**

Cuando una estudiante le pregunta a Javier Restrepo sobre el fin último del periodismo, él responde con lo que podría convertirse en una guía para todo profesional de la noticia: “Proporcionar información pública sobre hechos que conciernen a todos e indirectamente convocar a participar en las tareas de bien común. Además, previene sobre amenazas y peligros, señala el ejemplo de los buenos ciudadanos, pone en común los problemas y proyectos de la sociedad, difunde sus acciones y denuncia lo que está mal”. Es brindar información procesada hasta convertirla en conocimiento útil para la sociedad. Y algo más: el periodismo es vocación y misión, pero es ante todo pasión por la verdad. La verdad más allá de todo interés lucrativo o partidario es el fundamento sobre el cual Javier Darío Restrepo, nacido en Colombia, cimenta su ética laboral. *Klappenbach, Lorena Clar. <http://www.revistacriterio.com.ar/cultura/el-periodismo-como-vocacion/> 18-05-2014.*

“El amor a un periodismo de calidad se sustenta en una fuerte valoración de la verdad y un profundo anhelo de libertad y de justicia. Ese es nuestro sesgo profesional, que tenemos que saber o aprender a conciliar con las aspiraciones y deberes de los otros actores sociales, de manera que todos juntos, en sintonía y con respeto mutuo, podamos servir al bien común.”



Con esta frase podemos iniciar o dar a conocer lo que en verdad es la vocación por el periodista, la vocación por impartir la información, el rose con la sociedad, el mismo hecho de ser o hacer partícipe a las sociedad es lo que puede caracterizar ser un verdadero periodista, lo que el público desea es un periodista objetivo ya que si no existe esta condición no podrá alcanzar la credibilidad, pues se podría decir que es una parte fundamental en la rama del periodismo quizá no basta solo portar una grabadora en caso trabajar en radio, o una cámara y micrófono en caso de la televisión o portar una agenda para el periódico, la vocación por el periodismo va mucho más allá de la preparación y de la experiencia.

La curiosidad por hechos informativos, la osadía y su compromiso con el público hacen que el periodista se entregue a diario con toda la entereza posible para obtener una credibilidad o veracidad adecuando y poniendo en práctica todo su intelecto, a la realidad que está viviendo.

Entonces inmiscuirse en la sociedad le conlleva a periodista a mostrar una realidad vivida y palpable a la cual no podrá dar una falsa información.

“El periodista tiene que asumir una responsabilidad personal por el trabajo que realiza, sea cual fuere el tiempo y el contexto en que le toque actuar y cada época tiene sombras, pero también luces.” GRONEMEYER  
[http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0049-34492003000100003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0049-34492003000100003&script=sci_arttext)  
18-05-2014

Citaremos algunas de las características que deben poseer un profesional de la información pues es importante tomarlo en cuenta al momento de cursar los estudios en las aulas universitarias.

“Actitudes, habilidades y conocimientos adecuados son los ingredientes necesarios para el buen ejercicio en cualquier profesión. La clara identificación del bien intrínseco de una profesión y el poder acceder a los medios materiales



Universidad de Cuenca

suficientes como para que la actividad se oriente hacia dicho bien intrínseco, suscita que los profesionales sientan la vocación. En el caso del profesional de la información, que su desempeño laboral se inserta en una inevitable relación con otros (usuarios de información. Es necesario asegurar un tiempo mínimo para desarrollar valores que garanticen una futura comunicación con el destinatario final de lo que se ofrece) servicios de información.” *GRONEMEYER*.

Es claro que algunos valores que llevan las personas y que de hecho deben acoplarse al periodismo o al momento de información, pues los valores lo adquirimos en los hogares y lo fortalecemos en las aulas pero se fortalece en las aulas no porque se estén olvidando si no porque al momento de salir de la universidad encontraran varias obstáculos que le llevaran a tomar una decisión, es por ello que se preparan mejor para elegir la correcta. Un periodista debe seguir su instinto de informar y tener presente que siempre ese profesional se debe a la sociedad.

“Un hombre que crece en familia, célula principal que matiza y condiciona su edificación personal, se vincula conscientemente a diversos procesos de enseñanza que constituyen un elemento de categoría en su formación, y pasa por diferentes etapas, desde la educación primaria a la secundaria, media y, por último, la superior o universitaria.”

La diferencia entre el la vocación y el amor “consiste en que con el amor se siente atracción por una persona; con la vocación se siente atracción por ejercer una actividad”. *GRECO* <http://zona612.blogspot.es/1407724420/vocacion-nada-facil-de-encontrar/>. 19-08-2014.

Un proceso de la personalidad que se va conformando a partir de las motivaciones, e intereses que genera la constante práctica social; y que de manera cultural y afectiva, en un momento dado, conforme a la experiencia o a la información del medio, nos impulsa a desarrollar una especialización productiva.

Para llevar una profesión con éxito siempre es necesario la vocación la experiencia con el pasar de los días harán que adquieran mayor conocimiento y aprecien más su profesión.

“La comunicación establecida a través del internet podría considerarse como una comunicación comunitaria evolucionada, que recoge herramientas tecnológicas para cumplir su objetivo de participación activa de sus miembros y que, a través de la inmensidad de información disponible, permite que las personas obtengan datos y planteen discusiones acorde a sus intereses.”  
*<https://tucomunidadinfo.wordpress.com/tag/comunicacion-comunitaria/>. 2012*

“Al usar redes sociales, blogs, escribir o leer cualquier cosa en un sitio web, se está generando comunicación.”

“Todos como sujetos comunicativos tenemos como reto del siglo XXI usar las nuevas tecnologías como un medio para ejercer el derecho de la comunicación, en este caso, acorde a intereses comunes que generen un beneficio social.”

## **2.6 Los campos o áreas de estudio en comunicación:**

### **Humanística**

La carrera de Comunicación Social se caracteriza por desarrollar resultados de aprendizaje con el debido soporte de conocimientos, reflexiones y aplicaciones en el marco de la teoría de la comunicación social y los medios de comunicación de masas para que adquieran experticia en el manejo de las técnicas y herramientas de la comunicación, con el fin de formar profesionales con experiencia en la gestión de la comunicación en los diversos campos que se desarrolla, sobre sólidas bases de conocimientos teóricos, científicos y metodológicos, para impulsar el buen vivir, la obediencia a la democracia, considerando que el país requiere una comunicación ética, técnica, científica, multicultural y multirracial.



Universidad de Cuenca

El comunicador graduado optara por apegarse a la verdad, apegarse a los valores como persona y comunicador que le permitan discernir los sucesos ocasionados en la sociedad o por la sociedad.

Conocerá y maneja técnicas y herramientas tecnológicas para crear nuevas directrices en torno a la comunicación para una sociedad más humana y más sólida.

### **Básica**

Tener conocimiento de redacción, capacidad de informar, conocimientos básicos en tecnología, valores establecidos y vocación por la carrera.

Pasión por la investigación.

Desarrollo creativo para fomentar sus habilidades y destrezas.

Tener siempre presente que la labor de un comunicador es servir a la sociedad, estar siempre pendiente de ellos y su progreso social, en constante contacto.

### **Profesional**

La carrera de Comunicación ha sido diseñada para formar profesionales con una visión propia de las diferentes teorías de la comunicación, capacidad investigativa y dominio en el manejo de las metodologías, lenguajes, códigos, herramientas y técnicas de la comunicación social actual, para aplicarlas con creatividad y profesionalismo tanto en el ejercicio del periodismo, como de la comunicación organizacional, la comunicación educativa, la publicidad y el mercadeo. [http://www.uazuay.edu.ec/servicios/facultades/pensum\\_sis\\_nuevo.php?id=NX^FQTF%3C;BFA?](http://www.uazuay.edu.ec/servicios/facultades/pensum_sis_nuevo.php?id=NX^FQTF%3C;BFA?;); 20-05-2014.

Se caracteriza por desarrollar los contenidos y destrezas que materializan el quehacer teórico-práctico propio de la profesión. <http://www.uce.edu.ec/>. 22-05-2014



Universidad de Cuenca

El Licenciado (a) en Comunicación Social tendrá la suficiente formación cultural, científica y técnica que le permitirá un manejo ético de la comunicación. <http://www.utpl.edu.ec/>.21-05-2014.

### **Científico**

Utilizar correctamente las nuevas tecnologías de la información y comunicación TIC'S y multimedia. <http://www.unach.edu.ec/>. 05-06-2014

El/la profesional de la Comunicación Social dominará las bases técnicas de producción audiovisual y escrita, ya sea que trabaje como director, productor, editor, reportero, presentador de noticias, locutor y demás tareas de periodista con creatividad. UTPL

Aplicar el método de la investigación científica, los métodos de trabajo profesional y las técnicas propias de la comunicación social, para la comprensión, análisis, interpretación, elaboración y valoración de mensajes y sistemas de significación vigentes en la cotidianidad, que contribuyen a la solución de problemas que se presenten en el ejercicio de la profesión que son objeto de investigación en su campo de acción y esfera de actuación a nivel local, regional, nacional e internacional. *Universidad Central de Quito*

La Carrera de Periodismo de la Escuela de Comunicación forma profesionales con una sólida base teórica, práctica y metodológica de carácter científico; capaces de comprender, analizar y sintetizar información y conocimiento a través de la narrativa periodística y del uso de las nuevas tecnologías de la información; competentes para investigar y elaborar, con fundamentos éticos, soluciones comunicacionales al servicio de la sociedad. <http://www.ucuenca.edu.ec/>. 23-06-2014

## 2.7 La formación teórica y la formación práctica

La evolución del concepto *formación profesional* se ha abordado desde diferentes perspectivas. La mayoría de los autores concuerdan en que es un proceso mediante el cual se crea un profesional con una preparación profunda para que, una vez culminada su carrera, resuelva con eficacia, independencia y capacidad creadora los problemas más generales y frecuentes en su quehacer laboral.

El desempeño laboral tendrá que ver mucho con el tipo de aprendizaje que a recibido y sobre todo hacia qué materia ha mostrado mucha afinidad, un estudiante que no está preparado para enfrentar o competir con los profesionales que ya tienen años de trayectoria sin duda alguna que será una barrera para obtener un trabajo y mucho más desempeñarlo con exitoso.

A los efectos de la presente contribución, se define la formación profesional como el “proceso mediante el cual se adiestra al estudiante para la adquisición de conocimientos e información y el dominio de las nuevas tecnologías, donde se forma en el más amplio sentido intelectual y curricular, en la integración de la producción y la investigación, para que –concluida su carrera– sea capaz de resolver con eficacia, independencia y capacidad creadora, los problemas más generales y frecuentes de su quehacer laboral” (González Pérez Y. Influencia de la formación profesional recibida por los estudiantes de las carreras universitarias en sus hábitos de lectura. Observaciones no publicadas). [http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol14\\_5\\_06/aci07506.htm](http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol14_5_06/aci07506.htm). 02-06-2014

En las aulas catedráticas se habla del valor o el sentido de la comunicación o en tal caso el interés por el periodismo en mucho de los casos se pregunta al estudiantado; ¿en verdad les gusta esta carrera?, o ¿porque la siguen?, el caso es que el estudiante es consciente de lo que quiere ser entra a la universidad lleno de ilusiones de tal vez llegar aprender a locutor o a narrar un encuentro de futbol, o



Universidad de Cuenca

quizá aprender mucho de derecho, o ser un excelente camarógrafo o editor, en mucho de los casos se escucha que compañeros mencionan que se dicta tanta materia desde primer ciclo hasta 6 ciclo y todavía no saben lo que es locución sin embargo ya recibieron radio o no saben hacer buenas tomas pero ya aprobaron el ciclo de televisión, o se habla de política sin ni siquiera saber que es el derecho a la comunicación o para que se preparen en las aulas sé que es muy duro y cruel y quizá se vea desde un solo punto de vista el practico pero la universidad no enfatice en lo que necesariamente está cursando o el mercado laboral por el cual atraviesa la comunicación.

“La formación del profesional de la información, por la función que tiene como facilitador de los medios de información y la comunicación del conocimiento en la sociedad, debe asumir este reto. Aunque en la universidad se recibe un joven casi hecho, no es menos cierto que, como enseñanza definitivamente superior, presenta una función determinante en su instrucción y educación. La universidad es la responsable de graduar a un profesional apto para transformar al mundo en una humanidad mejor.”

“Se habla de un profesional que sea protagonista de los procesos de aprendizaje y adquisición de conocimientos, sometido a una constante ruptura con los esquemas anteriores de comunicación, y que se convierte en eje fundamental de los accesos que se crean. Cada vez, adquiere más importancia entregar y cómo entregar aquello que es realmente valioso, de manera que los recursos para el aprendizaje y la generación de nuevos conocimientos no se aparten nunca de las premisas antes expuestas. Para eso, la formación del profesional no puede basarse en una formación netamente académica, sino en una cimentación integral, donde los valores se identifiquen, asimilen y asuman como agentes activos en los cambios sociales.”

*[http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol14\\_5\\_06/aci07506.htm](http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol14_5_06/aci07506.htm). 02-06-2014*



"Periodista es aquel que como ocupación principal, de forma productiva o dispositiva, recoge información, la valora y la trabaja, analizándola, comentándola o simplemente comunicándola, y que, o bien la difunde por medio del sonido de un texto o de una foto a través de un medio de comunicación, o bien la entrega a un medio ya lista para su difusión".

*[http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/latina\\_art96.pdf](http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/latina_art96.pdf). 10-07-2014*

“La Universidad debe tener la habilidad de desarrollar unas materias y unas líneas de aprendizaje lo más apegadas a las necesidades reales, que, en primer término, hay que averiguar, así como todos debemos adaptarnos a ellas. Aún distinguiendo entre la capacidad profesional y la investigadora, que han de ser complementarias, con el propósito de hacer rentables las dos en la medida de lo posible, es claro que hemos de adecuar y de amoldar la docencia a lo que existe en el mercado, a sus demandas, a su realidad cotidiana. No olvidemos tampoco que el perfil curricular no se queda en la enumeración de las asignaturas, sino en las proyecciones reales de sus nomenclaturas.”

*<http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10761/TomasFrutos.pdf;jsessionid=DE D2F3242781CE040FEBC60BF462707E.tdx1?sequence=1>. 24-07-2014.*

“Aun no buscando resultados perfectos hemos de perseguir la excelencia y el fomento de algo tan intangible como necesario: la ilusión por el desempeño ético de una profesión que ha de establecer la virtud en el equilibrio entre la técnica y la humanidad. Nos debemos a ello, y, en ningún caso, hemos de renunciar a esa convergencia.”

*<http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10761/TomasFrutos.pdf;jsessionid=DE D2F3242781CE040FEBC60BF462707E.tdx1?sequence=1>. 24-07-2014.*

“Hoy, la formación de este profesional se basa principalmente en la instrucción de las competencias intelectuales y las destrezas que debe adquirir el estudiante



Universidad de Cuenca

mediante un conjunto de asignaturas que intentan explicar hechos históricos y actuales, que forman habilidades e intereses, con una formación de valores de carácter implícito en la instrucción, donde ocupa el lugar determinante el profesor como eje conductor de esta formación.”

“De cara al siglo XXI, la profesión del comunicador social se ha convertido en una mezcla de muchas tintas: por un lado el periodismo impreso coexiste con el audiovisual y, por el otro, toma fuerza el medio digital que une la tradicional prensa, radio y televisión con un mundo donde los átomos y los dígitos permiten la interactividad, la inmediatez, la consulta a bases de datos, la compra desde el anuncio y otras muchas opciones que exigen del periodista unos cimientos formativos sólidos para cumplir con el nuevo rol”. GRECO, <http://zona612.blogspot.es/1407724420/vocacion-nada-facil-de-encontrar/>. 19-08-2014.

Al hablar de la formación teórica y formación práctica en la comunicación deberíamos tomar en cuenta los distintos puntos de vista por los cuales está atravesando la carrera de comunicación si bien es cierto la tecnología ha innovado el campo de trabajo u ocupacional para el periodista, es necesario tomar en cuenta que, “las facultades de Periodismo siguen, en su mayoría, aferradas a planes de estudio un tanto desfasados y escasamente dinámicos, que no atienden a las demandas actuales del mercado ocupacional.”

“Lo cierto es que, en la actualidad, la conformación de desafíos y retos en la formación del comunicador social del siglo XXI se sustenta en la posibilidad de transferir conocimientos y experiencias, orientadas a fortalecer los saberes de los educandos en el área de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), pues allí está el nuevo campo de trabajo y el mayor reto que deberán emprender quienes hoy están formándose en las distintas escuelas de



Universidad de Cuenca

comunicación social. Afortunadamente, las tecnologías de la información permiten un desarrollo personal, profesional y social de mayor calidad, pero, al mismo tiempo, no se debe olvidar que se están convirtiendo en un germen de separación y exclusión social.”

Quizá lo que se menciona anteriormente está casi más cerca de la realidad sin embargo no es fácil para las escuelas de comunicación dar un saldo inmediato hacia el manejo absoluto de la tecnología que significaría dejar de lado los aportes humanísticos que estaría presente en el caso de la comunicación, pues la resistencia por el cambio quizá no es solo por parte de los docentes si no el mismo hecho de adaptarse a una nueva forma de enseñanza conlleva a preparar y auto educar a aquellos docentes que por mucho tiempo han llevado una docencia con la misma manera de impartir conocimientos.

La universidad actual no puede ignorar los cambios demográficos, los procesos de internacionalización y de globalización de la economía, la incidencia de la información, la revolución tecnológica en el campo de las comunicaciones, el camino inexplorado que tiene ante sí con el uso de las TIC, especialmente de Internet. Todo ello debe generar un nuevo discurso, al que contribuirá la reflexión crítica y el debate como fuente de análisis e innovación para ofrecer una educación de calidad.

Al involucrar el uso tecnología en las aulas universitarias quiere decir que de por si los estudiantes ya deben estar formándose e inclinándose por la práctica de estas herramientas sin embargo algunos catedráticos tienden a pesar o a generar un mal entendido que por el simple hecho de auto educarse o inmiscuirse con la tecnología van a dejar de lado las materias humanistas que son muy importantes al momento de formar a un periodista, la tics son un complemento para la formación de un profesional, y por el mismo de hecho de ser un complemento para



Universidad de Cuenca

el profesional es necesario que las herramientas sea tomadas como importantes y sean puestas en práctica en el convivir diario, pues como decía Jorge piedra Cardoso, catedrático que no maneje redes sociales no puede impartir conocimientos para la enseñanza del siglo XXI.

Es imprescindible decir que el reto no es solo para los docentes universitarios sino que también se convierte en un reto para el estudiantado puesto que ahora no será sencillo tomar una decisión para inclinarse por esta carrera, ya que son varios ámbitos por los cuales debe estar preparado un comunicador las tics son un reto para los futuros profesionales a mas que deberán manejar con mucha cautela las materias humanistas que forman a un periodista.

