UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

"EL ROL DE LOS PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA CIUDAD DE LOJA, COMO COMUNICADORES DIGITALES Y SU INCIDENCIA EN LA GENERACIÓN DE UNA NUEVA ESTRUCTURA SOCIAL, PERIODO ENERO-JULIO DE 2011."

Tesis de grado previa a la obtención del grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social

AUTOR:
Wilson René Ramón Arias

DIRECTOR:
Lic. José Ángel Iñiguez Cartagena.

Loja-Ecuador
2013

Lic. José Ángel Íñiguez Cartagena**, COORDINADOR DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ÁREA DE EDUCACIÓN, ARTE Y COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA,**

C E R T I F I C A:

Haber dirigido, revisado y asesorado detenidamente el presente trabajo de investigación denominado: **"El rol de los profesionales de la comunicación social de la ciudad de Loja, como comunicadores digitales y su incidencia en la generación de una nueva estructura social, periodo enero-julio de 2011",** de autoría del postulante Wilson René Ramón Arias, egresado de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social; por lo tanto, una vez cumplidas con las exigencias y normativas establecidas por el Área de la Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja, autoriza la sustentación y defensa ante el Tribunal examinador correspondiente.

Loja, marzo de 2013

Lic. José Iñiguez Cartagena

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Los conceptos, criterios e ideas constantes en el presente trabajo de investigación, previo a la obtención del grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social, son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Wilson René Ramón Arias

C.I 1103672497

DEDICATORIA

A mis padres y hermanos, quienes me apoyaron desde el primer momento de mi vida, a ellos que me supieron guiar por el camino del bien para llegar a este sitial de mi vida.

A todas las personas que me escucharon antes de hablar y de las cuales siempre tuvo el consejo más valioso, a todos ellos gracias.

Wilson René Ramón Arias

AGRADECIMIENTO

Mi especial agradecimiento a los directivos de la Carrera de Comunicación Social, del Área de la Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja, por su aporte durante el transcurso de mi formación profesional.

Al licenciado José Íñiguez Cartagena, por haber dirigido el presente trabajo, con profesionalismo y responsabilidad. A todas las personas que de una u otra forma colaboraron para continuar con este proceso.

El Autor

ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN

BIBLIOTECA: Área de la Educación, el Arte y la Comunicación											
Tipo de documento	Autor/Nombre del documento	Fuente	Fecha Año	ÁMBITO GEOGRÁFICO						Otras degradaciones	Otras observaciones
				NACIONAL	REGIONAL	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	BARRIOS Comunidades		
TESIS	Wilson Ramón "El rol de los profesionales de la comunicación social de la ciudad de Loja, como comunicadores digitales y su incidencia en la generación de una nueva estructura social" periodo enero-julio de 2011.	UNL	2013	ECUADOR	ZONA 7	LOJA	LOJA	San Sebastián	Pucará La Pradera Yaguarcuna	CD	Licenciado En Ciencias de la Comunicación Social

MAPA GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN

Loja

ESQUEMA DE TESIS

a. Título

b. Resumen español-inglés

c. Introducción

d. Revisión de literatura

e. Materiales y Métodos

f. Resultados

g. Discusión

h. Conclusiones

i. recomendaciones

Propuesta

j. Bibliografía

k. Anexos

Índice

a. TÍTULO

“El rol de los profesionales de la comunicación social de la ciudad de Loja, como comunicadores digitales y su incidencia en la generación de una nueva estructura social, periodo enero-julio de 2011”.

b. RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como estrategia fundamental, un estudio detenido de cómo los profesionales de la Comunicación Social de Loja, actúan en calidad de comunicadores digitales y cuál es la incidencia que provocan en la generación de una nueva estructura social, mediante el empleo de diferentes medios de difusión como: radio, prensa, televisión e Internet, esta última está revolucionando la comunicación tradicional, consecuentemente el perfil del comunicador social. En este sentido, es de suma importancia que los profesionales de la comunicación deban estar involucrados en las nuevas formas de comunicación multimedia, tomando en consideración que la comunicación en red rompe con la lineal y unidireccional. Los resultados de la investigación de campo demuestran que los profesionales de la comunicación de la ciudad de Loja, no actúan como comunicadores digitales y tampoco conocen a profundidad, cómo hacer uso de las herramientas web 2.0. Dentro de la exposición y discusión de resultados, se observa con claridad que los comunicadores sociales no cuentan con nuevas ideas y criterios, tanto en lo teórico como práctico a fin de contribuir a la transición de los medios tradicionales a los digitalizados, pues las escuelas de comunicación social de las universidades locales no están formando a los futuros profesionales dentro de lo que son las nuevas tecnologías de comunicación e información, lo que constituye una gran falencia, siendo ésta una limitante para que los profesionales de esta rama puedan inmiscuirse o participen directamente en la red. Además, los objetivos propuestos en el proyecto de investigación, se logran verificar gracias a los criterios vertidos por los encuestados, así como la hipótesis respectiva; de la misma manera se lograron estructurar las conclusiones y recomendaciones; y, una propuesta alternativa, con la finalidad de clarificar de mejor manera esta investigación. La propuesta alternativa está destinada a crear un blog en la red para que los comunicadores sociales profesionales dispongan de nuevos espacios en la red, con el propósito que tengan mayores oportunidades en la transmisión de la información. Los resultados arrojados por la investigación de campo señalan además que la potenciación de una nueva estructura social, se ve completamente limitada, en virtud que los comunicadores sociales profesionales desconocen del manejo de las herramientas Web 2.0, consecuentemente es escasa la participación de éstos en calidad de ciberperiodistas. Asimismo, se muestran cuadros estadísticos con los respectivos análisis tanto cuantitativos como cualitativos, este engranaje de criterios están presentados con sus respectivos porcentajes. Para el ordenamiento de la información, se contó con el apoyo de métodos de investigación como: científico, inductivo, deductivo, analítico-sintético y las técnicas de la encuesta y entrevista, ello fortaleció la intención de los profesionales de la comunicación de Loja, para que puedan convertirse en

comunicadores digitales y contribuir al establecimiento de una nueva estructura social.

