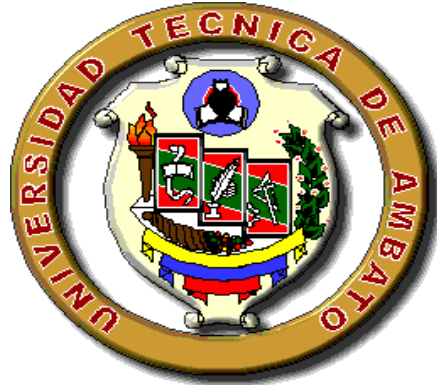


UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

MAESTRÍA EN PERIODISMO DIGITAL

Tema: “LA FORMACIÓN DE LOS COMUNICADORES SOCIALES EN LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR Y SU RELACIÓN CON LOS REQUERIMIENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL”.

Trabajo de Investigación, previo a la obtención del Grado Académico de
Magíster en Periodismo Digital.

AUTORA: Licenciada María José Vega Angulo

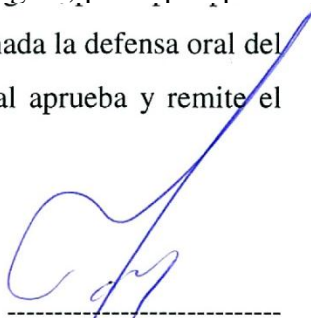
DIRECTOR: Doctor Byron Orlando Naranjo Gamboa, Magíster.

Ambato-Ecuador

2017

A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales

El Tribunal receptor del Trabajo de Investigación, presidido por el Doctor Franklin Nectario Medina Guerra Magister, e integrado por los señores Doctor Luis Alberto Gamboa Orozco Magister, Doctor Leonardo Xavier Brito Alvarado Magister y Doctor Walter Francisco Viteri Torres Magister, designados por la Unidad Académica de Titulación de Posgrado de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Trabajo de Investigación con el tema: “LA FORMACIÓN DE LOS COMUNICADORES SOCIALES EN LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR Y SU RELACIÓN CON LOS REQUERIMIENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL”, elaborado y presentado por la señora Licenciada María José Vega Angulo, para optar por el Grado Académico de Magister en Periodismo Digital; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Titulación, modalidad Informe Investigación; el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.



Dr. Franklin Nectario Medina Guerra Mg
Presidente y Miembro del Tribunal



Dr. Luis Alberto Gamboa Orozco Mg
Miembro del Tribunal



Dr. Leonardo Xavier Brito Alvarado Mg
Miembro del Tribunal



Dr. Walter Francisco Viteri Torres Mg
Miembro del Tribunal

AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

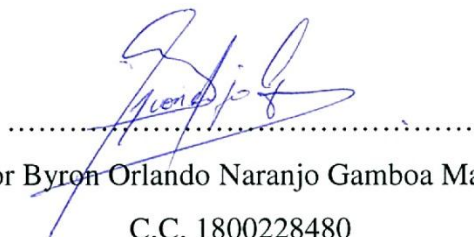
La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en Trabajo de Investigación presentado con el tema: “LA FORMACIÓN DE LOS COMUNICADORES SOCIALES EN LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR Y SU RELACIÓN CON LOS REQUERIMIENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL”, le corresponde exclusivamente a la Licenciada María José Vega Angulo, Autora bajo la Dirección del Doctor Byron Orlando Naranjo Gamboa Magíster, Director del Trabajo de Investigación; y el patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.



Licenciada María José Vega Angulo

C.C. 0201813433

AUTORA



Doctor Byron Orlando Naranjo Gamboa Magíster

C.C. 1800228480

DIRECTOR

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el Trabajo de Investigación, sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad.



Licenciada María José Vega Angulo

C.C. 0201813433

AUTORA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la energía suprema por permitir la culminación de una etapa maravillosa, a mi compañero de vida Sebastián y a mi hermoso hijo Samín, por las horas que les resté. A ellos mi amor eterno por la paciencia. A mis padres Martha y Mauricio por su consejo oportuno y amor incondicional.

A mi ángel de la guarda, amiga y compañera Ángela Fonseca Villena, que durante mi permanencia en Ambato, cuidó sigilosamente de mi bienestar.

A mi tutor, Dr. Byron Naranjo Gamboa por su acertada ayuda, confianza y guía en el proceso de investigación y a la Universidad Estatal de Bolívar por abrirme las puertas y aprobar el estudio.

María José

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi amado esposo Sebastián Araya, quien impulsó la decisión de crecer profesionalmente, renunciando incluso a sus sueños personales. A mis padres por velar de Samín en mi ausencia y por ser luz en momentos de oscuridad.

A la Universidad Técnica de Ambato, por permitirme escalar un peldaño más en la profesión, a mis profesores y compañeros a quienes debo gran parte de los conocimientos.

A los estudiantes, exestudiantes, profesores y personal administrativo de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar por ayudarme a la culminación de este trabajo.

María José

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Portada	i
A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales.....	ii
Autoría del informe de investigación.....	iii
Derechos de autor.....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
Índice general de contenidos.....	vii
Índice de tablas.....	viii
Índice de gráficos.....	ix
Resumen ejecutivo.....	x
Excutive summary.....	xi
Introducción.....	1

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

1.1 Tema	3
1.2 Planteamiento del problema.....	3
1.2.1 Contextualización	3
1.2.2 Análisis crítico.....	6
1.2.3 Prognosis	9
1.2.4 Formulación del problema.....	10
1.2.5 Interrogantes	10
1.2.6 Delimitación del objeto de investigación.....	10
1.3Justificación	11
1.4 Objetivos	13
1.4.1 Objetivo general.....	13
1.4.2 Objetivos específicos	13

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes Investigativos.....	14
2.2 Fundamentación filosófica.....	23
2.3 Fundamentación legal.....	23
2.4 Categorías fundamentales.....	24
2.5 Hipótesis.....	42
2.6 Señalamiento de variables.....	42

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Modalidad básica de la investigación.....	43
3.2 Nivel o tipo de investigación.....	43
3.3 Población.....	44
3.4 Operacionalización de variables.....	47
3.5 Plan de recolección de información.....	50
3.6 Plan de procesamiento de la información.....	51

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis e interpretación de los resultados.....	52
4.2 Verificación de la hipótesis.....	78

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones.....	82
5.2 Recomendaciones.....	83

CAPÍTULO VI
PROPUESTA

6.1 Datos Informativos.....	85
6.2 Antecedentes de la propuesta.....	86

6.3 Justificación	86
6.4 Objetivos	87
6.5 Análisis de factibilidad.....	88
6.6 Fundamentación	88
6.7 Metodología, Modelo operativo.....	89
6.8 Administración de la propuesta	90
6.9 Previsión de la evaluación	102
MATERIALES DE REFERENCIA.....	103
ANEXOS.....	110

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Árbol de problemas.....	8
Gráfico 2: Red de inclusiones conceptuales.....	24
Gráfico 3: Constelación Variable Independiente	25
Gráfico 4: Constelación Variable Dependiente.....	26
Gráfico 5: Sexo del estudiante encuestado (p1)	52
Gráfico 6: Rango de edad (p2).....	53
Gráfico 7: Provincia de procedencia de las y los estudiantes (p3).....	55
Gráfico 8: ¿Conoce Usted el plan de estudio de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar? (p4)	56
Gráfico 9: ¿Está al tanto de las nuevas dinámicas, narrativas y lenguajes del periodismo digital? é (p5)	57
Gráfico 10 : ¿Hay vinculación, de los elementos mencionados en la pregunta anterior, al plan de estudios? (p6)	58
Gráfico 11: Si su respuesta fue SI, ¿Cuál es el nivel de vinculación de las nuevas tecnologías en el plan de estudios? (p7).....	60
Gráfico 12: ¿Conoce si el plan de estudios ha sido rediseñado para la permanencia de la carrera, de acuerdo a lo establecido por los organismos de evaluación de las Instituciones de Educación Superior (IES)? (p8).....	61
Gráfico 13: Si su respuesta fue SI, la malla curricular rediseñada ¿Qué vinculación tiene con las nuevas tecnologías aplicadas a la Comunicación? (p9)	63
Gráfico 14: ¿Considera Usted que los docentes están capacitados para afrontar los nuevos retos de la comunicación digital? (p10)	64
Gráfico 15: ¿Cree Usted que la formación que brinda la UEB, es adecuada para afrontar la demanda laboral en la era digital? (p11)	65
Gráfico 16: Escoja las respuestas de su preferencia ¿Qué habilidades cree usted que son necesarias para ejercer la profesión en la era digital? (p12).....	67
Gráfico 17: Estas habilidades constan en los planes de estudio de la Carrera de Comunicación de la UEB (p13)	68
Gráfico 18: Cuadro de actores, actividades y responsabilidades del equipo técnico	94
Gráfico 19: Propuesta gráfica.....	100

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Totalidad de la población.....	46
Cuadro 2: Variable independiente/Encuesta.....	48
Cuadro 3: Variable independiente/Encuesta.....	49
Cuadro 4: Cuadro No. 4: Plan de recolección de datos	51
Cuadro 5: Sexo del estudiante (p1).....	52
Cuadro 6: Rango de edad (p2).....	53
Cuadro 7: Provincia de procedencia de las y los estudiantes (p3).....	54
Cuadro 8: ¿Conoce Usted el plan de estudio de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar? (p4)	56
Cuadro 9: ¿Está al tanto de las nuevas dinámicas, narrativas y lenguajes del periodismo digital? (p5).....	57
Cuadro 10: ¿Hay vinculación, de los elementos mencionados en la pregunta anterior, al plan de estudios? (p6)	58
Cuadro 11: Si su respuesta fue SI, ¿Cuál es el nivel de vinculación de las nuevas tecnologías en el plan de estudios? (p7).....	59
Cuadro 12: ¿Conoce si el plan de estudios ha sido rediseñado para la permanencia de la carrera, de acuerdo a lo establecido por los organismos de evaluación de las Instituciones de Educación Superior (IES)? (p8).....	61
Cuadro 13: Si su respuesta fue SI, la malla curricular rediseñada ¿Qué vinculación tiene con las nuevas tecnologías aplicadas a la Comunicación? (p9)	62
Cuadro 14: ¿Considera Usted que los docentes están capacitados para afrontar los nuevos retos de la comunicación digital? (P10).....	64
Cuadro 15: ¿Cree Usted que la formación que brinda la UEB, es adecuada para afrontar la demanda laboral en la era digital? (p11)	65
Cuadro 16: Escoja las respuestas de su preferencia ¿Qué habilidades cree usted que son necesarias para ejercer la profesión en la era digital? (p. 12).....	66
Cuadro 17: Estas habilidades constan en los planes de estudio de la Carrera de Comunicación de la UEB (p13)	68
Cuadro 18: Frecuencia observada.....	80
Cuadro 19: Indicadores provincia Bolívar.....	87
Cuadro 20: Cuadro de actores, actividades y responsabilidades del equipo técnico	93
Cuadro 21: Presupuesto anual	101
Cuadro 22: Previsión de la evaluación	102

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
MAESTRÍA EN PERIODISMO DIGITAL

TEMA:

“LA FORMACIÓN DE LOS COMUNICADORES SOCIALES EN LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR Y SU RELACIÓN CON LOS REQUERIMIENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL”

AUTORA: Licenciada María José Vega Angulo.

DIRECTOR: Doctor Byron Orlando Naranjo Gamboa Magíster.

FECHA: 19 de Octubre de 2017

RESUMEN EJECUTIVO

La convergencia mediática y las nuevas tecnologías han modificado las rutinas de los comunicadores y periodistas en la producción de contenidos. Las actividades relacionadas con la comunicación social, están bajo la mira de lo digital y exigen al profesional conocimientos, destrezas y habilidades de carácter práctico. Las mallas curriculares de las carreras de Comunicación Social y Periodismo en el Ecuador no consideran las nuevas tecnologías como un eje transversal en la formación de los nuevos profesionales.

Este aporte muestra el respaldo académico al que acceden los futuros comunicadores sociales que se forman en la Universidad Estatal de Bolívar y su relación con los requerimientos de la comunicación digital, así como también los problemas cotidianos que enfrentan los profesionales en el campo laboral, al encontrarse con nuevos conceptos, lenguajes y prácticas.

Palabras claves: comunicación digital, educación universitaria, medios de comunicación, nuevos géneros periodísticos, nuevas narrativas, nuevas tecnologías, periodismo digital, periodismo tradicional, redes sociales, Web2.0.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
MAESTRÍA EN PERIODISMO DIGITAL

THEME:

“THE TRAINING OF SOCIAL COMMUNICATORS IN THE STATE UNIVERSITY OF BOLIVAR AND THEIR RELATIONSHIP WITH THE REQUIREMENTS OF DIGITAL COMMUNICATION”

AUTHOR: Lcda. María José Vega Angulo

DIRECTOR: Doctor Byron Orlando Naranjo Gamboa Magíster

DATE: October 19, 2017

EXECUTIVE SUMMARY

Media convergence and new technologies have modified the routines of journalists and journalists in content production. The activities related to social communication are under digital scrutiny and require knowledge, proficiencies and practical skills from the professionals. The curriculums for the courses of Social Communication and Journalism in Ecuador do not consider these new technologies as a transversal axis in the training of new professionals.

This contribution shows the academic support to the future social communicators that are formed at the Bolivar State University and its relationship with the requirements of digital communication, as well as the daily problems faced by professionals in the field of work, as they deal with new concepts, languages and practices.

Key words: digital communication, University education, media, new journalistic genres, new narratives, new technologies, digital journalism, traditional journalism, social networks, Web 2.0.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como tema: “La formación de los Comunicadores Sociales en la Universidad Estatal de Bolívar y su relación con los requerimientos de la comunicación digital”. La importancia de la investigación radica en la necesidad de reflexionar sobre el papel que cumple la universidad en la enseñanza de la comunicación digital, así como también los problemas cotidianos que enfrentan los profesionales en el campo laboral, al encontrarse con nuevos conceptos, lenguajes y prácticas.

El trabajo de investigación está detallado en seis capítulos y se estructura de la siguiente forma:

Capítulo I, denominado el problema contiene la contextualización macro, meso, micro que hace relación al origen de la problemática con un panorama latinoamericano, ecuatoriano y local; sobre la profesionalización de la comunicación social, el análisis crítico, con su respectivo árbol de problemas, la prognosis, la formulación y delimitación del problema, la justificación y los objetivos de la investigación.

En el Capítulo II, se detalla el “Marco Teórico”, donde se incluye los antecedentes investigativos, la fundamentación filosófica y legal, categorías fundamentales, relacionadas al tema de investigación y su abordaje desde la academia, formulación de hipótesis y determinación de variables.

El Capítulo III, hace referencia a la “La Metodología”, que plantea que la investigación se realizará desde el enfoque descriptivo y correlacional, de carácter cualicuantitativo, la modalidad de la investigación es de campo y bibliográfica documental, el nivel al que llega la investigación, la población, la operacionalización de las variables, el plan de recolección de información y el plan de proceso y análisis de los datos recogidos.

El Capítulo IV, contiene el “Análisis e Interpretación de Resultados”, mediante cuadros y gráficos estadísticos tabulados y la verificación de hipótesis.

El Capítulo V, denominado como “Conclusiones y Recomendaciones”, que con los resultados de la encuesta se realiza la sintetización de los principales aportes significativos del trabajo investigativo, así como las recomendaciones formuladas por la autora para el planteamiento de la propuesta.

El Capítulo VI, se nombra como la propuesta, que contiene los datos informativos, antecedentes de la propuesta, justificación, objetivos, análisis de factibilidad, fundamentación, metodología, modelo operativo, administración y previsión de la evaluación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Tema

La formación de los Comunicadores Sociales en la Universidad Estatal de Bolívar y su relación con los requerimientos de la comunicación digital

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Contextualización

- **Macrocontextualización**

Desde 1992 Internet y los diferentes dispositivos tecnológicos se han convertido en plataformas útiles para los profesionales de la comunicación. La Comunicación Digital se posesiona como una nueva práctica cultural con nuevos medios tecnológicos, lo que demuestra la movilización de la comunicación al servicio de la cultura. Al menos en los últimos 15 años, el mundo es una aldea global donde millones de usuarios se encuentran conectados en tiempo real a un sinnúmero de redes, cambiando la cotidianidad, las formas de relacionarse, los hábitos y las costumbres de las personas. Estéfani Falla Arroche (2009) reflexiona que: “El Internet se ha convertido en un medio indispensable para la comunicación. Cada día surgen diferentes propuestas de recursos, herramientas que facilitan la interconexión de personas y las opciones se vuelven ilimitadas” (Falla, 2009: p.10).

Y es precisamente en este abanico de recursos ilimitados que surgen nuevas formas de entender a la comunicación, sus narrativas y significados. No solo en el ámbito ocupacional, sino desde los espacios universitarios. Ante este escenario, se vuelve urgente revisar las ofertas académicas y las metodologías de enseñanza aplicadas en las carreras de la comunicación y el periodismo, así como la responsabilidad que tienen los

medios de comunicación, las instituciones y organizaciones de contar con el personal capacitado para asumir los nuevos desafíos de la comunicación.

En el 2009, la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), reveló falencias en la formación de los profesionales de la comunicación en temas relacionados a la producción de contenidos audiovisuales y otras formas de contar, narrar y comunicar, especialmente para la web. La situación es distinta en cada región del continente.

La crítica apunta de manera directa a los programas de pregrado por no proporcionar una formación acorde a los requerimientos en el entorno digital. Para Aguirre, Odriozola y Bernal (2016) las Facultades de Comunicación Social deben, en el nuevo marco regulatorio, configurar programas que permitan a sus egresados afrontar con garantías su desembarco en el mundo laboral “Este desarrollo práctico debe ser acorde al entorno tecnológico en el que se desarrolla actualmente la profesión periodística, formando periodistas capaces de desarrollar productos específicos para cada uno de los soportes, con una mayor presencia de la comunicación digital en las mallas curriculares” (Aguirre, Odriozola y Bernal, 2016: p. 370).

- **Mesocontextualización**

El periodismo y todos los procesos de la comunicación social están experimentando un proceso radical de transformación y significación dentro del espacio digital. Las tecnologías de la información y concretamente las que se vinculan con la Web 2.0 han estructurado nuevos escenarios de comunicación y de difusión de contenidos donde todos pueden interactuar. De acuerdo a Santiago Tejedor (2008), el periodismo se enfrenta a diferentes roles, funciones y necesidades formativas.

En un contexto más cercano, Ecuador fue el primer país de América Latina en ingresar al escenario digital con Diario Hoy en 1994. Este acontecimiento motivó a que otros periódicos también se sumaran a estos cambios con el propósito de atraer audiencias que emplean internet a sus actividades cotidianas, siendo el caso de diario El Comercio, La Hora, Extra, El Telégrafo, etc. Sin embargo, el periodismo digital en el país todavía es un tema de mucho análisis, al menos si se considera que lo digital afecta absolutamente todo: las maneras de trabajar, estudiar, divertirse, relacionarse, informarse. etc. La

tendencia actual apunta hacia nuevos contenidos, así como hacia nuevos profesionales y formas de trabajar la información, que se ajusten cada vez más al cambiante escenario de la comunicación.

Este salto evolutivo obliga a los medios a renovarse constantemente para no morir en un escenario marcado por una serie de transformaciones y cambios mediáticos que han afectado las maneras de aprender hoy el periodismo y la comunicación en todos sus espacios.

- **Microcontextualización**

La academia, en un principio fue esquivada en aplicar los contenidos digitales a sus planes de estudio. Hoy varias universidades del país, incluyendo la Estatad de Bolívar, utilizan en su plan de estudios asignaturas relacionadas a los escenarios digitales. Sin embargo, las mallas curriculares se observan desde una perspectiva todavía tradicional, ajenas a la naturaleza cambiante de las plataformas digitales y a los perfiles que requieren los generadores de información. El cambio se visibiliza en las técnicas, las herramientas y con mayor notoriedad en el receptor que significa, reacciona, critica, contrapone y reproduce el mensaje de acuerdo a sus necesidades. El panorama cambia constantemente, la comunicación, el entretenimiento, y los accesos a la información se modifican a diario.

Estas transformaciones conducen a un análisis sobre las nuevas competencias dentro del ámbito de la comunicación y su producción. Es por eso que la investigación se desarrolló en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Estatad de Bolívar en el periodo académico abril-agosto 2017.

En este sistema de enseñanza/aprendizaje es importante observar el rol del docente, los contenidos de las asignaturas, la metodología que aplica en el aula, los conocimientos que tienen en el área digital y la conexión que tiene con los estudiantes, sin dejar de lado los conocimientos teóricos que se relacionan con la comunicación: capacidad de análisis, manejo del lenguaje oral, escrito, simbólico y comprensión lectora.

1.2.2 Análisis crítico

La comunicación y la forma de informarse evolucionan constantemente. Las nuevas tecnologías han generado nuevos códigos de aprendizaje, afectado las prácticas tradicionales de hacer la comunicación. En el Ecuador varios medios de comunicación se acoplan ya a las plataformas digitales para reproducir, en tiempo real contenidos informativos.

Para Mayra González (2016), en la actualidad hay que diferenciar entre dos tipos de profesionales en el sector de la comunicación, “Si bien en ambos casos trabajan con contenidos existentes en la red: los que desempeñan actividades tradicionalmente periodísticas y los que bien buscan, procesan, analizan o redactan contenidos para espacios de la Red” (González, 2016: p.748).

En este escenario están los usuarios quienes buscan estar informados y ven en la Red una cantidad inimaginable de información, esos mismos usuarios que hoy también son prosumer (productores y consumidores), como lo destaca José Luis Orihuela, "Los medios digitales que quieran conectar con los nativos digitales tienen que aprender a conversar con ellos, tienen que incluir los temas que realmente les preocupan en sus agendas informativas y tienen que abrirse al contenido generado por sus propios usuarios" (Orihuela, 2008, p. 26).

Pero tras esta innovación nacen varias interrogantes en relación al papel del periodista y del comunicador con respecto al uso de herramientas digitales: ¿Quién instruye a los profesionales que incursionan en lo multimedia? ¿Las universidades están acoplando a sus planes de trabajo el estudio de lo digital? ¿Cómo lo hacen? ¿Qué rol cumplen los docentes? ¿Están capacitados? ¿Qué reflexiones se discuten en las aulas sobre el tema? ¿En los centros de estudio, existen las herramientas necesarias para este tipo de aprendizaje?

Siguiendo la “Investigación de perfiles profesionales en periodismo y comunicación para una actualización curricular permanente” en Chile, realizado por Mellado y

Enríquez (2007), las mallas curriculares de las universidades han tenido un distanciamiento muy marcado con el contexto social, económico y tecnológico donde se desarrolla el profesional ocasionando un problema de enseñanza que no va ligado a las necesidades que el campo laboral requiere.

Concuerdan también los estudios de Wilson Garate (2010) y de María Isabel Punín (2012) al considerar que la universidad en el Ecuador no se adapta a los procesos de cambio de las nuevas tecnologías y apuntan no solo a los planes de estudio, sino a la falta de docentes preparados en el área. De acuerdo a Gutiérrez, Odriozola, Domínguez (2017) en su estudio sobre la formación de los periodistas en Ecuador, Chile y México, al referirse a los periodistas ecuatorianos mencionan que las principales críticas a las facultades de Comunicación del país, se concentran en la falta de consonancia entre lo aprendido en la universidad y las habilidades posteriormente desarrolladas en el ámbito laboral. Las respuestas de los periodistas entrevistados durante el proceso de investigación señalan que la problemática es el modelo de enseñanza culturalista “no profundiza ni en las herramientas técnicas habituales en la profesión periodística, ni en otras áreas de la Comunicación que han visto incrementada su importancia en los últimos años” (Gutiérrez, Odriozola y Domínguez, 2017: p. 92). No obstante, los profesionales ecuatorianos parecen percibir un cambio en el desarrollo curricular de las carreras de Comunicación Social en Ecuador, en el que, hasta cierto punto, se están incorporando los conocimientos técnicos, sin abandonar las bondades del modelo culturalista a la hora de formar periodistas íntegros, reflexivos y conocedores de su entorno social.

En una experiencia cercana dentro de la Universidad de Bolívar, los docentes del área de comunicación no usan herramientas digitales para la enseñanza. La educación es de corte tradicional y la infraestructura escasamente ayuda a un aprendizaje oportuno.

ÁRBOL DE PROBLEMAS

EFEECTO

Deficiencia en el proceso enseñanza-aprendizaje con relación al manejo de herramientas online

Docentes no usan herramientas tecnológicas. Educación tradicional ante un panorama altamente tecnológico.

No se da el salto a lo digital

PROBLEMA

El estudio de lo digital, en la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar, es distante con el contexto social, económico y tecnológico donde se desarrolla el profesional.

CAUSA

Estudiantes sin los conocimientos necesarios asociados con el manejo de herramientas de software y sus lenguajes.

Las exigencias laborales cada vez más se relacionan con la inmediatez de la información y con la producción de contenidos online.

Profesionales sin el conocimiento adecuado sobre el uso de herramientas digitales, lenguajes y narrativas

1Gráfico: Árbol de problemas

Elaborado: María José Vega Angulo

1.2.3 Prognosis

En términos de información y conocimiento el periodo actual está marcado por una revolución transformadora, estableciendo un nuevo ambiente que diferencia la transición de la sociedad industrial a la sociedad digital. Internet ha irrumpido con fuerza, las plataformas digitales lograron ampliar un abanico de posibilidades comunicativas. Desde la utilización del correo electrónico, pasando por las videoconferencias, hasta la llegada de las redes tecnológicas, con su respectivo servicio de mensajería instantánea, transmisiones en vivo, páginas web interactivas, Smartphone con aplicaciones, que se adaptan a las necesidades de los usuarios, etc. En este escenario, sin duda, hay mucha tela por cortar.

Los profesionales de este siglo requieren la constancia de ser capacitados en los entornos digitales. El cambio se presenta y apunta a varias direcciones, alejado cada vez lo tradicional. Al menos así lo consideran Andrés Barrios y William Zambrano (2014) al indicar que “Se habla de un cambio que implica el dominio de nuevos lenguajes, características y comportamientos de los usuarios, así como nuevos esquemas de producción en donde se combinan el texto, el audio y el vídeo bajo una nueva forma de contar historias: la narrativa transmedia” (Barrios y Zambrano, 2014: p. 223).

Esta forma de entender y producir la comunicación debe ser resuelto en el ámbito universitario, quienes son los responsables de interiorizar estos conocimientos, acondicionar el estudio de nuevas materias y de adecuar a sus planes de estudio este conjunto de cambios que avalen a los futuros profesionales cumplir con este nuevo perfil. Asimismo, la academia necesita reflexionar y dirigir la investigación acerca de la importancia de pensar y aplicar las tecnologías de la comunicación.

Santiago Tejedor (2008) señala en su análisis “Las enseñanza del ciberperiodismo en las licenciaturas de periodismo en España” que los programas académicos tienen que diseñarse de acuerdo a las exigencias que el nuevo panorama mediático solicita a los profesionales de la información. Considera que la enseñanza precisa abarcar diferentes ámbitos como: teoría del hipertexto, nociones básicas de usabilidad y diseño web, manejo de herramientas software, redacción online acompañado de narrativas multimedia, etc. (Tejedor, 2008: p. 624)

1.2.4 Formulación del problema

El estudio de lo digital, en la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar, es distante con el contexto social, económico y tecnológico donde se desarrolla el profesional.

1.2.5 Interrogantes

Analizar el plan de estudio de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar y su relación con los requerimientos de la comunicación digital.

1. ¿Qué plan de estudio contempla la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar y su relación con los requerimientos comunicación digital?
2. ¿Cuáles son los horizontes epistemológicos de los perfiles de egresamiento de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar?
3. ¿Los docentes cumplen con los requerimientos necesarios para formar profesionales en comunicación digital?
4. ¿Qué demandas de especialización exige la comunicación digital?

1.2.6 Delimitación del objeto de investigación

- **OBJETO DE ESTUDIO:** La formación de los Comunicadores Sociales en la Universidad Estatal de Bolívar y su relación con los requerimientos de la Comunicación Digital
- **CAMPO DE ACCIÓN:** Área digital.
- **ASPECTO:** Comunicacional y educativo.
- **DELIMITACIÓN ESPACIAL:** La investigación se realizó en la Universidad Estatal de Bolívar. Ubicada en el cantón Guaranda, provincia de Bolívar
- **DELIMITACIÓN TEMPORAL:** El estudio se realizó durante el periodo académico abril-agosto 2017.

1.3 Justificación

Con la invención del Internet y las nuevas tecnologías de información, hace apenas cuatro décadas, se ha desarrollado un nuevo paradigma de comunicación. Hoy el receptor dejó de ser un agente pasivo y pasó a convertirse en alguien que interactúa en un contexto globalizado, donde difunde, comparte y genera información en tiempo real, con múltiples plataformas

Frente a este cambio estructural, la comunicación social en su conjunto atraviesa por un proceso radical de transformación y revolución. El continuo avance tecnológico nos conduce a generar nuevos espacios de producción y consumo de contenidos culturales. Esta evolución exige una formación específica de los profesionales en esta área. Formación que requiere capacitación, estudio e investigación, que así como en su época lo requirieron también la prensa, la radio y la televisión.

El periodista, José Hernández (2001), en el libro “Periodismo ¿Oficio imposible?” realiza una reflexión sobre el papel del periodista y la necesidad de cambios en su quehacer para que perdure: “La prensa no puede mantenerse al margen de los cambios profundos y acelerados que enfrentan las sociedades” (Hernández, 2001: p. 20).

En este contexto, según el mismo Hernández, el periodista debe tener en claro dos condiciones muy puntuales: el conocimiento total del entorno, para interpretar sus características y condiciones y disponer de las herramientas del lenguaje, es decir de los formatos y géneros que posibilitan la claridad de los sentidos y significados compartidos. “La renovación entraña otra manera de pensar, hacer y poner en escena el periodismo. Eso conlleva cambiar perfiles, actitudes, manuales, mecanismos de trabajo, relación con las fuentes y la comunidad” (Hernández, 2001: p. 14).

En el artículo “Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes” analizado por Sánchez, Campos y Berrocal (2015: p. 189) docentes de Comunicación de la Universidad de Valladolid en España se debate la necesidad de redefinir determinados aspectos del ejercicio periodístico ante el nuevo Periodismo digital que transforma la figura tradicional del informador en un periodista multimedia,

con rutinas nuevas en diferentes soportes, multitarea y con uso de multilinguaje. Este entorno digital ha generado significativos cambios en las rutinas y roles profesionales.

Asimismo, y con relación a la evolución de las rutinas de los profesionales en comunicación, Wilson Gárate (2010) considera que el espacio donde se desarrolla la comunicación es muy complejo, debido a que los dos pilares, que sostienen el ordenamiento mundial están bajo presión y por ende entran a una proyección de incertidumbre, se refiere al campo económico y político. “La comunicación, dentro de este escenario juega un papel de facilitador y controlador de estos procesos sistémicos, a través de surgimiento de la interacción y participación virtual en las redes de internet” (Gárate, 2010: p.18). Y es precisamente en ese ambiente que los nuevos comunicadores y periodistas tienen que asumir el reto de manejar las complejas herramientas en la era de la información.

Para nadie resulta ajeno que la universidad y el mercado laboral han avanzado en direcciones completamente opuestas. Las mallas curriculares están diseñadas desde una perspectiva todavía tradicional, ajenas a la naturaleza cambiante de las plataformas digitales y de las necesidades de los usuarios, que cada día son más exigentes y complejas.

En este sentido, la universidad tiene el compromiso y la obligación de actualizar sus planes de estudio de acuerdo a los requerimientos de la sociedad. Ante este problema, se plantea la necesidad urgente de adaptar las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) a la enseñanza, para la formación oportuna de los comunicadores digitales.

Dentro de este sistema enseñanza/aprendizaje es importante también el rol del docente y sus conocimientos en el área digital, así como una oportuna metodología de trabajo, sin descuidar los conocimientos teóricos que guardan relación con la profesión: manejo del lenguaje oral y escrito, comprensión lectora, capacidad de debate, análisis y síntesis.

Este conjunto de exigencias y necesidades justificaron la relevancia que llevó a cabo esta investigación, destinada a analizar y reflexionar el estado actual de la comunicación y el periodismo digital en la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal

de Bolívar. Así como la necesidad de identificar las falencias de la formación y así trabajar en una propuesta que fortalezca la enseñanza de lo digital.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Analizar el plan de estudio de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar y su relación con los requerimientos de la comunicación digital.