Si hablamos de formación práctica hablamos de que el comunicador del siglo XXI debe manejar muy muy las herramientas tecnológicas, y claro, está por mas decir que el uso de las herramientas tradicionales deben ser adoptadas como aparatos para laborar y dejar un buen desempeño, no es suficiente el hecho de dictar materia o de recibir gran cantidad de teoría si no se aplica todo lo expuesto, la práctica es necesario al igual que la teoría, por tal motivo no podemos olvidar la realidad por la cual cruzamos no por poner en práctica o sentarse en un escritorio junto a una computadora deberá decir que nos vamos a olvidar del contacto directo con la sociedad.

### **3.1 ANÁLISIS DE DATOS**

El mundo se ha digitalizado y las Escuelas de Comunicación Social deben ir a la vanguardia del avance tecnológico, ya que ha acaparado la atención de niños, jóvenes, adultos, profesionales y no profesionales, creando la necesidad de un periodismo con nuevas herramientas, sin olvidar el periodismo tradicional, que siempre estará presente y es fundamental como lo trataremos a lo largo de este trabajo.



En un estudio previo realizado a profesionales de medios de comunicación como al presidente del Círculo de Periodistas Deportivos del Azuay, directora de periódico digital El Morlaco.com, director y propietario de Cuencanos.com, Director de noticias radio Splendid, entre otros, ellos coinciden en la necesidad del conocimiento y aplicación de las nuevas tecnologías en el periodismo, pero también coinciden que un periodista se debe a una preparación adecuada para laborar en los diferentes ámbitos del periodismo, ya que sin la preparación necesaria quedaría lejos de un pensamiento crítico en las necesidades de la sociedad.

Por eso se ha visto pertinente trabajar en esta propuesta puesto que, existe la necesidad de que el periodista tenga la capacidad de ahondar en varios conocimientos tanto tecnológicos como científicos, en el periodismo tradicional y digital, sobre todo, por las exigencias que hoy en día requieren los medios y la sociedad: convergencia, acceso y conectividad<sup>3</sup> de la información.

“para ser un periodista completo en la nuevas circunstancias no basta con tener buena pluma. Ahora es preciso disponer en dosis suficientes de todas las cualidades para poder desempeñar con eficacia el trabajo de eso que se ha dado el llamar periodista multimedia” (Salaverría, en la revista Chasqui\_81. Pag 33)

---

<sup>3</sup> La conectividad es la característica esencial del hipertexto hasta el punto de que se suele afirmar que hipertextualidad es sinónimo de conectividad. Si bien, el término quizás no sea el más correcto, ya que los enlaces no se realizan únicamente a través de los elementos textuales, como ocurría en los inicios del hipertexto, sino que ahora la conexión entre documentos y dentro de ellos se puede realizar mediante conexiones o enlaces a través de iconos o imágenes y hacia otros componentes, aplicaciones y medios no textuales. (La marca, *El nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen*)

Cabe recalcar que las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) están presentes en las transformaciones de todos los sectores de la sociedad. Y esto es, en la sociedad y el periodismo que hoy se ven sometidos a cambios importantes que afecta a todos los procesos informativos, a los hábitos de las audiencias y a la situación laboral de los profesionales de la comunicación. La revolución de las TIC es la responsable de los poderosos cambios que van a más allá de las adaptaciones humanas a la nuevas tecnologías. La evolución actual no permite quedarse atrás ni anclarse en modelos tradicionales que, por otra parte, no son incompatibles con los progresos tecnológicos. Es decir lo tradicional requiere tener un acoplamiento con las nuevas tecnologías.

En vista de la gran variedad y la oportunidad que brinda el uso de los multimedia es también importante saber el manejo correcto que beneficia la forma de presentar la información, para ello se requiere especializar a los futuros periodistas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca y así el perfil ocupacional para el estudiante que egrese de la carrera de PERIODISMO Y COMUNICACIÓN DIGITAL será más amplia puesto que, a más de realizar un trabajo científico investigativo en los medios tradicionales, también tendrá la oportunidad de fortalecer la información de dicho medio con el uso de las diferentes herramientas, convirtiéndose en un periodista que estará en capacidad de trabajar en los medios como: radio online, televisión online, revistas, publicidad y trabajar sus propias páginas Web, incluso se podrá convertir en un comunicador emprendedor e independiente como los hay en todo el mundo.



Entonces con este trabajo daremos a conocer las necesidades del nuevo profesional y las exigencias de los directores de medios en cuanto al perfil de estos personajes, que lo destacamos como POLIVALENTE. Es decir un mismo periodista redacta las noticias, obtiene las fotografías, graba y edita audio o video de la información a ser presentada en el medio. SCOLARI Pág. 49

### **3.1.1 Implementación y necesidades de nuevas materias en la actual escuela de comunicación social**

Vivimos una época en la que los medios de comunicación han tomado un lugar preponderante en nuestra vida no solo laboral sino social. Nos movemos en un mundo conectado entre sí, en redes que tal vez ni imaginamos que existan. Pretexto de la globalización nos hemos ido integrando en un mundo cuya base es la comunicación digital a gran escala. Cada vez son más, las instituciones preocupadas por actualizar sus estándares a los sistemas más modernos. La preocupación de varias instituciones educativas por encontrar soluciones a estos problemas ha traído como consecuencia la creación de nuevas carreras o justamente la implementación de nuevas materias y por supuesto el constante cambio en las mallas curriculares.

La era digital en la que nos encontramos ha afectado de lleno al ámbito de los medios de comunicación, lo cuales están presentes en la red y se reinventan y crecen continuamente con nuevas herramientas y servicios para aprovechar al máximo las ventajas, los atractivos y los valores añadidos que proporcionan las tecnologías.

El periodismo digital es ya un medio y un producto informativo bien consolidado en la sociedad, que se desarrolla en un entorno cambiante. Así, estos portales se rediseñan y crecen continuamente con nuevas herramientas y nuevas secciones, con objeto de ofrecer una gama de contenidos recientes e interesantes, cada vez más amplia, variada, completa y atractiva.

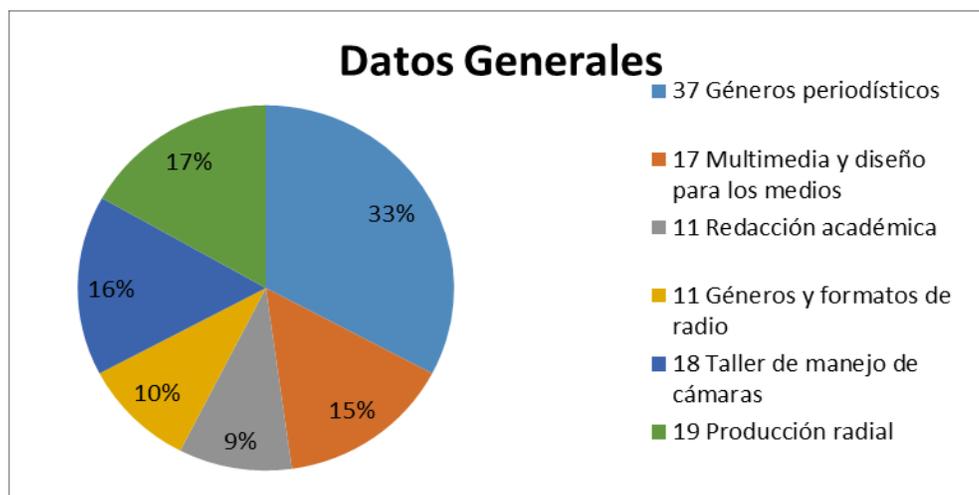


Por ello, se considera útil hacer un análisis del actual panorama de lo que está sucediendo con los estudiantes que están próximos a graduarse en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca, así como de la necesidad de formación profesional que precisan los nuevos periodistas para trabajar en la era digital.

Para poder cumplir con nuestros objetivos de conocer cuáles son las necesidades y que está pasando en la ciudad de Cuenca, se realizaron encuestas a los estudiantes en las universidades de Cuenca.

Encuesta realizada en la Universidad de Cuenca a 46 alumnos de séptimo y noveno ciclo que cursan la carrera de Periodismo y Comunicación Digital, de estos datos se ha tomado en cuenta las respuestas que más se repiten con respecto a cada pregunta planteada para la realización de nuestro trabajo .(Anexo 1)

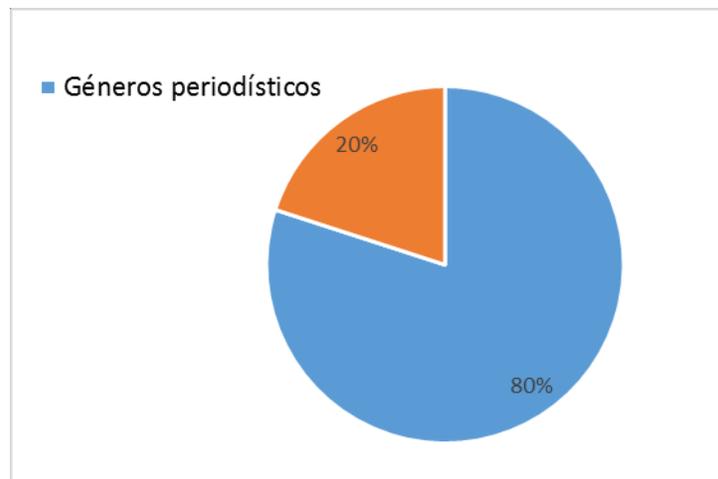
**La pregunta 1** ¿Qué asignaturas que se ha tomado hasta el momento en la Escuela de Comunicación Social, considera usted las más importantes para el desempeño laboral?



Fuente: Encuesta a alumnos de la Universidad de Cuenca

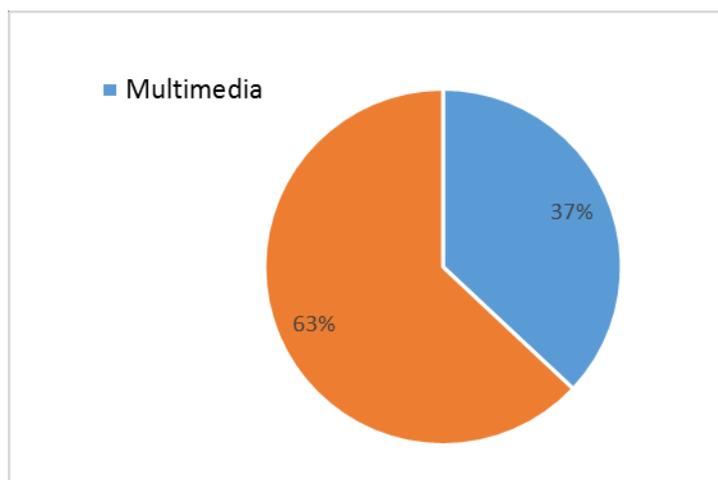
Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi

Según la respuesta dada por parte de los estudiantes de la Universidad de Cuenca, podemos mirar con claridad que la base de todo buen periodista sobresale al indicar que son los Géneros Periodísticos, ocupando el 33% del total de los resultados, (específicamente representa el 80% del total de encuestados) aunque cabe recalcar que al momento de la encuesta podían marcar más de una opción. Pese al interés por lo básico del periodismo, vemos que gran parte considera como asignaturas relevantes para su labor profesional, las asignaturas que se enfocan en la práctica como multimedia, taller de manejo de cámaras y producción radial.



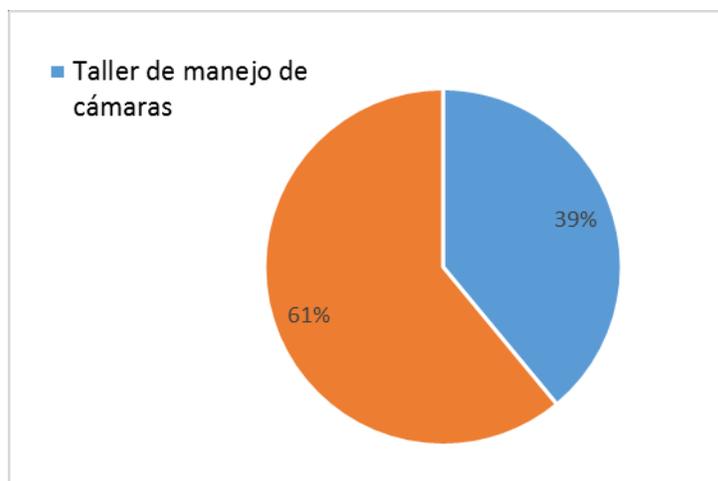
Fuente: Encuesta a alumnos de la Universidad de Cuenca

Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi



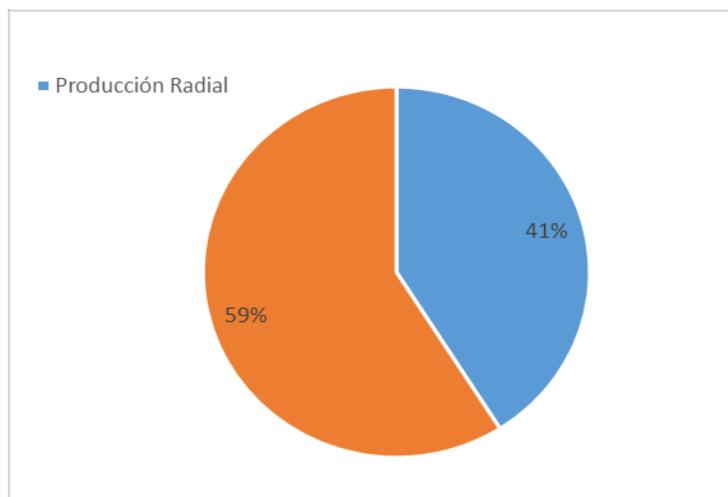
Fuente: Encuesta a alumnos de la Universidad de Cuenca

Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi



Fuente: Encuesta a alumnos de la Universidad de Cuenca

Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi

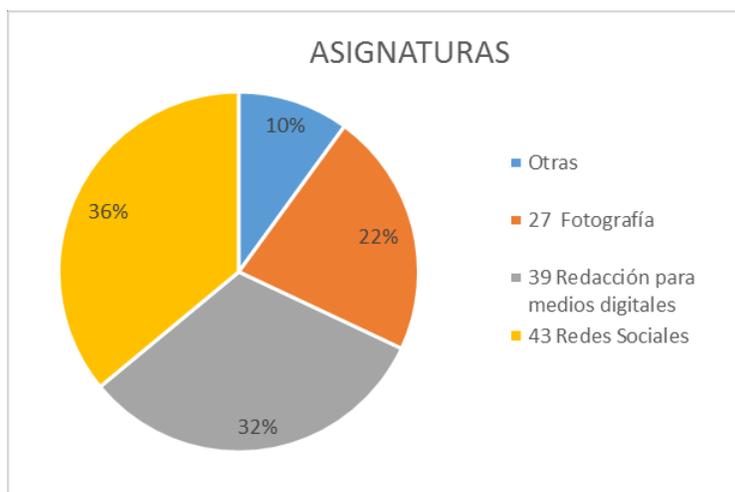


Fuente: Encuesta a alumnos de la Universidad de Cuenca

Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi

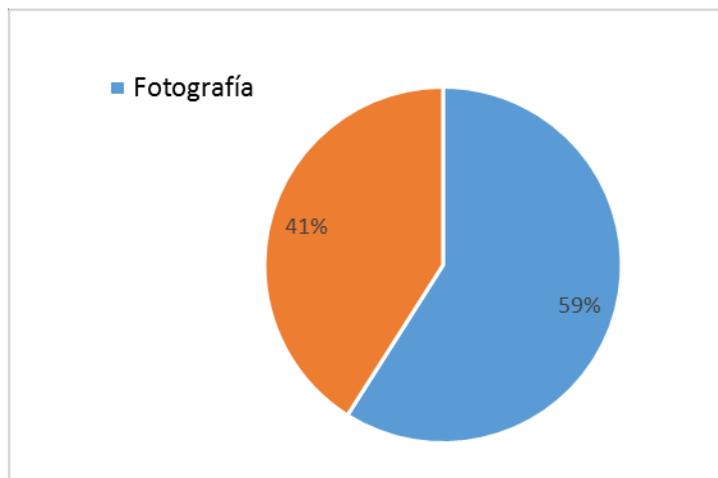
**Pregunta 2** ¿Qué asignatura cree que se debería implementar a la carrera?  
(Anote máximo 3)

Los resultados fueron los siguientes, así mismo se tomó en cuenta las sugerencias más expuestas



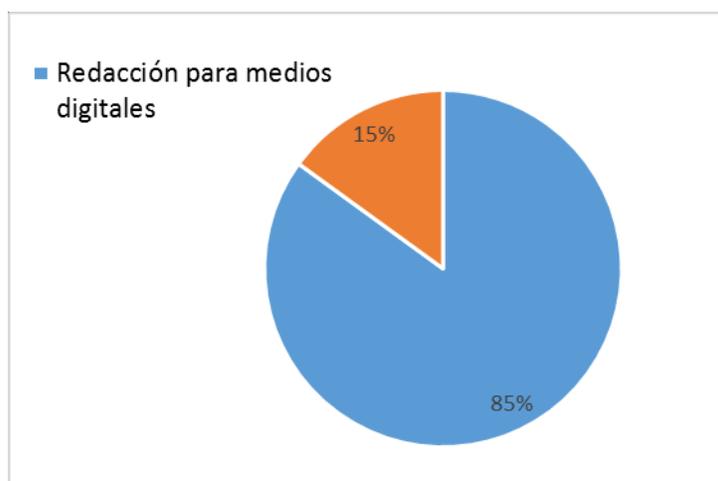
Fuente: Encuesta a alumnos de la Universidad de Cuenca

Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi



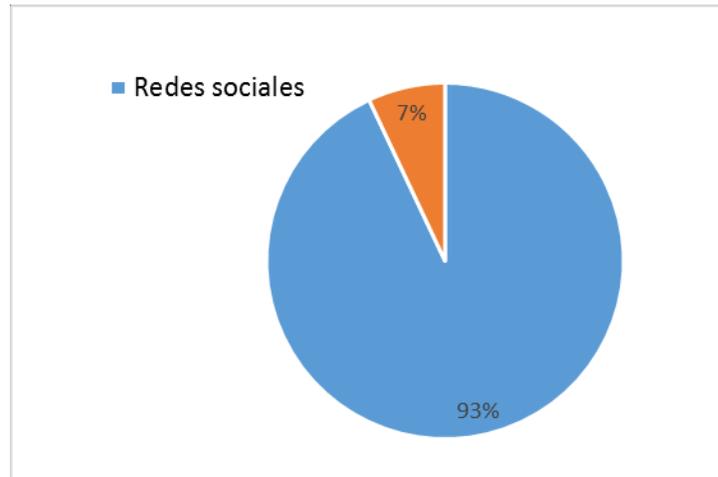
Fuente: Encuesta a alumnos de la Universidad de Cuenca

Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi



Fuente: Encuesta a alumnos de la Universidad de Cuenca

Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi



Fuente: Encuesta a alumnos de la Universidad de Cuenca

Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi

No cabe duda que los estudiantes se sienten con la necesidad de poner en marcha algo más práctico en su carrera como periodistas pero también como comunicadores. Al parecer gran parte de los estudiantes tienen una inclinación por conocer las habilidades que emergen en las redes sociales como medio. Y al igual que en la primera pregunta, los criterios versan sobre material práctico.