1.4.2 Objetivos específicos

- Conocer los horizontes epistemológicos de los perfiles de egresamiento de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar
- Diagnosticar si los docentes cumplen con los requerimientos necesarios para formar profesionales en comunicación digital.
- Identificar las demandas de especialización que exige la comunicación digital.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes Investigativos

Con el propósito de elaborar un análisis minucioso del estado actual del periodismo digital en las licenciaturas de las Ciencias de la Comunicación en Ecuador, se iniciará una reflexión desde el estudio de caso en la Universidad Estatal de Bolívar, durante el periodo abril-agosto 2017. Este estudio será de provecho para el campo de la Comunicación Social, debido a que busca, a partir de la perspectiva de estudiantes, docentes, expertos y profesionales del área; indagar, analizar, contrastar, comparar y reflexionar desde la academia y el campo laboral el perfil del comunicador en la era digital.

La calidad y pertinencia de la formación de comunicadores sociales en Ecuador, es un tema en permanente debate. Las reflexiones sobre las nuevas responsabilidades del ejercicio han exigido a las universidades a cambiar la oferta de contenidos, así como la capacitación permanente de los docentes encargados de preparar a los comunicadores.

El desarrollo de la Web 2.0 (hoy en camino a la Web 3.0) empujó a los medios de comunicación tradicionales a replantear las dinámicas del ejercicio y la formación profesional, enfocándose en nuevas tecnologías digitales y aplicándolas como instrumentos frente a un cambio acelerado, es decir nuevos ritmos, nuevos significados, nuevos discursos. Xosé López (2010) asegura que “La aparición de Internet y su desarrollo, con importantes sectores de la población que apuestan por su uso, marcan la nueva etapa, que comienza entre 1995 y 2000. Es el inicio del llamado periodismo digital y de la revolución en marcha alrededor de la red de redes y de la reestructuración del sector de la comunicación” (López, 2010: p.40)

Asimismo Javier Díaz-Noci (2010) afirma que desde esta época las maneras de entender los procesos de comunicación masiva cambiaron y se adaptaron a las necesidades de los consumidores, en el intercambio de información “Todo ello está provocando desde

aproximadamente 1995 una profunda transformación del periodismo y en general de la forma en que los humanos nos comunicamos e intercambiamos información” (Díaz, 2010: p.562).

Para Manuel Castells (2001) internet es protagonista de la actividad humana, comparándola con el equivalente histórico de lo que supuso la electricidad (red eléctrica y motor eléctrico) en la época industrial. Esta energía permitió que la fábrica y la gran empresa se establezcan como las bases organizativas de la sociedad industrial. “Internet constituye actualmente la base tecnológica de la forma organizativa que caracteriza a la era de la información, la red” (Castells, 2001:p. 15). Las redes para Castells han cobrado nueva vida y significados como flexibilidad y adaptabilidad, características fundamentales para sobrevivir y prosperar en un entorno de constante cambio, llevando a una nueva cultura, que involucra la interiorización y asimilación de nuevos conocimientos, nuevas formas de re-significar e interpretar el mundo, nuevos modelos de comportamiento en el uso de lenguajes y narrativas cotidianas.

Castells nos muestra en “Comunicación y poder” (2009) que las nuevas lógicas dominantes como las TIC son tan profundas que llega a plantearnos un nuevo paradigma tecnológico que posee unos atributos que lo caracterizan como la base material de la “sociedad red” esta sociedad red o redes globales atraviesan todos los espacios de la vida cotidiana “Los mercados financieros; la producción, gestión y distribución transnacional de bienes y servicios; el trabajo muy cualificado; la ciencia y la tecnología, incluida la educación universitaria; los medios de comunicación; las redes de Internet de comunicación interactiva multiobjeto; el arte, la cultura, los espectáculos y los deportes; las instituciones internacionales que gestionan la economía global y las relaciones intergubernamentales; la religión; la economía criminal; y las ONG transnacionales y los movimientos sociales que hacen valer los derechos y valores de una nueva sociedad civil global” (Castells, 2009: p.52). En este contexto, se puede entender a la globalización como una red, donde los individuos están atrapados. Por lo tanto dice Castells, “la exclusión de dichas redes, que a menudo se produce en un proceso acumulativo de exclusión, equivale a la marginación estructural en la sociedad red global”.

Marshall McLuhan advirtió en su texto “La Galaxia Gutemberg” (1962), tres momentos históricos dentro de las innovaciones tecnológicas, que dejaron huella en occidente y que son piezas fundamentales para el progreso de la comunicación y el periodismo:

1.- La invención del alfabeto fonético, y con ello, el uso de las primeras formas literarias para la comunicación y las primeras formas de transmisión del conocimiento con fines educativos.

2.- La introducción por parte de Gutenberg, de los tipos móviles, que aceleró el proceso de comunicación y apropiación de la formas de pensamiento literario, dejando algunas evidencia tangibles de lo que se conoce como protoperiodismo.

3.- La invención de los medios electrónicos, que inicia con el telégrafo en 1844, luego la radio, el cinematógrafo, el teléfono y la computadora. Estas evoluciones constituyen una ruptura entre el pensamiento lineal característico del hombre de la época de Gutenberg y el hombre actual, marcado por el conocimiento y la rapidez de la era electrónica.

El desarrollo de estas tecnologías, causó una trasgresión entre el pensamiento lineal, propio del hombre de la época de Gutenberg, caracterizado por el conocimiento y la rapidez de la era electrónica. De acuerdo a María Isabel Neuman (2006) la comunicación social es una facultad humana y social que se transparenta y se populariza con el uso y el abuso de los medios de comunicación. “Los medios son vehículos sobre los cuales se moviliza, transforma y se recrea el derecho y la facultad de comunicar, pero que, además, ayudan al proceso de socialización del hombre” (Neuman, 2006: p.4)

Por eso hoy, se puede entender que la producción de información y conocimiento no tiene límites, sin embargo, las nuevas herramientas y acceso a la información a través de las redes proporcionan al ciudadano formas de relacionarse que se contraponen al monopolio informativo de los medios de comunicación. Es necesario preguntarse ¿Está el periodista adaptado y capacitado para actuar frente a la vanguardia informativa? Para Neuman las destrezas y habilidades que debe desarrollar un periodista no se refieren únicamente al manejo de la estadística y procesamiento de datos “si no de todas aquellas nuevas herramientas digitales en permanente evolución que le permitirían aprehender una realidad asincrónica y geográficamente dispersa y someterla a análisis” (Neuman, 2006: p.9).

Frente a este panorama, los medios de comunicación social y el ejercicio profesional del periodismo, también atraviesan por dificultades de credibilidad y legitimidad en un contexto de globalización y complejidad donde múltiples factores influyen y se contraponen. La aceleración de los flujos informativos en todo el mundo y el acceso de la población a nuevas plataformas para interiorizar la información con posibilidades de interactividad, participación y democratización alteran el rol tradicional de los medios y los comunicadores.

Siguiendo las observaciones de José Hernández (2001), con relación al perfil de periodista y su formación, menciona lo siguiente: “¿Qué debe saber un periodista? Escribir. Esa es la respuesta automática en muchas redacciones. La misma lógica parece que se maneja en la mayoría de las facultades de comunicación que, huyéndole a la especialización, decidieron que el perfil perfecto del periodista es el todólogo” (Hernández, 2001: p.121). Esta categorización, es la muestra de una formación superficial sin la suficiente profundidad ni la solvencia para afrontar un ejercicio, que requiere de mucha práctica y de un adecuado manejo de herramientas tecnológicas.

Antes se podía identificar y definir con facilidad que el trabajo del periodista y su ejercicio era el de procesar mensajes en los medios de comunicación; pero hoy esa tarea es triplicada, o simplificada por la tecnología y cada vez por los intereses del mercado, lo que deja sin posibilidad de diseñar el nuevo perfil del periodista que la sociedad requiere. Para Wilson Gárate Andrade (2010) el oficio del periodista no solo debe ajustarse a la convergencia mediática y sus cambios, “sino a la necesidad de impulsar procesos de cambio en la formación de los mismos, con reformas que permitan capacitar a los comunicadores en la interiorización de valores y destrezas, así como en el desenvolvimiento de nuevos formatos, géneros creativos y otras herramientas que estimulan una mayor comprensión y participación de la ciudadanía en la elaboración de los contenidos periodísticos”(Gárate, 2010: p. 54).

A esta reflexión se suma Rocío Domínguez Alfonso (2009), quien coincide que la profesión necesita otras dinámicas de acción. “Se debe entender que igual que lo han hecho otros sectores sociales, hemos de transformar y adaptar nuestras estructuras para adaptarnos a las nuevas exigencias sociales, económicas, rediseñando nuevos objetivos, contenidos, métodos didácticos y procedimientos de gestión, planificación, orientación y organización

escolar”(Domínguez, 2009: p. 8). Para la práctica del llamado ciberperiodismo se precisa de nuevos conocimientos, empezando desde la academia, con la implementación de una malla curricular acorde a lo que la sociedad y el profesional de la comunicación requiere. Porque una cosa es la práctica del periodismo en los medios tradicionales (prensa, radio, televisión) y otra en las plataformas de Internet, surgiendo en esta última la especialización en diferentes contextos.

Por eso, las universidades están necesariamente obligadas a modificar los planes de estudio, e implementar materias orientadas a brindarle al estudiante herramientas que le posibiliten desenvolverse en este mundo donde las tecnologías nos invaden a diario. Lisy Navarro (2002) asegura que “Los futuros periodistas deberán trabajar la noticia rigurosamente verificada, contextualizar los hechos dentro de un marco de referencias actuales, históricas y de proyección de futuro y distinguir entre hechos y opiniones para no engañar, para ser honrados y honestos respecto a los receptores” (Navarro, 2002: p. 211), con lo que también concuerdan Sánchez, Campos y Berrocal (2015) que el cambio no solo debe visibilizarse en manejar herramientas multimedia y sus respectivos lenguajes, sino en conocer las claves de los soportes, del diseño, de los agentes inteligentes y del trabajo en equipo, sin perder una formación integral. Por tanto, deben ser los nuevos profesionales de la comunicación los que reinventen contenidos y las líneas éticas en el nuevo sistema de Comunicación.

Mellado y Enríquez en su trabajo de “Investigación de perfiles profesionales en periodismo y comunicación para una actualización curricular permanente” (2007), indican que desde hace mucho tiempo atrás se ha observado una división entre las mallas curriculares de las universidades y el contexto social, político, económico donde se desenvuelve el profesional. Instaurando un dilema: se enseña, pero no de acuerdo a las necesidades del mercado. Inclusive no se han reformado los currículos en relación a las innovaciones tecnológicas que acaecen a escala planetaria. “Los cambios del mercado laboral y la evolución de la oferta y la demanda en la generación de profesionales de la comunicación y su incorporación al mundo laboral, debiera ser el reflejo de las relaciones entre academia y su entorno, donde se entrecruzan las decisiones de los entes formadores con las expectativas de los empleadores y de los propios profesionales, configurando en definitiva, su realidad social” (Mellado y Enríquez, 2007: p. 141).

Desde el contexto ecuatoriano Odriozola, Bernal y Aguirre (2016) analizan que a partir de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación en junio de 2013, los medios de comunicación se vieron en la obligación de contratar a profesionales formados en Comunicación Social o Periodismo, para impulsar y promover las actividades informativas de manera periódica. Desde la academia mencionan que de forma paralela, “las universidades ecuatorianas se han visto en los últimos años sometidas a procesos de acreditación que garanticen una educación de calidad, donde se promueva la investigación y se vincule el conocimiento académico con la propia sociedad” (Odriozola, Bernal y Aguirre, 2016: P. 359) Dentro del proceso de acreditación de las diferentes carreras universitarias, las relacionadas al área de comunicación deberán presentar programas de estudio que garanticen la formación de un comunicador social y periodista integral.

Mencionan además, que la formación académica del comunicador está en constante debate, por un lado se discuten las mallas curriculares direccionadas a la investigación y el pensamiento crítico y por el otro programas de relacionados a lo técnico y al desarrollo de habilidades. A lo que Miguel Wiñazki, director de Capacitación del diario Clarín, reflexiona “la tarea de informar requiere de un saber diferenciado, teórico y práctico: la reflexión filosófica sin el oficio cotidiano de informar suele estar vacía, y el oficio sin la reflexión es ciego, y suele desviarse hacia un operativismo superficial” (Foro de Periodismo Argentino, 2008: p. 208).

En la radiografía de las universidades ecuatorianas, con grados en Comunicación Social o Periodismo, que realiza María Isabel Punin (2012) se determina que la enseñanza de la comunicación y el periodismo digital avanzan lentamente, pesa en muchos de los casos la educación tradicional y escasamente práctica, además la planta docente no está al tanto del manejo de las nuevas redes, aplicaciones y plataformas multimedia. Punin apunta a que son las universidades las responsables de crear programas de estudios que respondan a las necesidades del mundo laboral. Frente a programas muy teóricos, muy técnicos o muy generales, procedentes de los modelos culturalista, profesionalista y comunicólogo, las Facultades de Comunicación Social deben, en el nuevo marco regulatorio, configurar programas que permitan a sus egresados afrontar con garantías su desembarco en el mundo laboral (Odriozola, Bernal y Aguirre 2016).

Tanto para Punin (2012), como para Odriozola, Bernal y Aguirre (2016) el periodismo debe volver a plantearse interrogantes sobre su razón de ser y sobre su deber ser. Si la academia en su empeño de formación privilegió el servicio público y luego en su complejidad adoptó una teorización en esa búsqueda de una epistemología para convertir a la comunicación en una disciplina formal; ahora le corresponde indisciplinar, y sobre la base de la experiencia acumulada y dado que la ciencia también es predictiva; caminar hacia un entrenamiento práctico que le permita comprender su nuevo rol.

En el caso de la Universidad Estatal de Bolívar, desde el periodo académico abril-agosto 2017, se aplica el rediseño de la carrera de Comunicación Social, amparado en un modelo, que según su visión, contempla un proceso encaminado a buscar la verdad y el conocimiento en las ciencias de la comunicación social, fortaleciendo la formación académica, investigación y valores. En relación a lo digital en unos de sus objetivos señala el “diseñar productos comunicacionales, procesos investigativos, utilizando entornos técnicos y tecnológicos, en correspondencia a las exigencias comunicacionales actuales, implementando géneros y formatos periodísticos innovadores, vinculados a la necesidad de los actores y sectores de la sociedad” (Información facilitada por la UEB: 2017).

Dentro de las competencias específicas de la carrera, los profesionales en comunicación serán capaces de desarrollarse como:

- Director de medios
- Director de comunicación
- En medios impresos
- En medios televisivos
- En medios radiales
- En medios digitales
- Gestor de comunicación / comunicación organizacional
- En emprendimientos comunicacionales
- En medios comunitarios
- En corresponsalías
- En investigación (Información facilitada por la UEB: 2017).

Para Punín, Rivera y Cuenca (2015) las universidades que ofertan las carreras de comunicación y periodismo en el país deben obligatoriamente estructurar las mallas curriculares, e incorporar asignaturas orientadas a brindarle al estudiante herramientas que

le ayuden a desenvolverse en un mundo donde las tecnologías de la información nos invaden a diario. Aseguran que una de grandes fallas dentro de los planes de estudio es el distanciamiento de los enfoques digitales “Las universidades de Ecuador aún no cuentan con una malla curricular que implemente al periodismo digital y cubra sus exigencias e infinidad de aplicaciones” (Punín, Rivera y Cuenca, 2015: p. 44).

En el rediseño de la carrera constan cuatro materias que guardan algún tipo de vínculo con los espacios digitales, estas son: medios digitales de radio, animación digital, periodismo digital y medios digitales de televisión, sin embargo dentro de sus contenidos apenas se contempla la enseñanza de lo digital, de las nuevas aplicaciones para comunicadores y periodistas, de cómo escribir para la web en sus diferentes formatos y en variadas narrativas, sobre el manejo adecuado de las diferentes redes sociales, productos multimedia, etc. Además los docentes no poseen un título afín que valide la enseñanza dentro de esta área.

Malla curricular de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar

CAMPOS DE FORMACIÓN

Unidad de Organización Curricular	Fundamentos Teóricos	Praxis profesional	Epistemología y Metodología de la Investigación	Integración de Saberes, Contextos y Cultura	Comunicación y Lenguaje
UNIDAD BÁSICA	Pensamiento Filosófico	Psicología de la Comunicación	Epistemología de la comunicación	Comunicación comunitaria	- Razonamiento Lógico - Cultura Física - Lenguaje y Comunicación
	Teoría de la Comunicación Occidental	Géneros Periodísticos Informativos	Estadística	Realidad Socio Económica del Ecuador	- Oratoria - Herramientas Informáticas I
	Teoría de la Comunicación Latinoamericana	Géneros Periodísticos de Opinión	Metodología de la Investigación Social	Cultura y Comunicación Organizacional	- Promoción Publicidad y Propaganda - Herramientas Informáticas II

UNIDAD PROFESIONAL	Administración de medios	-Diseño y Comunicación Visual - Medios Digitales de Radio	Metodología de la Investigación Científica	Taller de Comunicación Comunitaria	Lenguaje radiofónico
	-Gestión de Agencia de Publicidad -Planificación Estratégica de la Comunicación - Laboratorio de Televisión - Animación Digital	-Taller de Radio -Medios Digitales de Televisión Campañas de Comunicación e Información	-Investigación periodística -Proyectos Metodología Marco Lógico Gestión de emprendimiento y Trabajo Práctico	-Foto Periodismo -Producción de Radio	-Educomunicación
	- Taller de Televisión - Periodismo Digital	Comunicación Organizacional		Ética y Responsabilidad Social	Legislación de la Comunicación
UNIDAD DE TITULACIÓN	-Fundamentos de Marketing - Introducción a la Cinematografía	Producción de Televisión	Taller de Trabajo de Titulación	Identidad e imagen Corporativa	Ceremonial y protocolo
	Estudio complejo de la comunicación	Comunicación Institucional	Titulación en investigación		DIRCOM

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Secretaría UEB

Distribución de horas

No. Materias	Trabajo docente	Trabajo autónomo	Prácticas Pre-profesionales	Vinculación con la sociedad	Trabajo de titulación
54	2560	1280	240	160	400

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Secretaría UEB

Punín, Rivera y Cuenca (2015) Reconocen que en el Ecuador “los estudios de postgrados son escasos, la capacitación y actualización del conocimiento se da vía cursos de ciclo corto” (Punín, Rivera y Cuenca, 2015: p. 44). En el caso de la Universidad de Bolívar los docentes tienen que costear estos cursos, trasladándose a las grandes ciudades como Quito y Guayaquil, donde se da más espacio a temas tecnológicos.

2.2 Fundamentación filosófica

El trabajo de investigación se fundamenta en el paradigma Crítico Propositivo; crítico porque analiza la formación universitaria de los comunicadores sociales en Ecuador, especialmente en la provincia Bolívar. Propositivo porque busca aportar una alternativa al problema establecido.

2.3 Fundamentación legal

El rol del profesional de la comunicación se enfrenta a varios retos relacionados, no solo a lo tecnológico, sino a las políticas locales, en este caso a un marco legal.

Comencemos por la Constitución de la República aprobada en Montecristi, el 2008 en su Art. 71- Responsabilidad Comunes señala que:

“La información es un derecho constitucional y un bien público; y la comunicación social que se realiza a través de los medios de comunicación es un servicio público que deberá ser prestado con responsabilidad y calidad, respetando los derechos de la comunicación establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y contribuyendo al buen vivir de las personas”. (Constitución de la República del Ecuador Art. 71, 2008)

Ley Orgánica de Comunicación, en el Art 42, señala que:

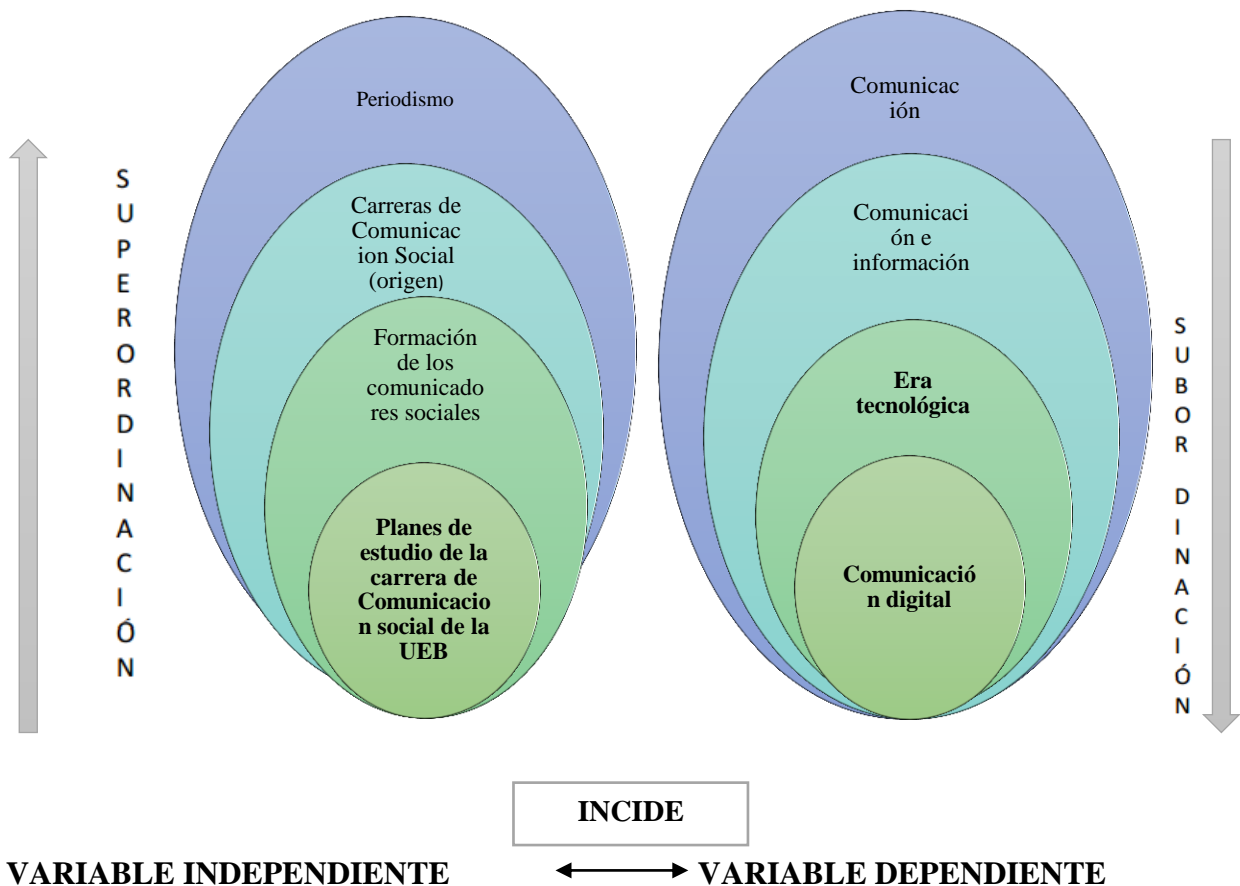
“Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por

profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas”. (Ley Orgánica de Comunicación, Art 42, p. 14).

Esta ley da luz verde para que el periodista pueda ejercer libremente su carrera, siempre y cuando sus estudios estén culminados en una universidad formalmente reconocida.

2.4 Categorías fundamentales

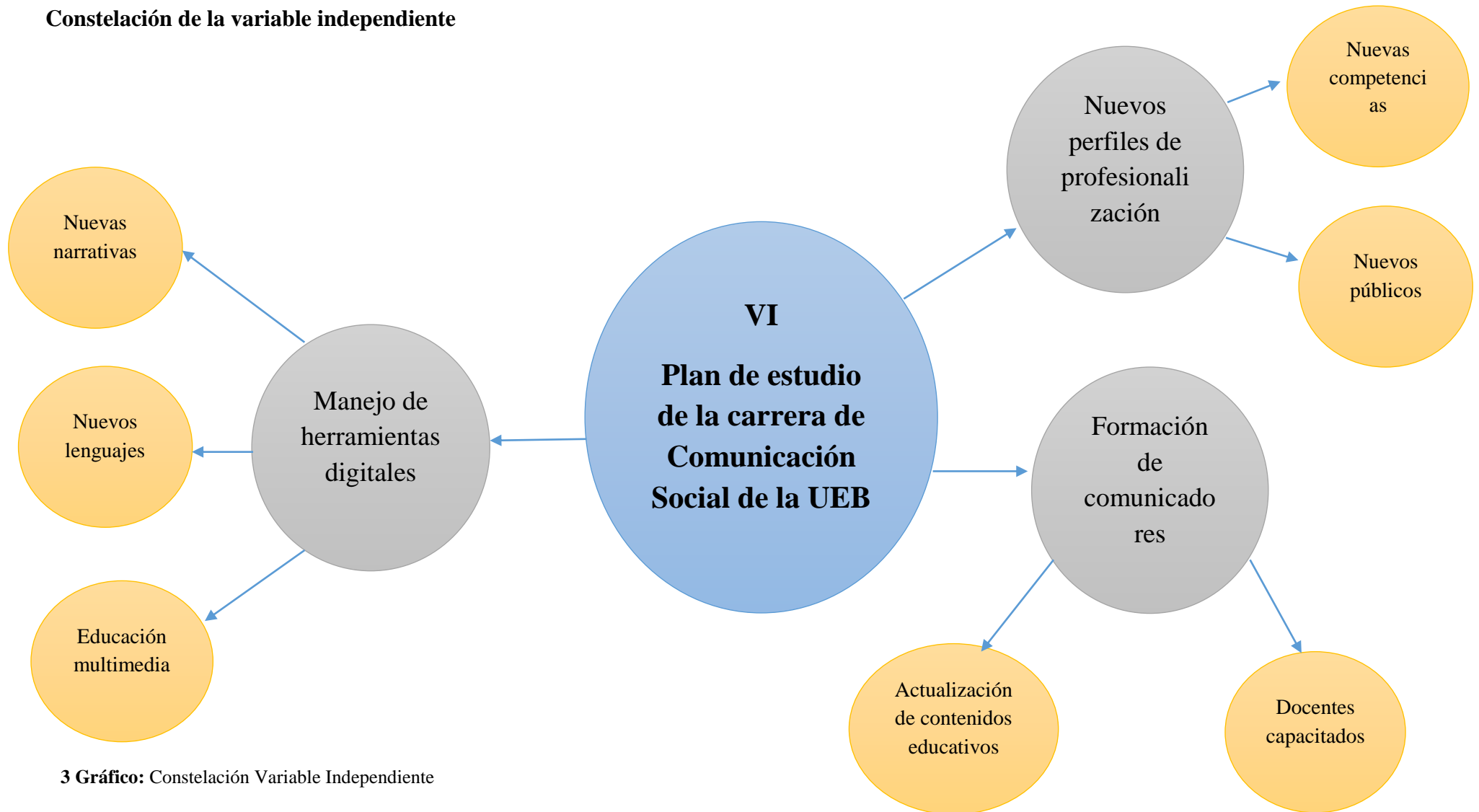
Red de Inclusiones Conceptuales



2 Gráfico: Red de inclusiones conceptuales

Elaborado: María José Vega (2017)

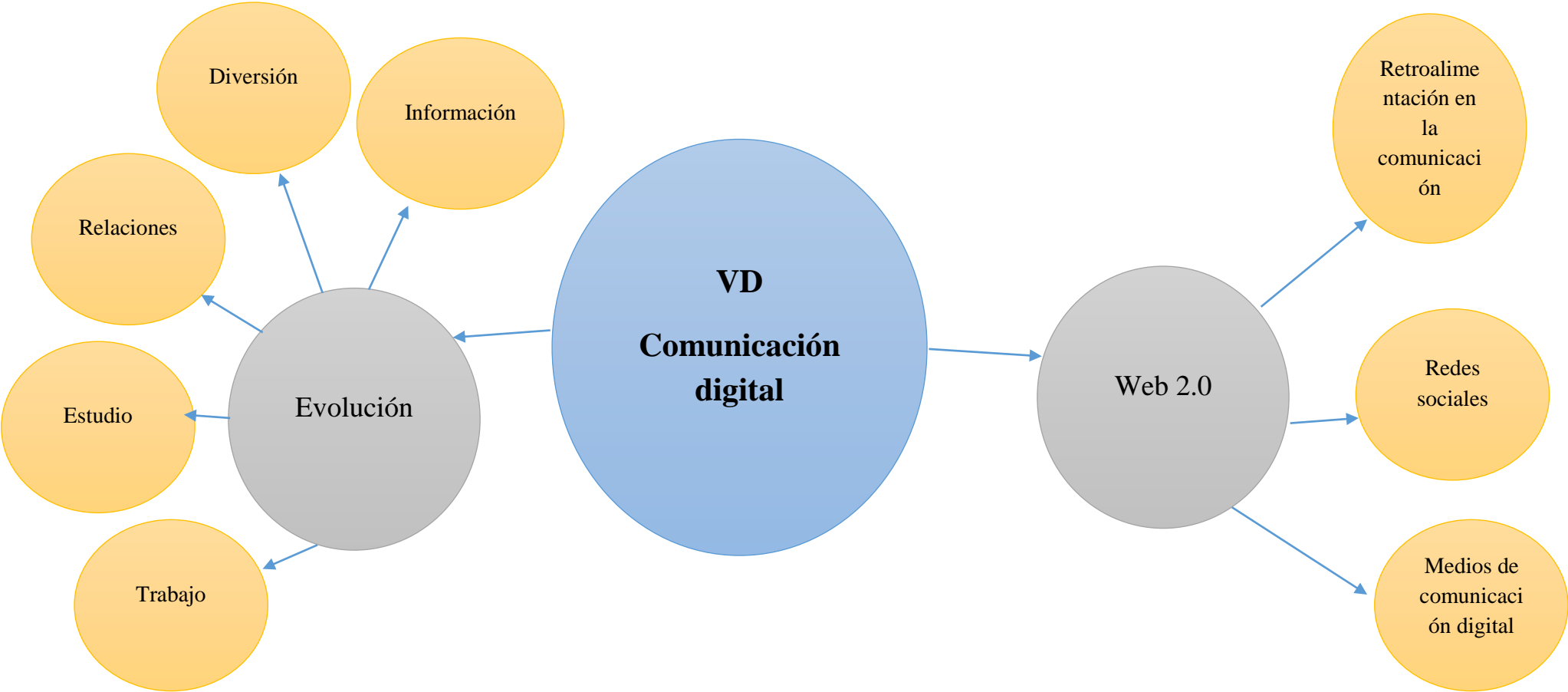
Constelación de la variable independiente



3 Gráfico: Constelación Variable Independiente

Elaborado: María José Vega (2017)

Constelación variable dependiente



4 Gráfico: Constelación Variable Dependiente

Elaborado: María José Vega (2017)

DESCRIPCIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

Plan de estudio

Siguiendo a Martha Casarini (1999) el plan de estudios y los programas son “documentos guías que prescriben las finalidades, contenidos y acciones que son necesarios para llevar a cabo por parte del maestro y sus alumnos para desarrollar un currículum” (Casarini, 1999: p.7). En el mismo texto se hace referencia a Glazman (citado por Casarini) quien considera que el currículum en el ámbito universitario “comprende las propuestas de finalidades políticas académicas precisas, a partir de una definición de las posiciones ideológicas adaptadas por la universidad y del compromiso que asume el tratamiento y solución de la problemática social, filosófica, científica y teoría del país” (Casarini, 1999: p.8).

Para Hortensia Murillo (2012) los planes de estudio pueden estar organizados por asignaturas, áreas de conocimiento o módulos, “cualquiera de las opciones implícitamente tienen una concepción de hombre, ciencia, conocimiento, práctica, vinculación escuela-sociedad, aprendizaje y enseñanza, práctica profesional, etc.” (Murillo, 2012: p. 3). Murillo sostiene que los elementos que lo integran, se derivan del currículum formal como:

- Descripción de la finalidad de la carrera o del nivel educativo
- Tiempo de duración de las carreras
- La organización por trimestres, semestres o anuales
- La estructuración por asignaturas, áreas o módulos
- Especificación de objetivos generales y específicos de cada materia, área o módulo
- Número de horas de teoría y de práctica de cada materia, área o módulo
- Materias obligatorias, optativas y total de créditos
- Especificaciones sobre el servicio social.
- Opciones y requisitos de titulación y otros

En el caso de la Universidad Estatal de Bolívar

De acuerdo al diseño curricular de la Universidad Estatal de Bolívar del año 2017, la dinámica curricular de la carrera de Comunicación Social pretende dar respuesta educativa en la institución a través de la organización académica, como nueva tendencia educativa, mediante la articulación de las funciones básicas de la Universidad, como: la docencia, la investigación, y la extensión. Además se fundamenta en el desarrollo de un plan de estudios, que inserta un concepto completo de la comunicación social, asumiendo los siguientes puntos:

- El desarrollo del pensamiento que constituye el principal esfuerzo en abrir nuestra mente a la comprensión de la totalidad y las diversidades.
- El desarrollo tecnológico; el sistema de propiedad de los medios; los modos y formas de aplicación; la participación de los actores, los intereses particulares, sectoriales o mundiales.
- Relación entre sociedad, comunicación y formación de profesionales. Esto es, construir proyectos académicos en el campo de la comunicación, que respondan a los retos de la realidad,
- El desafío de pensar en la tríada comunicación - sociedad - formación, conlleva un repensar los contenidos teóricos, las técnicas más apropiadas y la formación de la personalidad, que superen los modelos metodológicos asumidos desde hace diez o veinte años, que no dan cuenta de la dinámica actual de la comunicación, ni de la realidad económico social.
- Poner en práctica un nuevo concepto de docente y estudiante universitario quienes deberán abandonar el claustro de las aulas, para efectivizar la nueva formación, bajo el verdadero sentido de relación teoría-práctica. (Diseño curricular de la Universidad Estatal de Bolívar).