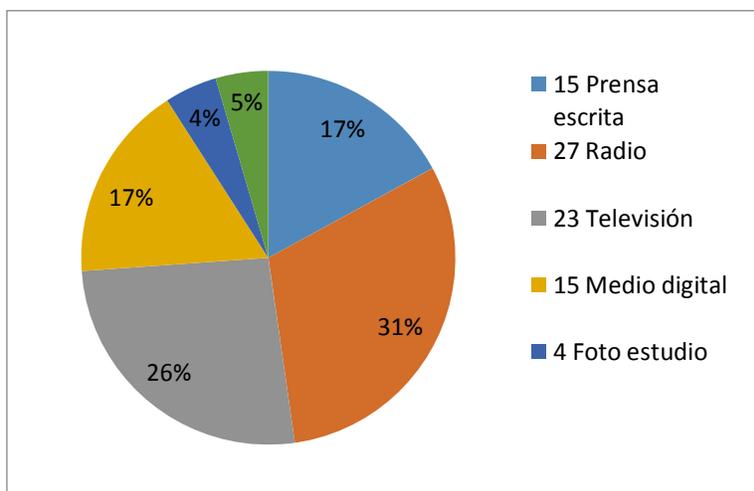
No es de sorprenderse de la lista de necesidades que sugieren los estudiantes, puesto que un comunicador o periodista hoy en día debe ser un personaje multitareas, es decir “polivalente” y el grado de polivalencia que debe demostrar cada profesional varía según el tipo de medio, las dimensiones o la propia evolución de la empresa. Entonces el deseo de la implementación y el valor a las nuevas tecnologías en materia de periodismo no es cuestión de un mero gusto de los estudiantes sino una necesidad que en el capítulo anterior lo pudimos apreciar bajo los criterios de los mismos editores y directores donde ellos dicen que, el profesional de hoy en día debe ser una persona capacitada en todas las áreas de la comunicación y no solo en el periodismo como tal.



Sabemos que las redes sociales es un elemento importantísimo hoy en día y se lo aplica a todos los demás medios.

<http://www.uclm.es/profesorado/ricardo/quadernsric.html> 26-05-2014

**Pregunta 3** ¿En qué medio aspira laborar cuando se gradué?



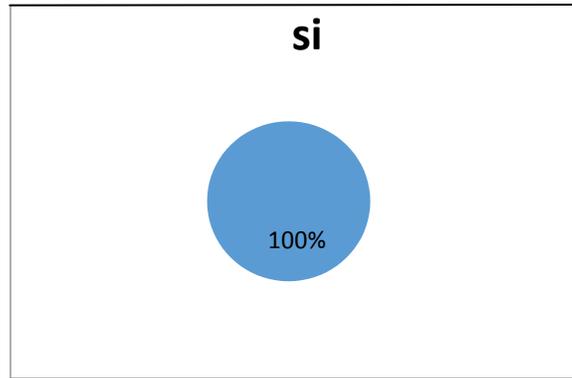
Fuente: Encuesta a alumnos de la Universidad de Cuenca

Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi

Esta pregunta la dejamos abiertas porque hay quienes están seguros de su afinidad, afición o destreza. Sin embargo podemos pensar en una hipótesis, y es que en la mayoría de los casos lo que desean es: obtener un título y laborar en cualquier área que tenga que ver con la carrera que eligió.

Es por ello que las respuestas no se las limitó, sino que se permitió que tomaran las opciones que desearan, pero no cabe duda que la mayoría de encuestados, tienden o desean laborar en medio radial. Sin embargo ¿qué sucede con el deseo de implementar asignaturas como: redes sociales y redacción para las mismas? Y es que estas inquietudes son precisas para todos los medios, hoy contamos con las famosas páginas web, en donde debemos saber cómo enlazar lo uno con lo otro a decir de las redes sociales y los medios tradicionales.

**Pregunta 4** ¿De acuerdo a su aspiración laboral, cree usted que hace falta énfasis en asignaturas prácticas?



Fuente: Encuesta a alumnos de la Universidad de Cuenca

Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi

Pues como era de esperarse todos coinciden en un rotundo SI.

Todos los estudiantes encuestados están de acuerdo, según lo expresan, con la parte teórica que es indispensable para los conocimientos críticos y analíticos; pero si no hay practica desde los primeros ciclos, en cuanto a entrevistas, reportaje, redacción, locución, edición, manejo de cámaras, redes sociales y el diverso mundo de la multimedia, los conocimientos son escasos.

El periodista requiere ser lo más polivalente posible, como lo dice Salaverria “no basta tener una pluma”. Esto a decir de lo que habla Carlos Escolari y sus compañeros, en el estudio y análisis del periodista polivalente, donde indica que se parte de la base de que el periodista “hace de todo” y debe ser capaz de producir cualquier modalidad de contenidos: escritos, fotográficos, sonoros, audiovisuales o interactivos.

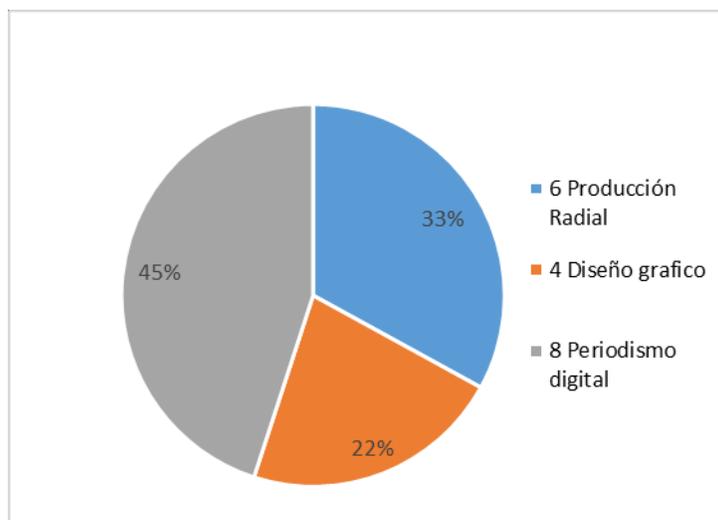
Fuente: <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer25-02-scolari.pdf/> 8- 06- 2014.



*A continuación conoceremos los resultados obtenidos en la universidad Católica de Cuenca.*

Encuesta realizada en la Universidad Católica de Cuenca a 13 alumnos de cuarto año de la escuela de Comunicación social. Se aplicó el mismo cuestionario. (Anexo 1)

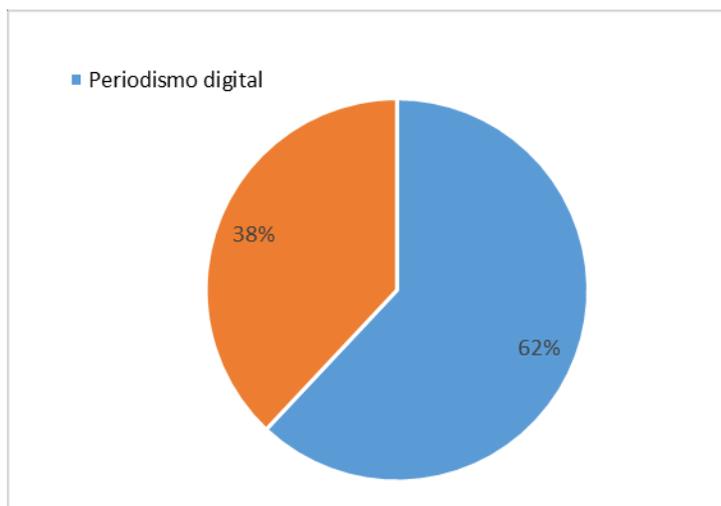
**La pregunta 1** ¿Qué asignaturas que se ha tomado hasta el momento en la escuela de Comunicación Social, considera usted las más importantes para el desempeño laboral?



Fuente: Encuesta a estudiantes de la Universidad Católica

Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi

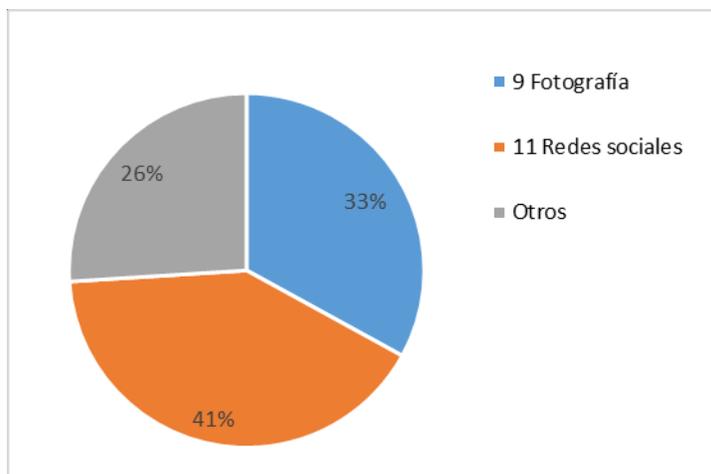
El grupo de estudiantes al que se encuestó fue reducido, sin embargo podemos verificar que están muy interesados por las asignaturas prácticas y que tiene que ver con las necesidades de la actualidad, considerándolas así las más importantes a lo largo de su carrera.



Fuente: Encuesta a estudiantes de la universidad Politécnica

Elaboración: Nelly Villalta - Diego Quizhpi

**Pregunta 2** ¿Qué asignatura cree que se debería implementar a la carrera?  
(Anote máximo 3)



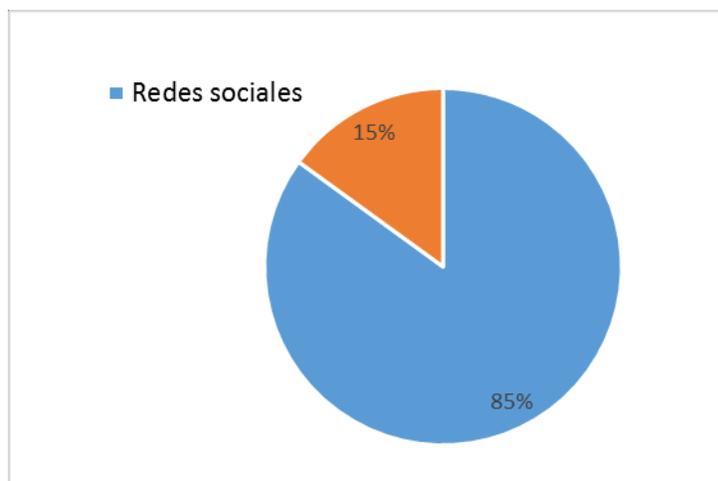
Fuente: Encuesta a estudiantes de la universidad Politécnica

Elaboración: Nelly Villalta - Diego Quizhpi

Partiendo de que la encuesta se realizó apenas a 13 estudiantes, 11 de ellos a igual que en el caso de la universidad de Cuenca están interesados por conocer

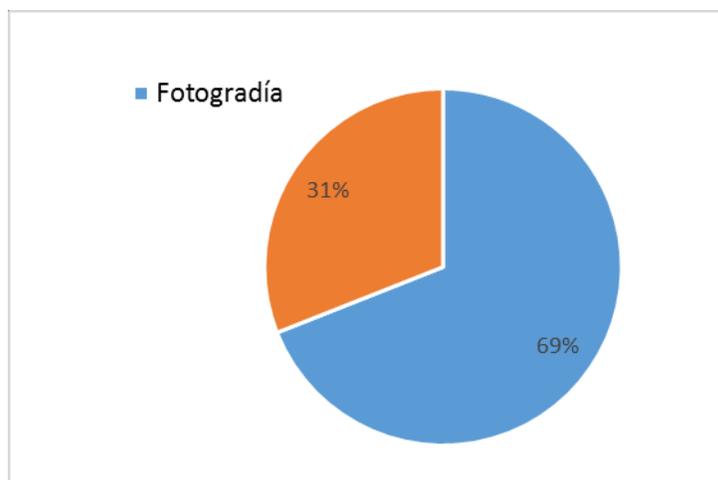


más de las redes sociales y también coinciden con la fotografía, son pocos quienes apuntan a una variedad de opciones para aplicar a la malla de su carrera. (Algunos están interesados en cine, otros en dirección de televisión, forma de locutar, etc.)



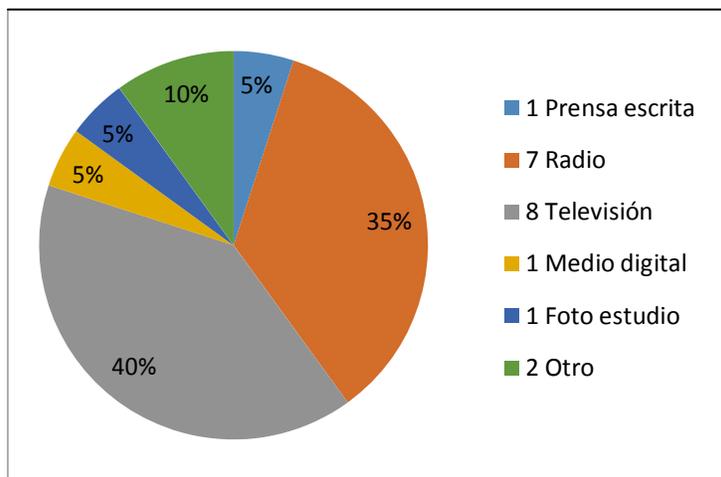
Fuente: Encuesta a estudiantes de la universidad Politécnica

Elaboración: Nelly Villalta - Diego Quizhpi





**Pregunta 3** ¿En qué medio aspira laborar cuando se gradué?

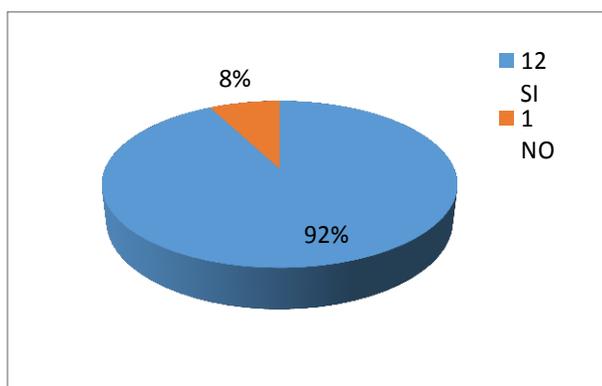


Fuente: Encuesta a estudiantes de la universidad Politécnica

Elaboración: Nelly Villalta - Diego Quizhpi

El criterio de los estudiantes de la universidad Católica es similar al de la Universidad de Cuenca, gran parte pone su interés al medio radial, pero en este caso también al televisivo.

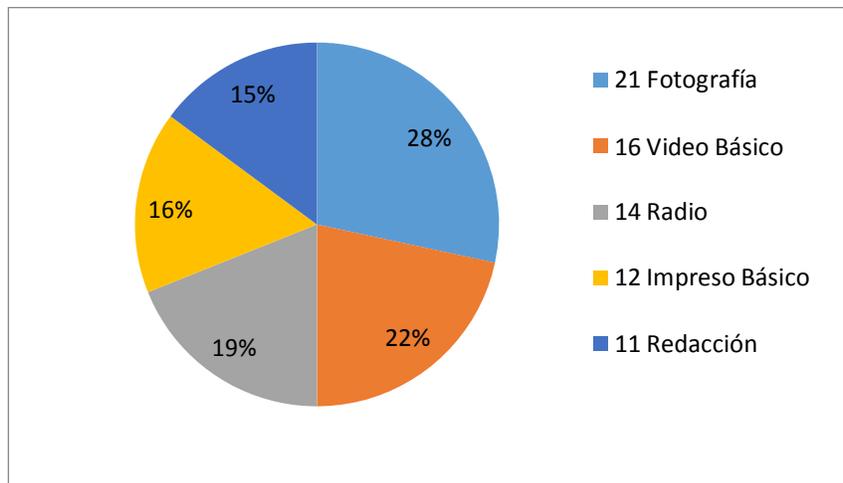
**Pregunta 4** ¿De acuerdo a su aspiración laboral, cree usted que hace falta énfasis en asignaturas prácticas?



De los 13 estudiantes encuestados, hay una persona que sugiere que no hace falta mayor práctica en el transcurso de la carrera.

Encuestas realizadas en la Universidad Politécnica Salesiana a 26 alumnos de cuarto año de la escuela de Comunicación social. Se aplicó el mismo cuestionario que en la anterior. (Anexo 1)

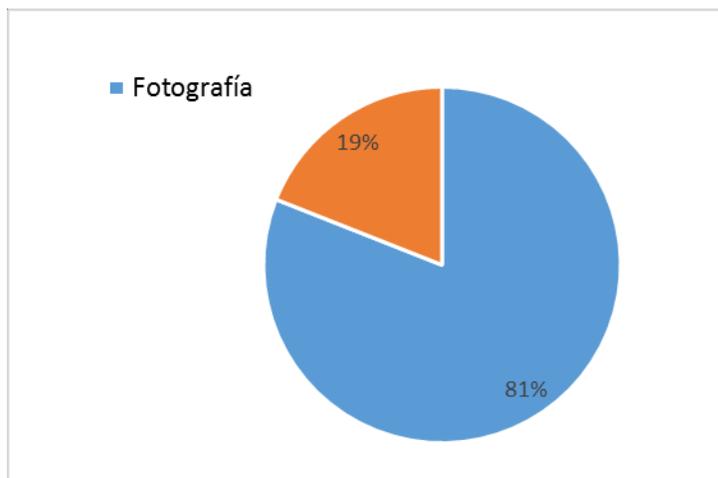
**La pregunta 1** ¿Qué asignaturas que se ha tomado hasta el momento en la escuela de Comunicación Social, considera usted las más importantes para el desempeño laboral?



Fuente: Encuesta a estudiantes de la universidad Politécnica

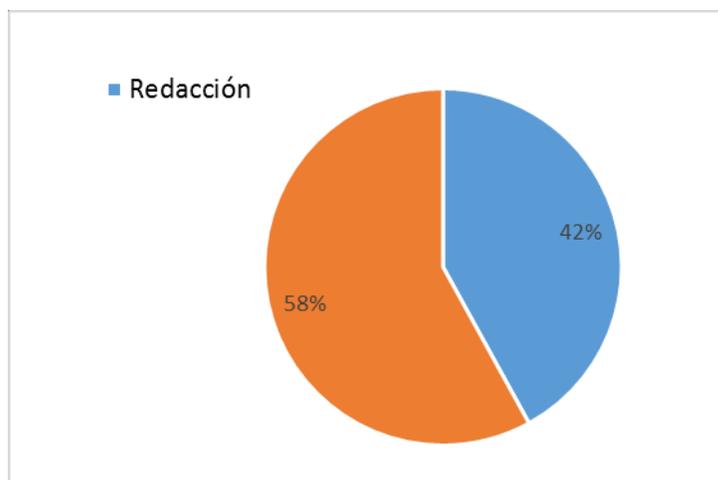
Elaboración: Nelly Villalta - Diego Quizhpi

Una vez más, se constata que los estudiantes apuntan a las asignaturas prácticas como las más relevantes para el desarrollo de su profesión, aunque dentro del intervalo de las primeras cinco opciones también encontramos, redacción, asignatura indispensable para el futuro periodista



Fuente: Encuesta a estudiantes de la universidad Politécnica

Elaboración: Nelly Villalta - Diego Quizhpi

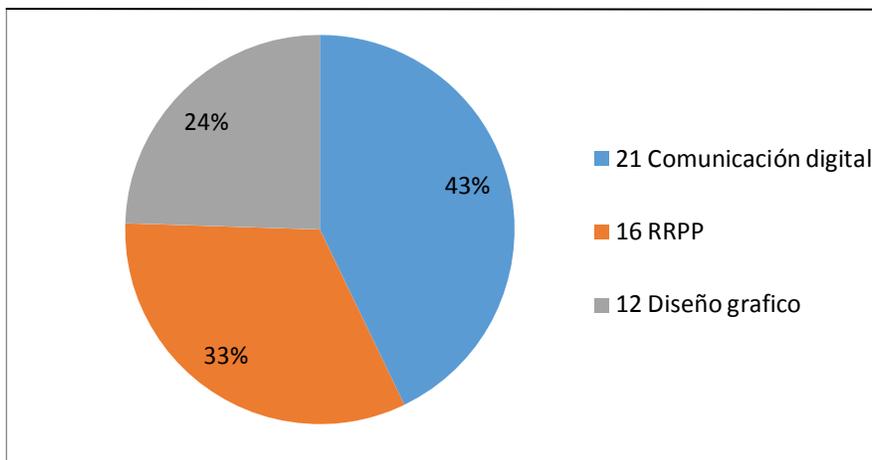


Fuente: Encuesta a estudiantes de la universidad Politécnica

Elaboración: Nelly Villalta - Diego Quizhpi



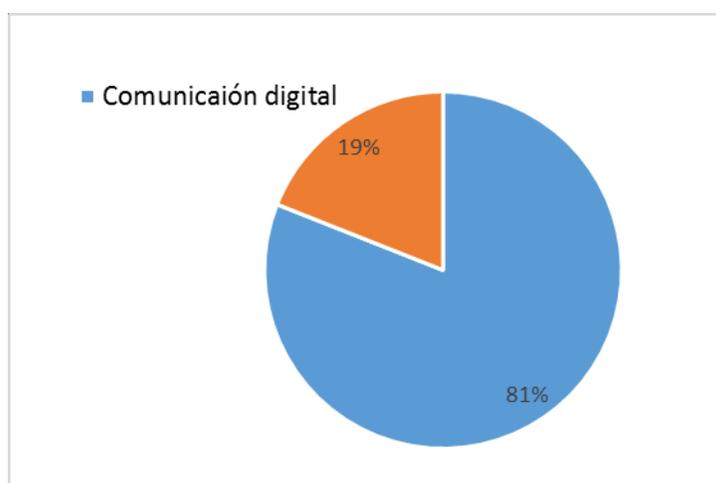
**Pregunta 2** ¿Qué asignatura cree que se debería implementar a la carrera?  
(Anote máximo 3)



Fuente: Encuesta a estudiantes de la universidad Politécnica

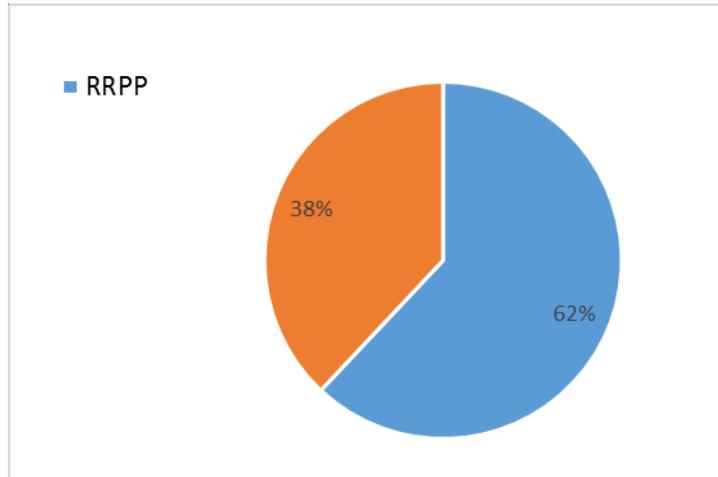
Elaboración: Nelly Villalta - Diego Quizhpi

Al parecer las necesidades que poseen los alumnos que están cursando la carrera de Comunicación en la Universidad Politécnica, son muy diferentes a comparación de las dos universidades anteriores, esto no quiere decir que no sean necesarias.

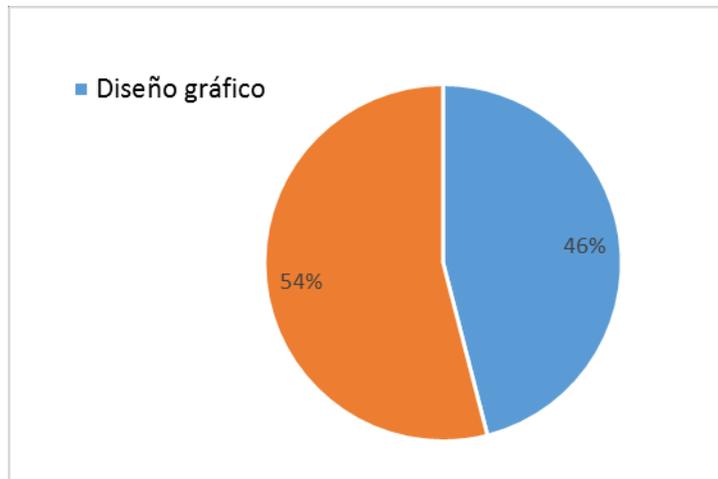


Fuente: Encuesta a estudiantes de la universidad Politécnica

Elaboración: Nelly Villalta - Diego Quizhpi

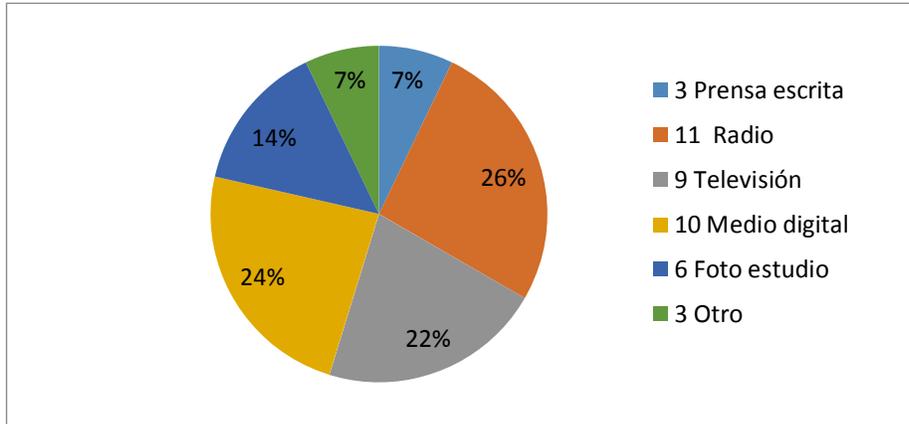


Fuente: Encuesta a estudiantes de la universidad Politécnica  
Elaboración: Nelly Villalta - Diego Quizhpi



Fuente: Encuesta a estudiantes de la universidad Politécnica  
Elaboración: Nelly Villalta - Diego Quizhpi

**Pregunta 3** ¿En qué medio aspira laborar cuando se gradué?

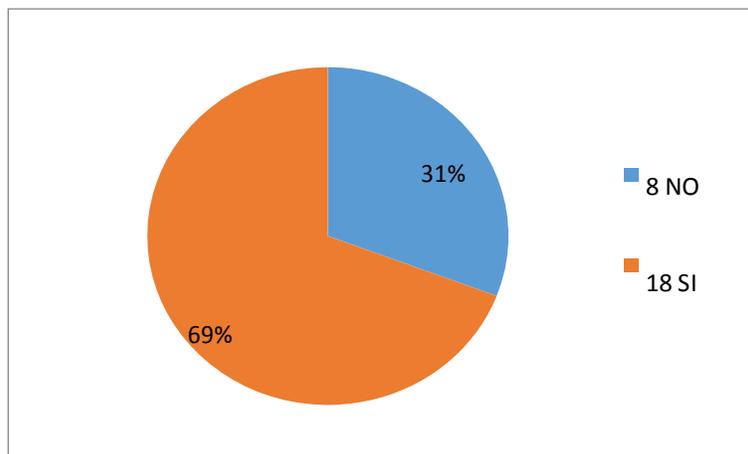


Fuente: Encuesta a estudiantes de la universidad Politécnica

Elaboración: Nelly Villalta - Diego Quizhpi

De los 26 encuestados en la escuela de comunicación de la universidad Politécnica miramos que 11 de ellos, que representa el 26% tiende su preferencia al medio radial, aunque sigue muy de cerca medio digital y televisión

**Pregunta 4** ¿De acuerdo a su aspiración laboral, cree usted que hace falta énfasis en asignaturas prácticas?



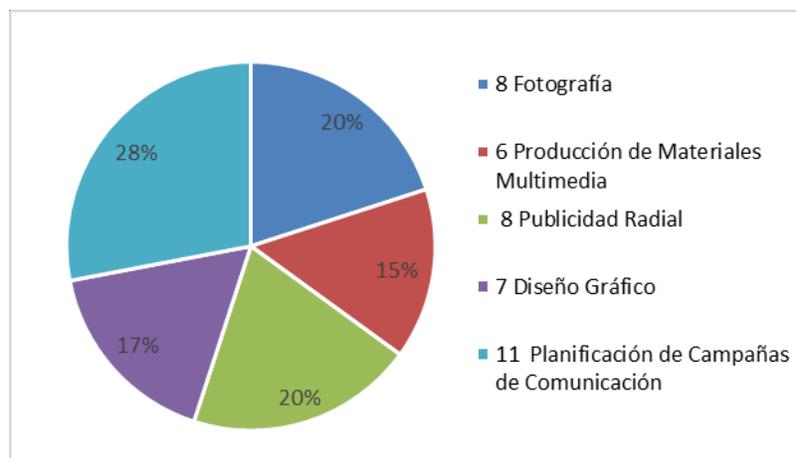
Fuente: Encuesta a estudiantes de la universidad Politécnica

Elaboración: Nelly Villalta - Diego Quizhpi

En esta pregunta se ha marcado la diferencia con las otras universidades, estamos frente a un 31% que declaran que lo conocimientos tanto teóricos y prácticos son vastos para culminar la carrera y desenvolverse en el ámbito laboral, estos alumnos dicen que no hace falta énfasis en asignaturas donde se ponga en práctica las destrezas.

Encuestas realizadas en la Universidad del Azuay a 16 alumnos del 8vo nivel de la Escuela de Comunicación Social. Se aplicó el mismo cuestionario que en la anterior. (Anexo 1)

**La pregunta 1** ¿Qué asignaturas que se ha tomado hasta el momento en la escuela de Comunicación Social, considera usted las más importantes para el desempeño laboral?



Fuente: encuesta a alumnos de la Universidad del Azuay

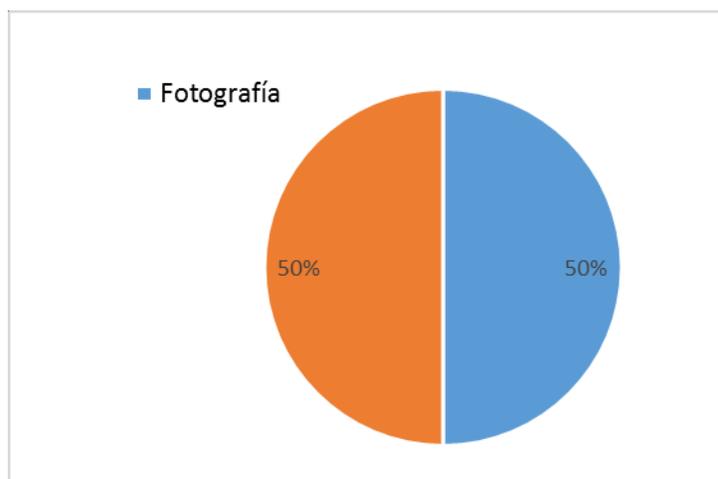
Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi

En la universidad del Azuay el título a otorgarse es de Licenciado en



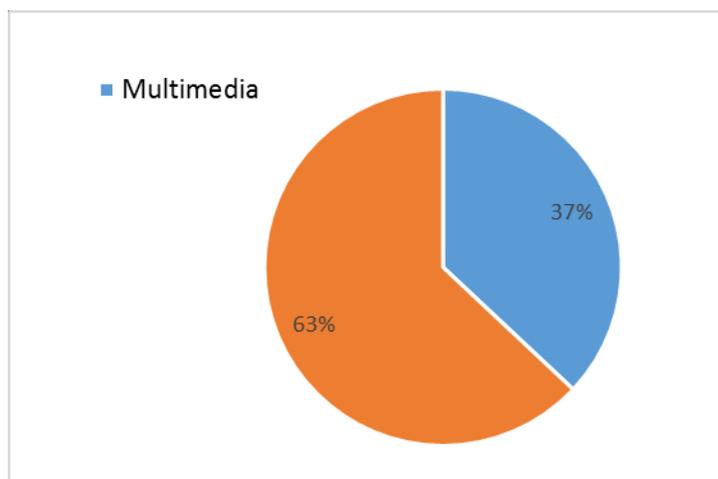
## Universidad de Cuenca

Comunicación y Publicidad, es por ello que podemos mirar que las asignaturas más relevantes a su criterio son técnicas y tiene que ver con el área de publicidad y esto lo podemos medir, en el 28% que está enfocado en la planificación de campañas de comunicación.



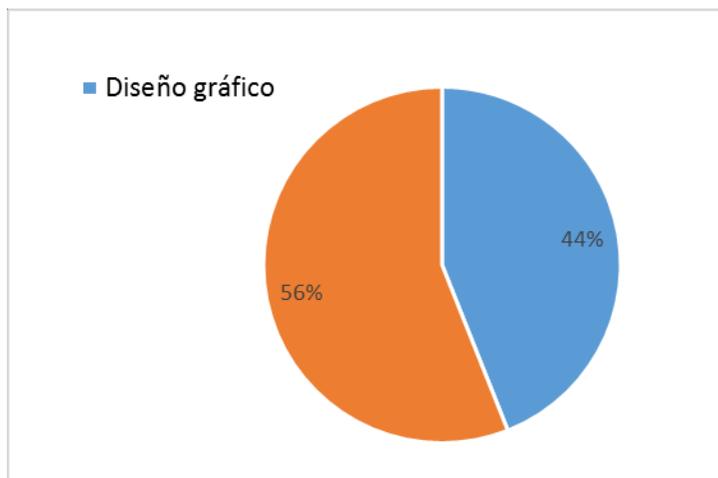
Fuente: encuesta a alumnos de la Universidad del Azuay

Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi



Fuente: encuesta a alumnos de la Universidad del Azuay

Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi



Fuente: encuesta a alumnos de la Universidad del Azuay

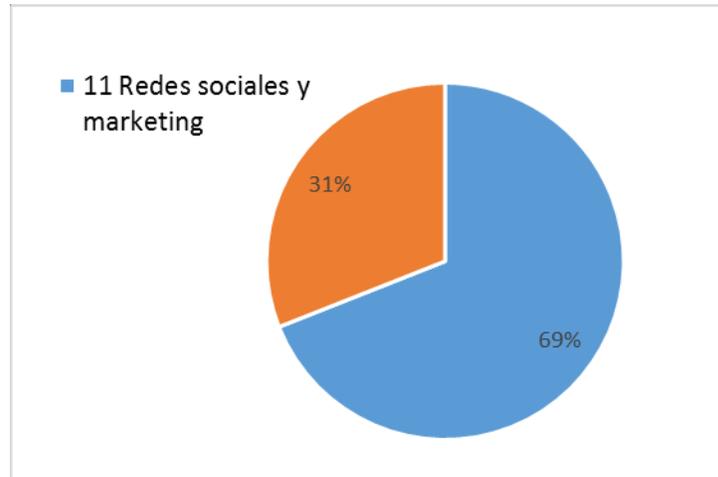
Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi



Fuente: encuesta a alumnos de la Universidad del Azuay

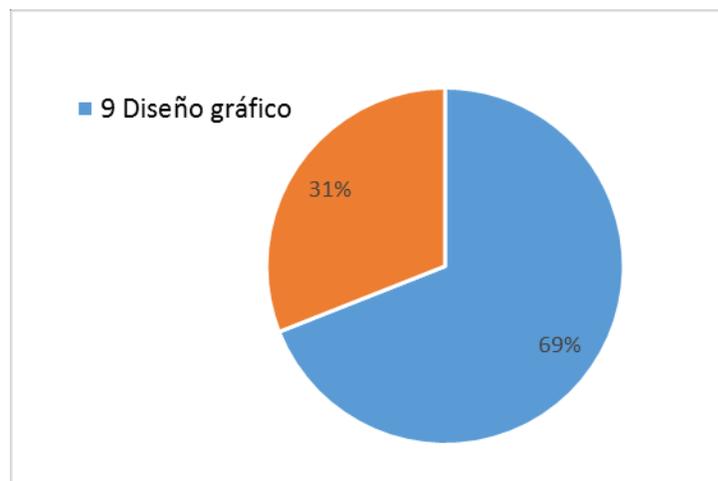
Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi

**Pregunta 2** ¿Qué asignatura cree que se debería implementar a la carrera?  
(anote máximo 3)



Fuente: encuesta a alumnos de la Universidad del Azuay

Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi



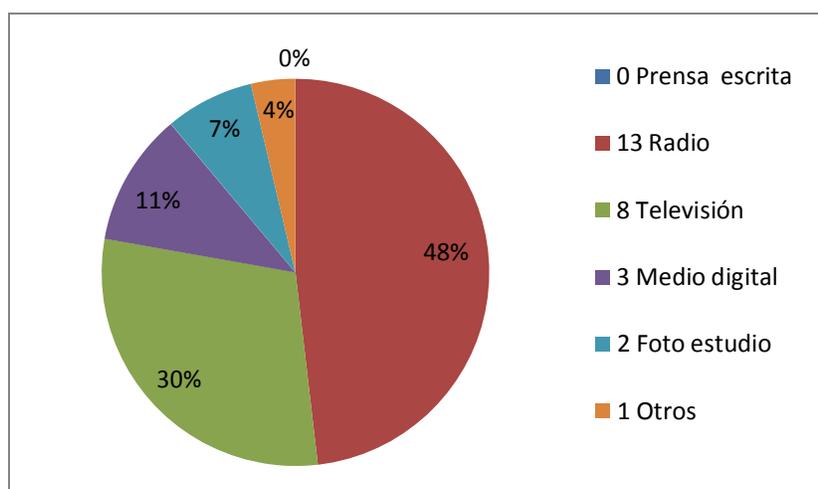
Fuente: encuesta a alumnos de la Universidad del Azuay

Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi



El tema de la publicidad es la prioridad para los estudiantes de Comunicación de la Universidad del Azuay, sin embargo y dado que la comunicación es amplia, sugieren que sería importante aplicar la asignatura de redacción para medios en general y el uso de las redes para vender (marketing), en este grafico aplicamos las dos referencias más relevantes por que las demás son pocas y cada uno sostiene diferente opinión.