Objetivos de la carrera

Objetivo General

- Formar profesionales en comunicación, humanistas, con competencias en investigación científica, técnicas y tecnológicas para el diseño de productos comunicacionales, planificación estratégica de comunicación, imagen corporativa, dirección estratégica de medios; orientados al cumplimiento de los derechos de la comunicación contribuyendo a la solución de problemas en sectores sociales y productivos.

Objetivos específicos

- Comprender las corrientes epistemológicas y sociológicas de la comunicación e información utilizando recursos técnicos y tecnológicos innovadores para el desarrollo socialmente responsable, vinculando a los saberes ancestrales.
- Planificar campañas y productos comunicacionales utilizando formatos, herramientas audiovisuales de imagen e investigación periodística, que generen comunidades activas mediante procesos informativos, espacios de análisis y participación ciudadana.
- Diseñar productos comunicacionales, procesos investigativos, utilizando entornos técnicos y tecnológicos, en correspondencia a las exigencias comunicacionales actuales, implementando géneros y formatos periodísticos innovadores, vinculados a la necesidad de los actores y sectores de la sociedad.
- Formar comunicadores profesionales éticos y competitivos, bajo principios de objetividad, veracidad y credibilidad informativa, respetando la equidad de género, la diversidad e interculturalidad que aporten al buen vivir de la sociedad.

Perfil profesional

- El estudiante de la Carrera de Comunicación Social al culminar su proceso formativo tendrá competencias para:

- Proyectar, realizar y evaluar mensajes efectivos, que con creatividad planteen la transformación de acuerdo a los diferentes contextos de la comunicación.
- Utilizar, lenguajes, tecnologías, instrumentos y demás recursos requeridos por el ser humano.
- Recopilar, administrar, utilizar y suministrar información, considerando el contexto de la sociedad a nivel nacional e internacional
- Manejar profesionalmente recursos e instrumentos tecnológicos de comunicación
- Utilizar de manera creativa y eficiente géneros y formatos periodísticos en diferentes productos comunicacionales.
- Proponer políticas de comunicación nacional, sectorial e institucional.
- Plantear y ejecutar propuestas para democratizar la comunicación social.
- Producir materiales de comunicación para los distintos actores y sectores sociales, que propendan a la transformación de la realidad social.
- Preparar, capacitar y asesorar a los actores y sectores involucrados en procesos educativos, económicos, sociales, culturales y recreativos, mediante la comunicación social.
- Administrar y gerenciar la comunicación en los distintos procesos de desarrollo económico social.
- Diseñar, asesorar, ejecutar, evaluar y controlar proyectos comunicacionales que tienden a la defensa de los valores culturales y los procesos transformadores del país.
- Preparar y asesorar a los actores y sectores públicos y privados en los diferentes campos de la comunicación social.
- Dirigir y elaborar proyectos de investigación y producción tendientes a generar teoría y ciencia comunicacional.
- Asesorar, dirigir, diseñar y realizar investigaciones científicas en el campo de la comunicación.
- Informar y orientar a los actores y sectores involucrados en situaciones de catástrofes, desastres naturales y en tiempo de guerra.
- Interpretar los problemas globales económicos sociales y su relación con los regionales y locales y actuar en ellos a través de la comunicación social.

La Comunicación Social un campo multidisciplinar

Los presupuestos teóricos- epistemológicos del campo de estudios de la Comunicación, presentan una serie de interrogaciones sobre los desafíos que el actual contexto de los procesos culturales, la mediatización, la digitalización, la crisis de las narrativas periodísticas producen en el campo y social, convirtiendo a la comunicación como un campo transdisciplinar y multidisciplinar complejo, donde se vuelve necesario una articulación sistémica entre las Ciencias Sociales y Humanas. La reiterada utilización de teorías, paradigmas, conceptos y argumentos enfocados en una instrumentalización de la comunicación o ideas provenientes de la “New Age”, como la programación neurolingüística, ha provocado una pérdida del sentido de la comunicación, ubicándola, en una esfera vacía de contenido, un espectáculo carente de reflexión.

Immanuel Wallerstein (1999), sugiere que las Ciencias Sociales (comunicación), se conviertan en una “promesa” para impulsar diversas formas para pensar el mundo, de ahí que estas “promesas” se fundamentan bajo las ideas de la reunificación epistemológica de la cultura, la ciencia y las humanidades; que permite la consolidación de los sujetos más comprometidos con las sociedades, y no meros espectadores del derrumbe de la civilización, como lo ha sugerido Vargas Llosa.

En este escenario las Ciencias de la Comunicación se convierten en pilares que sostienen el pensamiento crítico gracias a la posibilidad de tejer nexos epistemológicos con otras ciencias, entre ellas: Lingüística, Sociología, Antropología, Ciencias Políticas, por citar algunas, configuran una sintaxis de comprensión del mundo de la vida como lo ha sostenido Jürgen Habermas. Siguiendo a Sandra Valdetaro (2013), las perspectivas de estudio de las Ciencias de la comunicación se fundamenta en:

- a) La perspectiva que, desde las Ciencias Sociales, plantea a los medios como “constructores” del “conocimiento” relevante, que implica debatir las diversas teorías de la comunicación que han marcado un recorrido académico en América Latina (Funcionalismo, estructuralismo, Teoría Crítica, Estudios culturales y la Escuela Latinoamericana de Comunicación), que permiten entender a la comunicación no solo como un escenario mediáticos, sino cultural.

- b) Reflexionar los usos y apropiaciones de las tecnologías de la información desde un enfoque socio-semiótico, que entiende el entramado tecnológico por fuera del simplismo utilitario que oscurece la crítica. Pensar a las tecnologías desde la comunicación implica, ante todo, configurar escenarios enunciativos de emergencia de nuevos imaginarios de socialización.
- c) La investigación en comunicación permite un acercamiento con herramientas metodológicas como la etnografía, las historias de vida, entrevistas a profundidad permitiendo que los estudiantes se acercan hacia la sociedad, y así crear puentes de diálogos. Además, de comprender el empoderamiento de los sujetos hacia los productos mediáticos, y así poder tener otras miradas por fuera de la categoría de lo ideológico como manipulador, y ubicarnos en la esfera de las mediaciones, como lo ha propuesto Jesús Martín-Barbero.

La investigación propone buscar nuevas sensibilidades que son claves al momento de pensar a la comunicación como ciencia. “La necesidad de los abordajes empíricos de la recepción, situados en experiencias de consumo específicas, bajo la presunción, de cuño etnográfico-antropológico, de colocarnos “en la perspectiva de los actores sociales” para poder acercarnos, de este modo, a las modalidades del carácter concreto, próximo de la acción y el discurso sociales, esto es, a las peculiares gramáticas del reconocimiento y la producción de imaginarios sociales (Valdettaro, 2013: 29).

- d) Los enfoques de la praxis periodística que debe ser abordada desde una esfera pública de la opinión y de las narrativas contemporáneas del periodismo, es decir, recuperar el relato, como lo afirma Omar Rincón (2012). En este escenario también es importante la consolidación de lo digital como la nueva esfera periodística donde se visibilizan la información, las nuevas modalidades operativas de los medios y los cambios en los mecanismos productivos de las industrias culturales.

Formación de los comunicadores sociales

Según Garate (2010) en 1979 el 60% de las escuelas de periodismo de Latinoamérica habían aplicado en diferentes grados los lineamientos de la CIESPAL, cambiándose la nominación de “Periodismo” a “Comunicación Social”. Aumentó el número de 37 escuelas en 1960 a

73 en 1970. La década de los ochenta trae consigo un nuevo aire a las Escuelas de Comunicación Social, la profesión de “Comunicador Social” se volvió muy seductora para los y las jóvenes. El impacto de los medios y la necesidad de cambio hicieron del periodista un testigo crucial de la gestión social. Como bien lo afirman, Jesús Martín Barbero y Rey Germán (1990) “las transformaciones que las tecnologías de la información introducen en el modo de producción y circulación social de los conocimientos le plantean un reto a la vez complejo pero ineludible en el nuevo ecosistema comunicativo” (Martín y Rey, 1999: p.68).

A pesar de que las empresas informativas han aumentado en los últimos años, la demanda de profesionales no corresponde con la oferta en el mercado ocupacional. En muchos países, existe un gran volumen de egresados en comunicación social que no alcanza un empleo en esta área. Helga Serrano recoge en el texto “Técnicas de enseñanza del periodismo”, las posibles causas de este fenómeno y menciona que “En muchos casos, las escuelas de periodismo han tenido una trayectoria accidentada, por no decir escabrosa. Asumieron la encomienda de investir de profesionalismo y de ropajes académicos un oficio considerado de segunda categoría. Las escuelas estaban flanqueadas por enemigos internos, algunos periodistas que desdeñaban los estudios universitarios como innecesarios, y algunos académicos, que no aceptaban el periodismo como disciplina universitaria” (Serrano, 2007: p. 9).

Planes de estudio emergentes ante la segmentación de especialidades en la era digital

El desarrollo tecnológico y los procesos de globalización en todos los niveles beneficiaron al sector de la comunicación: crecieron los medios de comunicación y las grandes empresas multimedia. Norbert Bolz (2006) asegura que la red de la comunicación mundial se volvió más espectacularmente densa desde el Internet. “Esta cultura de la comunicación no aparece como una opción, sino como una necesidad. Y es que las tecnologías de la comunicación surgen con una necesidad social de anexarse de la que ya nadie puede sustraerse. Hoy en día, al que no tiene casilla de correo electrónico se lo considera un paria de la evolución de los medios” (Bolz, 2006: p. 9). La comunicación mundial abre una multiplicidad de opciones que no guarda ninguna relación con nuestros recursos temporales. “El hecho de que cualquiera pueda comunicarse con cualquiera, sobrecarga la atención” (Bolz, 2006: p. 11).

Sin embargo, la complejidad de los nuevos formatos también incitó una observancia a la enseñanza de la profesión. Tanto Wilson Gárate (2010) como Isabel Punín (2012) concuerdan que el periodismo, exclusivamente, está migrando hacia el periodismo digital, donde el profesional requiere una serie de conocimientos y habilidades de orden práctico, que impone nuevas formas de vivir, relacionarse, comunicarse e informarse, que no han sido asumidas por la academia Miguel Wiñazki (2008) en contraposición a las nuevas concepciones menciona que “la tarea de informar requiere de un saber diferenciado, teórico y práctico: la reflexión filosófica sin el oficio cotidiano de informar suele estar vacía, y el oficio sin la reflexión es ciego, y suele desviarse hacia un operativismo superficial” (Foro de Periodismo Argentino, 2008: p. 208).

En este contexto socio-cultural Gutiérrez, Odriozola y Domínguez (2017) analizan desde las rutinas latinoamericanas de ejercer el periodismo y concuerdan que “La presión que ejerce el desarrollo tecnológico conlleva a una serie de nuevos desafíos para el profesional de las comunicaciones. No solo la necesidad de formación constante para evitar caer en la obsolescencia, sino también una larga lista de vicios que se desprenden de la misma tecnología, como la excesiva comodidad, el reporte de oficina, entre otros” (Gutiérrez, Odriozola y Domínguez, 2017: p. 80).

Las extensas críticas a las facultades y escuelas latinoamericanas formadoras de periodistas y comunicadores se han centrado, de acuerdo a Claudia Mellado (2010) “en su falta de definición académica y la ambigüedad de sus perfiles; su escasa vinculación con la sociedad; su incapacidad de conjugar su proyecto educativo con las salidas profesionales de sus egresados, así como su limitada capacidad productiva” (Mellado, 2010, p. 17). Por lo que el aspirante a periodista o comunicador de hoy, se enfrenta a un panorama de muchas partes que cambian a una velocidad vertiginosa.

En Ecuador, el diagnóstico de las universidades que ofertan Comunicación Social o Periodismo muestran un entorno en el que los académicos se centran prácticamente en la labor docente, obedeciendo a la estructura universitaria general del país que va modificándose lentamente; luego unos planes académicos con acercamiento a la parte práctica y técnica (Punín, 2012: p. 20) y finalmente la inexistencia de una malla curricular que implemente al periodismo digital y cubra sus exigencias e infinidad de aplicaciones (Punín, Rivera & Cuenca 2014).

Punín (2012) deduce en su investigación que los perfiles profesionales del comunicador en Ecuador son:

- a.- Periodismo/ Comunicación Social
- b.- Comunicación Audiovisual
- c.- Comunicación Organizacional
- d.- Relaciones Públicas (Punín, 2012: p. 40)

Tanto en Ecuador como en América Latina, la carrera de periodismo, por sí sola no existe, siempre está relacionada con la comunicación. Sin embargo las mallas curriculares se inclinan, en su mayoría, a los contenidos periodísticos en los medios de comunicación.

Gutiérrez, Odriozola y Domínguez (2017) mencionan que la satisfacción de los periodistas de Ecuador sobre la formación universitaria recibida, no da resultados alentadores, sin embargo, son conscientes de la importancia de la misma desde la entrada en vigor de la Ley Orgánica de Comunicación. Las principales críticas a las facultades de Comunicación del país, se concentran en la falta de consonancia entre lo aprendido en la universidad y las habilidades posteriormente desarrolladas en el ámbito laboral. “Los periodistas entrevistados, achacan esta problemática a un modelo de enseñanza demasiado culturalista que no profundiza ni en las herramientas técnicas habituales en la profesión periodística, ni en otras áreas de la Comunicación que han visto incrementada su importancia en los últimos años” (Gutiérrez, Odriozola y Domínguez, 2017: p. 92). Sin embargo, los profesionales ecuatorianos, a diferencia de los Chile y México donde realizaron el estudio, parecen percibir un cambio en el desarrollo curricular de las carreras de Comunicación Social en Ecuador, “en el que, hasta cierto punto, se están incorporando los conocimientos técnicos, sin abandonar las el modelo culturalista a la hora de formar periodistas íntegros, reflexivos y conocedores de su entorno social” (Gutiérrez, Odriozola y Domínguez, 2017: p. 92).

Descripción Conceptual de la Variable Dependiente

El Diccionario de la Real Academia Española (RAE, 2001) especifica el término de *Periodismo* con dos acepciones:

1. Captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico de la información en cualquiera de sus formas y variedades.
2. Estudios o carrera de periodista.

Con relación a la definición de *periodista* la RAE menciona que es la:

1. Persona legalmente autorizada para ejercer el periodismo.
2. Persona profesionalmente dedicada en un periódico o en un medio audiovisual a tareas literarias o gráficas de información y creación de opinión.

Asimismo el Diccionario de Periodismo de Ángel Benito detalla al periodista como “profesional que realiza funciones informativas en cualquier medio de comunicación: prensa, radio y televisión, especialmente” (Benito, 2001: p. 116).

Pablo Escandón (2017) al referirse al profesional de la comunicación en el desarrollo tecnológico, señala que con la tecnología ha mutado las formas de comunicación y de escritura “pues el ciberespacio entrega otros recursos y tiene reglas retóricas para generar y consumir contenidos que no son exclusivamente sonoros, visuales o gráfico-textuales, sino que son multimedia y de recuperación simultánea” (Escandón, 2017: p. 169). La tecnología y la organización social cambiaron el trabajo del periodista, que deja de ser minero de fuentes para pasar a ser generador de comunidades.

De esta manera se ratifica lo que Santiago Tejedor (2007) mencionó sobre el ciberperiodista, el mismo que tiene que ser “un profesional que conoce la estructura informativa propia de los cibermedios, domina las rutinas productivas que le capacitan para producir con garantías información en tiempo real, presenta una versatilidad en cuanto a formación que le permite asumir diferentes roles en el desempeño de una tarea periodística, sabe hacer uso de la Red como fuente de información (aplicando siempre criterios deontológicos y haciendo uso de filtros que garanticen la veracidad de las informaciones obtenidas” (Tejedor, 2007: 407).

No obstante, estos conceptos evolucionarán en su forma de entenderlos y significarlos. Requerirán de revisiones constantes de acuerdo a las variaciones de los perfiles de profesionalización.

Para Ramón Salaverría (2001) hablar de lo digital o multimedia dentro de los espacios comunicativos apunta a dos direcciones: a los lenguajes y a los medios. Los lenguajes identifican a aquellos mensajes informativos transmitidos, presentados o percibidos unitariamente a través de múltiples medios. En cambio por el lado de los medios se refiere a los “múltiples intermediarios” que pueden participar en la transmisión de un producto informativo.

El profesional de la comunicación debe tomar en cuenta, según Salaverría, que hoy el consumidor de información demanda de los medios una información cada vez más profunda y actualizada sobre aquello que le interesa. Exige imágenes que se lo muestren, sonidos que se lo cuenten, textos que se lo expliquen, una experiencia sensorial completa, y los reclama al instante de haberse producido la noticia. Sin embargo, Escandón (2017) sostiene que la mutación del periodismo tradicional en digital no está en la tecnología por sí misma, sino en cómo se la usa para generar mayor reflexión, comprensión y difusión de un hecho “el periodismo digital es más profundo, más comprometido y se vuelve inmersivo.” (Escandón, 2017: p. 184).

Comunicación Digital

La Comunicación Digital en la Sociedad del Conocimiento está alineada al descubrimiento de las capacidades de las nuevas tecnologías, que han permitido que el conocimiento sea la base fundamental en el desarrollo de las personas, además del requisito necesario para la industria del consumo, los medios y empresas de comunicación y la organización de la vida social, política y cultural. Para Carlos Scolari (2008) la comunicación digital “está sumergida en todos los ámbitos, es un proceso de producción y distribución que se realiza con la ayuda de las tecnologías digitales, permitiendo el desarrollo de un soporte analógico en digital, sin excluir lo que se conoce como los diarios impresos” (Scolari, 2008: p. 68).

Siguiendo a Manuel Castells (1996), las tecnologías de la información han concebido nuevas formas de entender a la comunicación dando origen a la llamada *cibercultura*,

producto mismo de la tecnología y que condiciona las maneras en que la cultura se desenvuelve. Es en este ambiente donde se relacionan y desarrollan una serie de fenómenos sociales, políticos, económicos y especialmente comunicativos, siendo su mayor impacto las formas como las personas interactúan entre sí y cómo se apoderan del discurso. Estéfani Falla Arroche (2009) sostiene que: “El Internet se ha convertido en un medio indispensable para la comunicación. Cada día surgen diferentes propuestas de recursos, herramientas que facilitan la interconexión de personas y las opciones se vuelven ilimitadas” (Falla Arroche, 2009: p.10).

En “La Galaxia Internet”, Castells (2001) anticipó que todas las áreas de la actividad humana están siendo modificadas por los usos de Internet, entendiendo que la comunicación es la esencia de toda actividad humana, existe una nueva estructura social, la sociedad red, que se extiende a nivel planetario en numerosas formas y con consecuencias diferentes para la vida de la personas, según su historia, cultura e instituciones. En un sentido general asegura, que internet es sin duda una tecnología de la libertad, un nuevo modelo de desarrollo. Para Jódar (2010) es un nuevo modelo económico, productivo y social que supone la aparición de industrias, perfiles profesionales y modelos económicos hasta ahora desconocidos. En este contexto los medios de comunicación han pasado a constituirse un conjunto más amplio de canales y redes, como parte de las nuevas tecnologías.

De modo que la industria tecnológica y los medios de comunicación deben replantearse su papel teniendo siempre presente la necesidad, y el carácter obligatorio, de la cooperación intersectorial para llegar al usuario final en el marco de las nuevas tecnologías de la comunicación

Evolución: trabajo, estudio, diversión, relaciones sociales, información

Carlos Monsivais en su ensayo “Del Rancho al Internet” (1999) aborda los distintos procesos de “migración cultural” que han atravesado varios países latinoamericanos. El impacto social resultado del surgimiento de los grandes medios masivos de comunicación obligó a migrar de la radio a la prensa, del cine a la televisión y luego de todos ellos al internet. No obstante, esta migración no fue sólo tecnológica sino también, la migración de viejas costumbres rurales a las múltiples maneras de ser urbano. Según el autor “la moda y la gran necesidad en América Latina de hoy es la tecnología de punta, el estar al día en

informática, el renovarse según los ritmos y demandas estructurales de la globalización” (Monsivais, 1999: p. 21).

Volviendo a Castells (2001), el proceso de comunicación se define hoy por la tecnología de la comunicación, “con la difusión de Internet, ha surgido una nueva forma de comunicación interactiva caracterizada por la capacidad para enviar mensajes de muchos a muchos, en tiempo real o en un momento concreto, y con la posibilidad de usar la comunicación punto-a-punto, estando el alcance de su difusión en función de las características de la práctica comunicativa perseguida” (Castells, 2001: p. 305). Con lo que concuerda también Monsivas “Internet, resume preocupaciones y obsesiones, y se ofrece como la deidad inapelable, la gran comunidad virtual de la reducción y las ampliaciones del mundo” (Monsivais 1999, p. 21).

Para Jesús Martín Barbero (2002) la revolución tecnológica ha dejado de ser una cuestión de medios, para pasar a ser decididamente una cuestión de fines, “estamos ante la configuración de un ecosistema comunicativo conformado no sólo por nuevas máquinas o medios, sino por nuevos lenguajes, sensibilidades, saberes y escrituras, por la hegemonía de la experiencia audiovisual sobre la tipográfica, y por la reintegración de la imagen al campo de la producción del conocimiento” (Martín Barbero, 2002: p.6). En palabras de Bolz (2006) los nuevos medios son el ámbito en el que hoy sentimos de manera más manifiesta los sufrimientos de las secuelas de la modernización.

La sociedad se transforma a diario, en todos los aspectos de la vida cultural, económica, política y social. Salaverría (2005) resalta que uno de los retos comunicativos a los que se enfrenta el ciberperiodista es la hipertextualidad. Es decir, la capacidad de la red para organizar estructuras discursivas, mediante unidades de contenidos multimedia (textos, imágenes y sonidos). “El verdadero aprovechamiento del hipertexto implica aprender a disponer de manera estratégica las unidades de contenido para articular un discurso coherente, completo y múltiple. Gracias al hipertexto, el periodista puede proponer a sus lectores diversos itinerarios” (Salaverría, 2006: p. 2) El fin del hipertexto es que público tenga distintas formas de consumo y accesos para relacionarse, entretenerse e informarse.

En relación a estas nuevas formas de entender la comunicación, el periodismo y todas las áreas de comunicación se piensan desde otras ópticas y se reflexionan de otra manera. Los perfiles de la profesión, son hoy, más versátiles y dinámicos, se trabaja desde distintas plataformas, para satisfacer la necesidad de distintos públicos. Los nuevos medios están relacionados con herramientas online como: Twitter, Facebook, Instagram, Youtube o Snapchat cambiando notoriamente las formas de comunicar.

Web 2.0

Al referirse a la evolución de las tecnologías Rodríguez (2012) menciona que la web migró de ser una simple fuente de información a una plataforma de trabajo colaborativo, lo que significa que su utilidad pasó de sólo buscar y leer a modificar, publicar, seleccionar, organizar y clasificar colectivamente contenidos en la web. El usuario, aquí, tiene la capacidad de elegir, depurar y producir.

Para el profesor matemático, Francisco Ruiz Rey (2009), la Web 2.0 “es una forma de entender Internet que, con la ayuda de nuevas herramientas y tecnologías de corte informático, promueve que la organización y el flujo de información dependan del comportamiento de las personas que acceden a ella, permitiéndose a estas no sólo un acceso mucho más fácil y centralizado a los contenidos, sino su propia participación tanto en la clasificación de los mismos como en su propia construcción, mediante herramientas cada vez más fáciles e intuitivas de usar” (Ruiz, 2009: p. 1)

Rodríguez (2012) menciona que son varias las ventajas de la web 2.0 entre ellas constan.

- Accesible y disponible
- Gratuita Fácil de implementar y usar
- Aceptada por la mayoría de los internautas
- Promueve la participación
- Posibilita el aprovechamiento del saber y trabajo colectivos
- Optimiza los tiempos y costos de acceso y navegación. (Ruiz, 2009: p. 2)

Fumero y Roca (2007) conceptualizan a la web 2.0 como “un espacio social, con cabida para todos los agentes sociales, capaz de dar soporte a y formar parte de una verdadera

sociedad de la información, la comunicación y/o el conocimiento”. (Fumero y Roca, 2007. P. 7) Hablando en términos de dependencia la web 2.0 se ha convertido en el cordón umbilical de las relaciones sociales tecnológicas.

La incidencia del uso de los dispositivos electrónicos y todas las aplicaciones están modificando las maneras de relacionarse con el mundo, siendo su principal característica la conectividad perpetua porque la red de comunicación electrónica está presente en todo lo que hacemos, en cualquier lugar y en cualquier momento. Bolz (2006) considera que las tecnologías evolucionan sin tener en cuenta la capacidad de asimilación del ser humano. “Precisamente porque la realidad virtual se ha convertido en la infraestructura tecnológico-mediática de nuestra vida cotidiana postindustrial, existe –en cierto modo como un antídoto contra la inmaterialización– un culto del cuerpo, una filosofía de vida del bienestar, una nueva estética de la existencia” (Bolz, 2006: p. 11).

Redes sociales

Una sociedad red, según Castells (2001), es aquella cuya estructura social está compuesta de redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica. Entiendo por estructura social aquellos acuerdos organizativos humanos en relación con la producción, el consumo, la reproducción, la experiencia y el poder expresados mediante una comunicación significativa codificada por la cultura. En este contexto, las redes sociales, se transformaron en una vitrina del mundo, donde todo sucede, es más es una economía global y una sociedad red donde la mayor parte de las cosas que importan dependen de estas redes basadas en Internet, “quedarse desconectado equivale a estar sentenciado a la marginalidad, u obligado a encontrar un principio de centralidad alternativo (Castells, 2001: p 307)

El especialista en redes sociales, James Fowler (2014), asegura que, al menos, el Facebook es una nueva forma de entender el mundo y que no estamos solos. Precisamente nos enfrentamos a una conectividad que va mucho más allá de lo que creíamos hasta ahora. En este sentido, las redes sociales, como herramienta útil para difundir información, se han transformado en un medio eficaz, directo e interactivo para transmitir estilos de vida, propaganda ideológica, vender productos y bienes, más allá de las fronteras.

Estas relaciones, muestran que las redes sociales, hoy, cumplen un papel notable y protagónico en lo referido a la participación ciudadana a través de la convocatoria a varios tipos de encuentros en torno a temas concretos. Estas nuevas formas de comunicación han evolucionado los hábitos sociales y los rituales cotidianos de las personas alrededor del mundo, pero sin duda, también han originado una nueva manera de organización, movilización, significación y participación ciudadana, donde las personas tienen acceso a la información de forma directa y permanente, pero asimismo la posibilidad a ser partícipes del discurso público, el cual solo estaba limitado a una élite de poder a través de los medios de comunicación tradicional.

2.5 Hipótesis

La formación de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar, no responde a los requerimientos de la comunicación digital.

2.6 Señalamiento de variables

Variable independiente

Plan de estudio de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar

Variable dependiente

Comunicación digital

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Modalidad básica de la investigación

Las siguientes modalidades que manifiestan la investigación son:

Investigación de Campo

Para Campos (2009) este tipo de investigación “Exige salir a recabar los datos. Sus fuentes pueden ser la naturaleza o la sociedad pero, en ambos casos, es necesario que el investigador vaya en busca de su objeto para poder obtener la información” (Campos, 2009: p17). En consecuencia la investigación se dio en un escenario de afluencia social, como lo es la Universidad Estatal de Bolívar, específicamente en la Escuela de Comunicación Social, ubicada en la ciudad de Guaranda capital de la provincia Bolívar.

Investigación Documental

De acuerdo a Rodríguez y Valdeoriola (2006) la revisión bibliográfica y documental constituye en uno de los pilares en los que se sustenta la investigación “La elaboración del marco teórico a partir de la revisión documental resulta imprescindible, ya que, fundamentalmente, nos permite delimitar con mayor precisión nuestro objeto de estudio y constatar el estado de la cuestión, evitando así volver a descubrir la rueda, es decir, evitar resolver un problema que ya ha sido resuelto con anterioridad por otros investigadores” (Rodríguez y Valdeoriola, 2006, p.25). La investigación cuenta con fuentes bibliográficas, así como documentos digitales y revistas académicas que sostienen las dos variables. Plan de estudio de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar y comunicación digital.

3.2 Nivel o tipo de investigación

El nivel de investigación que se utilizó en el proceso de investigación fue el descriptivo y correlacional, debido a que tiene un enfoque Cualicuantitativo.

Los estudios descriptivos buscan, siguiendo a Hernández Sampieri (2014), especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Para Cazau (2006), este tipo de investigación es una “mera descripción de algunos fenómenos, donde se selecciona una serie de cuestiones, conceptos o variables y se mide cada una de ellas independientemente de las otras, con el fin, precisamente, de describirlas” (Cazau, 2006: p. 26). Esta investigación propone describir, las características, competencias, fortalezas y debilidades de la formación, así como de los perfiles que se demandan de los profesionales de la comunicación, con el fin de identificar las nuevas funciones, roles y necesidades formativas del comunicador. Entre la academia y los espacios laborales existe un abismo visible que no ha sido resuelto ni en el discurso, ni en la práctica. En los próximos capítulos se ampliará lo mencionado, con el análisis de resultados de las encuestas y entrevistas.

Y siguiendo al mismo Hernández Sampieri (2014) los estudios de tipo correlacional llevan a conocer “el nexos o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular” (Hernández, 2014: p.81) En síntesis lo correlacional investiga de qué forma los cambios de una variable intervienen en la relación con la otra variable y su afinidad. Con la aplicación de este estudio, se pudo medir el nivel de relación que existente entre las variables planteadas.

3.3 Población

En palabras de Monje Álvarez (2011) la población es el “conjunto de individuos, objetos, elementos o fenómenos en los cuales puede presentarse determinada característica susceptible de ser estudiada” (Álvarez, 2001: p.125). En el presente trabajo de investigación, la población considerada se determinó por la importancia del estudio de las variables, es decir que se tomó en cuenta a todos los 225 estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar, docentes, ex estudiantes, empleadores y expertos del tema digital, en el periodo abril- agosto 2017.

1. Estudiantes la carrera de Comunicación Social

Con el propósito de obtener datos más cercanos al problema planteado, se contó con la participación de todos los 225 estudiantes de los ocho ciclos de la carrera de Comunicación Social, legalmente matriculados.

2. Estudiantes graduados

Se tomó las consideraciones, perspectivas y niveles de satisfacción, con relación a lo aprendido durante la permanencia en la Universidad, de los ex alumnos de la carrera de Comunicación Social (mínimo cinco años de graduados), para tener datos ciertos acerca de las fortalezas y debilidades del aprendizaje. Fueron cuatro exestudiantes los que colaboraron en la realización del grupo focal, la aplicación de esta técnica de estudio según Monje (2011), es alcanzar o lograr el descubrimiento de una estructura de sentido compartida, con los aportes de los miembros del grupo, sobre un tema determinado. “el grupo focal se denomina entrevista exploratoria grupal donde un grupo reducido y con la guía de un moderador expresa de manera libre sus ideas”. Cada estudiante expuso su criterio sobre la formación en la institución educativa. (Ver anexos con los resultados)

3. Empleadores

Se realizó entrevistas no estructuradas a los empleadores de dos medios de comunicación de la ciudad de Guaranda, el propósito fue encontrar las percepciones sobre la formación de comunicadores sociales de la Universidad Estatal de Bolívar y cómo sus empleados han aplicado los conocimientos adquiridos en el trabajo. El objetivo de las entrevistas no estructuradas, siguiendo al mismo Monje (2001), es captar la percepción del entrevistado, sin imponer la opinión del investigador. “El investigador elabora las preguntas antes de realizar la entrevista, modifica el orden, la forma de encauzar las preguntas o su formulación para adaptarlas a las diversas situaciones”.