**Pregunta 3** ¿En qué medio aspira laborar cuando se gradué?



Fuente: encuesta a alumnos de la Universidad del Azuay

Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi

No cabe duda que la sugerencia de aplicar conocimiento y destreza en redes sociales, se ve reflejado en la elección del medio en el cual desean laborar, aunque en su malla costa publicidad radial, lo que desea es aumentar los conocimientos y destrezas para anexarlo a su trabajo, ya que en radio por lo general no se aspira a un sueldo fijo, sino su sueldo en la mayoría de los casos depende de las ventas de publicidad por servicios o productos.

**Pregunta 4** ¿De acuerdo a su aspiración laboral, cree usted que hace falta énfasis en asignaturas prácticas?



Fuente: encuesta a alumnos de la Universidad del Azuay

Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi

La parte práctica es fundamental en los futuros profesionales y al parecer esa necesidad de prepararse para el mundo real es petición de todos.

Tener toda la disposición y la voluntad para embarcarnos en un cambio, juega un rol importantísimo en el éxito o fracaso del proceso de los futuros profesionales que egresaran de la Escuela de Comunicación. Sabiendo que en educación hay cosas que solo los docentes y la comunidad estudiantil puede cambiar, todos debemos arriesgarnos a participar en el cambio de una escuela tradicional a una escuela activa, es decir que se involucre más con las Tics, porque como podemos observar en el estudio realizado, existe un mayor énfasis en lo que tiene que ver



con el uso de los avances tecnológicos para llevar a cabo un trabajo mejor elaborado.

Una transformación supone un cambio profundo en las percepciones de los estudiantes, docentes, y autoridades educativas.

La aparición de una nueva tecnología siempre altera la visión de profesiones que está vinculado a ella. En el mundo de la comunicación algunas figuras profesionales tradicionales están en vías de extinción. En ciertos casos, las tareas de esos profesionales han sido asumidas por otras figuras; en otros, la nueva dinámica productiva lleva a la desaparición de procesos o tareas específicas.

Y esto es lo que han expresado los estudiantes que fueron encuestados, requieren de conocimientos más prácticos, puesto que esto les ayudara a llevar de manera eficaz su profesión ya que el nuevo periodista o comunicador debe estar preparado para hacer varias tareas, y esto no significa que se hayan omitido el papel que juega cada persona dentro de un medio sea: televisión, radio, prensa escrita u otros, sino que una persona se encarga de cumplir con varias responsabilidades como: hacer el reportaje, al mismo tiempo hacer fotos y luego llegar a editar y por fin está listo el material, de ahí, que es sumamente importante conocer más de tecnología e ir a la vanguardia de ésta.

Y otra de las sugerencias de los estudiantes es que se debería implementar mayor tiempo a los que son las prácticas profesionales y que se lo debería hacer desde el segundo año que ha ingresado a la escuela.

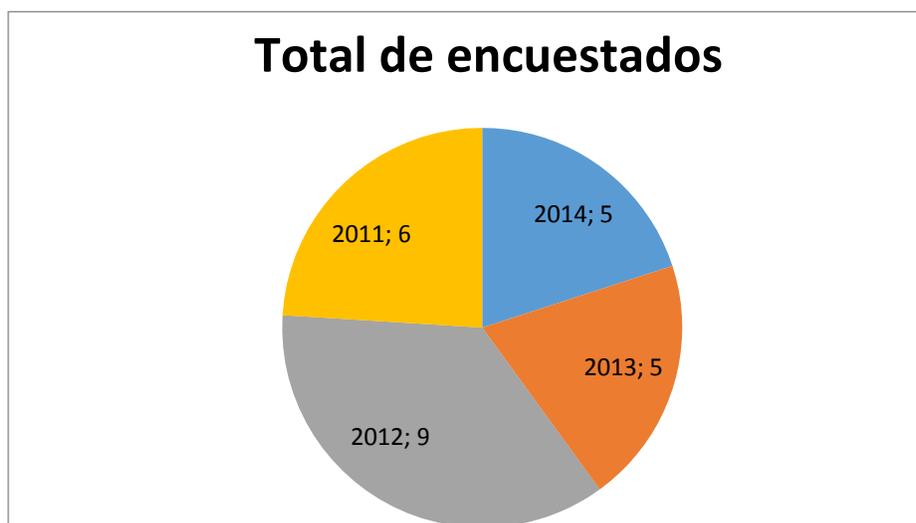
### **3.1.2 Los egresados tienen mucho que decir de su formación e inclusión laboral**

Para conocer inquietudes acudimos a egresados exclusivamente de la universidad de Cuenca puesto que, queremos directrices claras que lleven a la escuela de comunicación social a ampliar y enriquecer los prestigiosos conocimientos transmitidos dentro de las aulas. Por la dificultad de poder contactarse con cada



uno de ellos hemos acudido a 25 egresados o graduados en diferentes años, aunque cabe recalcar que algunos de los contactos fue posible con la ayuda del Licenciado Diego Samaniego quien está dentro de la comisión de seguimiento a los graduados. Se nos facilitó una lista de 13 profesionales de la mención de periodismo y se pudo contactar a nueve de ellos con respecto al listado, de ahí fue posible contactarse con más egresados y recién graduados.

A continuación conocemos los datos obtenidos en esta encuesta, no serán graficados todos los resultados, puesto que resulta imposible, dado que, las respuestas presentadas son de opinión. (Anexo 2)



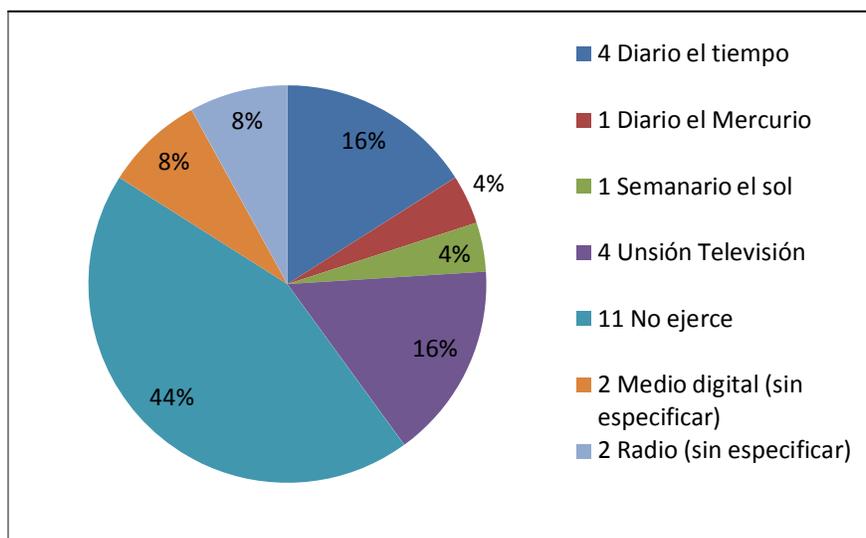
Fuente: entrevista a egresados

Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi



### Pregunta 1

¿En qué medio labora?



Fuente: entrevista a egresados

Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi

### Pregunta 2 ¿Cuáles son los retos y dificultades que ha tenido que enfrentar?

Casi todos coinciden que la realidad, ya en el ámbito laboral dista mucho de lo que se lleva a cabo en las aulas de clase. Es ahí donde se pone a prueba las destrezas y conocimientos.

Otro reto y dificultad se atribuye a la falta de empleo en medios de comunicación, y esto refuerza a la primera pregunta, donde 8 de los encuestados están sin ejercer la profesión.

Otro conflicto que han tenido que enfrentar es uno muy importante, la redacción, y esto mayormente para quienes trabajan en prensa escrita.



Para quienes laboran en el ámbito televisivo, el mayor reto ha sido, edición de audio y video, así como el manejo de medios digitales.

Y para quienes trabajan en radio, se encontraron con la dificultad de no conocer: modulación de voz, respiración correcta y vocalización.

Pero todos quienes han llegado y han tenido la oportunidad de trabajar en algún medio han logrado superar estos retos y dificultades, gracias al desempeño y afán por llevar a cabo un trabajo eficaz.

**Pregunta 3** ¿Fue necesario la auto formación?

Al ingresar a la universidad se aprende lo básico para conseguir un título y tener un empleo. Mas el buen profesional se va formando y educando con el avance tecnológico que nos obliga a aplicar nuevos instrumentos en materia de comunicación. La auto preparación es indispensable o dicho de otra manera, auto educación. Por ello se debe preparar todos los días para desempeñar al ciento por ciento en el trabajo, porque hay aspectos en el periodismo que cambian y seguirán cambiado y no de fondo sino de forma. Por ejemplo en la actualidad se utiliza mucho las redes sociales en el periodismo digital, lo cual involucra un tratamiento distinto a la noticia en cuanto a su contenido y redacción. Y si se habla de equipos de producción o programas para este fin, sabemos que la escuela carece de herramientas.

Es decir, un rotundo, sí, para la auto educación

**Pregunta 4** ¿Qué cree que hizo falta en la universidad para su preparación para el ámbito laboral?

Existe un dicho “la práctica hace al maestro” y es lo que la mayoría de los egresados indican y también partimos de nuestra propia experiencia. Uno de los encuestados dijo “que los docentes nos digan la verdad porque una cosa es estar



Universidad de Cuenca

en el aula y otra en el ámbito laboral”, bien creemos que, no es responsabilidad del docente ni de la universidad, puesto que en las aulas recibimos las bases pero el proceso de formación dependerá de cada profesional. Claro está, que eso no justifica el hecho de que en la escuela se carece de equipos para practicar y que los ciclos de prácticas profesionales son cortos.

Otra de las inquietudes que versan es que los docentes deben estar bien preparados en las materias que dictan, puesto que se han visto algo de falencias, y por supuesto no en todos los casos. Y por último se debería pensar en la especialización de los comunicadores, es decir que se promuevan maestrías.

**Pregunta 5** ¿Qué asignaturas sugiere que se debería implementar en la carrera de periodismo y comunicación digital, para una mejor preparación en vista de las necesidades que usted ha tenido para desenvolverse en el medio?

En su etapa de formación superior, el alumno requiere obviamente adquirir el bagaje de conocimientos técnicos que lo han de dotar de una plataforma básica en la disciplina elegida, en este caso la comunicación y el periodismo. Y éstos necesariamente requieren ser impartidos con una dosis alta de aplicación práctica. Pero lo cierto es que la transmisión del conocimiento teórico es ineludible y en principio se constituye en el contenido fuerte de cada asignatura. Sin embargo la aplicación de esos conocimientos, en el marco de la formación teórica del alumno, suele ocupar o suele ser visto como un papel secundario y no porque carezca de importancia, sino porque en definitiva termina siendo fraccionada y a veces no alcanza la regularidad y extensión necesaria. Esta particularidad que se reproduce en la mayoría de las carreras lleva a cierta “debilidad” en la preparación del alumno, que se traduce en la escasa conexión vivencial que tiene entre el mundo real de su profesión y lo que aprende en el aula.

Por ello sugieren que se debería implementar redacción para medios tradicionales, como digitales, periodismo digital y todas las aplicaciones que están en boga en



Universidad de Cuenca

las plataformas multimedia, programas informáticos en los cuales se incluya diseño gráfico y diagramación, y algo muy importante para quienes apuntan al ámbito radial es la locución, y en vista de las necesidades que se presentan en el medio también sugieren desarrollo de proyectos.

**Pregunta 6** ¿Cree que en la universidad hace falta enfocarse con mayor énfasis en la práctica profesionales?

Definitivamente todos ellos apuestan por las prácticas profesionales desde los primeros ciclos, debido a que esto les ayudara a una adecuada y fácil inserción en los medios de comunicación para cuando están ya fuera de la universidad.

### **3.1.3 Inquietudes de los directores, editores y periodistas en ejercicio**

Entrevistas (Anexo 3)

*Adán Cabrera director de noticias de Unsión tv:*

Perfil profesional: “gente joven no con experiencia pero si con la capacidad y ganas de trabajar y aprender puesto que Unsión es una escuela para los futuros comunicadores. Algo que prima también es el compromiso y la destreza de ser un personaje multitareas. Es decir que el periodista sea tres en uno, conozca de cámaras, pueda hacer voz en off, sea reportero cuando lo amerite, conocer de edición entre otras. Al ser un equipo reducido en el canal hay mayor exigencia que sepa de todo”. 9-06-2014.

*Santiago Pintado - Periodista de 96.1*

Indica que, lo que se requiere del nuevo periodista “es dedicación además de lo aprendido en la universidad, lo que significa: vocación y sobre todo predisposición”

Pintado a raíz de su propia experiencia manifiesta que “el periodista debe ser multitarea, porque dentro de radio muchas de las veces le toca desempeñarse



Universidad de Cuenca

como: locutor, presentador de noticias, conocer música, hacer boletín de prensa, y más. Considero que las prácticas en la universidad son muy importantes y que se debería trazar 50% teoría 50% practica, a su criterio hay asignaturas teóricas que ni siquiera se las da uso afuera, y por lo tanto se debería dar más apertura a: televisión, radio, prensa, diseño gráfico y redes sociales”. 9-06-2014

*Doctor Fabián Merchán - Director de noticias de 96.1*

Indica que: “hay dos paradigmas que se deben respetar toda la vida, y estos son: objetividad y ética, más en lo que hace hincapié, es que existen nuevas herramientas y el nuevo periodista debe estar acondicionado para tener la capacidad de usar ciento por ciento las nuevas tecnologías. También expresa que hay cierta timidez por parte de los novatos debido a la falta de práctica o de conocimiento de las nuevas herramientas. Señala que la universidad debería brindar 50% teoría y 50% practica de tal manera que el nuevo profesional no llegue *chúcaro* sino que ya haya recorrido todos los departamentos de un medio, empezando por el departamento administrativo, el de producción, haya acudido a ruedas de prensa y otros. A mi criterio en segundo año ya debería haber practicas multitareas, por ejemplo en la universidad de Cornell reconocida por hotelería y turismo, donde el gerente conoce desde tender una cama, preparar comida y ha visitado todo el organigrama de un hotel y así debe ser el periodista, familiarizado con la tecnología, periodismo clásico, además con las herramientas de última generación”. 12-06-2014

*Licenciado Pedro Reinoso - Director de deportes de Radio Splendid y Austral televisión*

Indica que: “el periodista debe leer mucho, ser innovador y estar siempre actualizado. Las falencias de los comunicadores es la falta de práctica, por lo que en la universidad se debe implementar mayor práctica como: emisiones, hacer una noticia, estructurar un programa deportivo, manejar entrevistas y otros. Yo

104



Universidad de Cuenca

recomendaría que en la universidad exista especialidad y más práctica, sin dejar de lado el reconocimiento a los conocimientos impartidos en la universidad. Los periodistas estamos llamados a manejar muy bien las TICS por lo tanto el periodista debe saber de todo en cuanto a las nuevas tecnologías”. 12-06-2014

*Licenciado Esteban Vidal – Periodista de Radio Ciudad*

Indica que “el perfil del periodista va cambiando a comparación de hace diez años atrás tomando en cuenta mi propia experiencia y ahora hay otro sobre todo en lo que tiene que ver con el manejo de internet y 2.0 por la inmediatez y porque llega a diferentes públicos aunque aquí puede haber muchos errores.

La falencia de los nuevos comunicadores es en la parte técnica, manejo de programas de edición y audio, manejo de grabadoras aunque parezca muy sencillo, y reforzar el tema de la redacción. Por lo tanto en la universidad la parte técnica y la teórica deben ir de la mano y se debe mejorar esa área. Y una de las especialidades en la que debería pensarse es el tema de las redes sociales y producción para radio y televisión, el periodista debe ser un multitarea porque en la vida real el profesional tiene diversidad de tareas por lo tanto debe formarse en las nuevas tecnologías y siempre ser innovador”. 12-06-2014.

*Licenciada Beatriz Rodas - Administradora de Radio Ciudad*

“El nuevo comunicador y por ende periodista debe tener vastos conocimientos en todo lo que implica tecnología de punta, conceptos básicos de la comunicación y periodismo, sin experiencia no se puede hablar de buen profesional. Es necesario la formación completa en conceptos básicos, hay que tener vocación caso contrario habrá profesionales mediocres. En las universidades debería haber un 50% teoría y 50% practica porque nos encontramos con cosas que jamás se ha visto en la universidad, y es la universidad de la vida la que enseña, y creo hasta cierto punto teoría 25% y 75% practica.

El periodista dese ser multitareas y día a día retroalimentarse. La tecnología ha evolucionado y la docencia debe estar a la par, incluso se debería implementar una materia de redes sociales y su manejo. Claro, los conceptos son indispensables aunque hay materias un poco caducas”. 13-06-2014.

*Marco Orellana - Periodista de Radio Ciudad*

Dice: “El nuevo periodista debe estar en capacidad para el manejo de redes de tal manera que pueda condensar la noticia puesto que hay muchas falencias en el tema de redacción”. Otro de sus criterios es que “la gente debe ser multitareas porque los dueños de medios buscan rellenar espacios, pero es ahí donde se pierde lo profesional por que el periodista está preparado para aquello pero sin embargo debe hacer de todo; en cuanto a la practica el estudiante debe preparase ya en la universidad siendo participativo y deberán establecerse otras formas de practica con más profundidad”. 14-06-2014.

*Licenciado José Barreto – Director de noticias de Radio Cómplice*

“Lo que se requiere son conocimientos profundos de lo que es un medio de comunicación junto con los avances tecnológicos, es decir, el periodista debe estar capacitado para poder laborar en todos los medios y debe ser el periodista mochilero que lleva papel y lápiz, cámara, filmadora, sea que trabaje para radio, prensa o televisión. El periodista necesita leer mucho y recabar información de otras fuentes y no solo lo que dice el profesor”. Por lo tanto para el Licenciado Barreto “la práctica es fundamental en las universidades, que el futuro profesional conozca cómo hacer periodismo para radio, para televisión, para prensa escrita. Por lo tanto la práctica es fundamental y acompañado de la teoría se lograría excelentes profesionales”. 14-06-2014.

### **3.1.4 Visiones de la academia**

Entrevistas (Anexo 4)

Licenciado Hugo Guillermo

“Aunque la universidad está haciendo su trabajo se debe pensar cómo debemos preparar a los alumnos hacia el futuro y en algún caso se debería repensar en los contenidos de las mallas con asignaturas que aporten y no sean solamente rellenos. Las tecnologías es lo mejor que nos ha pasado y se debería aplicar más asignaturas pensando en un periodista polivalente es decir que esté capacitado para manejar todas las herramientas que estén a su alcance para poder informar y comunicar de excelente manera utilizando las nuevas tecnologías. Estudiantes y profesores deben ir a la vanguardia de las nuevas tecnologías incluso se debería pensar en nuevos maestros. En cuanto al periodismo digital se debería hablar acerca de los formatos, tipos de formatos, herramientas, tipos de herramientas, a tal punto que puedan crear su propia radio, televisión, revista, etc. Como docentes hay que buscar fuentes y conocimiento de tal forma que mientras más práctico sea, será mucho mejor para el estudiante y así podrá ir a los medios, preparado o ser dueño de su propio medio en internet”. Por otra parte coincide con otros profesionales indicando “la importancia de que se aplique en la medida de lo posible un 70% de práctico y un 30% teórico y desde primer ciclo debe ir de la mano teoría y práctica, brindando una buena base a los estudiantes, ya que toda materia es practica así no sea técnica”. 30-06-2014.

*Licenciado Wilson Garate – Director de la Escuela de Comunicación Social*

“La aparición de varios medios en uno solo que es el internet; video, audio, diseño, fotografía y otros, convirtió la multimedialidad en convergencia que obligo a los comunicadores y periodistas a tomar en consideración la interactividad con los consumidores de esos medios. La formación es un complemento de la teoría y la práctica, se da de forma permanente en la universidad. Hay que pensar en las



Universidad de Cuenca

necesidades que tiene el estudiante de conocer las herramientas pero debe ir complementado con una excelente formación teórica y conceptual. Y no hay que preocuparse por las universidades en general, se han comprometido en garantizar la formación del estudiante a tal punto que puedan acceder a un estudio de cuarto nivel o incursionar en los medios como profesionales”. 30-6-2014.

*Doctor Salvador Pesantez*

“Como docente juzgo pertinente que no se puede echar a un lado las innovaciones que trae la informática sino que hay que tomarlo como un complemento, por lo tanto estudiantes y docentes deben tomarlo como imprescindible el aprendizaje mutuo de los avances tecnológicos, es ineludible que se inserte las disciplinas de nuevas tecnología, nuevos idiomas y nuevas concepciones del mundo. Debería abrirse otros campos de la comunicación social que no comienza ni termina en el periodismo, si no son muchos más amplios por ejemplo: audiovisuales, relaciones públicas y otras, porque el periodismo parece estar ya agotado, el periodista debe estar orientado a un pilar en lo científico tecnológico y humanístico, debe tener conocimientos de una y otra disciplina que conjugue a su trabajo específico”. 8-07-2014.

*Licenciado Diego Samaniego*

“Mi aspiración personal como docente es que el alumno tenga una capacitación en todos los temas de la formación profesional, en áreas de técnica, humanística y cultura general, que sea una formación integral, sea competente y pueda desarrollar su profesión, sobre todo en los medios de comunicación, en cuanto a escritura y equipos. Comprendo sobre todo importante la formación teórica y lo demás se da por añadidura es por ello que los estudiantes deben conocer y dominar las aplicaciones tecnológicas pero siempre con una orientación teórica.

Es trascendental que estudiantes y profesores vayan a la vanguardia con los

108



Universidad de Cuenca

avances tecnológicos, abriendo camino a la necesidad de aplicar 50% práctica y 50% teoría, pero no se puede pasar más que la teoría porque a decir de la Universidad de Cuenca se trata de una licenciatura no de un tecnólogo y el estudiante necesita aprender por su propia cuenta, ya que la universidad no le indica todo, pues son facilitadores del proceso del nuevo periodista”. 8-07-2014.

*Licenciado Jorge Bonilla*

“Profesores y estudiantes deben ir a la par de las nuevas tecnologías y poseer las nociones fundamentales de las tecnologías de la comunicación, porque no se pueden quedar rezagados, y el docente debe ir actualizándose. En cuanto a práctica hay que trabajar en la preparación de producción y contenidos para los nuevos medios. Las prácticas pre-profesionales se deben llevar a cabo desde tercer y cuarto año, en ese periodo los estudiantes tienen ya una idea de lo que es la comunicación”. 11-07-2014.

*Licenciado Ricardo Tello*

“La nueva tecnología está evolucionando de tal forma que abre puertas para que aparezca los productores y activos participantes de contenidos, se debería romper la brecha tecnologías en ciertos docentes, que impide que se puedan homogenizar los discursos y por lo tanto los estudiantes no están en la vanguardia sino en la retaguardia, eso es un problema para la educación y los docentes se quedan. En el actual escenario de la universidad hay un replanteamiento de la carrera y es que nos sometamos a los cambios, incluido cambio de maestros. En el tema de las prácticas hay que hacer una actualización, de mallas, contenidos y actualización tecnológica de docentes que tengan un nuevo discurso educativo. Hay una necesidad de combinar teoría y práctica sin que la práctica desplace a la teoría, caso contrario sería un instituto. La idea es formar emprendedores y no empleados de los tres medios, hay que ver mucho más allá”. 11-07-2014.

*Licenciada Ana Abad*

“El sueño como docente es que el estudiante se enamore de lo que hace y se apasione.

Las tecnologías es una maravilla de la creación humana, las nuevas tecnologías cambian radicalmente la concepción mecánica de los procesos de la comunicación puesto que ahora se puede interactuar en tiempo real. Siempre es necesaria más práctica, aun antes de la presencia de las tecnologías actuales ha sido sustancial”. 11-07-2014.

*Doctor Bolívar Ávila*

Indica que: “es común esperar lo mejor en los estudiantes en su campo profesional, el alumno debe superar al maestro.

Los estudiantes deben estar mejor preparados que los mismos profesores con la evolución de las tecnologías y en este tiempo los estudiantes están en condiciones de adquirir mejores conocimientos y estar más capacitados, tecnificados con una mentalidad clara y abierta. Las nuevas tecnologías constituyen un bumm, todo el mundo de la academia y profesionales están trabajando con la nueva tecnología que lleva hacia un mundo diverso, por ello maestros y alumnos deben ir a la vanguardia del avance tecnológico y no quedarse, la auto-preparación para alumnos y profesores es indispensable. Con respecto a las prácticas profesionales no es prioridad y es una farsa pensar que esto ayudaría y lo que debería ponerse en marcha es una capacitación. 14-07-2014.



Universidad de Cuenca

### **3.2 Comparación de la oferta académica en las universidades locales**

En la ciudad de Cuenca hay 4 universidades en la que se registran, la escuela de Comunicación Social, y nuestro interés es conocer que ofrecen en la malla curricular de dicha profesión.



La Universidad de Cuenca que es nuestro enfoque principal en este análisis, oferta lo siguiente:

Universidad de Cuenca- Escuela de Comunicación Social - Periodismo y Comunicación Digital			
Primer ciclo	Segundo ciclo	Tercer ciclo	Cuarto ciclo
Teoría de la Comunicación Colectiva I	Sociología de la Comunicación	Antropología de la Comunicación	Teoría y Práctica de la Imagen
Historia del Periodismo	Teoría de la Comunicación Colectiva II	Géneros Periodísticos I	Géneros Periodísticos II
Geopolítica	Psicología de la Comunicación	Semiótica	Géneros Y Formatos de Radio
Inglés I	Inglés II	Inglés III	Sociolingüística
Redacción Académica	Estudios Interculturales	Análisis de Mensajes	Investigación de la Comunicación Social II
Ética y Comunicación	Legislación Derechos y Medios de Comunicación	Investigación de la Comunicación Social I	Cultura Física II
Informática Básica		Cultura Física I	Géneros y Formatos de Televisión
Quinto ciclo	Sexto ciclo	Séptimo ciclo	Octavo ciclo
Fotoperiodismo	Libre Elección I	Optativa II	Libre Elección II
Periodismo de Investigación	Periodismo Científico	Periodismo Económico y Político	Periodismo Alternativo y Comunitario
Radio On-line	Producción Radial	Taller II: Métodos y Técnicas de Recopilación	Montaje y Edición Audiovisual
Periodismo On-line	Taller I: Formulación de la Propuesta de Investigación	y Análisis de Información	Diseño Web
Comunicación Para el Desarrollo	Documental Audio Visual	Documental Radial	Televisión Digital
Optativa I	Formatos de la Comunicación Digital	Multimedia y Diseño de los Medios	Optativa III
Taller de Manejo de Cámaras	Planificación y Proyectos en los Medios	Periodismo y Redes Sociales	Taller III: Estructuración y
		Producción Televisiva	redacción del informe final

Fuente: portal web de la Universidad de Cuenca  
 Autores: Nelly Villalta – Diego Quizhpi

Nelly Villalta  
 Diego Quizhpi



Universidad del Azuay – Licenciatura en Comunicación Social y Publicidad

NIVEL 1	NIVEL 2	NIVEL 3	NIVEL 4
Lengua 1	Antropología Cultural /cms	Fotografía	Redacción Publicitaria
Mercadeo I	Inglés II	Inglés III	Producción de Formatos de Radio
Pensamiento Contemporáneo	Lengua 2	Métodos de Investigación II (cuantitativa)	Guiones
Inglés I	Métodos de Investigación I (cualitativa)	Redacción Periodística	Herramientas Gráficas I
Presentaciones Digitales	Estadística /cms	Ética de la Comunicación	Métodos de Investigación III
Problemas Contemporáneos	Mercadeo II	Legislación de la Comunicación	Publicidad II
Creatividad	Corrientes Artísticas Contemporáneas	Comportamiento del Consumidor	
Expresión Oral		Publicidad I	
Introducción y Teorías de la Comunicación			
NIVEL 5	NIVEL 6	NIVEL 7	NIVEL 8
Herramientas Gráficas II	Diseño Gráfico II	Planificación y Proyectos	Seminario de Tesis
Marketing Social	Semiótica de la Publicidad	Prácticas Pre-profesionales I / Cms	Identidad e Imagen Corporativa
Diseño Gráfico I	Comunicación Organizacional	Gerencia de Agencias	Ejecución de Campañas
Publicidad Radial	Publicidad Televisiva	Producción de Materiales Multimedia II	Relaciones Públicas
Producción de Video I	Organización de Eventos /cms	Planificación de Campañas de Comunicación	Materia Opcional II / Trabajo en Proyectos
Planificación de Medios	Producción de Materiales Multimedia I	Emprendimiento	Prácticas Pre-profesionales II / Cms
Cultura y Comportamiento Organizacional		Comunicación Estratégica	
		Materia Opcional O Trabajo en Proyectos	

Fuente: portal web de la Universidad del Azuay  
 Autores: Nelly Villalta – Diego Quizhpi

Nelly Villalta  
 Diego Quizhpi



Universidad Católica de Cuenca - Escuela de Comunicación Social - Periodismo		
PRIMER CICLO	SEGUNDO CICLO	TERCER CICLO
Lenguaje y comunicación	Redacción periodística	Géneros periodísticos i
Realidad local e internacional	Semiótica aplicada a la comunicación	Prensa escrita i
Teorías de la comunicación I	Teorías de la comunicación ii	Técnicas de investigación en comunicación
Semiótica general	Técnicas de recopilación de la información	Psicología de la comunicación
Tecnologías de la información y comunicación tics i	Tecnologías de la información y comunicación ii	Estadística aplicada a la comunicación
Inglés	Inglés ii	Inglés iii
CUARTO CICLO	QUINTO CICLO	SEXTO CICLO
Géneros periodísticos ii	Periodismo digital i	Periodismo digital ii
Prensa escrita ii	Disdiseño gráfico ii	Comunicación corporativa ii
Diseño gráfico i	Comunicación corporativa i	Proyectos emprendedores
Fotografía y fotoperiodismo	Análisis de mensajes y observatorio de medios	Producción en radio ii
Legislación periodística	Producción en radio i	Axiología
Inglés iv	Inglés v	Inglés vi
		Prácticas preprofesionales
SEPTIMO CICLO	OCTAVO CICLO	NOVENO CICLO
Periodismo investigativo	Producción audiovisual ii	Trabajo de titulación
Comunicación para el desarrollo	Redacción académica	Defensa del trabajo de titulación
Marketing, publicidad y propaganda	Desarrollo de productos comunicacionales	
Producción audiovisual i	Marketing, publicidad y propaganda ii	
Periodismo económico y político	Comunicación ambiental	
Ética periodística	Periodismo de opinión	
Prácticas preprofesionales	Prácticas preprofesionales iii	

Fuente: portal web de la Universidad Católica de Cuenca  
 Autores: Nelly Villalta – Diego Quizhpi

Nelly Villalta  
 Diego Quizhpi



Universidad Politécnica Salesiana – Carrera de Comunicación Social- Artes de la Imagen			
NIVEL 1	NIVEL 2	NIVEL 3	NIVEL 4
Antropología cristiana	Comunicación no verbal	Comunicación e ideología	Análisis de coyuntura
Comunicación y cultura	Comunicación para la paz	Deontología	Análisis del discurso
Fotografía	Impreso básico	Ética de la persona	Arte y comunicación
Historia de la comunicación	Lingüística	Nuevos escenarios de la comunicación	Comunicación intercultural
Lenguaje verbal y redacción	Prácticas comunicativas i	Psicología de la comunicación	Epistemología de la comunicación
Lógica	Sociología de la comunicación	Radio básico	Prácticas comunicativas ii
Metodología de la investigación	Teoría de la comunicación i	Semiótica	Teoría de la imagen
Realidad nacional e internacional	Teoría política	Teoría de la comunicación ii	Video básico
NIVEL 5	NIVEL 6	NIVEL 7	NIVEL 8
Comunicación educativa	Espiritualidad juvenil salesiana	Ciencia y cultura	Educomunicación
Electiva i	Investigación y comunicación	Investigación ii	Electiva ii
Estética	Multimedios i	Multimedios ii	Literatura
Impresos i	Pedagogía	Optativa i	Multimedios iii
Pensamiento social de la iglesia	Planificación ii	Teorías del aprendizaje	Prácticas comunicativas iv
Planificación i	Prácticas comunicativas iii	Video ii	Seminario de tesis
Psicología de la percepción	Radio ii		Video iii
Radio i	Video i		
Semiótica aplicada			

Fuente: portal web de la Universidad Politécnica Salesiana  
 Autores: Nelly Villalta – Diego Quizhpi



## Universidad de Cuenca

La muestra de las malla se tomaron de los portales web de cada institución. Y como podemos constatar las Escuelas de Comunicación Social están presentes en las 4 universidades, pero las menciones divergen la una de la otra, por lo tanto las asignaturas que se dictan en la Universidad de Cuenca coincide en pocos casos en relación a las otras universidades

Asignaturas en común	U. Cuenca	U. Azuay	U.P.S	U. Católica
Teoría de la comunicación	x		x	x
Inglés	x	x		x
Redacción Académica	x			x
Ética y Comunicación	x	x		
Sociología de la comunicación	x		x	
Psicología de la comunicación	x		x	x
Legislación, Derechos y Medios de comunicación	x	x		
Géneros Periodísticos	x			x
Semiótica	x		x	x
Análisis del Mensaje	x			x
Investigación de la Comunicación Social	x		x	
Teoría y práctica de la imagen	x		x	
Fotoperiodismo	x			x
Periodismo de investigación	x			x
Comunicación para el desarrollo	x			x
Periodismo económico y político	x			x
Producción televisiva	x	x		
Producción Radial	x	x	x	x

Fuente: Datos de asignaturas que brindan las diferentes universidades de la ciudad

Elaboración: Nelly Villalta – Diego Quizhpi

En base a la comparación vemos que la Universidad de Cuenca y la Universidad Católica están encaminadas netamente al periodismo como tal, aunque existe la parte técnica también.

Como podemos ver en el listado anterior donde se eligió solamente las asignaturas que coinciden, se observa que la prioridad está en los fundamentos de lo que lleva a la formación del periodista tradicional, que es aquella persona que



se dedica profesionalmente ya sea en la prensa escrita, radio, televisión o medios digitales. Siempre cumpliendo la tarea de descubrir e investigar temas de interés público; contrastarlos, sintetizarlos, jerarquizarlos y publicarlos. Sin embargo estudiantes, egresados, docentes y dueños de medios requieren más del nuevo periodista o comunicador.

De allí que en las entrevistas realizadas a los profesores y profesionales en la materia, sugieren que hay que mantener los fundamentos de un buen periodista pero que la parte técnica en los futuros profesionales es trascendental cuando nos confrontamos con la realidad de los avances en la tecnología que está al alcance prácticamente de todos.

### 3.3 Comparación de ofertas educativas de las principales universidades a nivel nacional, en las escuelas de comunicación social.