4. Docentes, directores y expertos en el tema

Se entrevistó a cuatro docentes de la carrera de la Comunicación Social, que imparten las asignaturas relacionadas a lo digital. Asimismo se entrevistó a Juan David Bernal, docente, periodista e investigador de temas digitales y educativos y Pablo Escandón periodista e investigador de nuevas narrativas en el periodismo digital. Se utilizaron entrevistas no estructuradas.

Totalidad de la población

ESTRATOS	UNIDAD DE ANÁLISIS	No.
Estudiantes	Todos los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar.	225 estudiantes encuestados/as
Graduados	Profesionales graduados de la Universidad Estatal de Bolívar	4 exestudiantes aplicación de grupo focal
Docentes	Docentes que imparten asignaturas con afinidad al periodismo digital	4 docentes entrevistados
Expertos	En temas digitales en la educación universitaria.	2 expertos entrevistados
Empleadores	Dueños de medios de comunicación de la ciudad de Guaranda.	2 entrevistados
TOTAL		237

Cuadro 1: Totalidad de la población

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Periodo: abril-agosto 2017

3.4 Operacionalización de variables

En cuanto a este tipo de operación, las variables son desglosadas y analizadas deductivamente, para el proceso de investigación de la siguiente manera:

Variable independiente: Plan de estudio de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar.

CONCEPTOS	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
<p>Para Miguel Ángel Zabalza (2000), los Planes de Estudio no son otra cosa sino una de las piezas del entramado curricular de una institución formativa.</p> <p>Martha Casarini (1999) considera que “El plan de estudios y los programas son documentos guías que prescriben las finalidades, contenidos y acciones que son necesarios para llevar a cabo por parte del maestro y sus alumnos para desarrollar un currículum”.</p> <p>Según Hortencia Murillo (2012), los planes de estudio pueden estar organizados por asignaturas, áreas de conocimiento o módulos, cualquiera de las opciones implícitamente tienen una concepción de hombre, ciencia, conocimiento, práctica, vinculación escuela-sociedad, aprendizaje y enseñanza, práctica profesional, etc.</p>	Aprendizaje-conocimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Tradicional - Digital 	<p>¿Conoce Usted el plan de estudio de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar?</p> <p>¿Conoce si el plan de estudios ha sido rediseñado para la permanencia de la carrera, de acuerdo a lo establecido por los organismos de evaluación de las IES?</p> <p>Si su respuesta fue SI, la malla curricular rediseñada ¿Qué vinculación tiene con las nuevas tecnologías aplicadas a la Comunicación?</p>	<p>-Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar, de primero a octavo ciclo, durante el periodo abril-agosto 2017.</p> <p>- Grupo focal aplicado a exestudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB</p> <p>- Entrevista a docentes de la carrera de Comunicación Social de la UEB</p> <p>-Entrevista a expertos de temas digitales</p> <p>- Entrevista a dueños de medios de comunicación de la ciudad de Guaranda.</p>	<p>-Cuestionarios previamente elaborados. A partir de la elaboración del capítulo I y II</p> <p>-Entrevista elaborada a partir del análisis de las encuestas.</p> <p>-Entrevistas no estructuradas</p> <p>- Entrevistas no estructuradas</p> <p>- Entrevistas no estructuradas (ver anexo 1,2,3,4 y 5)</p>
	Asignaturas	<ul style="list-style-type: none"> - Prácticas - Teóricas 	Estas habilidades constan en los planes de estudio de la Carrera de Comunicación de la UEB		
	Documentos guías	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos - Docentes capacitados 	¿Considera Usted que los docentes están capacitados para afrontar los nuevos retos de la comunicación digital?		
	Practicas-vinculación	<ul style="list-style-type: none"> - Nuevos retos de la comunicación digital 	¿Cuál es el nivel de vinculación de las nuevas tecnologías en el plan de estudios?		

Cuadro 2: Variable independiente/Encuesta.

Elaborado por: María José Vega Angulo

Periodo: Abril-agosto 2017

Variable dependiente: Comunicación Digital/Encuesta

CONCEPTOS	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
<p>La Comunicación Digital en la Sociedad del Conocimiento, está alineada al descubrimiento de las capacidades de las nuevas tecnologías, que han permitido que el conocimiento sea la base fundamental en el desarrollo de las personas, además del requisito necesario para la industria del consumo, los medios y empresas de comunicación y la organización de la vida social, política y cultural. Para Scolari (2008) la comunicación digital “está sumergida en todos los ámbitos, es un proceso de producción y distribución que se realiza con la ayuda de las tecnologías digitales, permitiendo el desarrollo de un soporte analógico en digital, sin excluir lo que se conoce como los diarios impresos</p>	<p>Evolución de la comunicación y las tecnologías</p>	<p>Nuevas demandas laborales</p>	<p>¿Qué habilidades cree usted que son necesarias para ejercer la profesión en la era digital?</p>	<p>-Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar, de primero a octavo ciclo, durante el periodo abril-agosto 2017. - Grupo focal aplicado a exestudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB - Entrevista a docentes de la carrera de Comunicación Social de la UEB - Entrevista a expertos de temas digitales - Entrevista a dueños de medios de comunicación de la ciudad de Guaranda.</p>	<p>-Cuestionarios previamente elaborados. A partir de la elaboración del capítulo I y II -Entrevista elaborada a partir del análisis de las encuestas. -Entrevistas no estructuradas - Entrevistas no estructuradas - Entrevistas no estructuradas (ver anexo 1,2,3,4 y 5)</p>
	<p>Educación digital</p>	<p>Planes de estudio actualizados y acordes</p>	<p>¿Hay vinculación, de los elementos mencionados en la pregunta anterior, al plan de estudios? ¿Cree Usted que la formación que brinda la UEB, es adecuada para afrontar la demanda laboral en la era digital?</p>		
	<p>Nuevas habilidades</p>	<p>Lenguajes, narrativas y significados</p>	<p>¿Está al tanto de las nuevas dinámicas, narrativas y lenguajes del periodismo digital?</p>		

Cuadro 3: Variable independiente/Encuesta.

Elaborado por: María José Vega Angulo

Periodo: Abril-agosto 2017

3.5 Plan de recolección de información

De acuerdo el criterio de Monje Álvarez (2011) “la recolección de datos se efectúa mediante la aplicación de los instrumentos diseñados en la metodología, utilizando diferentes métodos como la observación, la entrevista, la encuesta, los cuestionarios, los test, la recopilación documental y otros” (Álvarez, 2011: 131). Amparado en estos principios, es importante realizar las siguientes preguntas.

PREGUNTAS	Facilitadores
¿Para qué?	De esta manera permitió alcanzar el objetivo general planteado que en el caso de la investigación es: Analizar el plan de estudio de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar y su relación con los requerimientos de la comunicación digital.
¿De qué personas o sujetos?	De participación y recolección de datos como: estudiantes, ex estudiantes, docentes de la carrera, dueños de medios de comunicación y expertos en temas digitales.
¿Sobre qué aspectos?	Orientada a analizar sobre la formación de los comunicadores sociales en la Universidad Estatal de Bolívar y su relación con los requerimientos de la comunicación digital
¿Quién o quiénes?	Será de única responsabilidad del investigador, ya que no se establece necesario, la intervención de ninguna otra persona para el caso
¿A quiénes?	A los sujetos que facilitaron la información, que en este caso son los 225 estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar.
¿Cuándo?	Se realizó durante el ciclo académico abril-agosto 2017.
¿Dónde?	En la Universidad Estatal de Bolívar, escuela de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, ubicada en el Cantón Guaranda de la Provincia de Bolívar.
¿Cuántas veces?	Será establecido una sola vez.

¿Cómo?	Utilizando la técnica de la encuesta, la entrevista y los grupos focales debido a que facilita el análisis de la problemática planteada.
¿Con qué?	Encuestas: Consiste en un cuestionario elaborado que contiene preguntas cerradas, para que los encuestados se atengan a los medios de respuesta preestablecidas. Grupo focal: preguntas previamente elaboradas, luego de la aplicación de la encuesta. Entrevistas: preguntas previamente elaboradas, sin embargo en su desarrollo se eliminaron y aumentaron preguntas, de acuerdo a lo contestado por los entrevistados y la relevancia de la misma.

Cuadro 4: Cuadro No. 4: Plan de recolección de datos

Elaborado por: María José Vega Angulo

Periodo: Abril-agosto 2017

3.6 Plan de procesamiento de la información

Luego de que se estableció el modelo de encuesta, se aplicó a los 225 estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar, de los ocho ciclos académicos del periodo abril-agosto 2017. La encuesta se realizó los días 20, 21 y 22 de junio.

Posteriormente se procedió al análisis, depuración y tabulación de la información. Con el apoyo del programa Microsoft Excel se realizó el análisis numérico y los diagramas de pastel. Estos diagramas permitieron tener una percepción completa de resultados.

El mes de julio y agosto se destinó para la aplicación del grupo focal a los cuatro exestudiantes de carrera de Comunicaron Social de la Universidad Estatal de Bolívar, previo a un análisis minucioso de profesionales en ejercicio en la ciudad de Guaranda y cantones aledaños. En agosto se realizó también las entrevistas a los cuatro docentes de la carrera, a los dos expertos en temas digitales y a los dos dueños de los medios de comunicación de la urbe.

Como parte final se analizaron las entrevistas y el grupo focal, llegando a verificar la hipótesis plateada.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis e interpretación de los resultados

Encuesta dirigida a los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar.

1. Sexo del estudiante encuestado (a)

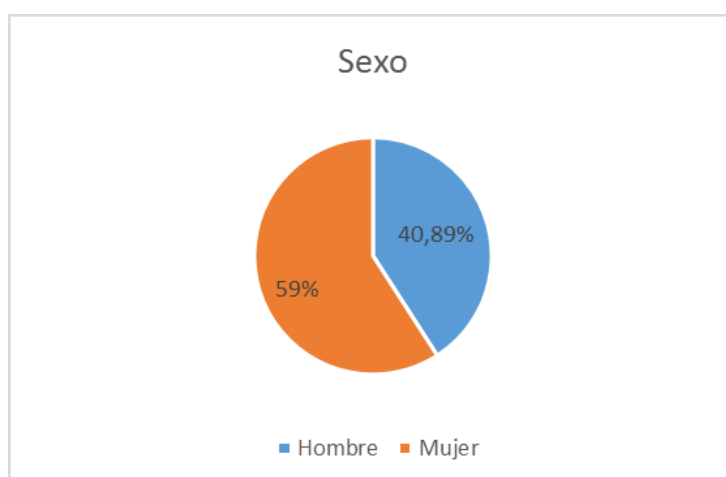
Cuadro No. 5: Sexo del estudiante encuestado/a (p1)

1. SEXO		
OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Hombre	92	40,89%
Mujer	133	59%
Total	225	100%

Cuadro 5: Sexo del estudiante (p1)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB



5 Gráfico: Sexo del estudiante encuestado (p1)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB

Análisis

Durante el proceso investigativo se evidenció una mayor presencia de mujeres, con un resultado del 59% y con un 40.89% de hombres.

Interpretación

En la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar se comprobó que existe mayor número de estudiantes mujeres cursando la carrera.

2. Rango de edad

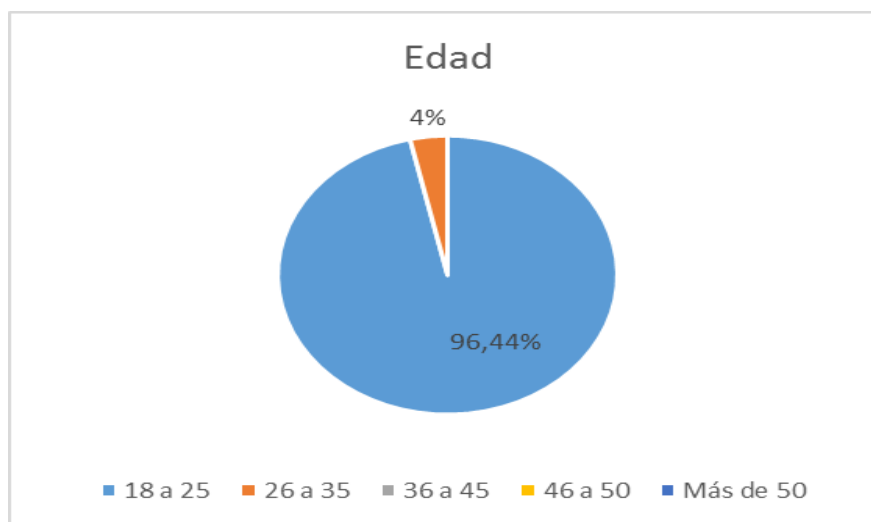
Cuadro No. 6: Rango de edad (p2)

2. EDAD		
OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
18 a 25	217	96,44%
26 a 35	8	4%
36 a 45	0	0%
46 a 50	0	0%
Más de 50	0	0%
Total	225	100%

Cuadro 6: Rango de edad (p2)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB



6 Gráfico: Rango de edad (p2)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB

Análisis

Con relación al rango de edad de los/as estudiantes, los resultados muestran que existe un mayor número de jóvenes con edades comprendidas entre 18 a 25 años, alcanzando

un porcentaje de 96,44% del total y las edades entre 26 a 35 años con un 4%. Las otras opciones consideradas no tienen resultados.

Interpretación

La mayor parte de estudiantes encuestados tienen una edad promedio de 18 a 25 años, lo que establece que la recolección de información y su posterior análisis tenga un criterio más formado.

3. Provincia de procedencia de las y los estudiantes

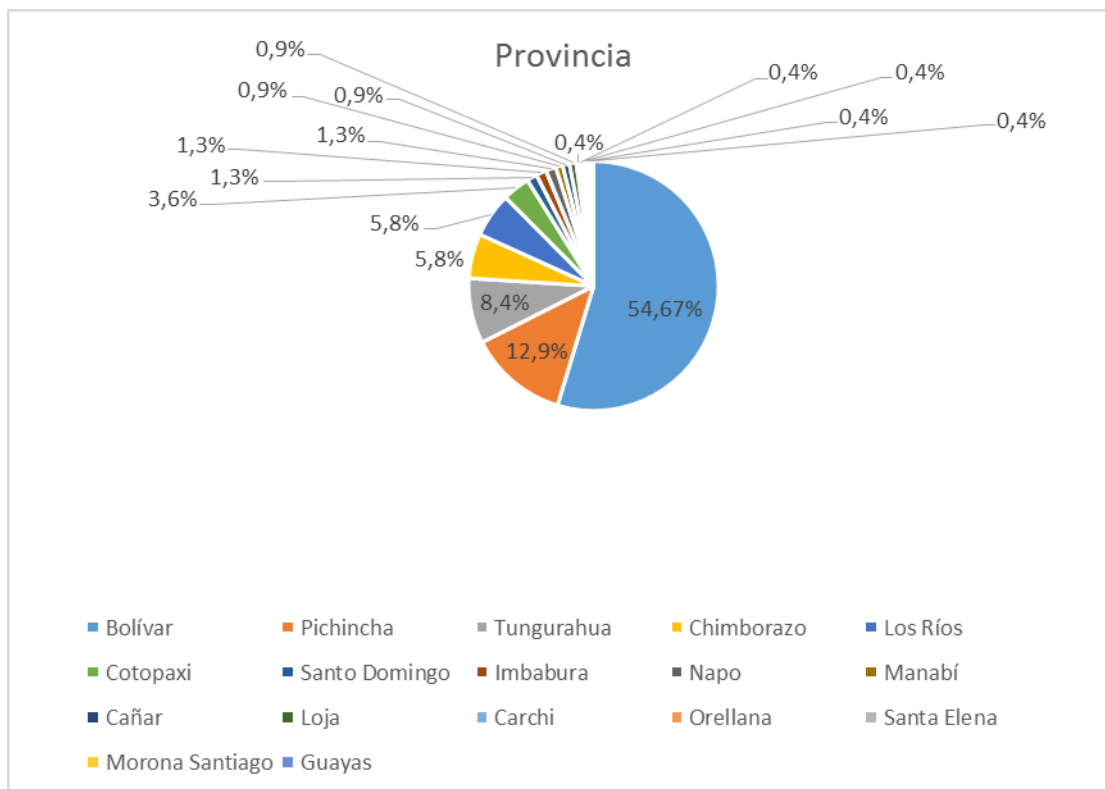
Cuadro No. 7: Provincia de procedencia de las y los estudiantes (p3)

3. PROVINCIA DE PROCEDENCIA		
PROVINCIAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Bolívar	123	54,67%
Pichincha	29	12,9%
Tungurahua	19	8,4%
Chimborazo	13	5,8%
Los Ríos	13	5,8%
Cotopaxi	8	3,6%
Santo Domingo	3	1,3%
Imbabura	3	1,3%
Napo	3	1,3%
Manabí	2	0,9%
Cañar	2	0,9%
Loja	2	0,9%
Carchi	1	0,4%
Orellana	1	0,4%
Santa Elena	1	0,4%
Morona Santiago	1	0,4%
Guayas	1	0,4%
Total	225	100%

Cuadro 7: Provincia de procedencia de las y los estudiantes (p3)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB



7 Gráfico: Provincia de procedencia de las y los estudiantes (p3)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB

Análisis

En cuanto a la provincia de procedencia estudiantil, un importante número de estudiantes es de la provincia Bolívar, alcanzando un porcentaje de 54,67%, le siguen las provincias de Pichincha con 12,9%, Tungurahua 8,4%, Chimborazo y Los Ríos con 5,8%; Cotopaxi 3,6%; Santo Domingo, Imbabura y Napo con 1,3%; Manabí, Cañar y Loja con 0,9% y Carchi, Orellana, Santa Elena, Morona Santiago y Guayas con apenas el 0,4%.

Interpretación

Como se puede ver en el *Gráfico No. 7*, el lugar de procedencia que alcanzó mayor porcentaje es la provincia de Bolívar, sin embargo Pichincha y Tungurahua también concentran un número importante de estudiantes. Aunque en un nivel más bajo otras provincias también tienen sus representantes. Se puede determinar que la diversidad de estudiantes es un factor importante para el análisis de la encuesta. Y es esa misma

diversidad la que ayuda a tener múltiples miradas sobre lo que se quiere estudiar, desde un punto de vista social, económico y cultural.

4. ¿Conoce Usted el plan de estudio de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar?

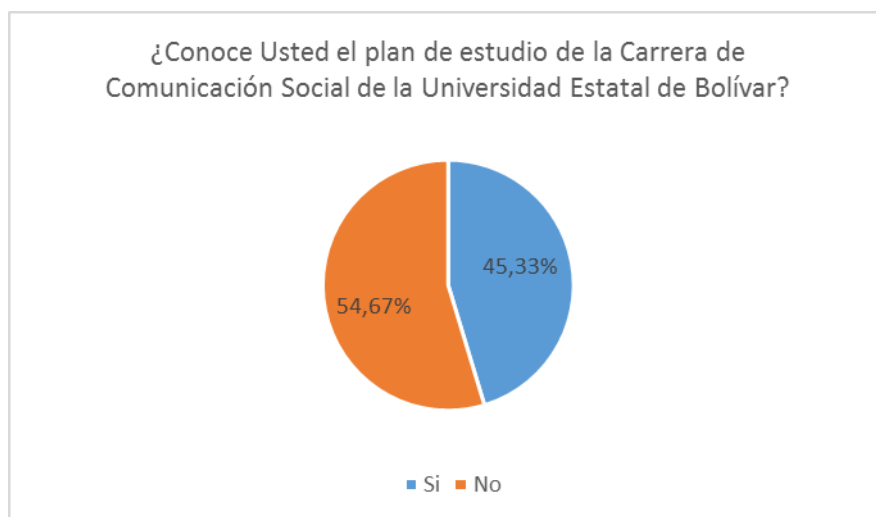
Cuadro No.8: ¿Conoce Usted el plan de estudio de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar? (p4)

4. ¿Conoce Usted el plan de estudio de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar?		
OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	102	45,33%
No	123	54,67%
Total	225	100%

Cuadro 8: ¿Conoce Usted el plan de estudio de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar? (p4)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB



8 Gráfico: ¿Conoce Usted el plan de estudio de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar? (p4)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB

Análisis

Los resultados muestran que el 54,67% de las y los estudiantes no conocen sobre el plan de estudio de la carrera de Comunicación Social, seguido del 45,33% que sí conoce.

Interpretación

Podemos señalar que más de la mitad de estudiantes desconoce el plan de estudios de la carrera, lo que evidencia que los docentes descuidan la socialización de los contenidos y su funcionamiento en el aula. Es importante que los estudiantes estén al tanto de lo que sucede con los cambios que se vienen dando dentro de la formación profesional. El desarrollo de las nuevas tecnologías de la información ha empujado a replantar la malla curricular, no obstante la desinformación y el desconocimiento es notorio dentro de la institución de educación superior.

5. ¿Está al tanto de las nuevas dinámicas, narrativas y lenguajes del periodismo digital?

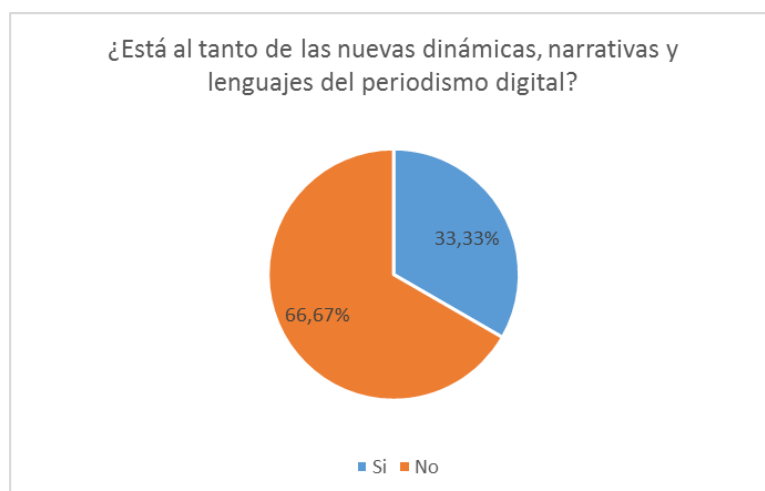
Cuadro No. 9 ¿Está al tanto de las nuevas dinámicas, narrativas y lenguajes del periodismo digital? (p5)

5. ¿Está al tanto de las nuevas dinámicas, narrativas y lenguajes del periodismo digital?		
OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	75	33,33%
No	150	66,67%
Total	225	100%

Cuadro 9: ¿Está al tanto de las nuevas dinámicas, narrativas y lenguajes del periodismo digital? (p5)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB



9 Gráfico: ¿Está al tanto de las nuevas dinámicas, narrativas y lenguajes del periodismo digital? é (p5)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB

Análisis

Los datos reflejan que el 66,67% de los encuestados no están al tanto de las nuevas dinámicas, narrativas y lenguajes del periodismo digital, frente a un 33,33% que sí conoce, de alguna manera, los lenguajes digitales.

Interpretación

Una de las preguntas medulares de la encuesta fue conocer, si las y los estudiantes, estaban informados sobre las nuevas dinámicas, narrativas y lenguajes del periodismo digital, una mayoría considerable señaló que no, lo que determina que la enseñanza está alejada de estos procesos comunicativos cambiantes.

6. ¿Hay vinculación, de los elementos mencionados en la pregunta anterior, al plan de estudios?

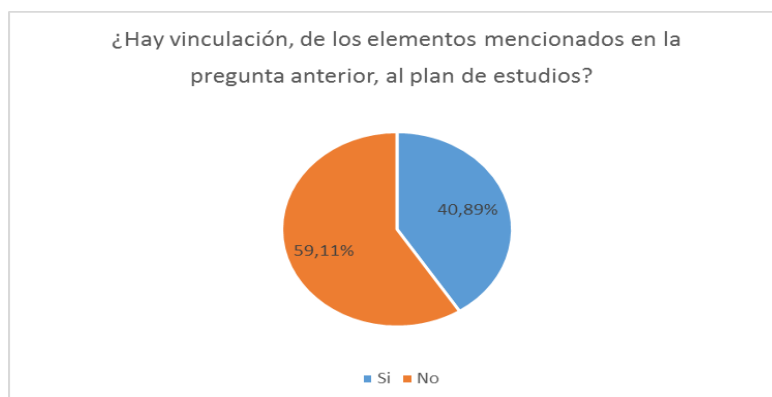
Cuadro No.10: ¿Hay vinculación, de los elementos mencionados en la pregunta anterior, al plan de estudios? (p6)

6. ¿Hay vinculación, de los elementos mencionados en la pregunta anterior, al plan de estudios?		
OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	92	40,89%
No	133	59,11%
Total	225	100%

Cuadro 10: ¿Hay vinculación, de los elementos mencionados en la pregunta anterior, al plan de estudios? (p6)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB



10 Gráfico: ¿Hay vinculación, de los elementos mencionados en la pregunta anterior, al plan de estudios? (p6)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB

Análisis

De los resultados obtenidos en la pregunta, se determinó que el 59,11% de estudiantes reconoce que en el plan de estudio no contempla las nuevas dinámicas, narrativas y lenguajes del periodismo digital, un 40,89% asegura que sí.

Interpretación

La pregunta guarda relación con la pregunta anterior, es decir que dentro del plan de estudio no se contempla las nuevas dinámicas del periodismo digital, lo que comprueba la desactualización de contenidos dentro de los procesos de enseñanza.

7. Si su respuesta fue SI, ¿Cuál es el nivel de vinculación de las nuevas tecnologías en el plan de estudios?

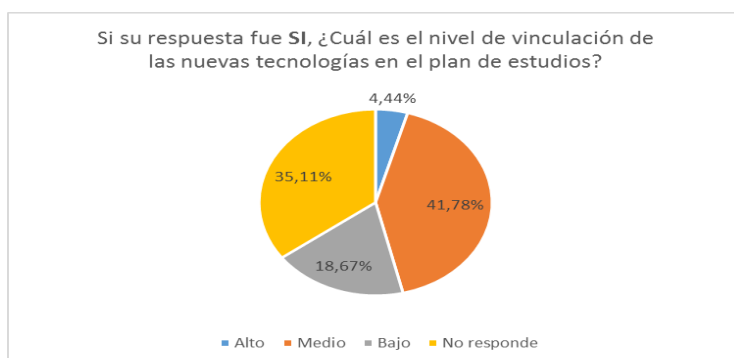
Cuadro No. 11: Si su respuesta fue SI, ¿Cuál es el nivel de vinculación de las nuevas tecnologías en el plan de estudios? (p7)

7. Si su respuesta fue SI, ¿Cuál es el nivel de vinculación de las nuevas tecnologías en el plan de estudios?		
OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Alto	10	4,44%
Medio	94	41,78%
Bajo	42	18,67%
No responde	79	35,11%
Total	225	100%

Cuadro 11: Si su respuesta fue SI, ¿Cuál es el nivel de vinculación de las nuevas tecnologías en el plan de estudios? (p7)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB



11 Gráfico: Si su respuesta fue SI, ¿Cuál es el nivel de vinculación de las nuevas tecnologías en el plan de estudios? (p7)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Análisis

Se pudo determinar que el nivel de vinculación de las nuevas tecnologías en el plan de estudio es medio, de acuerdo a las personas que respondieron Sí en la pregunta anterior, alcanzando un 41,78%, frente a un 35,11% de los que decidieron No responder, un 18,67% manifestó que es bajo y un 4,44% que es alto.

Interpretación

El análisis de las preguntas formuladas en la encuesta sigue dando una respuesta negativa por parte de los estudiantes, frente a la vinculación de las nuevas tecnologías en el plan de estudio. Se comprueba que en las aulas se sigue utilizando metodologías tradicionales de enseñanza.

8. ¿Conoce si el plan de estudios ha sido rediseñado para la permanencia de la carrera, de acuerdo a lo establecido por los organismos de evaluación de las Instituciones de Educación Superior (IES)?

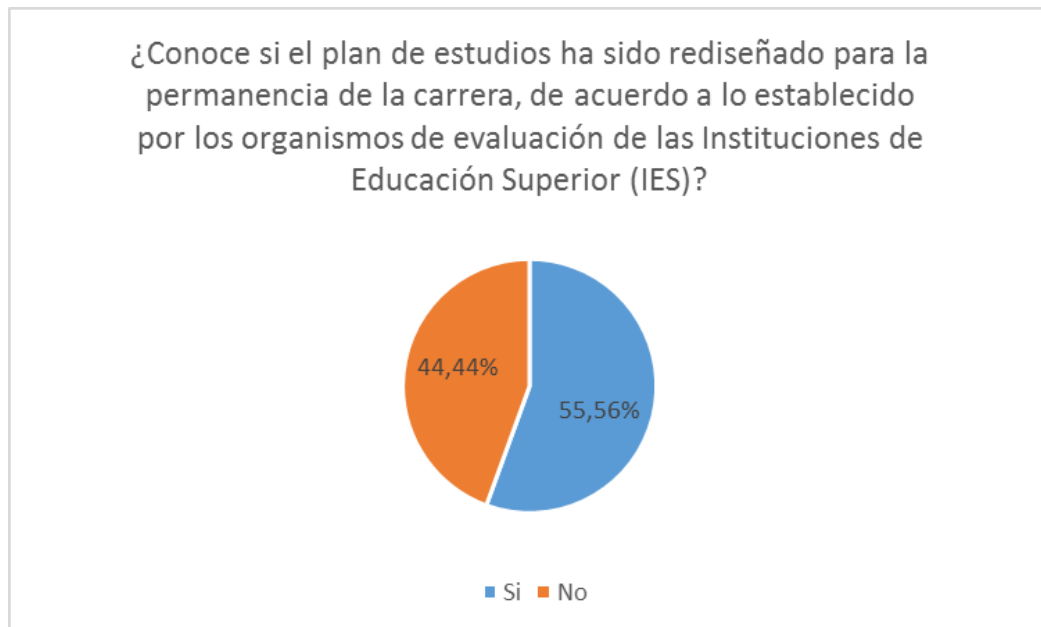
Cuadro No. 12: ¿Conoce si el plan de estudios ha sido rediseñado para la permanencia de la carrera, de acuerdo a lo establecido por los organismos de evaluación de las Instituciones de Educación Superior (IES)? (p8)

8. ¿Conoce si el plan de estudios ha sido rediseñado para la permanencia de la carrera, de acuerdo a lo establecido por los organismos de evaluación de las Instituciones de Educación Superior (IES)?		
OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	125	55,56%
No	100	44,44%
Total	225	100%

Cuadro 12: ¿Conoce si el plan de estudios ha sido rediseñado para la permanencia de la carrera, de acuerdo a lo establecido por los organismos de evaluación de las Instituciones de Educación Superior (IES)? (p8)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB



12 Gráfico: ¿Conoce si el plan de estudios ha sido rediseñado para la permanencia de la carrera, de acuerdo a lo establecido por los organismos de evaluación de las Instituciones de Educación Superior (IES)? (p8)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB

Análisis

Los resultados de la encuesta, con relación a la pregunta, aseguran en un 55,56%, que el rediseño de la carrera, para la permanencia, ha sido establecido bajo los organismos de evaluación de las Instituciones de Educación Superior (IES). Un 44,44% representa a la población estudiantil que no lo cree.

Interpretación

Es necesario mencionar que de acuerdo al Reglamento de Presentación y Aprobación de Carreras y Programas de las IES, el rediseño de las carreras se realiza bajo las regulaciones previstas por el Consejo de Educación Superior (CES) con el propósito de innovar el modelo educativo, en base a la demanda del mercado actual y el desarrollo académico e investigativo. Un número importante de estudiantes apuestan que el rediseño se pensó desde esta perspectiva de cambio y desarrollo.

9. Si su respuesta fue SI, la malla curricular rediseñada ¿Qué vinculación tiene con las nuevas tecnologías aplicadas a la Comunicación?