#### Universidad de Guayaquil

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		
COMUNICACIÓN SOCIAL		
Primer Semestre	Segundo Semestre	Tercer Semestre
Filosofía de la Comunicación	Métodos y Técnicas de Investigación	Taller de Creación Literaria y Redac. Periodis
Lenguaje y Comunicación	Competencias Comunicativas	Semiótica
Comunicación Visual	Taller de Vinculación Comunitaria	Sociología de la Comunicación
Ética y Legislación Aplicada	Geopolítica del Ecuador	Estadísticas para Comunicadores
Psicología de la Comunicación	Computación I	Geopolítica de América y el Mundo
Inglés I	Optativa	Inglés II
Cuarto Semestre	Quinto Semestre	Sexto Semestre
Cuarto Semestre	Producción Radial	Taller de Radio
Taller de Periodismo Digital (Computacion)	Producción de TV	Taller de Televisión
Producción Audiovisual	Producción de Medios Impresos	Taller de Medios Impresos
Periodismo Comunitario	Relaciones Públicas	Taller de Relaciones Públicas
Periodismo de Investigación	Diseño de Proyectos	Comunicación Política
Derecho a la Comunicación e Información I	Periodismo de Opinión Pública	Gestión Empresarial
Inglés Especializado	Teoría de la Producción	Prácticas Comunitarias
	Periodismo Judicial	Protocolo y Ceremonial
	Producción Cinematográfica	Medicina Legal
	Inglés III	Inglés IV
	Computación III	Computación IV

Fuente: portal web de la Universidad de Guayaquil  
 Autores: Nelly Villalta – Diego Quizhpi



**Universidad central del Ecuador**

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR - FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - FACSO								
MALLA CURRICULAR PARA LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL - CONÉNFASIS EN PERIODISMO								
1er semestre	2do semestre	3er semestre	4to semestre	5to semestres	6to semestre	7no semestre	8vo semestre	9no semestre
Estudios del lenguaje	Gramatical del español	Lingüística	Teoría social y política I	Teoría social y política II	Introducción al pensamiento económico	Escritura creativa	Seminarios temáticos	Periodismo contemporáneo latinoamericano
Historia de civilizaciones	Filosofía I	Filosofía II	Teoría de la comunicación III	Historia mundial contemporánea	Comunicación publicitaria I	Análisis de coyuntura	Periodismo político	Periodismo deportivo
Historia de comunicación social	Historia de América latina	Historia del Ecuador	Periodismo I	Psicología de la comunicación	Comunicación e impresos I	Comunicación publicitaria II	Investigación periodística	Periodismo social
Expresión corporal	Teoría de la comunicación I	Teoría de la comunicación II	Semiótica general	Periodismo II	Comunicación auditiva I	Comunicación e impresos II	Periodismo económico	Periodismo cultural
Optativa I	Actividades optativas	Actividades optativas III	Deontología y legislación de la comunicación	Teoría de la imagen	Comunicación audiovisual I	Comunicación auditiva II	Comunicación multimedia	Periodismo científico
Técnicas de trabajo intelectual	Epistemología	Investigación científica	Actividades optativas IV	Actividades optativas V	Comunicación institucional	Comunicación audiovisual II	Gerencia de medios de comunicación	
Realidad ecuatoriana I	Realidad ecuatoriana II	Proyecto integrados I	Investigación social	Metodología de la investigación de la comunicación	Actividades optativas VI	Comunicación organizacional	Actividades optativas VIII	
					Análisis del discurso	Actividades optativas VII	Diseño de trabajo de grado	
				Vinculación con la sociedad I	Vinculación con la sociedad II	Proyecto integrados II		

Fuente: portal web de la Universidad Central del Ecuador  
 Autores: Nelly Villalta – Diego Quizhpi



Universidad nacional Chimborazo COMUNICACION SOCIAL		
1er AÑO	2do AÑO	3er AÑO
PSICOLOGÍA Y SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	ANÁLISIS DEL MENSAJE	MEDICINA LEGAL
GENEROS PERIODÍSTICOS	OPINIÓN PÚBLICA Y PERIODISMO INTERPRETATIVO	LEGISLACIÓN ECUATORIANA
EDICIÓN GRÁFICA	RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA	PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN
DISEÑO GRÁFICO	PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN	IMPACTO DE MEDIOS MASIVOS
INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA	ÉTICA PERIODÍSTICA	PRACTICAS COMUNITARIAS DE LA COMUNICACIÓN
PRODUCCIÓN RADIAL	CEREMONIAL Y PROTOCOLO	GESTIÓN EMPRESARIAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN
PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN	MEDIOS ALTERNATIVOS DE COMUNICACIÓN	TIC'S Y MULTIMEDIA
PERIODISMO INFORMATIVO	CONSTRUCCIÓN Y ANÁLISIS DE CONTENIDOS	GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA INFORMACIÓN
MARKETING PUBLICITARIO		DISEÑO Y FORMULACIÓN DE PROYECTOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
		PERIODISMO CIENTÍFICO ECONÓMICO Y DEPORTIVO
		EMPRENDIMIENTO

Fuente: [Fhttp://www.unach.edu.ec/images/pdf/politicas/comunicacionsemestres.pdf](http://www.unach.edu.ec/images/pdf/politicas/comunicacionsemestres.pdf)

Hacemos una pequeña observación de lo que ofrecen las principales universidades del país, dentro de la escuela de comunicación y tanto la universidad de Guayaquil como la universidad nacional Chimborazo la oferta académica es solo comunicación social, mientras que en la Universidad Central del Ecuador si existe la carrera de comunicación con mención en periodismo, pero ninguna se enfoca en lo digital o multimedia.

## Universidad de Guayaquil

### Perfil

El Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil tiene una formación sólida en los conocimientos, habilidades, actitudes y valores que se expresan en:

- Comprensión lo procesos de desarrollo humano y comunitaria con solvencia e interés para buscar, intercambiar, producir y difundir información, cerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general con respecto a la igualdad, equidad y justicia social.
- Capacidad para analizar temas culturales, económicos y sociales y mantenerse informado sobre temas contemporáneos a niveles local, nacional o



internacional utilizando de manera adecuada las diferentes fuentes de información y las nuevas tecnologías de la comunicación

- Dominio y efectividad en la utilización del lenguaje escrito, audiovisual y gestual para diseñar estrategias y productos de comunicación social
- Aplicar conocimientos científicos, habilidades, técnicas y herramientas de comunicación, sobre los que se fundamenta la carrera para analizar la operación de procesos y sistemas comunicacionales.
- Asumir la investigación de manera permanente como fundamento y respaldo en todas las actividades comunicacionales que se realicen en el ejercicio profesional.
- Plantear, identificar y diagnosticar científicamente las causas de unos problemas comunicacionales y expresar cuáles con las variables de mayor relevancia a ser analizadas, verificar los valores de las variables consideradas y sus relaciones intrínsecas.
- Efectuar estudios, análisis reflexión y propuestas operativas para la resolución de problemas de comunicación social determinando objetivos, identificando restricciones, evaluando la factibilidad de las distintas alternativas o soluciones propuestas y estableciendo criterios para su aceptación y aprobación.
- Identificar y aplicar las técnicas necesarias para la resolución de problemas de su profesión incluyendo software computacional y recursos técnicos y tecnológicos que figuran en bibliotecas especializadas y en buscadores de literatura especializadas sobre comunicación.
- Establecer líneas estratégicas desde el punto de vista de su campo profesional para la consecución de los objetivos y metas de proyectos o trabajos que se realizan en equipos multidisciplinarios.
- Capacidad para resolver conflictos cuando se manifiestan tendencias contradictorias en equipos multidisciplinarios que impidan el desarrollo adecuado de un proyecto o trabajo



- Dominio de los códigos profesionales que lo obligan legal y moralmente a aplicar sus conocimientos de forma que beneficien a sus públicos y a la sociedad en general, con actitud positiva frente a dilemas éticos en el campo de la profesión y conocimiento y aceptación de la consecuencia de sus actos en sus relaciones laborales.

## **Universidad central del Ecuador**

### **Perfil**

El profesional en Comunicación Social es un comunicador capaz de diseñar, realizar, utilizar y evaluar procesos, proyectos y productos comunicativos sobre las diversas esferas de la vida, con fines sociales y empresariales, sobre la base de procesos investigativos, fundamentos epistemológico-culturales, destrezas tecnológicas y diversidad mediática, que propicien y garanticen criticidad y la búsqueda de la objetividad, en un clima de libertad, democracia, respeto, solidaridad y compromiso social.

## **Universidad Nacional Chimborazo**

### **Perfil**

Los profesionales de Comunicación Social deberán estar preparados sobre la base de conceptos, técnicas, procesos, formas y métodos de Comunicación Social, para que al formar parte de los procesos de la producción de mensajes comunicacionales, pueda hacer uso de una información especializada, de un alto poder creativo y de un alto dominio de las herramientas y de las innovaciones que en el campo tecnológico se presentan.

*Fuente:* <http://www.unach.edu.ec/index.php/sample-sites/parks/facultad-de-ciencias-politicas-y-administrativas/98-facultad-de-ciencias-politicas/128>

Lo mismo sucede en otros centros superiores, por ejemplo:

## **Universidad Espíritu Santo**

### **Licenciatura en periodismo internacional**

**Perfil del egresado:** El egresado de esta licenciatura podrá analizar y evaluar información, razonar lógicamente dentro de una perspectiva histórica, actual y global, entender y aplicar los principios, leyes y conceptos de la comunicación social, valorar la responsabilidad social de los medios de comunicación y preparar mensajes audiovisuales efectivos gracias a su conocimiento del valor y la importancia del lenguaje de la imagen y de su combinación y articulación con la lengua natural. Este periodista conocerá por lo menos dos idiomas, el español y el inglés, siendo capaz de utilizarlos al investigar, redactar, editar y comunicar artículos, reportajes, entrevistas y otros productos de comunicación social. También comprenderá el rol de los medios audiovisuales en un contexto de libertad y democracia y estará capacitado para aplicar responsablemente los resultados de esa comprensión, así como los aspectos legales, históricos, éticos y educativos del periodismo audiovisual.

*Fuente:* <http://www.educaedu.com.ec/licenciatura-en-periodismo-internacional-carrera-26695.html>16-01-2015

## **Universidad internacional del ecuador**

### **Licenciatura en periodismo**

**Perfil:** El (la) periodista de la Universidad Internacional del Ecuador es un(a) profesional innovador(a), culto(a), preparado(a) para investigar, planificar la comunicación social y asumir el liderazgo en la industria de las comunicaciones, con sólidas destrezas y criterios para codificar el mensaje, en sus diversos géneros, a través de diferentes soportes, sobre la base de una clara visión científica, ética y pluri-cultural. *Fuente:* <http://www.educaedu.com.ec/carrera-de-periodismo-carrera-27856.html>/16-01-2015

## **Universidad Casa Grande**

### **Licenciatura en periodismo**

**Perfil:** Un profesional diferente, con una nueva manera de ver e interpretar a la sociedad y los hechos, con la visión necesaria para dirigir un medio o un equipo humano por medio de una formación de vanguardia en comunicación y conocimientos tecnológicos, esto te permitirá trabajar en cualquier medio tradicional o digital (televisión, prensa, revista, radio, Internet, etc.) o crear tu propio medio. *Fuente: <http://www.educaedu.com.ec/licenciatura-en-periodismo-digital-carrera-28186.html/16-01-2015>*

### **3.4 Comparación de ofertas educativas en el mercado con respecto a escuelas de periodismo digital.**

Para nuestro trabajo hemos creído necesario revisar algunas universidades a nivel mundial, que ofertan la carrera de periodismo digital y afines, a continuación presentamos las mallas:

UNIVERSIDAD DE Chile		
Periodismo digital y gestión de medios en internet		
<b>Fundamentos del periodismo digital</b>	<b>Arquitectura de información</b>	<b>Tecnologías de publicación electrónica</b>
“Glocalización” y sociedad de la información	Estructuras de contenido	Interactividad y Web 2.0
Internet como soporte periodístico	Rotulado, taxonomías y cardsorting	Blogs y Wikis
Transición de los medios tradicionales a la red	Sistemas de navegación	Administradores de contenidos (CMS)
Modelos de prensa online y redacción digital	Confección de prototipos o wireframes	Sindicación de feeds RSS y otras aplicaciones
Periodismo ciudadano o participativo	Elementos de experiencia de uso	Convergencia e integración de módulos interactivos
<b>Desarrollo de contenidos digitales</b>	<b>Usabilidad y diseño de experiencias web</b>	<b>Gestión de medios en internet</b>
Reporteo asistido por computador		Modelos de negocios y fuentes de financiamiento
Redacción para internet	Diseño centrado en el usuario	Captación de audiencias
Hipertextualidad y multimedialidad	Metodologías de evaluación y planificación	Estudios y análisis de comportamiento de usuarios
Estilos, titulación, eyetracking y click triggers	Herramientas de testeo	Integración periodística – comercial
Modelo “Margarita” sobre cómo escribir para sitios web	Usabilidad y UX (user experience)	Elementos de administración de medios
	Cumplimiento de estándares y accesibilidad	
<b>Publicidad y marketing de medios digitales</b>	<b>Semiótica de sitios web</b>	<b>Comunidades en redes sociales</b>
Marketing y ventas de un medio digital	Elementos de semiología de la imagen	Modelos de community management
Viralización en redes sociales	Protocolos perceptivos y cognitivos de la navegación	Fidelización de usuarios en Twitter y Facebook
Revisión del mercado publicitario online chileno	Estudios de la psicología del receptor	Branding, reputación online y evaluación
Análisis de casos nacionales e internacionales		
<b>Herramientas de narración multimedia</b>	<b>Posicionamiento en buscadores</b>	<b>Video digital y televisión interactiva</b>
Convergencia en los productos periodísticos	Estrategias de posicionamiento en Google y otros	TV digital terrestre (TVDT)
Aplicaciones y software en línea	Criterios y factores de ponderación en entrega	Aplicaciones interactivas para televisión
Elementos de narración interactiva (digital storytelling) y visualización de datos	resultados	Formatos de compresión de video
	Metadatos y estándar Dublin Core	Transmisión on-demand y streaming
	Web 3.0 o web semántica: Open data y linked data	
<b>Dispositivos móviles</b>		
Teléfonos celulares, smartphones y tablet PC		
Adaptación para diferentes interfaces		
Contenidos multiplataformas		
Aplicaciones interactivas de información y servicios		

Fuente: <http://www.periodismodigital.uchile.cl/plan-de-estudios-2/contenidos/>





Universidad Nacional de la Plata Argentina			
Licenciatura en Comunicación Social con orientación en Periodismo			
Materias obligatorias de cursada anual	Materias obligatorias de cursada cuatrimestral	Materias optativas de cursada cuatrimestral	Cursada libre
Taller de Producción Gráfica I	Comunicación y Medios (Cát I o Cát II)	Cursada obligatoria	Historia Argentina Contemporánea
Taller de Producción Radiofónica I	Comunicación y Teorías (Cát I o Cát II)	Antropología Social y Cultural	Historia Contemporánea de América Latina
Taller de Producción Audiovisual I	Comunicación y Cultura (Cát I o Cát II)	Semiótica	Problemas Filosóficos Contemporáneos
Taller de Comprensión y Producción de Textos I	Lingüística y Métodos de Análisis Lingüísticos	Psicología Social	Economía Política y Problemática
Taller de Comprensión y Producción de Textos II	Metodología de la Investigación Social	Introducción a la Planificación de Procesos y Estrategias de Comunicación	Económica Argentina
Taller de Análisis de la Información	Opinión Pública (Cát I o Cát II)	Comunicación y Derechos Humanos	Derecho de la Comunicación
	Capacitación en Idioma Extranjero (Francés, Italiano, Inglés, Alemán, Portugués o Quechua)	Comunicación y Derechos Humanos	Historia del siglo XX (Cát I o Cát II)
		Estructuras y Lecturas. Taller de Narrativa Ficcional en el área de Producción	Problemas Sociológicos Contemporáneos
		Seminario Optativo I	
		Seminario Optativo II	

Fuente: portal web de la Universidad Nacional de la Plata Argentina  
 Autores: Nelly Villalta – Diego Quizhpi



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA		
Periodismo Digital		
ÁREA DE FORMACIÓN BÁSICA COMÚN	ÁREA DE FORMACIÓN BÁSICA PARTICULAR OBLIGATORIA	ÁREA DE FORMACIÓN ESPECIALIZANTE OBLIGATORIA
Fundamentos epistemológicos del lenguaje y la comunicación	Deontología periodística	Producción para radio, televisión, fotoperiodismo y multimedia
Observación etnográfica	Análisis sociocultural de los medios de comunicación en México	Técnicas de la entrevista periodística (para prensa escrita, radio televisión y Web)
Estructuras sociales en México	Periodismo de investigación	Producción de reportaje para televisión y multimedia
Fundamentos de economía	Análisis de las prácticas del ejercicio periodístico	Interpretación y aplicación de estadísticas al periodismo
Sistema político mexicano	Derecho a la información	Organización de empresas periodísticas y emprendimientos
Sistema jurídico mexicano	Redacción periodística	Fotoperiodismo
Diagnóstico de México contemporáneo	Construcción de la agenda informativa	Edición y producción de audio
Psicología de la comunicación periodística	Argumentación y comunicación	Edición y producción de video
Teorías de la cultura	Diagramación y diseño editorial	Periodismo cultural crítico
Geopolítica	Periodismo digital (Herramientas digitales: usos y aplicación)	Periodismo y derechos humanos
Globalización y sociedad red	Cobertura de temas sociales contemporáneos	Crítica de la producción audiovisual
Aplicación de métodos estadísticos para investigación	Edición y coordinación editorial	Pensamiento científico y periodismo
Entrevista y dicción en inglés para obtener información periodística	Análisis del discurso periodístico	Apreciación del arte
Comprensión de textos periodísticos en inglés	Procesos y técnicas de la información periodística (taller de reporteo)	Seminario de proyecto periodístico
Apreciación de producciones audiovisuales en inglés	Redacción de géneros periodísticos de opinión	Seminario de proyecto de investigación
Construcción de la nota informativa en inglés	Redacción de géneros periodísticos híbridos (taller de crónica)	Prácticas profesionales
Formación integral I	Redacción de reportaje	
Formación integral II		
Formación integral III		

Fuente: portal web de la Universidad de Guadalajara  
Autores: Nelly Villalta – Diego Quizhpi

Universidad Europea Madrid		
Periodismo + Comunicación Audiovisual y Multimedia		
Primer Semestre Código	Segundo Semestre Código	Tercer Semestre Código
Habilidades comunicativas	Fotografía	Animación y videojuegos
Diseño y Maquetación	Tecnología Audiovisual	Diseño y programación multimedia
Diseño de Escenarios Virtuales	Locución y Presentación	Estética y dirección de Arte
Técnicas y Estrategias de la Comunicación	Historia del Cine	Persuasión y opinión
Pensamiento Creativo	Ética y Legislación	Producción y realización en Radio
Géneros Informativos y Redacción Periodística	Taller de Creatividad	Sonido en TV y espectáculos
Cuarto Semestre Código	Quinto Semestre Código	Sexto Semestre
Escenografía e iluminación	Comunicación política internacional	Dirección cinematográfica
Ética y deontología profesional	Derecho de la comunicación	Diseño de sonido cinematográfico
Fotoperiodismo	España y su historia reciente	Fotografía cinematográfica
Grupos de comunicación y empresa informativa	Geopolítica	Guión cinematográfico
Inglés	Laboratorio de TV	Producción, distribución y exhibición cinematográfica
Laboratorio de Radio	Plataformas de periodismo multimedia	
Producción y realización en Televisión		
Séptimo Semestre Asignatura	Octavo Semestre	Noveno Semestre Asignatura
Optatividad	Periodismo cultural	Prácticas Externas
Inglés especializado	Periodismo económico	Optatividad
Planificación de coberturas informativas	Periodismo deportivo	Proyecto Fin de Grado
Gabinetes de comunicación	Periodismo científico y medioambiental	Cultura digital
	Comunicación de eventos y entretenimiento	Diseño y edición gráfica
	Crónica parlamentaria y de tribunales	





Universidad de Londres		
Periodismo digital		
BLOQUE INICIAL	BLOQUE INTERMEDIO	BLOQUE ESPECIALIZADO
• Introducción al estudio de la comunicación	Semiótica	• Teorías contemporáneas del periodismo
• Introducción al periodismo	• Documentación e investigación periodística	• Géneros periodísticos de opinión
• Teoría política y económica	• Programa iberoamericano	• Letras contemporáneas
• Comunicación escrita	• Imagen pública	• Manejo de audiencias
• Lenguaje audiovisual	• Bases del diseño	• Producción audiovisual
• Teorías de la comunicación	• Fotografía digital	• Plataforma del periodismo electrónico
• Metodología de la investigación	• Animación 2d	• Infografía
• Arte y cultura contemporánea	• Fotoperiodismo	• Periodismo radiofónico
• Comunicación oral	• Persuasión y opinión	• Principios de mercadotecnia
• Manejo de imagen y retoque digital	• Géneros periodísticos de opinión	• Empresa informativa
• Panorama internacional	• México contemporáneo	• Bases de programación web
• Fotografía análoga	• Imagen pública	• Periodismo televisivo
	• Bases del diseño	
	• Fotografía digital	
	• Animación 2D	
	• Fotoperiodismo	

Fuente: portal web de la Universidad de Londres  
 Autores: Nelly Villalta – Diego



Al repasar estas mallas, encontramos algo curioso y es que no encontramos similitud en las asignaturas que ofrecen en ninguna de las cinco universidades, sin embargo se ve que están interesados en formar a los futuros profesionales en asignaturas técnicas y teóricas.

### **3.5 Perfiles de los estudiantes en las universidades antes mencionadas**

#### **Universidad de Guadalajara**

Al culminar la carrera el nuevo profesional estará preparado para tener:

- Actitud abierta y profesional para aplicar en el trabajo cotidiano la veracidad, la precisión y la exactitud, orientados a mejorar la calidad de la información y de los productos periodísticos que se difunden a la sociedad a través de distintos medios y plataformas periodísticas.
- Capacidad para trabajar de forma interdisciplinaria y asumir responsabilidades en el campo de la comunicación y el periodismo.
- Habilidad para planear y generar productos informativos en ambientes virtuales a través del uso de herramientas, tecnologías, aplicaciones y plataformas digitales.
- Capacidad para producir investigaciones periodísticas a profundidad y de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Habilidad para instrumentar, elaborar y aplicar estrategias para mejorar la comunicación de una organización informativa en las áreas administrativa y de producción editorial.
- Actitud de liderazgo para gestionar, emprender y administrar su propia empresa informativa. *Fuente: <http://guiadecarreras.udg.mx/perfiles/1415.html>/20-01-2015*

### **Universidad de Londres**

- Al transformarse en un profesional de esa área podrás formar parte de empresas informativas y trabajar en medios digitales, audiovisuales o impresos, o bien, construir tu propia empresa y desarrollar nuevas propuestas informativas para distintas organizaciones. *Fuente:*  
[http://www.udlondres.com/licenciaturas/periodismo\\_digital/index.html](http://www.udlondres.com/licenciaturas/periodismo_digital/index.html)20-01-2015

### **Universidad Europea Madrid**

Tras obtener el título de Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia en la Universidad europea, estará cualificado para afrontar con éxito la carrera profesional y contará con un completo book multidisciplinar de tus trabajos que facilitará su inserción en el mercado laboral. Será un creador y realizador versátil, capaz de planificar y gestionar todo tipo de contenidos y desarrollar productos audiovisuales de principio a fin. Será un profesional creativo. *Fuente:*  
<http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/doble-grado-periodismo-comunicacion-audiovisual-y-multimedia/>20-01-2015

### **Universidad de Chile**

El estudiante estará en capacidad de:

- Conocer los fundamentos de internet como medio, sus aplicaciones principales, su impacto en los procesos comunicacionales y los desafíos que representa para los periodistas.
- Abordar los principios teóricos y prácticos concernientes al desarrollo de sitios web y fomentar la reflexión sobre su modo de presentación hacia los usuarios, basado en los conceptos de arquitectura de información, usabilidad y el cumplimiento de estándares.



- Proporcionar las herramientas básicas para un manejo eficaz de los principales programas de desarrollo web, producción multimedia y administración de contenidos, con el objeto que sean aplicadas en el desarrollo de medios digitales.
- Examinar las nuevas tecnologías de publicación online y narración multimedia, así como analizar los procesos sociales y comunicaciones implicados en la llamada Web 2.0, el periodismo participativo, los *blogs* y la tecnología *wiki*, entre otros
- Examinar las nuevas tecnologías de publicación online y narración multimedia, así como analizar los procesos sociales y comunicaciones implicados en la llamada Web 2.0, el periodismo participativo, los *blogs* y la tecnología *wiki*, entre otros.

*Fuente: <http://www.periodismodigital.uchile.cl/presentacion/objetivos/20-01-2015>*

Bien si hacemos comparación desde el punto de vista académico cuanto objetivos, vemos que hay diversidad de miras al futuro de los egresados, sin embargo tanto la malla como los impactos que quiere lograr la Universidad de Chile es la que mejor se asemeja a lo que deseamos presentar a través de este trabajo, gente con mucho conocimiento básico del periodismo, pero saber también cómo aplicarlo, dicho de otra manera como plasmarlo en las nuevas plataformas que exige el medio comunicacional y social.

#### 4.1 PROPUESTA

En la Universidad de Cuenca el perfil para las egresadas y los egresados de la carrera de Periodismo cuenta con las siguientes competencias:

- Amplia cultura general y dominio de los conceptos teóricos de la carrera, con los que entenderá, analizará, contextualizará y comunicará los fenómenos sociales, políticos, económicos, culturales, entre otros.
- Dominio de las técnicas del discurso periodístico y del manejo de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación que le permitan desempeñarse con solvencia en los ámbitos de los medios de comunicación.
- Formulación, gestión y ejecución de proyectos de investigación y vinculación con la comunidad en las áreas de la comunicación social, en respuesta a las demandas de la sociedad.
- Diseño, desarrollo y evaluación de productos comunicativos.
- Formación del pensamiento crítico para la comprensión del contexto histórico social, político, cultural y económico de la realidad nacional e internacional.
- Ejecución de sus responsabilidades en las áreas de competencia, con un elevado sentido ético.

Este es el perfil de los futuros profesionales según la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca y luego de revisar mallas académicas de otras universidades en especial las extranjeras vemos oportuno presentar nuestra propuesta de implementación de asignaturas, que para poder cumplir a cabalidad con este perfil.

Y presentamos la siguiente propuesta de acuerdo lo expresado por los mismos docentes y profesionales en la materia, que indican que los soportes tecnológicos de internet son claves para el desarrollo del periodismo.



Entonces proponemos las siguientes asignaturas:

REDES SOCIALES Y REDACCIÓN	COMUNICACIÓN DIGITAL Y SUS FORMATOS	SEMIÓTICA DE SITIOS	TÉCNICAS DE LA ENTREVISTA PERIODÍSTICA PARA RADIO, PRENSA, TELEVISIÓN Y WEB	DIAGRAMACIÓN Y DISEÑO EDITORIAL	INFOGRAFÍA MULTIMEDIA
Historia de las redes sociales	Modelos y componentes	Elementos de la semiología de la imagen		Proceso de diagramación	Evolución de la infografía
Periodismo en las redes sociales	Nuevas infraestructuras	Estudios de la psicología del receptor		Pastes de la diagramación	Características
Red Social Facebook				Elementos	Hipertextual
Red Social Twitter					Como crear infografías
Redacción en redes sociales					
Calidad de fotografía					
Responsabilidad en cuanto a las publicaciones					

Fuente: Recolección de mallas académicas de diferentes universidades  
Autores: Nelly Villalta – Diego Quizhpi

## CONCLUSIONES

- Es definitivo que en la Escuela de Comunicación – carrera de periodismo se requiere mayor atención al área práctica en cada una de las asignaturas, de acuerdo a las encuestas y entrevistas realizadas.
- Cabe destacar que los estudiantes precisan de estos conocimientos, y también los profesionales y dueños de medios concuerdan que en la universidad debería lograrse un conocimiento amplio en el desenvolvimiento de la era digital.
- El conocimiento profundo de las redes sociales también es importante, porque estas, han avanzado a pasos agigantados a formar parte del ámbito periodístico, hoy en día sin redes sociales nos quedamos atrás.
- Periodista y/o comunicador cuando llega al medio donde ha de laborar, requiere en primera instancia tener destreza para la redacción, luego saber manejo de cámaras, manejar redes sociales, edición de audio y video, en fin. Y esto lo constatamos en lo que indicaron los dueños o directores de los diferentes medios de comunicación en la ciudad de Cuenca.
- Es importante mantenerse a la vanguardia de avances tecnológicos, hoy en día son diversas las formas y los medios en los cuales plasmamos información, sea a nivel local y mundial. Esto a decir de todo lo que ofrece el internet, para lo cual el periodista debe conocer todas las herramientas.
- Pensemos en que el periodista y/o comunicador tiene que estar preparado para trabajar en todos los medios: televisión, prensa, radio, medio digital, y otros. Incluso para crear su propio medio.
- Es importante mencionar que en las universidades extranjeras profundizan la enseñanza de acuerdo a los avances tecnológicos, una principal novedad que podemos recalcar es que para hacer periodismo de la calle solo necesitamos un celular con diferentes aplicaciones que nos ayude a ser inmediatos en la información.

## RECOMENDACIONES

- Sugerimos que se tome en cuenta esta propuesta, puesto que se plasma las necesidades de los estudiantes y los requerimientos de profesionales y dueños de medios.
- Contratación de profesionales y especialistas en la materia, es decir personal con preparación de 4to nivel.
- Que la Universidad de Cuenca deje de ser teórica y sea más práctica en cuanto a la comunicación digital, esta área es tan amplia que hay mucho en que preparar a los estudiantes.
- Que la Universidad de Cuenca mire y haga un estudio de mercado de las necesidades de los cuencanos en lo referente al periodismo y comunicación digital.
- Los medios de comunicación esperan gente preparada y no solo en redacción, motivo por el cual muchos salen del país por la falta de una preparación en periodismo digital
- Se debe pensar de manera urgente tener acceso a las nuevas tecnologías, tener propios laboratorios de: radio, prensa y televisión, también debería haber laboratorios multimedios donde los estudiantes aprendan de mejor manera
- Existe gran cantidad de egresados sin trabajo porque no tienen especialización o no conocen mucho de estas materias (antes mencionadas en la propuesta)
- El periodista hoy en día debería ser un periodista polivalente, este término se aplica a la persona que tiene distintas capacidades, el periodista de hoy está obligado (prácticamente) por el medio a tener varias aptitudes, desde lo tradicional a lo más actualizado de las plataformas periodísticas.

**Encuesta aplicada a estudiantes que están cursando el último ciclo o año en la Escuela de Comunicación Social en las diferentes universidades de la ciudad de Cuenca. Anexo 1**

Encuesta realizada a fin de conocer que es lo que tienen que decir los estudiantes con respecto al proceso de su carrera, para exponer en nuestra tesis: “ANÁLISIS, ESTUDIO Y PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS MATERIAS EN LA CARRERA DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN DIGITAL EN LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA”. Tesis previa a la obtención del título en la carrera de Periodismo y Comunicación Digital.

La pregunta 1 indica ¿Qué asignaturas que se ha tomado hasta el momento en la escuela de Comunicación Social, considera usted las más importantes para el desempeño laboral?

---

Pregunta 2 ¿Qué asignatura cree que se debería implementar a la carrera? (Anote máximo 3)

---

Pregunta 3 ¿En qué medio aspira laborar cuando se gradué?

---

Pregunta 4 ¿De acuerdo a su aspiración laboral, cree usted que hace falta énfasis en asignaturas prácticas?

**Encuesta a Egresados de la Escuela de Comunicación Social con mención en Periodismo. Anexo 2**

Encuesta realizada a fin de conocer las necesidades de los egresados de la Universidad de Cuenca para exponer en nuestra tesis: "ANÁLISIS, ESTUDIO Y PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS MATERIAS EN LA CARRERA DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN DIGITAL EN LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA". Tesis previa a la obtención del título en la carrera de Periodismo y Comunicación Digital.

**Nombre:** .....

**Año de graduación/ egreso:** .....

**¿En qué medio labora?**

Radio \_\_\_

Prensa \_\_\_

Televisión \_\_\_

Otros \_\_\_

Pregunta 2 ¿Cuáles son los retos y dificultades que ha tenido que enfrentar?

---

Pregunta 3 ¿Fue necesario la auto formación?

---

Pregunta 4 ¿Qué cree que hizo falta en la universidad para su preparación para el ámbito laboral?

---

Pregunta 5 ¿Qué asignaturas sugiere que se debería implementar en la carrera de Periodismo y Comunicación Digital, para una mejor preparación en vista de las necesidades que usted ha tenido para desenvolverse en el medio?

---

Pregunta 6 ¿Cree que en la universidad hace falta enfocarse con mayor énfasis en la práctica profesional?

---

**Entrevista realizada a profesionales en el ámbito comunicacional y periodístico. Anexo 3**

Entrevista realizada a fin de conocer la demanda e inquietudes de los profesionales o dueños de medios de comunicación con respecto al nuevo periodista, para exponer en nuestro tema de tesis: “ANÁLISIS, ESTUDIO Y PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS MATERIAS EN LA CARRERA DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN DIGITAL EN LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA”. Tesis previa a la obtención del título en la carrera de Periodismo y Comunicación Digital.

En la institución que usted labora o preside ¿Qué es lo que requiere del nuevo profesional en periodismo y comunicación?

---

¿Cuáles han sido las principales falencias que han presentado los principiantes?

---

¿Qué cree que hace falta a la universidad para ofertar al futuro profesional?

---

Con la experiencia propia y de los nuevos profesionales que usted ha visto ¿Qué asignaturas o que alternativas cree que debería implementarse en la universidad?

---

¿Cree que el nuevo profesional deber ser una persona multitareas?

---

#### **Entrevista realizada a docentes de la Escuela de Comunicación de la Universidad de Cuenca. Anexo 4**

Entrevista realizada a fin de conocer la aspiración que tienen los docentes con respecto a sus alumnos y la necesidad que ven ellos, para exponer en nuestro tema de tesis: “ANÁLISIS, ESTUDIO Y PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS MATERIAS EN LA CARRERA DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN DIGITAL EN LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA”. Tesis previa a la obtención del título en la carrera de Periodismo y Comunicación Digital.

¿Cuál es su aspiración personal con respecto a los nuevos egresados de la Escuela de Comunicación?

---

¿Cree que es necesario que profesores y alumnos vayan a la vanguardia de los avances tecnológicos?

---

¿A su criterio cree que es necesario aplicar más práctica en el proceso de formación de los estudiantes?

---

Sabemos que no todos quienes egresen de la escuela de comunicación optaran por el ámbito periodístico entonces ¿Qué alternativas de debe tomar para la formación integral del estudiante?



- UNESCO, “Plan modelo de estudios de periodismo”, UNESCO – 2007
- Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, Nueva profesión “El periodista digital” # 81, 2003.
- Marín, Carlos, “Periodismo audiovisual. Información, entretenimiento y tecnologías multimedia”. Gedisa, S.A, Barcelona, 2006.
- Velázquez, Cesar, “Manual de géneros periodísticos”. Universidad de la sabana, 2015.
- Dallal, Alberto, “Lenguaje periodístico”. México segunda edición, 2003.
- Gemis, Lorenzo, “Teoría de los géneros periodísticos”. Barcelona, 2008.
- Navarro, Lizy, “Los periódicos Online”. México, 2000.
- Paloma, Bella, “El periodista online de la revolución a la evolución”. Cevilla España 2004.
- Sibila, Luis, “Así se hace periodismo: manual práctico del periodista gráfico”. Buenos Aires, 2005.
- Díaz, Javier- Salaverría, Ramón, “Manual de redacción ciberperiodística”. España 2003.
- Alborn, Belén, “Los usos de internet, comunicación y sociedad”. Ecuador, 2006.
- Galdón, Gabriel, “Introducción a la comunicación y a la información”. Barcelona España, 2001.
- Stanton William- Etzel Michael - Walker Bruce, “Fundamentos de Márketing”. McGraw-Hill Interamericana, 2007.
- Restrepo, Xavier - Herran María Teresa, “Ética para periodistas”, Grupo Editorial Norma, 2005.
- Peña de Oliveira, Felipe, “Teoría del Periodismo”. España, 2006.
- Scolari, Carlos, “El periodista polivalente”. Zer, 2008.
- Greco, “Comunicación comunitaria y nuevas tecnologías, retos del siglo XXI”. 2006



## Consultas en Línea

- <http://www.eltribuno.info/nuevas-tecnologias-aplicadas-al-periodismo-n281110>.
- Franco Guillermo “Efectos de las tecnologías digitales en el periodismo de América Latina y el Caribe”. 2010.  
<http://www.saladeprensa.org/art1035.htm>
- Klappenbach, Lorena Clara, “El periodismo como vocación”.  
<http://www.revistacriterio.com.ar/cultura/el-periodismo-como-vocacion/>.  
2011
- Universidad Central del Ecuador, <http://www.uce.edu.ec/>
- Universidad Técnica Particular de Loja, <http://www.utpl.edu.ec/>.
- Universidad de Chimborazo, <http://www.unach.edu.ec/>
- GRECO “Vocación, nada fácil de encontrar”  
<http://zona612.blogspot.es/1407724420/vocacion-nada-facil-de-encontrar/>.  
2014
- Universidad del Azuay,  
[http://www.uazuay.edu.ec/servicios/facultades/pensum\\_sis\\_nuevo.php?id=NX^FQTF%3C;BFA?;](http://www.uazuay.edu.ec/servicios/facultades/pensum_sis_nuevo.php?id=NX^FQTF%3C;BFA?;)
- González, Yaneliz “Los valores del profesional de la información ante el reto de la introducción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación”. [http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol14\\_5\\_06/aci07506.htm](http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol14_5_06/aci07506.htm)
- Comunicación comunitaria  
<https://tucomunidadinfo.wordpress.com/tag/comunicacion-comunitaria/>.  
2012
- GRONEMEYER, MARÍA ELENA, “El periodismo como vocación y opción creyente”.  
[http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0049-34492003000100003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0049-34492003000100003&script=sci_arttext). 2003



- Darías de las Heras, Victoriano. “La formación de los periodistas y comunicadores en Alemania”, [http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/latina\\_art96.pdf](http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/latina_art96.pdf)
- Modelo general para la evaluación de carreras con fines de acreditación. 2011 <http://www.uta.edu.ec/v2.0/pdf/externos/modelo-general-evaluacion-carreras.pdf>
- <http://chasqui.comunica.org/content/view/430/124/>
- Domínguez, Mario, “Las tecnologías de la información y la comunicación: sus opciones, sus limitaciones y sus efectos en la enseñanza”. <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/nomadas/8/mdominguez.htm>.
- Salaverría, Ramón, “Nuevo perfil del periodista”, <https://periodismointegrado.wordpress.com/tag/convergencia-de-medios>.
- “estudio, análisis e interpretación de la formación de los periodistas” <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10761/TomasFrutos.pdf;jsessionid=DED2F3242781CE040FEBC60BF462707E.tdx1?sequence=1>.
- “El perfil del periodista y comunicador digital”, <https://periodismointegrado.wordpress.com/tag/convergencia-de-medios>
- Primera escuela de comunicación, <http://www.buenastareas.com/ensayos/Escuela-De-Comunicacion-De-Chicago/2294398.html/>
- Escuelas de comunicación en Europa, <http://www.ull.es/view/centros/cci/Justificaciondeltitulo/es/>
- *Escuela de comunicación en América Latina*, <http://issuu.com/chasqui/docs/historia-de-las-escuelas-de-periodismo>



Universidad de Cuenca

- *Escuela de comunicación en América Latina*  
*<http://www.udea.edu.co/portal/page/portal/SedesDependencias/Comunicaciones/B.InformacionFacultad/A.QuienesSomos>*
- Universidad de Argentina, *<http://www.perio.unlp.edu.ar/node/>*
- Universidad de Guayaquil,  
*<http://facsoblogsm12.wordpress.com/2012/02/14/ff>*
- Universidad Central, *<http://www.uce.edu.ec/web/comunicacion-social/historia>*.
- Universidad del Azuay, *<http://www.uazuay.edu.ec/publicaciones/UV-46.pdf/>*