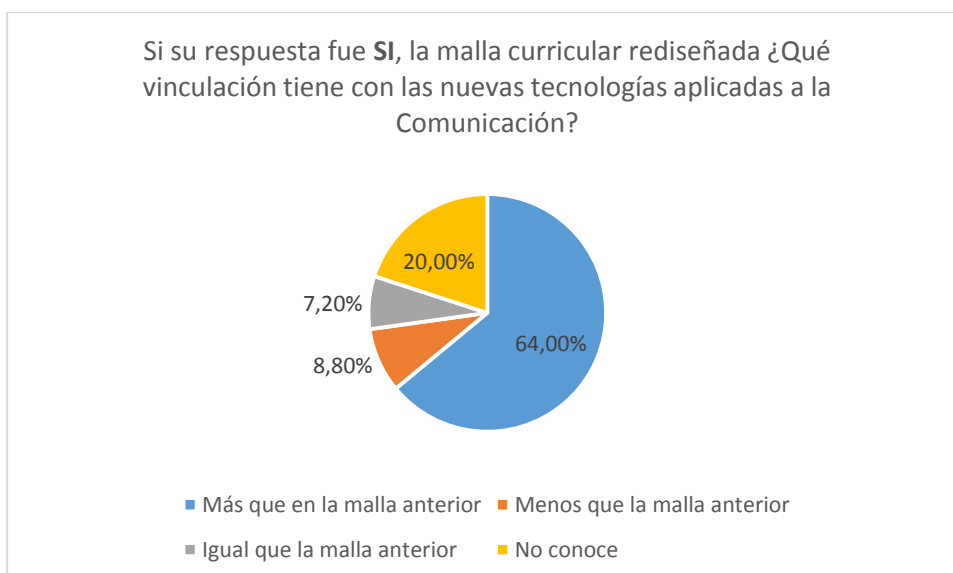
Cuadro No. 13: Si su respuesta fue SI, la malla curricular rediseñada ¿Qué vinculación tiene con las nuevas tecnologías aplicadas a la Comunicación? (p9)

9. Si su respuesta fue SI, la malla curricular rediseñada ¿Qué vinculación tiene con las nuevas tecnologías aplicadas a la Comunicación?		
OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Más que en la malla anterior	80	64,00%
Menos que la malla anterior	11	8,80%
Igual que la malla anterior	9	7,20%
No conoce	25	20,00%
Total	125	100%

Cuadro 13: Si su respuesta fue SI, la malla curricular rediseñada ¿Qué vinculación tiene con las nuevas tecnologías aplicadas a la Comunicación? (p9)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB



13 Gráfico: Si su respuesta fue SI, la malla curricular rediseñada ¿Qué vinculación tiene con las nuevas tecnologías aplicadas a la Comunicación? (p9)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB

Análisis

La opción que tiene más puntaje en la pregunta es: “Más que la malla anterior” con un 64%00, seguido de “No conoce” con el 20,00%, “Menos que la malla anterior” con 8,80% e “Igual que la malla anterior” un 7,20%.

Interpretación

La pregunta se relaciona con la anterior y las opciones a elegir fueron múltiples, siendo la más seleccionada “Más que la malla anterior”. Los estudiantes aseguran que en la malla rediseñada las nuevas tecnologías de la información están más presentes en el proceso de enseñanza.

10. ¿Considera Usted que los docentes están capacitados para afrontar los nuevos retos de la comunicación digital?

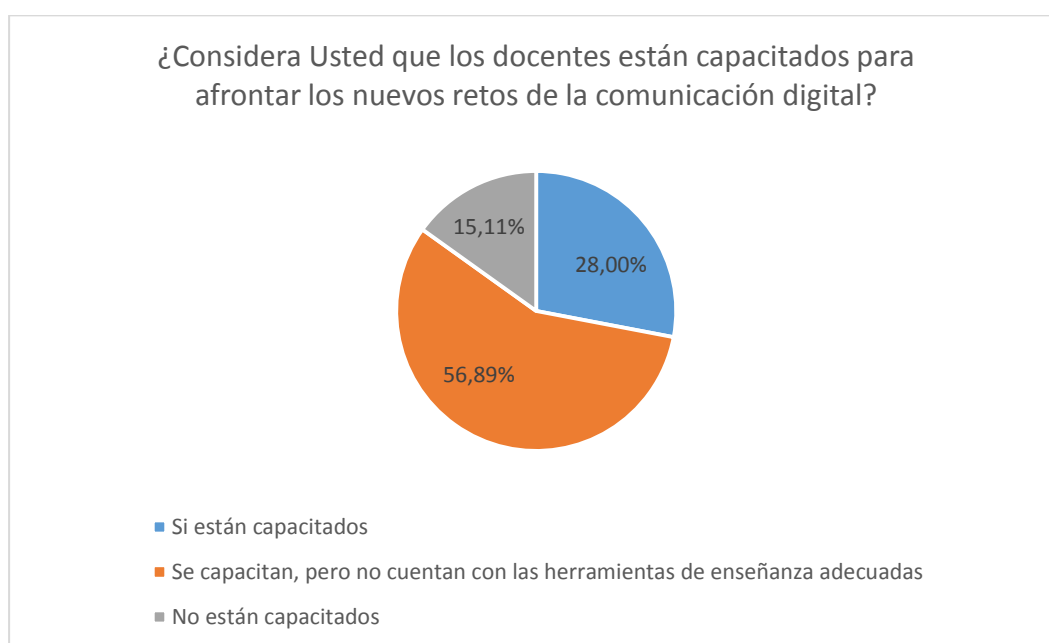
Cuadro No. 14: ¿Considera Usted que los docentes están capacitados para afrontar los nuevos retos de la comunicación digital? (P10)

10. ¿Considera Usted que los docentes están capacitados para afrontar los nuevos retos de la comunicación digital?		
OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si están capacitados	63	28,00%
Se capacitan, pero no cuentan con las herramientas de enseñanza adecuadas	128	56,89%
No están capacitados	34	15,11%
Total	225	100%

Cuadro 14: ¿Considera Usted que los docentes están capacitados para afrontar los nuevos retos de la comunicación digital? (P10)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB



14 Gráfico: ¿Considera Usted que los docentes están capacitados para afrontar los nuevos retos de la comunicación digital? (p10)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB

Análisis

En cuanto a la capacitación docente, para afrontar los nuevos retos de la comunicación digital, los resultados reflejaron que el 56,89% de docentes Sí se capacitan, pero no cuentan con las herramientas de enseñanza adecuadas para el aprendizaje. Continúa el 28,00% de docentes que No están capacitados y el 15,11% que Sí están capacitados.

Interpretación

Una de las preguntas claves de la encuesta fue conocer, directamente de los estudiantes, la capacitación docente, un porcentaje considerable reconoció que si se capacitan, sin embargo las facilidades para la enseñanza en el aula no acompañan esa capacitación, lo que determina que la educación, de alguna forma, es deficiente y no cumple con sus objetivos.

11. ¿Cree Usted que la formación que brinda la UEB, es adecuada para afrontar la demanda laboral en la era digital?

Cuadro No. 15: ¿Cree Usted que la formación que brinda la UEB, es adecuada para afrontar la demanda laboral en la era digital? (p11)

11. ¿Cree Usted que la formación que brinda la UEB, es adecuada para afrontar la demanda laboral en la era digital?		
OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	101	44,89%
No	124	55,11%
Total	225	100%

Cuadro 15: ¿Cree Usted que la formación que brinda la UEB, es adecuada para afrontar la demanda laboral en la era digital? (p11)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB



15 Gráfico: ¿Cree Usted que la formación que brinda la UEB, es adecuada para afrontar la demanda laboral en la era digital? (p11)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB

Análisis

Con relación a la formación que brinda la Universidad Estatal de Bolívar y su vínculo con la demanda laboral en la era digital, los resultados fueron muy evidentes, mostrando que el 55,11% de los estudiantes No consideran que la formación sea la adecuada para los nuevos espacios laborales en la era tecnológica. Un 44,89% cree que la universidad Si les forma para estos retos.

Interpretación

La formación profesional que brinda la Universidad Estatal de Bolívar a los comunicadores, no calza con las demandas laborales en la era digital, como se puede observar en las preguntas anteriores, se debe a problemas de herramientas de aprendizaje y capacitación docente. En los siguientes análisis, con docentes, exestudiantes y expertos se explicará más a profundidad este apartado.

12. Escoja las respuestas de su preferencia ¿Qué habilidades cree usted que son necesarias para ejercer la profesión en la era digital?

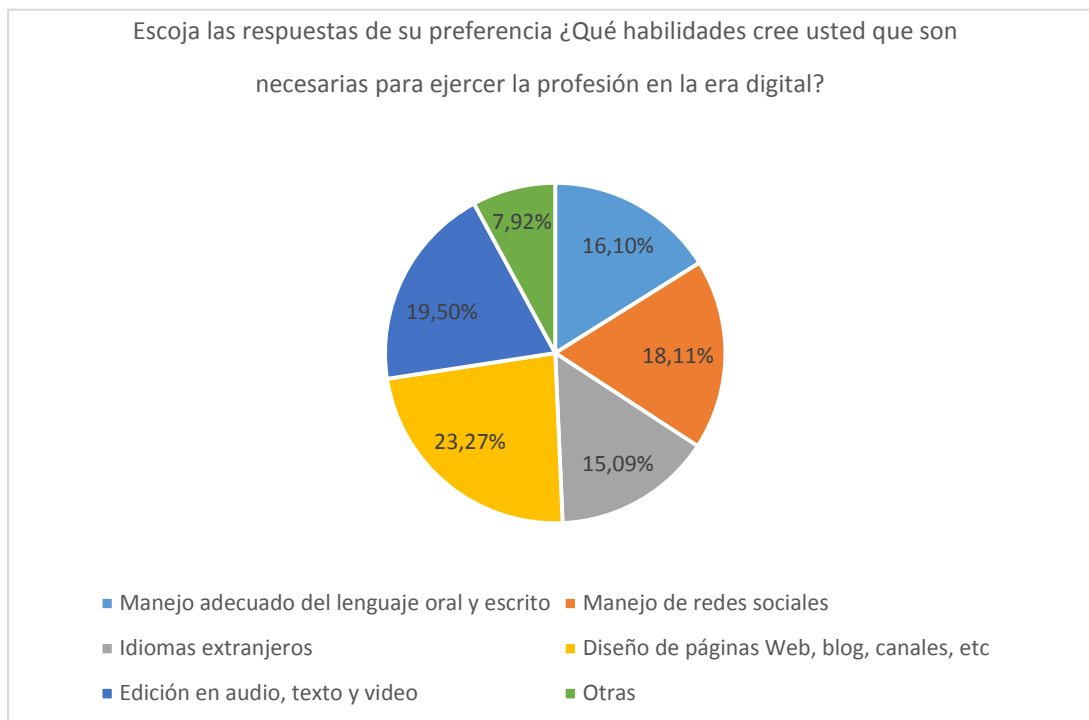
Cuadro No.16: Escoja las respuestas de su preferencia ¿Qué habilidades cree usted que son necesarias para ejercer la profesión en la era digital? (p. 12)

12. Escoja las respuestas de su preferencia ¿Qué habilidades cree usted que son necesarias para ejercer la profesión en la era digital?		
OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Manejo adecuado del lenguaje oral y escrito	128	16,10%
Manejo de redes sociales	144	18,11%
Idiomas extranjeros	120	15,09%
Diseño de páginas Web, blog, canales, etc.	185	23,27%
Edición en audio, texto y video	155	19,50%
Otras	63	7,92%
Total	795	100%

Cuadro 16: Escoja las respuestas de su preferencia ¿Qué habilidades cree usted que son necesarias para ejercer la profesión en la era digital? (p. 12)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB



16 Gráfico: Escoja las respuestas de su preferencia ¿Qué habilidades cree usted que son necesarias para ejercer la profesión en la era digital? (p12)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB

Análisis

En esta pregunta la población estudiantil tenía la posibilidad de escoger varias opciones. La pregunta consultaba las habilidades que son necesarias para la profesión, entre ellas constan: diseño de páginas web, blogs, canales, etc., 23,27%; edición en audio, texto y video 19,50%; manejo de redes sociales 18,11%; manejo del lenguaje oral y escrito 16,11%; idiomas extranjeros 15,09% y otras 7,92%.

Interpretación

Como se puede apreciar en los resultados, las opciones más seleccionadas son las habilidades relacionadas con los entornos digitales. Los estudiantes señalan en la encuesta que para ejercer la profesión es necesario desarrollar las habilidades de diseño de páginas web, blogs, canales, etc.; edición en audio, texto, video y manejo de redes sociales, lo que demuestra que las dinámicas de la formación deben apuntalar cada vez más a lo digital.

13. Estas habilidades constan en los planes de estudio de la Carrera de Comunicación de la UEB.

Cuadro No.17: Estas habilidades constan en los planes de estudio de la Carrera de Comunicación de la UEB (p13)

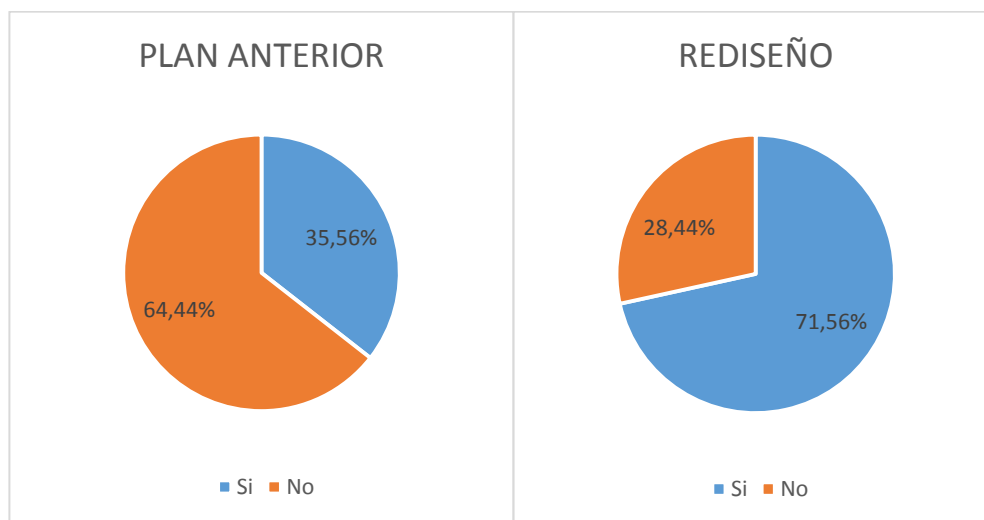
13. Estas habilidades constan en los planes de estudio de la Carrera de Comunicación de la UEB		
PLAN ANTERIOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	80	35,56%
No	145	64,44%
Total	225	100%

REDISEÑO	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	161	71,56%
No	64	28,44%
Total	225	100%

Cuadro 17: Estas habilidades constan en los planes de estudio de la Carrera de Comunicación de la UEB (p13)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB



17 Gráfico: Estas habilidades constan en los planes de estudio de la Carrera de Comunicación de la UEB (p13)

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB

Análisis

La pregunta guarda dependencia con la anterior y consulta si las habilidades seleccionadas constan en el plan de estudio, tanto en el anterior como en el actual, obteniendo resultados muy marcados como: Plan anterior: Si 35,56% y No 64,44%; Rediseño: Si 71,56% y No 28,44%.

Interpretación

Como constan en los resultados, las habilidades mencionadas en la pregunta anterior, se incluyen, de alguna manera, en la malla rediseñada con un alto porcentaje de aceptación, mientras en la anterior malla más del 60% dice que no se incluyen innovaciones relacionadas con lo digital. Es necesario mencionar que el rediseño de la carrera se aplicó desde el ciclo abril-mayo 2017, es decir que arrancó con los estudiantes de primer ciclo.

Resultado de grupo focal y entrevistas

Una formación tradicional y reto del nuevo comunicador

El análisis de la encuesta realizada a los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar se complementó con entrevistas a docentes, expertos en el área de la comunicación digital y empleadores del sector privado (medios de comunicación ciudad de Guaranda), así como la aplicación de un grupo focal a exestudiantes de la institución educativa, que se encuentran en el ejercicio de la profesión.

La aplicación de técnicas cualitativas permitió tener una visión más acertada y cercana al problema de investigación, además se obtuvo un diagnóstico de la formación de los comunicadores, sus debilidades y fortalezas, los escenarios laborales donde se desenvuelven, los problemas de la profesión ante un cambio inminente de las dinámicas en la era digital, el presente y el futuro de la formación, la utilización de metodologías nuevas en el proceso de enseñanza y el ejercicio mismo de la comunicación y el periodismo en una provincia donde no se apuesta, aun, por medios

digitales y donde la presencia de comunicadores tanto en los medios de comunicación, como en las instituciones públicas no se evidencian.

Es en este periodo histórico donde se ha criticado, observado y planteado las necesidades de formar nuevos profesionales en el área de comunicación. Comprometidos con una función más amplia, actual y de responsabilidad social. En el libro “Diseño curricular para escuelas de comunicación” de Daniel Prieto Castillo (1998) se anticipa a esta misma necesidad de implantar una metodología de aprendizaje que se ejecute en tres áreas: la consulta a la sociedad, las mediaciones hacia lo comunicacional y la ampliación de la percepción, más allá de los medios de difusión colectiva”. Durante la conversación con los exestudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar se observó un malestar generalizado entorno a la formación académica, lejos de cumplir lo que Prieto Castillo menciona en el texto. Xavier Ortiz, aseguró que un “factor desacreditador es la desactualización de los equipos y de todas las herramientas de práctica periodística, por ejemplo en producción de televisión las cámaras son viejas o no funcionan, lo mismo pasa con el estudio de radio (Ver anexo 2 Código JO1).

Patricia Coloma, apuntó su crítica a las metodologías de enseñanza y a quienes la imparten:

“Las herramientas de enseñanza, modernización de equipos y los profesores, especialmente ellos que en mi tiempo copiaban sus clases de donde no deben, es decir que todo era de la Wikipedia. Sería bueno que las autoridades se preocupen en mejorar su planta docente, debo reconocer que en algo se está cambiando no obstante, los muchachos recién graduados tienen problemas con la ortografía, porque hay que entender que comunicación no solo es producción de televisión o el manejo de la tecnología” (Ver anexo 2 Código PC2).

Por su parte, y muy críticos al sistema educativo Wilfrido Gonzales y Galo Paredes concuerdan que la formación de los comunicadores en la provincia está alejado de las necesidades de la profesión en los espacios laborales, “dentro del ámbito periodístico la universidad no capacita en todas las áreas, considero que es muy básica la enseñanza” (Ver anexo2 Código WG3). Hay un abismo entre lo que se dice en el salón de clase y se

realiza en el ejercicio práctico. “La parte teórica es fundamental, sin duda, pero si debe ir relacionada con la práctica, hay profesionales recién graduados que tienen pánico utilizar un micrófono” (Ver anexo 2 Código GP4).

Ante este panorama y volviendo a las reflexiones de Prieto Catillo (1988) sobre la educación “Una universidad puede seguir formando gente para una situación que ya no existe, a menudo se desentiende de la realidad en la que está inserta”. De esta forma, en la profesionalización de los comunicadores sociales y periodistas es indispensable y hasta inevitable la interiorización de nuevos perfiles, que integren sus roles y funciones a las nuevas plataformas de comunicación, ajustándose a sus necesidades locales.

El criterio de los egresados es necesario para las reformas curriculares

Es preciso señalar, que al grupo de profesionales a los que se les consultó coincidieron en varias respuestas, especialmente las que se relacionan con la formación académica y la desconexión que la universidad tiene con los espacios ocupacionales, pero también fueron muy críticos con el rediseño de la carrera, por ejemplo Javier Ortiz aseguró que “si hablamos desde lo digital, si no hay una vinculación directa con las nuevas formas de entender la profesión, no hay un cambio visible de paradigma, la enseñanza y la universidad es una pérdida de tiempo, porque si el estudiante no sabe manejar redes sociales, páginas web, blogs, etc., es un analfabeto digital” (Ver anexo 2 Código JO01).

Asimismo, Patricia Coloma, aseguró que los modelos de enseñanza de la Universidad de Bolívar, a pesar de la reforma, no son los adecuados “No se está trabajando en función de los estudiantes y se nota en los pasantes cuando hacen prácticas. Los profesores deben cambiar el modelo retrógrado de enseñanza, una formación conductista, yo el profesor, tú el alumno, debe hacer una retroalimentación de ganar, ganar, ahí nacen propuestas” (Ver anexo 2 Código PC02).

Wilfrido Gonzales, con más de 15 años de experiencia en la profesión, afirmó que es responsabilidad de la universidad no solo actualizar equipos o contratar docentes sino verificar, constatar y evaluar el nivel de preparación de los egresados, por lo que criticó: “Se requiere escribir, pero escribir bien, sin faltas ortográficas, con estilo y con un manejo adecuado de géneros periodísticos, se necesita y de urgencia que los estudiantes

realicen periódicamente giras de observación tanto a medios de comunicación, como a instituciones donde se maneja la comunicación” (Ver anexo 2 Código WG03).

Galo Paredes, está convencido que las reformas educativas son positivas, pero sino se sintonizan con los escenarios laborales y su cotidianidad, nada valdrá la pena y los que pierden son los estudiantes. “La universidad debería generar espacios de trabajo y espacios de prácticas profesionales, sería bueno que donde ellos (los estudiantes) realicen esas prácticas se queden a laborar” (Ver anexo 2 GP04).

El diagnóstico del grupo focal aplicado revela que es elemental contar con los criterios y la percepción de los exestudiantes para realizar las reformas o rediseños; la experiencia de los años de ejercicio profesional y las habilidades adquiridas de esas vivencias ocupacionales, aportarían a una reforma con escenarios más reales.

La universidad no conoce a los medios de comunicación, ni a las instituciones en la provincia de Bolívar.

Una evidencia que en común guardan las encuestas y las conversaciones con los exestudiantes en ejercicio profesional, es que la universidad no conoce a los medios de comunicación, ni a las instituciones. A pesar de que la Universidad de Bolívar cuente con su propia estación de radio, ni estudiantes, ni graduados de la institución integran la programación diaria, no existe aproximación alguna entre la carrera y la radio. Tampoco entre el Departamento de Comunicación del establecimiento educativo y los estudiantes. La percepción de los docentes también apunta a que la metodología de enseñanza es caduca, Renato Cabezas, docente de la escuela de Comunicación, reconoce que la educación todavía es memorística. “Ahora el docente no está para eso al menos si se habla desde los centros de educación superior” (Anexo 3 ver Código RC06).

Por su parte Edwin Valencia, docente de la misma institución, mira la desconexión entre la academia, lo medios y las instituciones desde una falta de emprendimiento e incentivo con los estudiantes, mencionado que, “la tecnología ha avanzado a pasos agigantados, lastimosamente en la ciudad de Guaranda no se incursiona en medios digitales, hay medios impresos que salen una vez por semana o cada quince días, hace falta emprender en proyectos digitales”. Además, argumenta que “La provincia de Bolívar está

desinformada y eso pasa con provincias pequeñas. Si aquí existe un accidente y hay unos cinco muertos, la información completa se sabe en una semana y con el desarrollo de la tecnología no se puede seguir así” (Anexo 3 ver Código EV07).

Es a partir de este año (2017) que el rediseño a la carrera de Comunicación Social, está siendo aplicado. La escuela tiene 19 años formando profesionales en comunicación y desde el ciclo académico abril-agosto se imparten asignaturas relacionadas al periodismo digital y a la administración de medios, Danilo Villaroel, docente de la institución educativa menciona que, “se ha cambiado la denominación de algunas asignaturas para actualizarlas con una visión futurista del país. Se mantiene lo tradicional, pero con un enfoque nuevo” (Ver anexo 3 Código: DV05). Sin embargo, en un ejercicio de honestidad señala que falta mucho por hacer y emprender. La infraestructura es ineficiente, faltan docentes en el área de comunicación y en palabras del director de la carrera de Comunicación, Bladimir Guarnizo, no se cuenta con un plan estratégico de la carrera, no existe una administración orientada hacia los resultados y mejoramiento en la gestión, hay un inadecuado manejo de los servicios de investigación y vinculación con la sociedad (Ver Anexo 3 Código BG08).

Gustavo Vascones periodista de ejercicio y propietario de Radio Matiaví (estación que funciona en la ciudad de Guaranda) señala que la enseñanza en la Universidad está estancada en una formación tradicional. “No hay una tarea de entrenamiento o práctica en medios de comunicación e instituciones, no hay un seguimiento oportuno a los estudiantes que realizan las prácticas profesionales”. Con relación al manejo de géneros periodísticos indica que la formación no obliga a leer, ni a escribir “En la radio hemos contado con la presencia de estudiantes de Universidad de Bolívar que le tienen miedo a los micrófonos, a escribir y leer para la radio, esos problemas lastimosamente vienen desde las aulas” (Ver anexo 5 Código GV11) argumento con el que concuerda Renato Cabezas al referirse que los docentes son quienes tienen la tarea de romper con los paradigmas del facilismo y el castigo. “El profesor tiene que despertar la curiosidad en los estudiantes, para la lectura y la investigación. Hay que olvidarse del castigo para obtener buenas notas, además las calificaciones no reflejan lo aprendido” (Anexo 3 ver Código RC06).

El comunicador social y escritor de ficción, Pablo Escandón, explica que el nuevo docente necesita hacer cambios permanentes en sus rutinas de trabajo dentro del aula “La clase expositiva ya no funciona, tiene que ser un laboratorio vivo de trabajo, de creación y de ir encontrando en cada producto una explicación y de ahí viene una explicación teórica y bibliográfica” (Anexo 4 Código PE10). Está convencido que los laboratorios exigen al docente a estar constantemente capacitado, porque, según su criterio, va a existir mayor número de preguntas que en una clase formal. Además asegura que hay que modificar la enseñanza a través de metodologías móviles, es decir que el estudiante se interrelacione con los espacios públicos, sin descuidar la lectura crítica, la investigación y la curiosidad. No hay que desprenderse de la investigación de la lectura, pero hay que modificar la forma de enseñanza. El laboratorio exige mucho más para que el docente esté capacitado. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que las universidades, al incursionar en el aprendizaje de herramientas digitales, no solo se conviertan en institutos tecnológicos exclusivamente, se precisa ejercer un pensamiento crítico.

En el análisis que realiza Wilson Garate sobre “Así deben ser los periodistas que la sociedad requiere” (2010) reflexiona que el sistema educativo, en todos sus niveles, practica una enseñanza amurallada, sin percatarse que detrás de esas paredes está toda una colectividad que necesita de las escuelas, colegios, universidades. Con relación a la carrera afirma, que los docentes y estudiantes, “tienen que ir a la colectividad, a las organizaciones, a los medios para relacionarse mejor e indagar cuáles son esos problemas que enfrenta la colectividad, para eso están las universidades, para dar las soluciones (Garate, 2010: p. 121) Además entiende que la universidad, en cuanto a la formación de los comunicadores y periodistas, deben hacer un equipo con los medios de comunicación tradicionales o nuevos y caminar juntos. Porque al parecer “la universidad forma de una manera y los medios aspiran otra formación” (Garate, 2010: p. 122).

El distanciamiento entre lo laboral y lo académico radica en un problema de simulación, Juan Bernal explica que “El estudiante cuando sale, ya a la práctica profesional encuentra que el mundo es diferente a lo que le habían simulado”. Para superar, de alguna manera, el modelo idealista de formación, las universidades deben también, dotar de un sentido crítico, deontológico, de compromiso con la verdad y la realidad, “el estudiante se da cuenta, en el trabajo, que hay una serie de presiones como la

autocensura, la Ley de Comunicación, la presión de los auspiciantes, la presión de los editores, etc.” (Anexo 4 Código JB09).

Alternativas de cambio desde la educación: la comunicación como modelo de negocio

En general las universidades han descuidado la formación de un comunicador independiente y emprendedor, hasta hoy, al menos en la Universidad de Bolívar según la apreciación de sus estudiantes, exestudiantes y docentes, es de corte tradicional, a pesar de la reforma. Todavía se sigue apostando por los medios tradicionales como los únicos espacios ocupacionales, descuidando los escenarios digitales como modelos de negocio. Sin embargo este problema tiene proporciones más amplias y de alcance nacional, no solo desde la academia, sino desde los mismos medios de comunicación. El periodista y docente Juan Bernal, indica que en país hay buenas adaptaciones del ejercicio del periodismo digital, pero aún se observa como algunos medios lo único que hacen es llevar sus contenidos de radio, prensa y televisión a una plataforma en internet, sin tomar en cuenta las narrativas propias del periodismo digital (Anexo 4 Código JB09).

La comunicación es cada vez más amplia y las formas de entenderla son más todavía, en sus diversas áreas del saber. Desde la comunicación y el periodismo digital, se evidencian nuevos formatos, géneros y estilos, donde lo tradicional se fusiona cada vez más con escenarios virtuales; fotografías, transmisiones en vivo, texto, audio, video, además de la utilización de redes sociales. Hoy, especialmente el público más joven, accede con más facilidad y familiaridad a espacios digitales, consumiendo, produciendo y posicionado contenidos en la red, los “nativos digitales” son más cada día. Es necesario entonces que las universidades, medios de comunicación e instituciones públicas y privadas se fusionen en busca de las nuevas exigencias comunicacionales, al menos desde el rediseño curricular la actualización debe ser constata, así lo considera Juan Bernal “lo que se requiere son mallas que se adapten mucho más rápido al cambio tecnológico y que la comunicación digital sea transversal a todas la áreas, porque hoy pensar en la comunicación al margen de lo digital es imposible” (Anexo 4 Código JB09).

Asimismo, la comunicación digital tiene hoy probabilidades mucho más altas de ocupación y rentabilidad, basta con mirar las redes sociales, blogs, canales en Youtube, etc., como vehículos de emprendimiento e innovación. La universidad debe tomar en serio el estudio del mercado laboral y apuntar hacia iniciativas propias, fortaleciendo que la comunicación es viable en otros espacios no tradicionales. Ya Castells, (2007) anticipó que las tecnologías de la información han permitido la formación de una nueva economía, un nuevo sistema de medios de comunicación, una nueva forma de gestión tanto en las empresas como en los servicios públicos.

La comunicación digital en crisis

La convergencia mediática y las nuevas tecnologías han modificado las rutinas de los comunicadores y periodistas en la producción de contenidos. El negocio de la comunicación está mirando constantemente a lo digital, exigiendo al profesional conocimientos, destrezas y habilidades de carácter práctico. En este sentido, la universidad todavía es esquiva a estos requerimientos, María Isabel Punín (2012) en su análisis sobre la formación de los comunicadores en Ecuador, considera que la academia continúa sujeta a planes de estudio que no atienden a las dinámicas actuales del mercado. En necesario, según su percepción, que las universidades motiven a los estudiantes con sólidos principios formativos usando las nuevas tecnologías como plataforma de aprendizaje.

Los especialistas consultados concuerdan que el periodismo y la comunicación están en crisis, no solo desde el lado académico, sino desde el ejercicio mismo de la profesión. En el periodismo, como menciona Juan Bernal, tiene que aportarle a los géneros periodísticos como: la entrevista, el reportaje, la crónica, “hay que generar contenidos bien investigados y contrastados que le permita a la opinión pública tomar decisiones más libres” (Anexo 4 Código JB09). Siguiendo a Jesús Martín Barbero (2002) la academia debe hacer tres cosas fundamentales en la formación, la primera se relaciona al desarrollo de un pensamiento crítico autónomo, haciendo referencia a que el comunicador debe pensar con su propia cabeza.; la segunda manifiesta que el comunicador precisa de un conocimiento de su realidad para saber qué y cómo decir; y la tercera el comunicador necesariamente tiene que conocer y analizar el público, es decir que debe ganarse la escucha de la audiencia, a estas cualidades se suman las

experiencias sensoriales de observar, sentir y estar inconforme para poder criticar y cambiar, que de acuerdo a Pablo Escandón, son las herramientas necesarias para hacer un periodismo digital de calidad (Anexo 4 Código PE10).

La tecnología sin ninguna duda ha cambiado la manera de hacer y entender la comunicación, siendo la evidencia práctica de este desarrollo las famosas redes sociales y otras plataformas de interacción colectiva, en la provincia de Bolívar, una de las más pequeñas del país, las redes sociales de manera especial Facebook es una herramienta de difusión muy utilizada por medios de comunicación, instituciones públicas y privadas, en muchos de estos casos es la vía más directa para conseguir información. Gustavo Vascones, propietario de Radio Matiaví menciona que, “es necesario potencializar los medios digitales, a pesar de que los medios tradicionales tienen gran acogida, ahora existen nuevas audiencias y hay que trabajar en función de sus necesidades” (Ver anexo 5 Código GV11). Sin embargo para, Tania Celi, comunicadora y encargada de contratar y seleccionar el personal de Radio Salinerito, la comunicación digital está en pañales en el país, “con la interacción en la red, todos piensan que son periodistas, se ve a diario noticias mal redactadas y escasamente contratadas, no hay un código de ética que se aplique claramente”. Afirma que se debe conocer el papel que juega la sociedad según sus contextos y que el comunicador necesariamente tiene que estar al tanto de los procesos de cambio, especialmente los tecnológicos “en esta profesión no se puede vivir fuera del margen tecnológico” (Ver anexo 5 Código TC12).

Diego Cazar Baquero (2014) escritor, periodista y editor general de la revista digital “La Barra Espaciadora” está convencido de que internet es un canal para renovar, crear y proyectar contenidos periodísticos, mediante al autogestión. Él junto a un grupo de amigos apostaron por un periodismo más cercano a la gente y la cotidianidad desde sus historias personales “el periodismo tradicional en el país, se ha olvidado de sus lectores”, considera además que “existen estrategias novedosas para hacer comunicación, en términos globales. Lo que ocurre con los medios convencionales es que no se han adaptado al ritmo del cambio” (Plan V, octubre 2014: sección culturas).

4.2 Verificación de la hipótesis

Combinación de frecuencias

Para establecer la correspondencia de las variables se procedió a elegir cuatro preguntas de la encuesta aplicada a las y los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar en la ciudad de Guaranda. Este grupo de estudio fueron los principales protagonistas en el proceso de investigación. De tal manera se tomó en cuenta dos preguntas por cada variable de estudio, que son: Variable Independiente: “Plan de estudio de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar” y Variable Dependiente: “Comunicación Digital”.

Preguntas variable independiente: Plan de estudio de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar.

Pregunta 4: ¿Conoce Usted el plan de estudio de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar?

Pregunta 10: ¿Considera Usted que los docentes están capacitados para afrontar los nuevos retos de la comunicación digital?

Preguntas variable dependiente: Comunicación Digital.

Pregunta 5 ¿Está al tanto de las nuevas dinámicas, narrativas y lenguajes del periodismo digital?

Pregunta 6: ¿Hay vinculación, de los elementos mencionados en la pregunta anterior, al plan de estudios?

Frecuencias observadas

Variable independiente

Pregunta 4:

4. ¿Conoce Usted el plan de estudio de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar?		
OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	102	45,33%
No	123	54,67%
Total	225	100%

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB

Pregunta 10:

10. ¿Considera Usted que los docentes están capacitados para afrontar los nuevos retos de la comunicación digital?		
OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si están capacitados	63	28,00%
Se capacitan, pero no cuentan con las herramientas de enseñanza adecuadas	128	56,89%
No están capacitados	34	15,11%
Total	225	100%

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB

Variable dependiente

Pregunta 5:

5. ¿Está al tanto de las nuevas dinámicas, narrativas y lenguajes del periodismo digital?		
OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	75	33,33%
No	150	66,67%
Total	225	100%

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB

Pregunta 6:

6. ¿Hay vinculación, de los elementos mencionados en la pregunta anterior, al plan de estudios?		
OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	92	40,89%
No	133	59,11%
Total	225	100%

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB

Frecuencia observada

PREGUNTAS	RESPUESTAS			TOTAL
¿Conoce Usted el plan de estudio de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar?	Si	No		225
	102	123		
¿Considera Usted que los docentes están capacitados para afrontar los nuevos retos de la comunicación digital?	Si	No	Se capacitan pero no	225
	63	128	34	
¿Está al tanto de las nuevas dinámicas, narrativas y lenguajes del periodismo digital?	Si	No		
	75	150		
¿Hay vinculación, de los elementos mencionados en la pregunta anterior, al plan de estudios?	Si	No		225
	92	133		

Cuadro 18: Frecuencia observada

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Encuesta estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB

Hipótesis

La formación de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar, **NO** responde a los requerimientos de la comunicación digital.

Decisión final

Al combinar las variables y de acuerdo a los resultados obtenidos, en cada una de las preguntas seleccionadas, se llega a la conclusión, que así como se plantea en la hipótesis. “La formación de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar, **NO** responde a los requerimientos de la comunicación digital”. Los estudiantes han indicado que la institución educativa no está preparada para asumir los retos de la comunicación digital, la falta de laboratorios donde realizar prácticas, una metodología actualizada y acorde a los contenidos y docentes que cuenten con el material de apoyo hace que la hipótesis planteada se cumpla.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- De acuerdo a los datos estadísticos obtenidos en la encuesta podemos determinar que la formación de los Comunicadores Sociales de la Universidad Estatal de Bolívar, a pesar del rediseño de la carrera con contenidos más actualizados, sigue siendo de corte tradicional, la oferta académica combina la teoría y la práctica profesional. Un importante número de estudiantes coincidieron que desconocen las nuevas dinámicas, narrativas y lenguajes del periodismo digital, y que el plan de estudios no se vincula con ninguna de estas características.
- La nueva malla curricular está siendo aplicada desde el ciclo académico abril-agosto 2017 arrancando desde primer ciclo. En la encuesta varios estudiantes reconocieron que el rediseño se acerca más a las nuevas tecnologías de información y comunicación, sin embargo los docentes no cuentan con las herramientas necesarias para una enseñanza acorde a lo digital, lo que da como resultado que más del 50% de las y los estudiantes creen que la formación que brinda la Universidad Estatal de Bolívar no es la adecuada para afrontar las demandas laborales en la era digital.
- La aplicación del grupo focal a exestudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar solo corroboró a lo que se había planteado desde un inicio, la institución educativa estudiada refleja un desconocimiento real de las necesidades comunicacionales que se desarrollan a diario en los distintos entornos sociales especialmente de los medios de comunicación, las empresas públicas y privadas de la provincia Bolívar. Todas las conversaciones apuntan a la formación profesional por la falta de gestión, capacitación docente, infraestructura y metodología de enseñanza. Además, hay un abismo entre lo que se aprende en las aulas y lo que realmente sucede en los espacios laborales.
- La entrevista realizada a dos propietarios de medios de comunicación de la provincia, mostró el descontento generalizado que tienen con los estudiantes de la Universidad

Estatad de Bolívar que realizan pasantías en sus medios. Los tres coincidieron que la formación académica necesita más acción en la práctica, observar con mayor detenimiento el manejo de los lenguajes y las narrativas para cada medio de comunicación: prensa, radio, televisión, internet; prestar atención a la ortografía, sintaxis y oratoria; y hacer un seguimiento más minucioso a los estudiantes que realizan pasantías. Se concluye que los perfiles profesionales de los comunicadores no están acordes con lo que la era digital necesita.

- La entrevista a docentes y especialistas en el campo digital ayudó para tener un diagnóstico más certero sobre la formación profesional, llegando a la conclusión que a pesar de la reforma a la malla curricular, se sigue utilizando métodos tradicionales de enseñanza, la comunicación digital no es un horizonte inmediato, por eso es imprescindible que la universidad asuma con mayor compromiso las tareas de formación y preparación de comunicadores, no solo en el manejo de destrezas y herramientas sino en el desarrollo de un pensamiento reflexivo y en la interiorización de una ética profesional que facilite a los diferentes públicos reconocer su entorno.

5.2 Recomendaciones

- Generar espacios de participación en la radio de la Universidad de Bolívar, que los estudiantes de los dos últimos ciclos aporten y sean parte de la programación, con el propósito de dar vida a una radio con escasa audiencia. Como se mencionó anteriormente en ninguna de las áreas de la programación hay participación de los estudiantes de Comunicación Social, los docentes que imparten la materia de Radio y Producción Radial no tienen un acercamiento directo con la emisora.
- Se debe capacitar a los docentes no solo en el manejo de herramientas relacionadas a la comunicación y su producción, sino en nuevas metodologías de enseñanza en el aula, si bien varias de las quejas de estudiantes y exestudiantes apuntan a técnicas tradicionales de aprendizaje, es necesario que las autoridades a cargo consideren esta petición estudiantil.

- Actuar y responder ante una realidad que evoluciona cada día: Teniendo en cuenta que las redes sociales se han convertido en un fenómeno social de interacción, participación y producción, rompiendo los esquemas de los medios tradicionales son importantes herramientas de trabajo y una alternativa más directa de difusión de contenidos, además en los últimos 10 años, estas redes se han vuelto aliadas del periodismo digital. En este sentido la Escuela de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar debe actuar y responder a esta realidad cambiante, que el docente utilice estas redes para la participación, socialización y difusión de contenidos comunicacionales, tanto dentro como fuera del salón de clase, en alianzas con los medios de comunicación institucionales y de la provincia.
- Aprender a manejar los distintos lenguajes multimedia: El comunicador digital en su espacio laboral, utiliza múltiples formatos y plataformas es decir graba, redacta, edita, etc. La tecnología no puede estar al margen de la comunicación, ni del periodista, se vuelve imprescindible que la formación del profesional también se dirija en el manejo adecuado de narrativas, lenguajes, géneros y plataformas digitales.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 Datos Informativos

Tema: “Creación de una revista digital universitaria, elaborada por docentes y estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar”

Beneficiarios:

Beneficiarios Directos: jóvenes universitarios de la carrera de Comunicación

Beneficiarios Indirectos: medios de comunicación, instituciones públicas, comunidad universitaria

Ubicación: Av. Ernesto Che Guevara y Av. Gabriel Secaira

Provincia: Bolívar

Cantón: Guaranda

Parroquia: Guanujo

Sector: Alpachaca (Vía Ambato)

Tiempo estimado para la Ejecución: Se aplicará durante los ciclos académicos del 2018 por un año.

Equipo Técnico Responsable: Será realizado por la propia investigadora Licenciada María José Vega Angulo, Director de la carrera Licenciado Bladimir Guarnizo, docentes y estudiantes de la institución, comunicadores sociales y periodistas que ejerzan la profesión.

Nombre tentativo de la revista

Praxis Digital: revista informativa de la Universidad Estatal de Bolívar

6.2 Antecedentes de la propuesta

La actual propuesta nace de la necesidad de integrar y generar espacios concretos de participación entre la comunidad universitaria y la ciudadanía. En el rediseño a la Carrera de Comunicación se contemplan materias relacionadas al periodismo digital, la revista que se propone entraría como un laboratorio de entrenamiento, ampliando las posibilidades de aprendizaje, expresión y difusión a través de elementos multimedia, que fusiona audio, texto, video, fotografía, etc., así como la interactividad e hipertextualidad. Los alumnos tendrán la posibilidad de desarrollar nuevas habilidades más cercanas a los espacios laborales y más acordes con la realidad de la provincia.

6.3 Justificación

Hoy el mundo atraviesa un cambio significativo, sin duda las nuevas tecnologías de la comunicación e información son parte de este cambio, alcanzando a transformar estructuralmente espacios sociales, políticos, culturales, económicos y educativos. El acceso al conocimiento y a las diversas formas de comunicación modificó también, las dinámicas del trabajo, especialmente las relacionadas a la comunicación y su producción. La incidencia en los medios de comunicación es cada vez más evidente, basta con dar un vistazo a varios de ellos en plataformas digitales para comprobar que los modelos comunicativos cambiaron. Ahora estos medios posibilitan a sus públicos la oportunidad no solo de consumir la información, sino de participar dentro de los procesos de construcción informativa, así como el seleccionar, enlazar y producir.

No obstante, hay que reconocer que en sociedades como la ecuatoriana y de manera especial en provincias como la de Bolívar, el nivel de acceso a las nuevas tecnologías no es equitativa ni heterogénea, al menos en varios sectores se confirman grandes

desigualdades educativas con respecto a la utilización tecnológica. En el siguiente cuadro se muestran algunos indicadores.

Indicadores provincia Bolívar

ACCESO A LAS TIC	PORCENTAJE
Personas que usan las TIC	44,4%
Personas que utilizan internet para educación	38,4%
Personas con Smartphone y con acceso a internet sobre la población nacional.	13,08%

Cuadro 19: Indicadores provincia Bolívar

Elaborado por: María José Vega Angulo

Fuente: Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL), datos 2016.

En este contexto, la propuesta de elaboración de una revista digital, contribuirá con la formación de escenarios participativos y democráticos, además de generar un contacto directo con las nuevas tecnologías, estimula un acercamiento entre estudiantes, docentes y ciudadanos. También se busca desestructurar viejos esquemas de aprendizaje a través de herramientas digitales innovadoras.

La universidad como lugar de formación debe crear mejores condiciones de acercamiento entre sus estudiantes y los espacios laborales, en este sentido la revista digital busca nuevas posibilidades de democratización y expresión, en una zona donde escasamente se fomenta la participación estudiantil en los medios de comunicación.

Otro factor importante a ser considerado es mejorar, en la práctica, las habilidades de redacción, sintaxis y ortografía, así como el acercamiento a nuevos géneros periodísticos, adaptados para plataformas digitales.

6.4 Objetivos

Objetivos generales

Diseñar un modelo de revista digital universitaria para fortalecer los procesos de enseñanza-aprendizaje dentro y fuera del aula en la era digital.

Objetivos específicos

- Describir las secciones de la revista digital universitaria.
- Delimitar los géneros periodísticos a contemplarse en el medio digital.
- Elaborar estrategias de difusión a través de redes sociales y medios tradicionales.

6.5 Análisis de factibilidad

La propuesta es factible, considerando que en la provincia Bolívar no se impulsa o no ve como modelo de negocio la comunicación digital, anteriormente se mencionó que en el rediseño de la carrera de Comunicación se contemplan materias relacionadas a la comunicación digital, siendo la revista digital propuesta un medio de participación, práctica y aprendizaje de las nuevas formas de hacer y entender el periodismo en la era tecnológica.

Siguiendo a Martha Orozco (2012) las revistas digitales tienen múltiples ventajas que van desde el ahorro en los costos de impresión y publicación, hasta los niveles altísimos de receptores que acceden a internet, además a los documentos se le pueden incluir elementos multimedia como; animaciones, audios, videos, galería de fotos, ilustraciones, hipertextos, etc., las posibilidades son variadas.

6.6 Fundamentación

Fundamentación social: Las nuevas tecnologías de la información a través de sus múltiples plataformas digitales y redes sociales han logrado ser los medios predilectos de consumo y difusión de contenidos. La revista digital aportará en la creación de nuevos espacios de participación y creación de contenidos, elaborado por estudiantes, docentes e invitados, capacitados oportunamente.

Fundamentación educativa: La revista digital se utilizará como una nueva metodología de enseñanza- aprendizaje, las aulas como laboratorios interactivos de producción.

Fundamentación comunicativa: La creación de la revista digital fortalecerá el trabajo de las TIC en la institución educativa, además de vincular a la ciudadanía con su realidad a través de innovadores contenidos.

6.7 Metodología, Modelo operativo

Para Juan Carlos Martín y José Merlo (2003) hay varias características positivas que identifican a las revistas digitales, entre las más importantes constan.

- **Facilidad de acceso:** gozan de libertad de elección e independencia, pueden ser consultadas en cualquier lugar y a la hora que sea.
- **Actualización inmediata:** aportan nuevos contenidos, el público podrá disponer de la información apenas se publique, dinamizando la investigación.
- **Ampliación de la difusión:** una revista digital puede ser consultada en cualquier parte del mundo, lo que significa obtener un mayor número de lectores.
- **Costos bajos:** las revistas digitales son más baratas que una impresa, las materias primas que se utilizan son mínimas (Martín y Merlo, 2003: p. 157-158).

Descripción de la propuesta

La dinámica curricular de la carrera de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar, pretende dar respuesta educativa en la institución a través de la organización académica con una nueva tendencia educativa, mediante la articulación de las funciones básicas, como lo son: la docencia, la investigación, y el desarrollo tecnológico, pilares sobre los cuales basa su accionar la UNESCO.

Atentos a una realidad cambiante, la UNESCO en el 2007, elaboró el *Plan modelo de estudios de periodismo* el mismo que estipula que:

“El periodismo desempeña diversas funciones en la sociedad contemporánea. No obstante, el objetivo básico de la mayoría de los periodistas es servir a la sociedad informando a la ciudadanía, interrogándose sobre el modo en que se ejerce el poder, favoreciendo el debate democrático y, con ello, contribuyendo al desarrollo político, económico, social y cultural. La enseñanza del periodismo tendría que instruir a los estudiantes acerca de la manera de identificar noticias y reconocer el hecho de interés informativo en un complejo entorno de datos y opiniones, de realizar investigaciones periodísticas, y de escribir, ilustrar, corregir y producir material en diversos formatos de medios de comunicación (periódicos y revistas, radio y televisión e Internet y multimedia) y para el público propio de esos formatos” (UNESCO, 2007).

Tomando en consideración estos principios, la propuesta busca facilitar tanto al estudiante como al docente las herramientas necesarias para la producción de contenidos digitales. En la siguiente descripción se detallará las responsabilidades de cada área, los recursos a utilizarse y las personas involucradas en este proceso.

Público objetivo

Jóvenes y adultos de 20 a 60 años

Tipo de revista

La revista propuesta es de carácter informativa. Estas revistas abarcan diversos temas como: educación, política, cultura, deporte, entretenimiento, etc. Su contenido es de interés general y por lo general se está actualizando constantemente. Además tiene la posibilidad de utilizar varios géneros periodísticos.

6.8 Administración de la propuesta

Áreas académicas involucradas en el proceso de construcción y mantenimiento de la revista

De acuerdo al rediseño de la carrera de Comunicación, las asignaturas con mayor afinidad a las áreas digitales son:

- Medios digitales de radio
- Animación digital
- Periodismo digital
- Medios digitales de televisión
- Géneros periodísticos informativos
- Foto periodismo

Los docentes de las asignaturas en mención serán los responsables de ayudar en el proceso de construcción de la revista, así como también en la orientación oportuna a los estudiantes, dotándoles de conocimientos teóricos y prácticos.

Recursos Humanos

Estudiantes, docentes, invitados especiales, comunicadores/as y periodistas en ejercicio

Recursos técnicos y materiales

- Manuales, tutoriales y todos los recursos bibliográficos sobre la creación y el manejo de páginas web.
- Laboratorio multimedia equipado (PC, programas de edición instalados en texto, audio y video)
- Internet banda ancha
- Proyector
- Cámara fotográfica digital
- Teléfonos celulares inteligentes

Cuadro de actores, actividades y responsabilidades del equipo técnico

ACTORES	RESPONSABILIDADES	ACTIVIDADES
Docentes	<p>Instruir a los estudiantes sobre las nuevas narrativas del periodismo digital.</p> <p>Entrenar a los estudiantes diariamente en la realización de coberturas y redacción.</p> <p>Facilitar el material bibliográfico necesario.</p> <p>Formar un club de estudiantes para crear la revista digital universitaria.</p> <p>Docentes de las asignaturas relacionadas a la producción de contenidos comunicacionales, animación, edición y periodismo digital se involucrarán en la construcción, diagramación y edición de la revista</p>	<p>Ejercicios en el laboratorio y fuera de él</p> <p>Ejercicios en el aula</p> <p>Clase explicativa de las lecturas y aplicación de saberes en el aula.</p> <p>Escoger al grupo de estudiantes que colaboraran en la construcción de la revista.</p> <p>Elaborar un cuadro de responsabilidades con los estudiantes que serán parte del equipo</p>
Estudiantes	<p>Los docentes seleccionaran y entregaran responsabilidades a los colaboradores</p> <p>Cinco estudiantes se encargaran de la producción y edición de videos</p> <p>Tres estudiantes se encargaran de actualizar las redes sociales</p> <p>Dos estudiantes tendrán la responsabilidad de la galería de fotos y trabajarán con los que manejan redes.</p> <p>Comunicación constate con los medios de comunicación</p>	<p>Cada estudiante se encargará de un área específica.</p> <p>Se les dividirá la sección. Se presentaran de dos a tres videos semanales.</p> <p>Actualización constate</p> <p>Actualización constate en la página y las redes sociales.</p> <p>Dos estudiantes se encargaran de elaborar boletines informativos a los medios tradicionales</p>

	Al resto de estudiantes colaboradores se les dividirá las secciones de la revista y el género periodístico para su posterior desarrollo.	Organización pendiente
--	--	------------------------

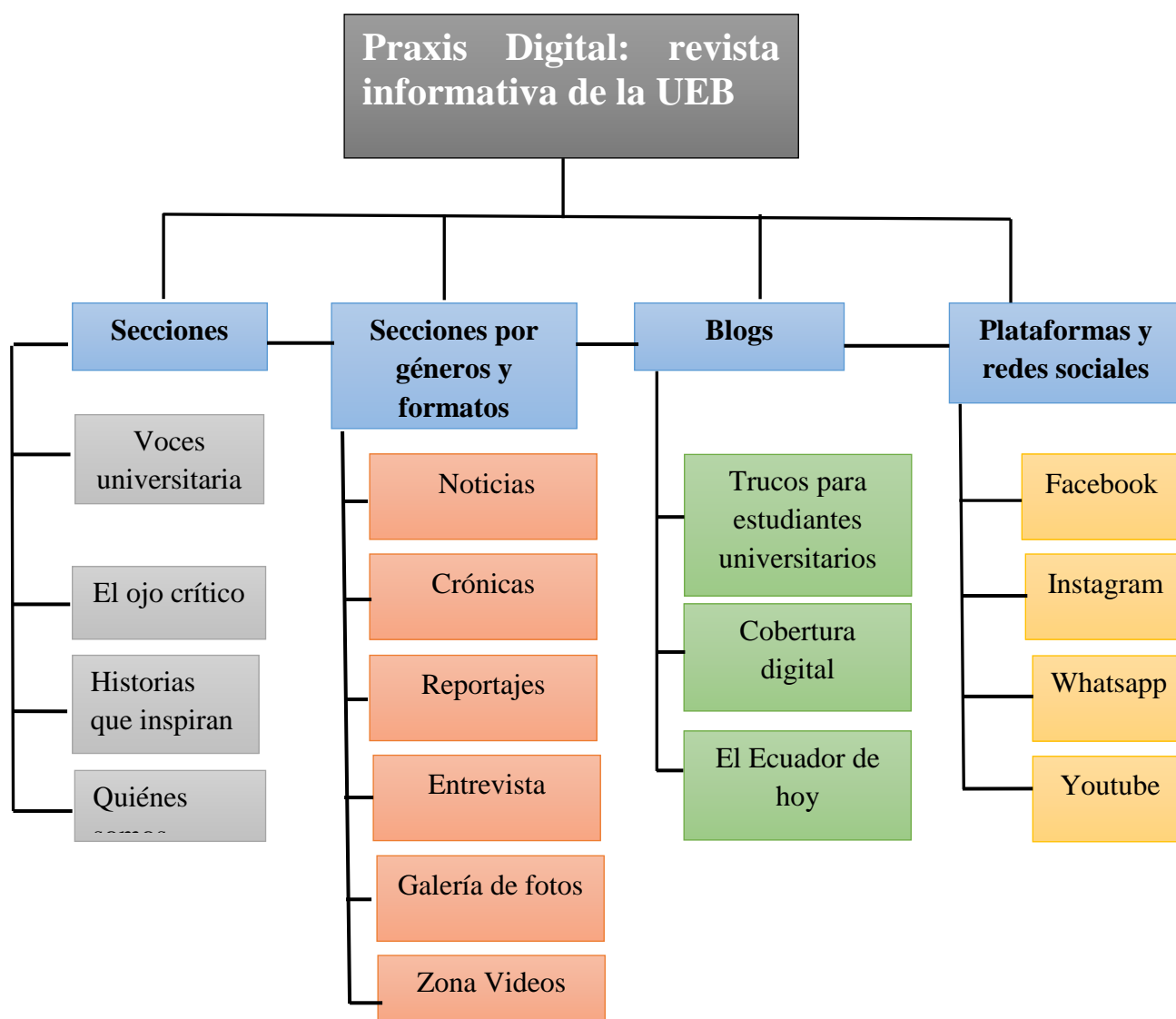
Cuadro 20: Cuadro de actores, actividades y responsabilidades del equipo técnico

Elaborado por: María José Vega Angulo

Diseño del sitio web

En las revistas digitales como Plan V o la Barra Espaciadora se utiliza como fondo de portada el color blanco, facilitando la lectura del contenido web y el acceso al mismo. Se propone para la revista digital emplear el mismo color de fondo. Asimismo, el sitio web se adaptará para ser visualizado en dispositivos móviles, como celulares inteligentes y tablets.

Estructura de la revista digital



18 Gráfico: Cuadro de actores, actividades y responsabilidades del equipo técnico

Elaborado por: María José Vega Angulo

Secciones

- **Voces Universitarias**

Espacio destinado a noticias del ámbito universitario. Las notas deberán ser cortas, de tres a cuatro párrafos que contengan datos breves y relevantes, serán acompañados de fotografías y material audiovisual. La actualización será constante.

- **El ojo crítico**

Sección prevista para entrevistas y semblanzas a personajes que aportan con la educación y que ejecutan proyectos dentro de la institución. Sin embargo, la revista no solo se limitará a la comunidad universitaria, sino se vinculará con la comunidad, por lo que se buscará a actores sociales, políticos y culturales de acuerdo a la coyuntura, el propósito es generar interactividad y participación. Se incluirá galería de fotos y en caso de ser necesario un micro video de introducción de dos a tres minutos como límite. Se propone que la sección se actualice una vez por semana. Así mismo en la parte inferior tendrá un apartado para los comentarios y sugerencias.

- **Historias que inspiran (vinculación con la comunidad)**

Buscará contarle al público a través de crónicas y reportajes las historias cotidianas de personajes urbanos, por ejemplo: peluqueros, sastres, artesanos, artistas, músicos, etc. Tanto las crónicas como los reportajes podrán ser escritos, fotográficos o audiovisuales o bien una fusión. La propuesta es presentar una vez por semana cada género

Los reportajes se trabajaran bajo los principios de multimedialidad, combinado varios formatos como videos de seis a diez minutos (más extensos que los de la sección “El ojo crítico”), galería de fotos y audios. Se presentará un reportaje multimedia al mes.

- **Quiénes somos**

Sección dedicada a identificar a los responsables de la revista, a través de una pequeña descripción biográfica, número de contacto, correo electrónico y ubicación en redes sociales. Se detallará los principios y valores, así como la misión y la visión que persiguen.

- **Misión**

Praxis Digital establece espacios de participación colectiva entre estudiantes universitarios, docentes y ciudadanía en una dinámica constante de aprendizaje y

formación recíproca, entregando una información responsable, verificada y contrastada sobre lo que sucede en la comunidad universitaria y fuera de ella.

- **Visión**

En el 2020, ser un medio de comunicación digital de referencia en la provincia Bolívar, gracias a la publicación de contenidos innovadores y de un equipo comprometido con el trabajo comunicacional.

- **Valores**

Calidad

En Praxis Digital cada una de las secciones cumplirá con los más altos estándares de producción y contenido, en pro de la satisfacción de las necesidades del público. En otras palabras Praxis Digital busca la calidad total de sus productos.

Comunicación.- Una comunicación efectiva y con empatía dentro del grupo de trabajo, se reflejará en los productos comunicacionales que se publican en la revista.

Responsabilidad.- Se compromete mantener la estabilidad y buenas condiciones dentro del equipo de trabajo. Así como una relación cordial con los medios de comunicación locales y provinciales.

Originalidad.- Praxis Digital se compromete en trabajar continuamente con metodologías y estrategias innovadoras, para generar confianza y aceptación en la ciudadanía, trabajando con el mejor recurso humano y utilizando las más avanzadas herramientas tecnológicas.

Galería de fotos

En este apartado se propone incluir las mejores fotografías de cada nota, con su respectivo pie de foto y créditos. Las galerías de fotos son una estrategia de enganche para que el público comparta la información de su interés.

Zona de videos

En la portada de la revista se ubicaran dos videos de enganche a las notas más novedosas de la semana. Se actualizará cada semana o cuando amerite cada situación.

Lo más leído

En este espacio se ubicarán los temas más leídos del sitio web, se identificará porque cada nota o producto tendrá etiquetas, lo que facilitará su exploración. Las palabras clave se pondrán al final de la página de inicio para que el público acceda de mejor manera.

Blogs

Como enlaces directos a temas relacionados a la revista y para fortalecer el tráfico en la página se han pensado en la utilización de tres blogs, entre ellos:

1. **Trucos para estudiantes universitarios:** blog interactivo donde el estudiante universitario podrá encontrar una serie de consejos, tips, diversión y más. Además de información relacionada a cursos, talleres, becas, tecnología y ofertas laborales.
Dirección electrónica: <http://trucosparaestudiantesuniversitarios.blogspot.com/>
2. **Cobertura digital:** este blog habla sobre nuevos medios y narrativas del periodismo digital creado por el periodista Christian Espinoza. Asimismo se promocionan talleres, cursos online y tutoriales sobre periodismo móvil, manejo de crisis en redes sociales y todo lo relacionado al mantenimiento de contenidos en la web.
Dirección electrónica: <http://www.cobeturadigital.com/>
3. **El Ecuador de hoy:** con un enfoque ciudadano, el blog del guayaquileño Guillermo Sornoza, contiene temas de interés político y social, actualizados periódicamente desde el 2004. Además en esta bitácora se da espacio a la interacción del ciudadano, receptando denuncias y sugerencias.
Dirección electrónica: <http://www.elecuadordehoy.org/>

Plataformas y redes sociales

- **Facebook**

La revista tendrá un enlace directo a la cuenta de la red social. Se posteará a manera de promoción y difusión las notas periodísticas que salgan en la revista digital. Los videos y galería de fotos estarán identificados a través de pequeñas notas que inviten a ampliar la información en la revista. Además toda la información se enlazará o compartirá con las fan page y grupos que gozan de popularidad en la provincia como: Guarandé que se respeta, La Casa de Todos, Encuentros Universitarios, Bolívar Democrático, entre otras. También se realizará transmisiones en vivo de los eventos que se presenten. La actualización de contenido será constante y se utilizará hashtags de la ciudad, institución educativa y del evento o suceso reportado. El equipo encargado de editar la información, revisará minuciosamente errores ortográficos y de sintaxis.

- **Instagram**

Al ser una red popular y de acceso al público más joven se creará una cuenta en la red social. Las fotografías y videos que se publiquen serán seleccionados oportunamente. Se utilizará quotes y bumerang, aplicativos que facilita Instagram para llamar la atención de los jóvenes.

Se publicará una fotografía diaria de los lugares emblemáticos de la provincia y sus paisajes, para motivar al público.

- **Whatsapp**

Una herramienta de difusión masiva y directa es whatsapp siendo una de las más utilizadas entre periodistas, comunicadores, estudiantes y docentes. Los diferentes grupos de chats permiten la facilidad y fluidez de información, es así que los creadores y colaboradores de la revista digital tendrán su grupo de whatsapp para compartir, informar y reunir la información que se requiera. Se buscará los contactos de influenciadores como: periodistas, comunicadores y personajes públicos provinciales para crear un grupo y mantener una comunicación constante. Además, en el sitio oficial y en las redes sociales se colocará el

número telefónico de contacto para que el público comente, denuncie y sugiera temas de reportería.

- **Youtube**

En el sitio web “Marketing con redes sociales” se destaca la importancia de utilizar plataformas digitales como Youtube, en cualquier emprendimiento online, para el éxito en la promoción y difusión de contenidos comunicacionales. Se recalcan 6 poderosas razones de su aplicación, estas son:

- Los vídeos que se suben a este sitio online, son 53 veces más eficaces para alcanzar los primeros puestos de la primera página de Google, que una página de texto.
- La publicidad online con vídeos es más rentable que otras vías de penetración.
- Más de tres mil millones de vídeos son vistos al día en Youtube. Se suben más vídeos a Youtube en un mes que el total de materiales audiovisuales que han creado las tres principales cadenas televisivas de Estados Unidos en 60 años.
- Los vídeos en Internet representarán el 57% del tráfico de Internet de todos los consumidores en 2014.
- Cada día se reproducen 500 horas de vídeo en Youtube a través de Facebook y más de 700 vídeos de Youtube son vistos y compartidos en Twitter cada minuto.
- 100 millones de personas realizan una acción social (me gusta, compartir, comentario, etc.) en Youtube cada semana.

(<http://www.marketingconredessociales.com/6-razones-para-utilizar-youtube-marketing-en-tu-negocio/>)

Considerando estos ítems, se creará un canal en Youtube y se procederá a subir todo el contenido de reportería grabado en video, tanto desde la revista, como en las redes sociales oficiales se podrá apreciar los videos que realicen los estudiantes en cada nota.

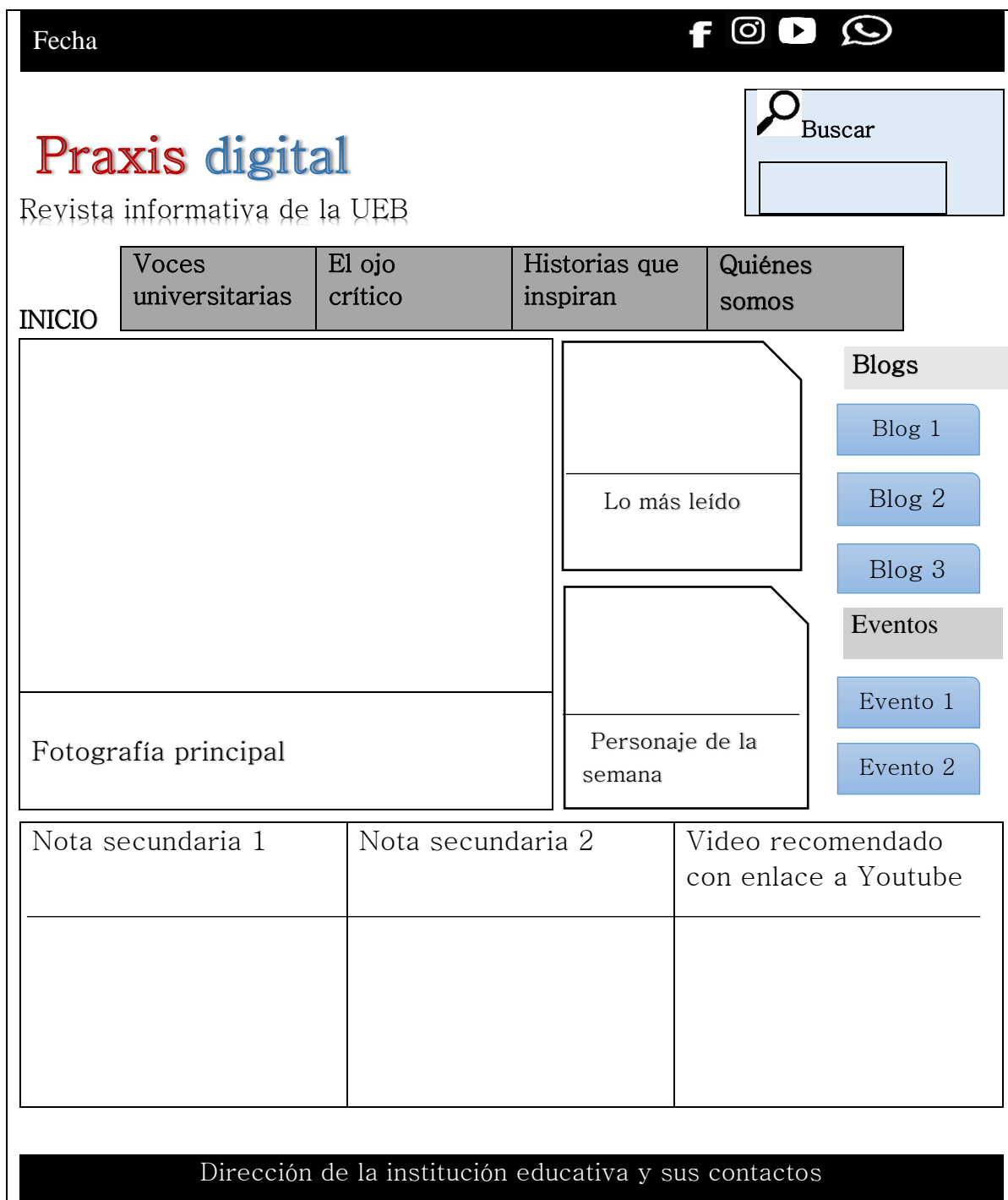
Búsqueda

El motor de búsqueda permitirá que los usuarios de la revista digital encuentren artículos particulares de interés. Se logrará gracias a la colocación de etiquetas al final de cada nota o producto comunicacional. Se utilizarán también herramientas y técnicas de

optimización de motores de búsqueda (SEO, siglas en ingles), con el propósito de visibilizar y posicionar la revista digital y todos sus contenidos.

Propuesta gráfica

A continuación se presenta un esbozo de cómo se distribuirán las diferentes secciones en la revista Praxis digital.



19 Grafico: Propuesta gráfica

Elaborado por: María José Vega Angulo

Presupuesto anual

CONCEPTO	DÓLARES
Desarrollo del sitio Web	500
Mantenimiento, dominio, hosting	550
TOTAL	1050

Cuadro 21: Presupuesto anual
Elaborado por: María José Vega Angulo

En la parte superior de la revista digital se muestra una barra horizontal con iconos que llevan a las redes sociales de Facebook, Instagram, Youtube y Whatsapp, se especifica también la fecha actualizada.

En la parte superior izquierda se encuentra el ícono de identificación de la revista, le sigue el motor de búsqueda plenamente identificado, que ayudará al público a buscar los temas de su interés. Debajo se desplaza la barra con cada sección de la revista.

Luego de la división por secciones, le sigue el cuadro de la noticia principal identificado con una fotografía y una pequeña descripción, se puede encontrar en cualquiera de las secciones, de acuerdo a la coyuntura.

En el extremo derecho se identifica un pequeño cuadro con las noticias más leídas por el público, se determinara de tres a cuatro titulares. Un espacio más abajo se encuentra también el cuadro del personaje de la semana identificado con una fotografía y una pequeña nota al pie de su designación.

En el mismo extremo derecho de la página se despliegan tres pestañas con los blogs relacionados a los que se enlazará y más abajo se extiende una pequeña sección con los eventos de la semana, sean de carácter social, cultural o educativo.

En la parte inferior se colocan tres dos notas secundarias y el video destacado de la jornada. Debajo de estas notas se ubican los contactos de la institución educativa.

6.9 Previsión de la evaluación

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Quiénes solicitan evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> -Docentes de la UEB -Estudiantes de la UEB
¿Por qué evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> -Se necesita verificar si se están cumpliendo los objetivos propuestos -Medir el nivel de satisfacción de la revista -Receptar sugerencias -Identificar posibles problemas
¿Para qué evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la propuesta. - Corregir errores -Diseñar estrategias de difusión a los distintos públicos
¿Qué evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> - Propuesta y su aplicación. - Organización de contenidos - Participación estudiantil y docente - Las actividades que realiza cada sección -Contenidos - Diseño
¿Quién evalúa?	Se desarrollará dos tipos de evaluación: interna y externa
¿Cómo evaluar?	Se utilizará varias técnicas entre ellas: encuestas online, entrevistas a estudiantes, docentes, personal administrativo de la UEB, ciudadanía en general.
¿Con qué evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> - Encuestas con un cuestionario previamente estructurado - Entrevistas - Encuestas online que se posteará en las distintas redes sociales.

Cuadro 22: Previsión de la evaluación
Elaborado por: María José Vega Angulo

MATERIALES DE REFERENCIA

AGUADO, Juan (2004). “Introducción a las Teorías de la Comunicación y la Información”. Departamento de Información y Documentación Facultad de Comunicación y Documentación Universidad de Murcia. Recuperado de [http://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20In%20forma%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](http://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20In%20forma%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)

ÁLVAREZ, Monje (2011): “Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa”. Universidad Surcolombiana.

FALLA, Estéfani (2009). “Reportaje escrito sobre la importancia del periodismo digital como parte de la formación profesional de los comunicadores”. Tesis de licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Rafael Landívar, Facultad de Humanidades, Departamento de Ciencias de la Comunicación. Guatemala, febrero 2009. <http://es.slideshare.net/stephaniefalla/tesis-periodismo-digital>

AYALA, Teresa (2012). “Marshall McLuhan, las redes sociales y la Aldea Global”. Revista Educación y Tecnología No.10. Páginas 8-20, en [file:///D:/Downloads/Dialnet-MarshallMcLuhanLasRedesSocialesYLaAldeaGlobal-4502543%20\(1\).pdf](file:///D:/Downloads/Dialnet-MarshallMcLuhanLasRedesSocialesYLaAldeaGlobal-4502543%20(1).pdf)

BALADO, Eloy (2005). “Estrategia para la implementación de las TIC en las PYMES”. Madrid: Ideas propias.

BARRIOS, Andrés, ZAMBRANO Ayala y WILLIAM Ricardo (2014). “Convergencia Digital: Nuevos perfiles profesionales del periodista”. Revista Anagramas Volumen 14, N° 26 pp. 221-240 Medellín, Colombia http://www.utadeo.edu.co/files/collections/documents/field_attached_file/convergencia_digital.pdf?width=740&height=780&inline=true

BENITO, Ángel (2001): “Diccionario de periodismo”. Acento ediciones,

BOLZ, Norbert. (2006). “Comunicación Mundial”. Buenos Aires. Katz.

CAMPOS, Melvin (2009). “Métodos y técnicas de investigación académica. Fundamentos de investigación bibliográfica”. Primera versión

CASARINI, Martha (1999). Teoría y diseño curricular. México. Trillas.

COLL, César. (1992). “Los fundamentos del currículum”. Psicología y currículum. México. Paidós mexicana. Cuadernos de Pedagogía 4.

CASTELLS, Manuel (2001). “La galaxia Internet. Barcelona España. Arete.

CASTELLS, Manuel (2009). “Comunicación y Poder”. Madrid España. Editorial Alianza.

CASTELLS, Manuel (1996). “La sociedad red”. Alianza Editorial, S. A., Madrid. Primera edición

CAZAU, Pablo (2006). “Introducción a la investigación en Ciencias Sociales”. Tercera edición, Buenos Aires.

CORTÉS, Carlos. (2003). “La tecnología de los medios en tiempo de guerra”. En Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui. N.º 82. Pp. 66-71

DÍAZ N., Javier (2010): “Medios de comunicación en internet: algunas tendencias”. Revista el profesional de la comunicación, No 6
http://www.elprofesionaldeinformacion.com/contenidos/2010/noviembre/medios_comunicacion.pdf

DOMÍNGUEZ, Rocío (2009). “La sociedad del conocimiento y los nuevos retos educativos”, Revista ética. Net, Publicación en línea. Granada (España). Año VII Número 8. Recuperado de:
<http://www.ugr.es/~sevimeco/revistaeticanet/numero8/Articulos/Formato/articulo9.pdf>

ESCANDÓN MONTENEGRO, Pablo. (2017). “Transmedia: Convergencia Social y Participativa”. Revista PUCE. Núm.104. PP. 161-187

FRANCO, Guillermo. (2009). “El impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América Latina y el Caribe”. Knight Center for Journalism in the Americas. Disponible en <http://knightcenter.utexas.edu/es/node/1012>

FUMERO Antonio y ROCA Genis. (2007). “Web 2.0” Impresión Omán Impresores.

GÁRATE, Wilson (2010). “Así deben ser los periodistas que la sociedad requiere. Estado de la situación de la enseñanza de Comunicación Social y Periodismo en Cuenca en relación con los requerimientos comunicacionales de la sociedad”. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Universidad de Cuenca. Noviembre 2010 en <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/3293/1/Tesis.pdf>

GUTIÉRREZ Fernando, ODRIOZOLA Javier y DOMÍNGUEZ Juan (2017). “La satisfacción de los periodistas de Ecuador, Chile y México frente a la formación universitaria y sus implicancias en el ejercicio profesional”, Revista de Comunicación 16 (1), 2017, P. 76-96. Recuperado de http://udep.edu.pe/comunicacion/rcom/pdf/2017_1/4_Art076-096.pdf

HERNÁNDEZ, José (2001). “Periodismo: ¿Oficio imposible?” Ecuador. Quipus

HERNÁNDEZ S., Roberto (2014). “Metodología de la investigación”. Quinta edición.

Recuperado de

https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigacion%20de%20Edici%C3%B3n%20de%20Edici%C3%B3n.pdf

IRIGARAY, Fernando, CEBALLOS, Dardo y MANNA, Matías (2013). “Webperiodismo en un ecosistema líquido”. Primera edición. Rosario: Labor de libros editor.

JÓDAR, Juan (2010): “La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales” RAZÓN Y PALABRA. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. No. 71. Recuperado de:

http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR_REVISADO.pdf

LÓPEZ, Xosé. (2010). “En la opinión, la explicación y la información”. En López X., La metamorfosis del periodismo, p. 40. España: Comunicación Social SC.

LÓPEZ, Xosé (2010). “La formación de los periodistas en el siglo XXI en Brasil, España, Portugal y Puerto Rico”. Revista Latina de Comunicación Social. Revista No. 65. Recuperado de: http://www.revistalatinacs.org/10/art2/896_Santiago/18_Xose.html

LÓPEZ, Xosé, PEREIRA, Xosé y HERNÁNDEZ Tatiana (2006). “Planes de estudios de comunicación en América Latina”. CHASQUI (junio) 94. 4-13.

MARTÍN-BARBERO, Jesús, REY, Germán (1999). “La formación del Campo de estudios de la Comunicación en Colombia”. Revista de Estudios Sociales #4, Universidad de Los Andes, Bogotá, pp. 54-68.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (2002). “La educación desde la comunicación”. Editorial Norma.

MARTÍN J. y MERLO J. (2003). “Las revistas electrónicas: características, fuentes de información y medios de acceso”. Anales de documentación, No. 6, 2003, p. 155-186. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/11884209.pdf>

MCLUHAN, Marshall. (1962). “La Galaxia Gutenberg”. Madrid, España: Editorial Aguilar.

MELLADO, Claudia (2010). “Reflexiones sobre la oferta académica, la situación laboral y la formación del periodista en Latinoamérica”. Revista de Ciencias Sociales, Recuperado de: <http://200.74.222.178/index.php/rscs/article/view/13664/13647>

MELLADO, Claudia y ENRÍQUEZ, Jorge (2007). “Investigación de perfiles profesionales en periodismo y comunicación para una actualización curricular permanente”. Revista de Ciencias Humanas y Sociales.

MURILLO, Hortensia (2012). “Curriculum, planes y programas de estudios”
<https://web.oas.org/childhood/ES/Lists/Recursos%20%20Estudios%20e%20Investigaciones/Attachments/34/27.%20Curri,%20plan.pdf>

NAVARRO, Lisy. (2002) “Los periódicos online”. México: Editorial Universitaria Potosina

NEUMAN, María Isabel (2006). “La enseñanza de la comunicación social y el periodismo en la época digital: herramientas y destrezas para navegar en la incertidumbre”, Universidad del Zulia Centro de Investigación de la Comunicación y la Información (CICI). Maracaibo, Venezuela.

ODRIOZOLA Javier, BERNAL Juan y AGUIRRE Consuelo (2016). “Influencia de la formación académica en la concepción de la profesión periodística en Ecuador”
Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación N.º 133, diciembre 2016 - marzo 2017 (Sección Informe, pp. 357-372) recuperado de:
https://www.researchgate.net/profile/Juan_Bernal_Suarez/publication/312025456_Influencia_de_la_formacion_academica_en_la_concepcion_de_la_profesion_periodistica_en_Ecuador/links/58adef32aca2725b540ddb5/Influencia-de-la-formacion-academica-en-la-concepcion-de-la-profesion-periodistica-en-Ecuador.pdf

ORIHUELA, José Luis (2008). “Sociedad de la información y nuevos medios de comunicación pública: claves para el debate”. En Nueva Revista. Disponible en Internet recuperado de <http://www.unav.es/digilab/nr/> Fecha de consulta: 18 de febrero de 2008.

OROZCO, Martha (2012). “La revista digital” como estrategia didáctica para el aprendizaje de las interacciones entre los organismos y su entorno”. Universidad Nacional de Colombia Facultad de Ciencias. Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/12335/1/1186776.2012.pdf>

PRIETO C., Daniel (1988). “Diseño curricular para escuelas de comunicación”. CIESPAL. Quito.

PUNÍN, María Isabel (2012): “Análisis de la formación de Comunicadores Sociales en el Ecuador. Casos: Universidad Central del Ecuador, Universidad del Azuay y

Universidad Técnica Particular de Loja” Universidad de Santiago de Compostela
Facultad de Ciencias de la Comunicación. Recuperado de:

https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/4357/rep_189_2012.pdf;jsessionid=896119949B298B72B1D9A7CD25EF642E?sequence=1

PUNÍN M., RIVERA D. y CUENCA P. (2015). “Cuánto la vocación prima: La situación laboral del periodista digital en Ecuador y su formación académica” Revista Científica de Comunicación, Volumen 5 No.1. Recuperado de <file:///D:/Downloads/54-85-1-PB.pdf>

RODRÍGUEZ, Diana. (2008). “Nuevas tecnologías Web 2.0: Hacia una real democratización de la información y el conocimiento”. Recuperado de:

<http://eprints.rclis.org/11814/1/Rodriguez-DianaTRABAJOelis.pdf>

RODRÍGUEZ, D. y VALLDEORIOLA, J. (2006): “Metodología de investigación”. Universitat Oberta de Catalunya. Recuperado de:

http://zanadoria.com/syllabi/m1019/mat_cast-nodef/PID_00148556-1.pdf

RUIZ, Francisco (2009). “Web 2.0. Un nuevo entorno de aprendizaje en la red”. Recuperado de <http://dim.pangea.org/revistaDIM13/Articulos/pacoruz.pdf>

SALAVERRÍA, Ramón (2001): “Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental”, Estudios sobre el Mensaje Periodístico. P. 383-395. Recuperado de:

<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0101110383A/12866>

SALAVERRÍA, Ramón (2005). “Cibermedios: el impacto de Internet en los medios de comunicación en España”. Sevilla: Comunicación Social.

SALAVERRÍA, Ramón. (2010) “¿Ciberperiodismo sin periodistas? Diez ideas para la regeneración de los profesionales de los medios digitales”. En: Campos Freire, F. (coord.) El cambio mediático. Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Pp. 236-249.

SALAZAR, Mónica y SEPÚLVEDA, Roberto (2011). “Perspectivas y proyección profesional de la comunicación social”. En Signo y Pensamiento. Vol. XXXI. N.º 59. Pp. 194-209.

SÁNCHEZ P., CAMPOS E, BERROCAL G. (2015).“Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes”. Revista Latina de Comunicación Social, 70, pp. 187 a 208. Recuperado de:

<http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1042va/12es.html>

SCOLARI, Carlos (2008). “Hípermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva". España-Barcelona. Editorial Gedisa.

TEJEDOR, Santiago (2008). “La enseñanza del ciberperiodismo en las materias de producción periodística de las licenciaturas de periodismo”. Estudios sobre el mensaje periodístico. Volumen: 14. Editorial servicio publicaciones – Universidad Complutense, Madrid, España.

TEJEDOR, Santiago (2006). “Ciberperiodismo y universidad: La formación del ciberperiodista. Propuestas para la introducción del ciberperiodismo en las licenciaturas de Periodismo de España”. Tercer Milenio: Revista de Comunicaciones Periodismo y Ciencias Sociales. Escuela de Periodismo, Facultad de Humanidades, Universidad Católica del Norte, Antofagasta (Chile).

TEJEDOR, Santiago (2006).”Recomendaciones y estrategias para la inclusión curricular del periodismo on-line”. Question. Volumen 12.

UNESCO (2007). “Plan Modelo de estudios de periodismo”. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209s.pdf>

WEST, Richard y TURNER, Lynn (2005). “Teoría de la comunicación: análisis y aplicación”. Mc. Graw- Hill. Interamericana de España, S.A.U. Madrid.

ANEXOS

ANEXO 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
MAESTRÍA EN PERIODISMO DIGITAL

OBJETIVO: Analizar el plan de estudio de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar y su relación con los requerimientos de la comunicación digital.

Encuesta dirigida a los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar

Seleccione con una X la opción de su preferencia

INFORMACIÓN GENERAL

Sexo

Edad

Hombre: _____ 18 a 25 _____ 26 a 35 _____ 36 a 45 _____

Mujer: _____ 46 a 50 _____ Más de 50 _____

Provincia
actividad

País

Ocupación o

1. ¿Conoce Usted el plan de estudio de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Bolívar?

Sí ()

No ()

2. ¿Está al tanto de las nuevas dinámicas, narrativas y lenguajes del periodismo digital?

Sí ()

No ()

3. ¿Hay vinculación, de los elementos mencionados en la pregunta anterior, al plan de estudios?

Sí ()

No ()

4. Si su respuesta fue **SI**, ¿Cuál es el nivel de vinculación de las nuevas tecnologías en el plan de estudios?

Alto () Medio () Bajo ()

5. ¿Conoce si el plan de estudios ha sido rediseñado para la permanencia de la carrera, de acuerdo a lo establecido por los organismos de evaluación de las Instituciones de Educación Superior (IES)?

Sí () No ()

6. Si su respuesta fue **SI**, la malla curricular rediseñada ¿Qué vinculación tiene con las nuevas tecnologías aplicadas a la Comunicación?

Más que en la malla anterior () Igual que la malla anterior ()

Menos que la malla anterior () No conoce ()

7. ¿Considera Usted que los docentes están capacitados para afrontar los nuevos retos de la comunicación digital?

- a) Si están capacitados ()
b) Se capacitan, pero no cuentan con las herramientas de enseñanza adecuadas ()
c) No están capacitados ()

8. ¿Cree Usted que la formación que brinda la UEB, es adecuada para afrontar la demanda laboral en la era digital?

Sí () No ()

9. Escoja las respuestas de su preferencia ¿Qué habilidades cree usted que son necesarias para ejercer la profesión en la era digital?

- a) Manejo adecuado del lenguaje oral y escrito ()
b) Manejo de redes sociales ()
c) Idiomas extranjeros ()
d) Diseño de páginas Web, blog, canales, etc. ()
e) Edición en audio, texto y video ()
f) Otras ()

10. Estas habilidades constan en los planes de estudio de la Carrera de Comunicación de la UEB

Plan anterior SI () NO () Rediseño SI () NO ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2

Aplicación Grupo focal exestudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar

Código	Nombre	Promoción	Cargo	Experiencia profesional
JO1	Javier Ortiz González	2015	Comunicador Social del Cuerpo de Bomberos Guaranda y periodista de Radio Matiaví	Periodista en varias radios Radio Bolívar Radio Matiaví Radio Ecos Radio La Paz Radio Surcos Radio Turbo
PC02	Patricia Coloma	2013	Comunicadora Social del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda	Comunicadora Social Municipio de Guaranda (Productora de noticias) Radio Bolívar Radio Salinerito Radio Universidad de Bolívar Radio Lobo (Quito) Revista Cordillera Revista Visión Bolívar (Editora) Semanaario Amigo del Hogar
WG03	Wilson Wilfrido González García	2015	Comunicador Social de la Gobernación de Bolívar	Radio Universidad de Bolívar Dirección Distrital de Educación Radio Bolívar Instituto de Economía Popular y Solidaria Bisemanario Tribuna MIES
GP04	Galo Fernando Paredes Sagnai	2014	Periodista de Radio El Salinerito	Radio Bolívar Radio Guaranda Radio Turbo Radio Matiaví Periódico Visión Bolívar

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Grupo focal aplicado a los exestudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UEB

Periodo: abril-agosto 2017

Código JO1: Javier Ortiz González

Comunicador Social del Cuerpo de Bomberos Guaranda y periodista de Radio Matiaví

Responsabilidades

Redes sociales (Facebook, Instagram), página web, manejo de agenda de medios, monitoreo y boletines de prensa.

Dónde obtuvo el conocimiento del manejo de redes sociales y páginas web

Aprendí de una manera empírica, empecé desde muy pequeño a trabajar en medios de comunicación. La universidad no guía es muy teórica, la motivación son la redes sociales para la actualización de información y el conocimiento de la profesión, especialmente el Facebook.

En cuanto a su formación ¿le sirvió los conocimientos adquiridos en la Universidad Estatal de Bolívar y cómo los aplica en su trabajo?

Cuando entre a estudiar Comunicación Social, me topé con profesores que eran mis compañeros en algunos medios de comunicación, entonces como que no me convencía su enseñanza y hablo de 5 a 6 maestros. Hay que tomar en cuenta también, que la Universidad tiene su propia radio, sin embargo no se involucra a sus estudiantes en las prácticas, no hay apertura. Otro factor desacreditador es la desactualización de los equipos y de todas las herramientas de práctica periodística, por ejemplo en producción de televisión las cámaras son viejas o no funcionan, lo mismo pasa con el estudio de radio. Entonces todo este problema se centra en la falta de compromiso de las autoridades. Otras universidades, como la Universidad Católica de Guayaquil, es un ejemplo de integración, ahí sus estudiantes son los responsables de la programación, pero claro con una buena guía y compromiso de sus docentes. Pienso que lo mismo se debería hacer en la Universidad de Bolívar.

Hablando de los docentes ¿Cree usted que están capacitados y son profesionales del área de comunicación?

Hace dos años que salí de las aulas, los docentes no estaban capacitados, ni actualizados, la mayoría de profesores eran contratados, es decir que solo rellenaban el espacio según la necesidad, para radio, televisión, etc., sin que el profesor tenga la experiencia necesaria, no se daba la importancia adecuada, por lo que los estudiantes salían con muchos vacíos.

Desde esta perspectiva cómo debe ser el comunicador social hoy, tomando en cuenta la evolución de las tecnologías.

El comunicador social debe ser multifacético y saber de todo un poco, hoy con el desarrollo de las tecnologías de información el comunicador y periodista es fotógrafo, editor, escritor, manager, productor, locutor, etc., al menos en las instituciones públicas, donde su rol es muy activo y requiere de habilidades en varias áreas y si hablamos del manejo de redes sociales, el comunicador social debe tener mucho tino con el manejo de la información, para no cometer errores, y no solo eso sino que debe ser atractivo al momento de escribir o postear información de la institución, porque si el contenido es muy largo a nadie le interesa.

De alguna manera los docentes les anticiparon o les acercaron a la idea de cómo va a ser el campo laboral?

La mayoría de mis compañeros no sabían por qué seguían la carrera, muchos de ellos solo querían el título, pero desconocían las plazas de trabajo y muchos de ellos ahora no se dedican a trabajos relacionados con la profesión y la culpa recae precisamente en la universidad, al no anticipar de las escasas plazas de trabajo

Desde su experiencia podemos hablar de un periodismo digital en el país ¿cómo le ve usted?

No estamos en el momento, para poder hacer periodismo desde lo digital, quizá un intento en las grandes ciudades como Quito o Guayaquil, pero desde lo local no estamos ni en pañales, lo tradicional pesa en gran manera. Y hablando desde la academia hay un abismo inmenso de la enseñanza en lo digital.

Cuál sería una alternativa de cambio que debe adoptar la Universidad de Bolívar

Necesitamos comunicadores con nuevas perspectivas, con una nueva forma de hacer información, que se abran nuevas plazas de trabajo y que la universidad garantice la formación de nuevos comunicadores, emprendedores con visión desde lo tecnológico y que sean los estudiantes quienes se apoderen de un medio digital y que lo vean como un modelo de negocio y no como una mera práctica. Que no exista una resistencia al cambio, de aquí en 10 años, según los pronósticos todo será digital y tenemos que ir la par, periódicos, radios y la misma televisión son ahora online.

Hablando desde la Universidad de Bolívar que se contrate a docentes que realmente convengan, enseñen y direccionen, por si ellos no son guías la carrera está perdida. Y si hablamos desde lo digital si no hay una vinculación directa con las nuevas formas de entender la profesión, no hay un cambio visible de paradigma, la enseñanza y la universidad es una pérdida de tiempo., porque si el estudiante no sabe manejar redes sociales, páginas web, blogs, etc., es un analfabeto digital.

Código PC2: Patricia Coloma

Comunicadora Social de Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda

Responsabilidades

Productora del programa de opinión “D’ Frente” en Guaranda TV del GAD municipal del cantón Guaranda.

Reportera del noticiero

En cuanto a su formación académica ¿le sirvió los conocimientos adquiridos en la Universidad Estatal de Bolívar para su desempeño laboral? ¿Cómo lo aplica?

Con honestidad yo debo reconocer, que fueron 2 o a lo mucho 3 profesores, los que de alguna manera contribuyeron en algo al conocimiento. Sin embargo, es como en todo, la universidad te da una parte y el resto aprendes fuera. Además, en mi caso pagaba profesores particulares los fines de semana, en producción de audio y video.

Cuáles son las debilidades de la Universidad

Las herramientas de enseñanza, modernización de equipos y los profesores, especialmente ellos que en mi tiempo copiaban sus clases de donde no deben, es decir que todo era de la Wikipedia. Sería bueno que las autoridades se preocupen en mejorar su planta docente, debo reconocer que en algo se está cambiando, no obstante los muchachos recién graduados, tienen problemas con la ortografía, porque hay que entender que comunicación no solo es producción de televisión o el manejo de la tecnología. En mi tiempo de estudiante y le estoy hablando hace cuatro años, cuando nos hablaban de la TICS, solo nos presentaban una presentaciones en power point, explicando vagamente su importancia, pero el manejo como tal nunca se dijo nada. Ahora leer puedes un montón, pero en la práctica es otra cosa, al menos si hablamos desde el lado de lo digital, por ejemplo cómo manejar una página web, como escribir para redes sociales., etc.

Cómo ve el futuro de los comunicadores sociales

Deberían abarcar todas las áreas, especialmente todo lo que tiene que ver con la tecnología, nos dirigimos justo para allá.

Cómo utiliza las nuevas tecnologías en su trabajo cotidiano?

Tratamos de acaparar todo lo que nos permita difundir el accionar de la municipalidad, todas las plataformas posibles como You Tube, redes sociales, la página del municipio, sin abandonar, por su puesto lo tradicional, que en un medio como este todavía pesa bastante.

De alguna manera los docentes les anticiparon del campo laboral?

Creo que los profesores se remiten a enseñar lo que está en la malla curricular y es por eso que precisamente ellos han descuidado, de anticiparnos lo que nos espera cuando abandonemos el salón de clase.

Cómo ve usted el ejercicio del periodismo digital en la provincia y en el país

Hay una debilidad, y no sé hasta qué punto lo estarán corrigiendo en la universidad, que frente a lo digital está la inmediatez, que complica un poco el asunto periodístico, porque los periodistas no contrastan la información, simplemente lo que sucedió en ese instante, omitiendo fuentes y detalles, disfrazando un hecho, un suceso, etc. Lo que deja sin piso el ejercicio de un buen periodismo

Jalón de orejas

La universidad debe tomarse en serio el tema de la responsabilidad, en cuanto a la formación académica, no solo acaparar cargos para figurar. No se está trabajando en función de los estudiantes y se nota en los pasantes cuando hacen prácticas. Los profesores deben cambiar el modelo retrógrado de enseñanza, una formación conductista, yo el profesor, tú el alumno, debe hacer una retroalimentación de ganar, ganar, ahí nacen propuestas. Porque fácil es ir a un foro, donde repiten como loros diversos autores, quizá son una guía, pero en la práctica no se aporta en nada. En Latinoamérica hay escuelas referentes de comunicación, tenemos Argentina, Chile, etc., no podemos manejarnos con viejos esquemas memorísticos al menos en una carrera que invita a la reflexión social.

Código WG03: Wlfrido González

Comunicador Social de la Gobernación de Bolívar

Responsabilidades

Manejo de redes sociales, elaboración de boletines de prensa, elaboración de discursos

Como Comunicador Social de la Gobernación de Bolívar su trabajo es muy activo y se visibiliza mucho en Redes Sociales, el conocimiento del manejo de las mismas, de alguna manera lo adquirió en la universidad o fue durante su experiencia profesional

Básicamente, el manejo de redes sociales y sus nuevas narrativas, aprendí a la fuerza, para un medio escrito de la ciudad (Guaranda) y para el MIES, donde gracias a la institución asistí a varios seminarios donde pude aprender a escribir para las distintas redes, sin embargo en este medio toca actualizarse constantemente.

En cuanto a su formación ¿Le sirvió los conocimientos adquiridos en la Universidad Estatal de Bolívar y cómo los aplica en su trabajo?

Dentro del ámbito periodístico la universidad no capacita en todas las áreas, considero que es muy básica la enseñanza, al menos en la temporada en la que me gradué, los equipos eran muy básicos, todo lo que aplico actualmente en la trabajo es por autoconocimiento. Quiero dejar en claro, que en la Universidad Estatal de Bolívar no se dio los conocimientos necesarios para la formación de un comunicador a la par con los medios y las instituciones.

Hablando de los docentes ¿Cree usted que están capacitados y son profesionales del área de comunicación?

En la temporada en que estuve como estudiante, realizamos una manifestación porque exigimos profesores de calidad, muchos compañeros, como en mi caso, comenzamos a trabajar en medios mientras estudiábamos y los profesores no tenían clara la idea de cómo funcionaban los medios afuera, no estaba capacitado y cometían errores muy

graves, como por ejemplo, mala ortografía. Además en muchos temas topados en clase, los compañeros conocían más que los mismos docentes.

La exigencia a los docentes de obtener títulos de cuarto y quinto nivel, garantiza una formación integral de los comunicadores

Puede ser una valía que los profesores se preparen, sin embargo no es una garantía para que lleguen a los estudiantes de una mejor manera, al menos si se siguen manejando los mismos esquemas tradicionales de enseñanza. Creo que también se debe haber una capacitación constante y un seguimiento adecuado de los contenidos que se imparten en el salón de clase. Además y hablando de la universidad, sería bueno que también al departamento de Comunicación Social se haga un seguimiento, muchos de ellos manejan una comunicación básica, no utilizan adecuadamente las redes sociales, ni correos electrónicos y a estas alturas del desarrollo tecnológico se debe es súper importante manejar nuevos lenguajes y formas de penetración.

Desde esta perspectiva cómo debe ser el comunicador social hoy, tomando en cuenta la evolución de las tecnologías.

El comunicador social hoy debe ser editor, fotógrafo, editorialista, redactor de noticias, experto en el manejo de redes sociales, páginas web y medios online, por eso es urgente que las universidades oferten una nueva forma de enseñar y entender la comunicación, utilizando tecnología de punta.

De alguna manera los docentes les anticiparon o les acercaron a la idea de cómo va a ser el campo laboral?

Es lejana esa idea, los docentes, ni los contenidos no reflejan una cercanía al campo laboral, al menos en este medio que es tan pequeño, no hay o no se ve la importancia de la comunicación, por eso el campo laboral es tan reducido y desde la universidad no se estudia el campo laboral, como resultado muchos de mis excompañeros ahora se emplean en lo que pueden, incluso son taxistas.

Desde su experiencia podemos hablar de un periodismo digital en el país ¿cómo le ve usted?

No todo es estático en la comunicación, siempre habrá nuevas estrategias y formas de llegar a los diferentes públicos. En las ciudades grandes se visibiliza una comunicación que intenta acoplarse a las nuevas tecnologías, hay más herramientas y profesionales mejor capacitados, nosotros desde nuestros pequeños espacios intentamos adaptarnos y sacar productos acorde a la era digital y así llegar a todas las audiencias, pero hay que reconocer que en el medio en que vivimos hay una resistencia enorme al cambio y lo tradicional pesa mucho. Incluso desde el Colegio de Periodistas de Bolívar, hay un celo profesional muy notorio y una división marcada que no camina por el bien de la profesión.

Cuál sería una alternativa de cambio que debe adoptar la Universidad de Bolívar

Que la institución educativa se dote de personal capacitado, para que ellos de esa manera impartan los conocimientos que hoy los profesionales en el área necesitan. Otra alternativa sería el de dotar de espacios para las prácticas de estudiantes, la práctica es necesaria en todos los momentos de la vida universitaria, se requiere escribir, pero escribir bien, sin faltas ortográficas, con estilo y con un manejo adecuado de géneros periodísticos, se necesita y de urgencia que los estudiantes realicen periódicamente giras de observación tanto a medios de comunicación, como a instituciones donde se maneja la comunicación, y por último seguir preparándonos constantemente.

Código GP04: Galo Paredes

Periodista de la radio comunitaria Salinerito (Salinas de Guaranda)

Responsabilidades

Presentador de noticias y productor de contenidos en la radio Salinerito

Dónde obtuvo el conocimiento del manejo de redes sociales y páginas web

Es la práctica diaria, al menos de plataformas digitales, y si hablamos de la radio mi formación fue en la cabina y como reportero. En la universidad tuvimos tan mala suerte, que ni siquiera contábamos con laboratorio de radio o de televisión decente. Las capacitaciones que he tenido han sido gracias a mi trabajo, y al convenio con otras emisoras como Radio Católica de Cuenca y Radio Latacunga y es gracias a esas capacitaciones que se puede manejar plataformas online.

En cuanto a su formación ¿le sirvió los conocimientos adquiridos en la Universidad Estatal de Bolívar y cómo los aplica en su trabajo?

La parte teórica es fundamental, sin duda, pero si debe ir relacionada con la práctica, imagínese que hay profesionales recién graduados que tienen pánico utilizar un micrófono. Repito es importante lo teórico, pero la práctica es vital en esta área y en eso falla bastante la universidad.

Hablando de los docentes ¿Cree usted que están capacitados y son profesionales del área de comunicación?

Hablando de mi promoción, del cien por ciento de los docentes, el 50% no tenía idea alguna de lo era la comunicación, el otro porcentaje algo, algo sabía. Rellenaban las horas sin ser profesionales en el área, los docentes de redacción tenían faltas ortográficas y los géneros periodísticos solo se recitaban de memoria. Lo que nos sirvió como estudiantes, recuerdo en tercer ciclo, fue el seminario del periodista Samy De La Torre, quien de forma práctica nos acercó al mundo de la radio. También nos dieron un

profesor de edición, que no sabía manejar ninguna editora, entonces esas falencias son imperdonables.

Desde esta perspectiva cómo debe ser el comunicador social hoy, tomando en cuenta la evolución de las tecnologías.

Nunca debe perder su humanidad, ni su estilo, manejar y ser consciente de la ética, que tanto hace falta en todos los espacios de la comunicación sean tradicionales o digitales. El lenguaje que transmitamos sea el mejor y el más acorde a lo que la gente necesita

De alguna manera los docentes les anticiparon o les acercaron a la idea de cómo va a ser el campo laboral?

Ese fue un problema muy grande, salir con un conocimiento escaso en redacción, producción, edición, etc., es una limitación, además si uno quiere emprender con un medio de comunicación propio, aquí es muy difícil, por lo económico y por el manejo adecuado de herramientas

Desde su experiencia podemos hablar de un periodismo digital en el país ¿cómo le ve usted?

Quiero hacer referencia a la provincia, comenzando por un colegio de periodistas que no funciona, donde cada uno ve su beneficio, no hay una dirección y cada uno trabaja en función de sus intereses, además no hay espacio para los jóvenes y las nuevas ideas y si consideramos lo digital, está muy lejos de que sea una realidad

Cuál sería una alternativa de cambio que debe adoptar la Universidad de Bolívar

La universidad debería generar espacios de trabajo y espacios de prácticas profesionales, sería bueno que donde ellos realicen esas prácticas se queden a laborar.

ANEXO 3

Entrevista docentes de la Universidad Estatal de Bolívar

Código	Identificación	Título Profesional	Asignaturas a cargo
DV05	Danilo Eduardo Villarroel Silva	-Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social - Magister en Comunicación Corporativa - Especialista en Imagen Corporativa	-Producción de medios impresos -Vinculación -Edición digital para formatos televisivos II - Redacción periodística
RC06	Jorge Renato Cabezas Ramos	- Licenciado en Diseño Gráfico -Magister en Informática Educativa	-Edición digital para formatos televisivos I -Producción de Televisión I -Producción de Televisión II -Consejo Editorial -Edición Digital para Formatos Radiofónicos - Vinculación
EV07	Edwin Geovanny Valencia Tandazo	-Licenciado en Comunicación Social - Magister en Gestión de Proyectos Socio Productivos - Doctor en Comunicación Social con Mención en Comunicación para el Desarrollo	-Periodismo Social y Cultural -Periodismo Político y Económico - Administración de Medios - Edición y Producción de Radio - Periodismo Científico
BG08	José Bladimir Guarnizo Delgado Director de la Carrera de Comunicación Social	-Licenciado en Comunicación Social con mención en Televisión. -Magister en Comunicación Corporativa - Especialista en Imagen Corporativa - Maestría en Gerencia Educativa	-Radio I y II - Vinculación

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Entrevista docentes de la carrera de Comunicación Social de la UEB

Periodo: abril-agosto 2017

Código DV05: Docente Danilo Eduardo Villarroel Silva

Con qué perfil se están graduando los comunicadores de la Universidad de Bolívar

La Universidad Estatal de Bolívar con su carrera de Comunicación Social, que ya lleva 19 años, se encuentra formando profesionales con una nueva modalidad, exigida desde el CES, CEAACES, por eso hemos visto la necesidad de reformar la malla curricular en un trabajo entre el 2015 y 2016, cristalizado en el 2017. Se ha cambiado la denominación de algunas asignaturas para actualizarlas con una visión futurista del país. Se mantiene lo tradicional, pero con un enfoque nuevo.

De qué manera se están considerando las asignaturas que guardan relación con la carrera de comunicación, es decir las relaciones públicas, marketing digital, publicidad, etc.

Nosotros hemos tomado en cuenta todas las áreas de comunicación, como la comunicación organizacional, comunicación corporativa, imagen, identidad, por lo tanto se ha reforzado estas áreas, es más se está introduciendo a la comunicación digital, por ejemplo los alumnos de primer ciclo, entran ya, con la nueva malla aprobada en el 2017.

En este sentido ¿Los docentes están capacitados para afrontar estos nuevos retos en la enseñanza? ¿Tienen la experiencia necesaria?

Anteriormente no existía una planta docente con un título afín al área, estamos con un 80% de profesionales que son comunicadores y con maestrías relacionadas, por otro lado varios de los docentes tiene experiencia en varios medios de comunicación y eso nos garantiza la calidad de la carrera. También recibimos una capacitación de 40, 80 horas en plataformas online, permitiéndonos estar en condiciones adecuadas, así también una vez al año se realiza congresos de periodismo, donde los estudiantes se capacitan y conocen nuevas experiencias.

En un acercamiento con ex estudiantes, el malestar ha sido generalizado con respecto a la formación, sea de cuerpo docente o por falta de instrumentos de enseñanza ¿Cómo están trabajando en la modernización de equipos?

Con fecha 6 de enero de este año (2017) se presentó a la Dirección de Planeamiento un proyecto 106.000 mil dólares para la modernización de equipos de la carrera de comunicación social. No es que no existen, hay un gran sed de televisión y radio que todavía nos puede abastecer cinco años más, para el próximo ciclo contaremos con un laboratorio de fotografía. Antes, se podía decir, que la formación no era la adecuada en todo sentido, pero hoy caminamos firmes y corregimiento errores. La comunicación es tan dinámica, que o que estudiamos ahora ya mañana no nos sirve, de tal suerte esperamos que el proyecto avance. Estamos clarísimos que los profesionales de la comunicación no pueden seguir formándose en pizarrones.

Hay vinculación entre la carrera y la colectividad ¿Dónde los estudiantes realizan las prácticas?

A través de unidad de prácticas pre profesionales, un convenio con 23 medios de comunicación de tal manera que los chicos pueden elegir dónde hacer sus prácticas. El 5 de enero, día del periodista firmamos unos convenios para que los estudiantes puedan hacer prácticas profesionales en medios televisivos de Latacunga, Riobamba y varios medios nacionales. Esto nos da una pauta del trabajo que se está haciendo.

Con lo que Usted señala ¿Cómo debe ser el periodista, la universidad garantiza la formación de un comunicador integral?

El periodista debe cumplir con condiciones básicas para ahora poder ejercer la profesión, ya no es el comunicador que ponía la grabadora y se acabó ahora debe ser multidisciplinario en conocimientos, no solo en la construcción de la noticia, sino también en la técnica de producción, edición de contenidos, luego tiene que ser un tecno-periodista, manejando todas las tecnologías digitales de la comunicación. El periodista debe saber valorar la información y por supuesto la universidad debe garantizar la formación en el ámbito digital, porque lo medios están apuntalando hacia allá, ahora la radio se ve, la televisión se movilizó y la prensa escrita cobró vida, quien

está fuera de lo digital, simplemente no existe. El periodista debe manejar las nuevas narrativas, se requiere de nuevas habilidades, no es lo mismo un guión de televisión tradicional, que un guión de televisión digital, lo mismo pasa con otros formatos, se requiere de otros estilos. Los géneros periodísticos que veíamos en segundo y tercer ciclo han transmutado. Un periodista que no sepa narrar tanto para los medios tradicionales, como para los digitales, creo que estamos errando en la formación.

¿Se sigue enseñando con técnicas tradicionales?

No está demás seguir enseñando a lo tradicional, la técnica de la pirámide invertida, no ha cambiado es básico, lo que ha cambiado es la forma de construir la información, al menos en plataformas digitales, la famosa escritura en F, E y L, entre otras. Hemos insertado a la nueva malla materias como software de edición, manejo de hipertexto y materias en periodismo digital.

¿Podemos decir que existe un periodismo en redes?

Existe un periodismo naciente desde hace cinco años atrás, cuya tendencia es a lo digital, existe muchas experiencias en el país sobre contenidos digitales en los medios, el periodismo va tomando fuerza, va tomando impulso a medida que se desarrollan las tecnologías. En el país hay nuevas experiencias de medios digitales, con gran acogida y desde los ámbitos más locales también se está viendo buenos resultados. Por eso es necesario que la comunicación se vincule con otras áreas y saberes, porque los periodistas sabemos bien el manejo de coberturas, narrativas, video, fotografía, pero necesitamos nutrirnos de otras cosas como el marketing digital, manejo de imagen corporativa, legislación digital, etc. Hay que aprender a ver a esta nueva etapa de la comunicación como un nuevo modelo de negocio.

Código RC06: Docente Jorge Renato Cabezas Ramos

En relación a las materias que usted imparte ¿Cómo ve la formación de los comunicadores? ¿El rediseño de la carrera garantiza la formación de un comunicador integral?

En lo particular creo que hay un gran problema, el comunicador social en la malla anterior se estaba formando solo para medios clásicos, para radio, prensa y televisión y pare de contar, era demasiado básica su formación, el comunicador no era un comunicador visual, peor digital. Con la nueva malla se está aproximado a una realidad más actualizada y coherente con los nuevos modelos, producción de medios digitales, animación digital, entre otras, es decir que ya se considera lo digital como parte de la vida estudiantil. Ahora estamos entrando a esta nueva tendencia.

¿Qué tipo de contenido tendrán estas nuevas asignaturas?

La necesidad de haber creado las materias nuevas, no fue desde la necesidad de los periodistas sino desde las audiencias que generan contenidos como por ejemplo los canales de You Tube o los contenidos para redes sociales y es desde ahí que nace todo. La producción de medios ahora se sustentan en grandes plataformas digitales, los medios anteriores y son bases, pero ahora hay que manejar estos nuevos medios. Medios como redes sociales y todo lo relacionado a lo multimedia. Lo que queremos que aprendan a narrar y producir nuevos contenidos y saber distinguir los públicos.

Si antes el graduado salía con un perfil de Comunicador Social, ahora, gracias a la nueva malla, solo es como Comunicador ¿A qué se debe el cambio?

La nomenclatura de la carrera se dio gracias a la homologación de las carreras a nivel internacional. Si hablamos de Comunicador Social, le estábamos encasillando en un espacio muy reducido y si hablo de comunicador, estoy hablando de un espacio más grande y significativo que abarca más, no solo lo social. Es un rango más abierto

La Universidad cuenta con los equipos y la infraestructura necesaria para afrontar esos retos

La verdad la universidad no está en la capacidad, es una infraestructura caduca, los equipos son en muchos casos análogos y no estamos en una etapa digital, pero para hacer una comunicación digital no se necesita equipos muy sofisticados, basta con un teléfono inteligente, además hay herramientas online que nos ayudan a editar sin la

necesidad de instalar programas y desde el mismo teléfono se puede administrar páginas web o través de las mismas redes se pueden hacer contenidos y productos comunicacionales.

Si hablamos de contenidos digitales por qué se siguen enseñando con métodos tradicionales, en este sentido los docentes están preparados.

Yo pienso que la planta docente es un reflejo de la universidad, porque si hablamos de una infraestructura caduca, también hay fallas en la planta docente, no digo por edad, sino a la pertinencia de la materia, hay una materia que es redacción periodística, creo desde mi punto de vista que es una materia básica en la formación, pero esa materia no imparte alguien preparado en el área, sino un profesional que no se preparó para eso y las falencias en los estudiantes son notorias. Cómo puede explicar al estudiante la elaboración de un lead, un boletín, el cuerpo de la noticia, etc. Por eso es necesario la actualización docente y si creo que hay docentes caducos, pero también docentes de avanzada como en todo.

Las faltas de ortografías son evidentes en varios alumnos, al menos de los últimos ciclos ¿Cuál es la falla? ¿Quién tiene la culpa? ¿Los docentes se preocupan, incentivan la investigación y la lectura?

La falta de incentivo del docente, yo he visto que la metodología del docente no es la adecuada, se sigue manejando la enseñanza memorística y ahora el docente no está para eso al menos si se hablan desde los centros de educación superior. Lastimosamente los jóvenes no tienen esa cultura de investigar y es resultado de ese memorismo. Y desde ahí hay que cambiar el modelo educativo.

Cuál es una alternativa de cambio

Hay que romper el paradigma del facilismo y ahí está el rol del docente, el mismo que tiene que despertar la curiosidad en los estudiantes, para la lectura y la investigación, ventajosamente en internet se puede encontrar herramientas para el aprendizaje en el aula. Hay que olvidarse del castigo para obtener buenas notas, además las calificaciones no reflejan lo aprendido.

Código EV07: Docente Edwin Geovanny Valencia Tandazo

El nuevo perfil de los comunicadores de la universidad cumple con la necesidad los medios

Es genérico el perfil, es decir no se está especializando para prensa, ni para radio, ni televisión. A los estudiantes se les está dando las bases para que se desenvuelvan en varias áreas de la comunicación. Lastimosamente en nuestro medio, las empresas públicas y privadas hacen que sus secretarías cumplan con la labor de comunicadora social o de relaciones públicas, sin que tengan la formación adecuada.

¿La universidad ha descuidado áreas afines a la comunicación?

Retrocediendo el tiempo y tomando experiencias de exestudiantes, existen muchas falencias con la universidad, es decir cuando arrancó el proyecto de la carrera de comunicación hubo solo dos personas, y para rellenar las horas tuvieron que buscar docentes de otras áreas, sin tener la experiencia necesaria y de ahí vienen las falencias en la formación, hoy se está cambiando ese modelo. Los docentes están preparados para asumir ese reto.

¿Qué hace falta?

No contamos con el número de aulas necesarias, nos hace falta tener más docentes en el área de comunicación, espacios físicos.

¿Cómo ve el desarrollo del periodismo digital?

La tecnología ha avanzado a pasos agigantados, lastimosamente en la ciudad de Guaranda no se incursiona en medios digitales, hay medios impresos que salen una vez por semana o cada quince días, hace falta emprender en proyectos digitales y la formación debe encaminarse hacia allá. La provincia de Bolívar está desinformada y eso pasa con provincias pequeñas. Si aquí existe un accidente y hay unos cinco muertos, la

información completa se sabe en una semana y con el desarrollo de la tecnología no puede seguir así, tenemos que estar en la vanguardia.

Los docentes de alguna manera anticipan al estudiante sobre los espacios laborales, es decir hay una conexión entre la academia y lo laboral

Les preparamos en función de lo que necesita el campo laboral, les hablamos con claridad las múltiples funciones de un comunicador, lo que acontece en cada espacio social, cultural y político.

¿Cómo califica usted el ejercicio de la profesión en la ciudad de Guaranda?

En el medio hay un celo profesional, se aferran a sus puestos sin contar con otros puntos de vista. Es difícil emprender en un proyecto comunicacional.

Código BG08: Docente Bladimir Guarnizo

Con relación a la nueva malla curricular en qué años les aprobó el CES

En el año 2016, la nueva, y se hizo efectiva en febrero del 2017. Estamos desde este ciclo con la malla rediseñada.

Con esta nueva malla con qué perfil saldrían los comunicadores

Salen con el perfil de Comunicadores, esta nueva denominación no es una política nuestra es un dictamen del CES, y la carrera tiene que ser Comunicación o Periodismo, entonces nosotros optamos por la carrera de Comunicación porque abarca más áreas.

Cuáles son las fortalezas de la carrera

Hace unos meses realicé un estudio de las fortalezas y debilidades de la carrera. Entre las fortalezas hay una organización académica, profesionales en diversas áreas de la comunicación, relaciones con otras instituciones, etc. En cuanto a las debilidades, no contamos con un plan estratégico de la carrera, no existe una administración orientada

en la optimización de resultados en la investigación, hay un inadecuado servicio en la formación y vinculación con la sociedad y la infraestructura es inadecuada.

Tomando en cuenta la coyuntura social, política y tecnológica, obliga a las facultades y escuelas de comunicación a revisar sus ofertas académicas. En este sentido la universidad, con el nuevo rediseño de la carrera, garantiza una formación integral.

Hemos trabajado tres años en el rediseño de la carrera, logrando algunos cambios, sin embargo nos topamos que los ejes de desarrollo académico deben ser fortalecidos. No hay que dejar de reconocer que todos nuestros docentes tienen maestría, pero pocos con nombramiento. Con relación a la infraestructura, es necesario reconocer que no es la mejor al menos con el desarrollo tecnológico.

ANEXO 4

Entrevista expertos

Código		Estudios	Experiencia profesional
JB09	Juan David Bernal Suárez	<p>-Magister en Estudios de la Cultura, mención Comunicación, por la Universidad Andina Simón Bolívar.</p> <p>-Comunicador Social y Periodista de la Universidad de la Sabana Colombia, énfasis en Comunicación Política y Periodismo Deportivo.</p> <p>-Diplomado en Deporte y Sociedad por la Universidad de Duke, Estados Unidos..(Fuente Universidad de los Hemisferios)</p>	<p>News Correspondent en NBC - Golf Channel.</p> <p>Director de Carrera de Comunicación en Universidad de Los Hemisferios</p>
PE10	Pablo Escandón Montenegro	<p>-Doctor en Comunicación e Información Contemporánea (Universidad de Santiago de Compostela – España),</p> <p>-Postdoctorado en curso con el grupo de investigación Museum de la Universidad Complutense de Madrid, con el proyecto Cibermuseos en la CCE.</p> <p>-Docente de grado y postgrado. Maestría de Comunicación Audiovisual (Universidad Central del Ecuador)</p> <p>-Maestría de Periodismo (Universidad Casa Grande de Guayaquil).</p>	<p>Comunicador social y escritor de ficción.</p>

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Entrevista expertos

Periodo: 2017

Código JB09: Juan David Bernal

Docente Universidad de los Hemisferios

La formación de los comunicadores sociales está encaminada a una formación en la era digital. ¿Se puede hablar de un modelo?

Es un proceso heterogéneo se va realizando de manera diferenciada en cada uno de los medios, pero que todavía no alcanza sus niveles óptimos del cyber-periodismo. Hay una carencia con relación a la formación de los comunicadores, pero también hay un problema de los medios en cuanto a las plataformas y después al modelo de negocio. Algo que hemos identificado es que los periodistas son demandados con mayores condiciones tecnológicas para realizar el periodismo y sin embargo cada vez la remuneración es más baja. Entonces hablar de un modelo de periodismo digital en el país todavía está muy lejos, hay ciertos medios que hacen unas buenas adaptaciones, pero todavía se sigue observado como algunos medios, lo único que hacen es llevar sus contenidos de radio, prensa y televisión a una plataforma en internet, sin tomar en cuentas las narrativas propias del periodismo digital, por eso no se puede hablar de un cyber-periodismo en el país.

Dentro del plan de estudios de las universidades que ofertan la carrera de Comunicación Social, de alguna manera están vinculadas a estas nuevas formas de entender el periodismo.

Yo creo que no, el periodismo tiene una relación directa con la tecnología y eso aplica más ahora en el época de la revolución tecnológica. Muchas veces las mallas están desajustadas ante esa formación, si revisamos las redes sociales muchas de esas características o el surgimiento de las redes se da precisamente en periodos de tiempo en las que las mallas no alcanzan a responder a esas adaptaciones y de alguna manera lo que intentan algunas universidades es compensar con un ajuste en cuanto a la metodología del profesor o los contenidos del sílabos, pero lo que se necesita son mallas que se adapten mucho más rápido al cambio tecnológico y que la comunicación digital sea transversal a todas la áreas, porque hoy pensar en la comunicación al margen de lo digital es imposible.

Cómo ver a los comunicadores del futuro

El periodismo como tal, en su esencia hay que separarlo de la técnica, es decir las características propias del periodismo no cambian en cuanto a la tecnología, lo que significa que el periodismo siempre busca ser la voz de los sin voz, busca un compromiso con las libertades, es un actor determinante dentro de los procesos de la democracia, hacerle veeduría al poder, desactivar los discursos que muchas veces el poder trata como de pormenorizar, todas las funciones del periodismo tienen que ser demarcadas de la técnica, pero obviamente el comunicador del futuro, tiene que entender esto pero a su vez tener la capacidades tecnológicas y una actualización permanente que le permita cumplir esas funciones del periodismo.

Las universidades anticipan cómo será el trabajo en los medios

La universidad tiene esa problemática y es precisamente el que no alcanza a simular los escenarios laborales. El estudiante cuando sale ya a la práctica profesional encuentra que el mundo es diferente a lo que le habían simulado. Lo que deberían hacer las universidades es primero dotar de un sentido crítico, de un compromiso con la verdad y la realidad, formarlo deontológicamente, es decir bajo un código de ética, moral, etc., para que a la hora de ir a los medios tenga la posibilidad de desenvolverse. Muchas veces la universidad es idealista y cuando el estudiante sale a ejercer la profesión se da cuenta de que hay una serie de presiones como la autocensura, como la Ley de Comunicación, como la presión de los auspiciantes, como la presión de los editores, etc., y por otro lado también está el tema de que las universidades no se pueden convertir en institutos tecnológicos que preparen en capacidades o en herramientas tecnológicas a los estudiantes exclusivamente, se necesita ejercer un pensamiento crítico.

Hacia dónde va el periodismo

El periodismo siempre está en crisis, no es que la revolución tecnológica vaya acabar con el periodismo ni mucho menos, pero el periodismo siempre ha estado en crisis por muchas razones. El periodismo ciudadanos o todas las herramientas de participación de la Web 2.0, de alguna forma hace creer que cualquiera persona puede ser periodismo o

reportear, yo creo que el periodismo apunta a dos cosas, primero a convertirse en guardianes de la verdad y segundo ser personas creíbles dentro del mar de la información, la carrera de la inmediatez es impresionante y en la web se ve de todo. Los periodistas tienen que aportar a los géneros periodísticos de la entrevista, el reportaje, la crónica, hay que generar contenidos bien investigados y contrastados que le permita a la opinión pública tomar decisiones más libres.

Cómo hablar de calidad en los contenidos, si las mallas curriculares, no contemplan en su totalidad

El tema de la reforma curricular es algo que sucede en el país a nivel general, todas las carreras han sido llamadas por el CES a que se re-acrediten. Las mallas se rediseñan en base a la pertinencia, es decir la carrera debe suplir una necesidad que tiene la sociedad y si las mallas no están bien estructuradas quiere decir que la pertinencia de la carrera no está bien leída. Que todas las materias se ajusten a lo digital, sin descuidar lo tradicional, pero el futuro es digital.

Código PE10: Pablo Escandón

Docente y periodista

Desde su percepción ¿Cómo debe ser la formación de los comunicadores sociales en la era digital, tomando en cuenta que sus dinámicas cotidianas del ejercicio profesional han cambiado?

El conocimiento práctico que cada uno de los estudiantes tiene sobre el manejo de herramientas digitales. Conocer realmente cuál es el nivel o grado de alfabetización digital que tienen, para partir de ahí, si no se conoce ese nivel, en muchos casos se puede hablar de una manera ideal de lo que se debería hacer, pero si no entienden las herramientas y su manejo será en vano. Es necesario entender lo que manejan ellos, para reforzar y luego crear.

En este sentido ¿Cuál es el principal problema de las universidades que ofertan la carrera de Comunicación Social en el país? ¿Qué debe cambiar? ¿Los docentes, los contenidos, la metodología?

Tiene que haber un continuo cambio de todo, porque las metodologías de la clase expositiva ya no funcionan, tienen que ser laboratorios vivos de trabajo, de creación y de ir encontrando en cada producto una explicación y de ahí viene una explicación teórica y bibliográfica. No hay que desprenderse de la investigación de la lectura, pero hay que modificar la forma de enseñanza. El laboratorio exige mucho más para que el docente esté capacitado, porque va a existir mayor número de preguntas que en una clase formal.

Se puede hablar de un periodismo que se ajuste a la necesidad de los medios

Tiene que ser al revés, es decir que los medios se ajusten a la necesidad del periodista, porque el periodismo es una actividad social, tenemos que ver, qué es lo que necesita la sociedad para poder crear. Necesito saber qué es lo que consume la gente, qué es lo que necesita.

Dentro de diez años, ¿Qué competencias considera que deberán adquirir los comunicadores sociales?

Las que siempre se debe tener, observar, sentir y estar inconforme para poder criticar y cambiar.

¿Hacia dónde va al periodismo?

Va hacia contar mejores historias, va hacia saber utilizar mejor la tecnología para enamorar a los nuevos usuarios, que siempre están en la busca de nuevos formatos y estéticas. Con esos elementos estaremos mirando un periodismo del futuro.

ANEXO 5

Entrevista expertos

Código	Nombre	Medio de comunicación	Experiencia profesional
GV11	Gustavo Vascones Lic. Comunicación Social	Radio Matiaví	Periodista de varias radios en la provincia Comunicador Social en la Asamblea Nacional/periodismo legislativo
TC12	Tania Celi Lic. Comunicación Social	Radio Salinerito	Docente Bisemanario Tribuna Bolivarenses Radio Bolívar Radio Universidad de Bolívar

Elaborado por: María José Vega Angulo (2017)

Fuente: Entrevista expertos

Periodo: 2017

GV11: Gustavo Vascones

Propietario de radio Matiavi

Nos encontramos bajo un nuevo escenario político, cultural, económico, social y tecnológico, donde las dinámicas de los comunicadores sociales y periodistas han cambiado, en este sentido ¿Bajo qué perfil contrata el medio a este profesional de la comunicación?

Que conozca las diversas áreas de comunicación, domine los géneros periodísticos y las técnicas de escritura para los distintos medios de comunicación, que sepa leer para radio, al menos esos son los requisitos básicos que se buscan.

Cuáles son las principales falencias de los nuevos profesionales

Son varias las falencias, la falta de continuidad en el aprendizaje, el comunicador necesita capacitarse constantemente, al menos la dinámica de la formación así lo determina. Además la universidad no realiza una tarea de entrenamiento o práctica en medios de comunicación e instituciones, no hay un seguimiento oportuno a los estudiantes que realizan las prácticas profesionales

Las universidades los preparan para asumir nuevos retos, es decir hay coherencia entre lo que se enseña en las aulas y lo que sucede en los espacios laborales

En la radio hemos contado con la presencia de estudiantes de Universidad de Bolívar que le tienen miedo a los micrófonos, a escribir y leer para la radio, esos problemas lastimosamente vienen desde las aulas. Con certeza puedo afirmar que hay un abismo entre lo que se enseña y lo que sucede en los espacios laborales.

Cree usted que los docentes están capacitados para formar comunicadores sociales

Pueden estar capacitados, sin embargo no saben transmitir los conocimientos o las técnicas de estudio son muy tradicionales, porque los profesionales dejan mucho que desear. La academia debe exponer a los jóvenes a las prácticas profesionales y generar iniciativas de desarrollo, al menos ahora con las redes sociales y las nuevas plataformas de internet el comunicador tiene varias opciones

Un diagnóstico del ejercicio profesional en la provincia ¿considera que estamos preparados para afrontar un periodismo digital? ¿y a nivel país?

Hay que reconocer que el periodismo digital en la provincia no está ni en pañales, las redes han ayudado mucho a la difusión de contenidos, pero la información no es de calidad, ni de cantidad. Lo tradicional se gana todos los escenarios, por eso es difícil hablar de un periodismo digital. A nivel de las grandes ciudades se puede evidenciar un desarrollo en esta área de la profesión, no obstante hace falta mucho por mejorar.

En este sentido ¿cómo debería ser el profesional de la comunicación hoy?

Es necesario potencializar los medios digitales, a pesar de que los medios tradicionales tienen gran acogida, ahora existen nuevas audiencias y hay que trabajar en función de sus necesidades. El periodismo hoy debe apuntar en esa dirección

TC12: Tania Celi

Comunicadora y encargada de contratar y seleccionar el personal de Radio Salinerito

¿Cómo ve usted el trabajo del comunicador hoy, al menos con el desarrollo de las nuevas tecnologías?

Con la interacción en la red, todos piensan que son periodistas, se ve a diario noticias mal redactadas y escasamente contratadas, no hay un código de ética que se aplique claramente”.

¿Bajo qué perfil contrata el medio al profesional de la comunicación?

En esta profesión no se puede vivir fuera del margen tecnológico, el comunicador aparte de desenvolverse en los medios tradicionales y sus respectivos géneros necesita estar al tanto de los medios digitales y lo que buscamos es eso un, comunicador que sepa varias destrezas, además de la capacidad de síntesis y análisis de los contextos sociales, políticos, económicos y culturales.

¿Cómo ve usted a los profesionales de la comunicación de la Universidad de Bolívar?

Inseguros, sin los conocimientos necesarios para afrontar la profesión, con mencionarle que no saben ni leer, ni escribir, ojalá la universidad trabaje en función de ellos y acorde a lo que hoy la sociedad requiere en nuestro campo.

Los docentes de alguna manera anticipan al estudiante sobre los espacios laborales, es decir hay una conexión entre la academia y lo laboral

Lastimosamente es un cuento de terror, hay estudiantes que cuando salen a trabajar se encuentran con un panorama muy distinto al que les pintaron. Hace falta involucrar a los estudiantes con la práctica profesional, pero una práctica de calle, interactiva y viva.

¿Cómo debe ser el profesional hoy?

Proactivo, dinámico, sagaz y muy perceptivo, eso le hace falta al comunicador, no vivir de lo que le cuenten. Necesita incursionar en nuevos modelos comunicativos, como manejo de páginas web, manejo adecuado de redes sociales, etc.

La radio Salinerito cuenta con estos profesionales

Tenemos profesionales de varias áreas, muchos autodidactas que cumple un rol importante, el llegar a varias comunidades mostrando el nivel de desarrollo socioeconómico y auto- sostenible de Salinas. Contamos con profesionales altamente capacitados, nos exigimos constantemente.