PALABRAS CLAVES: Colaboración científica, Comunicación en masa, Periodismo cibernético, Web 2.0, Web.3.0, Análisis de redes sociales, Era digital, Estructura social, Comunicadores digitales, Procesos tecnológicos.

SUMMARY

The present research has as a fundamental point, making a close study of how professionals in the Social Communication of Loja, acting as digital communicators and what is the impact they cause generation of a new social structure, by use of different media such as radio, newspapers, television and Internet, the latter is revolutionizing the traditional communication, therefore the profile of social communicator. In this regard it is of utmost importance that communication professionals should be involved in new forms of multimedia communication, taking into consideration that the networking breaks with the linear and unidirectional. The results of field research shows that media professionals in the city of Loja, do not act as digital communicators know nor depth, how to use web 2.0 tools. Within the exposure and discussion of results, we see clearly that journalists do not have new ideas and approaches, both theoretical and practical in order to contribute to the transition from traditional to digital media, because schools social communication of local universities are not training future professionals in what are the new communication and information technologies, which constitutes a major shortcoming, this being a limiting factor for this industry professionals can get involved or participate directly into the network. In addition, the proposed objectives of the research project are achieved thanks to verify discharge criteria by respondents, and the respective hypothesis, in the same way you were able to structure the findings and recommendations, and an alternative proposal, in order to better clarify this investigation. The alternative proposal is intended to create a blog on the network so that professional journalists have new spaces in the network, in order to have greater opportunities in the transmission of information. Results from field research also notes that the empowerment of a new social structure, is quite low, under the professional communicators know the management of Web 2.0 tools is very limited as a result their participation as cyberjournalists. Also shown are the respective statistical tables with both quantitative and qualitative analysis, this gear criteria are presented with their respective percentages. For ordering information, it had the support of research methods such as: scientific, inductive, deductive, analytical and synthetic techniques of survey and interview, it strengthened the intent of the communication professionals from Loja to that can become digital communicators and can help establish a new social structure.
KEY WORDS: scientific collaboration, Mass Communication, Journalism cyber, Web 2.0, Web.3.0, Social Network Analysis, Digital Age, Social Structure, Digital Communicators, technological processes.

c. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, gracias a las nuevas tecnologías de información y comunicación, los profesionales de la rama tienen a su disposición nuevas modalidades comunicativas y pueden hacer uso de nuevos instrumentos para desempeñar su trabajo.

Para la estructuración de la presente investigación, se partió de una observación directa, para posteriormente problematizar y determinar el problema motivo de análisis e investigación.

En primera instancia, se presenta un resumen pormenorizado en español al inglés, donde se mencionan los objetivos que persigue esta investigación, además de los resultados del trabajo de campo, los mismos que están representados en cuadros estadísticos con sus respectivos análisis cuantitativos y cualitativos.

Los mismos criterios obtenidos permitieron arribar a la verificación de objetivos, tanto general y específicos, así como contrastar la hipótesis. La secuencia lógica de este trabajo se logró con la ayuda de los métodos científico, inductivo-deductivo; y, las técnicas como la entrevista y encuesta, lo que permitió continuar con la estructuración de este informe final.

Los análisis tanto generales como específicos se lograron con la participación de los métodos tanto inductivo como deductivo, es decir, el estudio del problema desde una concepción amplia para desencadenar

en una particular o específica en el momento que se plantea la propuesta alternativa.

Asimismo se aplicaron 400 encuestas, repartidas entre profesionales de la comunicación, egresados y estudiantes de comunicación existentes en la ciudad de Loja. Además se realizó un total de 12 entrevistas a personas conocedoras del tema, motivo de investigación y personas involucradas en el mundo de la ciencia y la tecnología

d. REVISIÓN DE LITERATURA

El rol de los comunicadores sociales

Diariamente los comunicadores sociales, representan una gran misión en el mundo, ya que son los encargados de difundir la información de los acontecimientos diarios; el periodista es un informador innato con una perspectiva técnica, mientras que el comunicador social es un profesional que busca la mayor información de los acontecimientos buscando así dar una idea veraz del objeto a investigar.

Los comunicadores sociales como profesionales en la rama, deben buscar una información auténtica, completa y veraz que no perjudique la integridad social o personal. Pues su misión es recopilar noticias, verificando la exactitud de lo que se informa, sin invadir la privacidad, revelando delicadamente los asuntos relacionados con la seguridad nacional ya que todo esto puede desencadenar al daño de la reputación de una o varias personas, y estas tienen sanciones legales.

> En la sociedad actual el rol del Comunicador Social debe hacerle prerrogativa a su denominación, es decir el comunicador debe ser más Social y ser más Social significa ser más humano, obliga a una muy, pero muy intensa vinculación con la gente. Conocer de cerca y mezclarse con la cultura de los pueblos, con su forma de pensamiento colectivo y esto implica al pueblo en todos sus estratos sociales, en sus diferentes religiones, porque el comunicador de hoy en día debe tener valores y uno de los valores fundamentales es la tolerancia, así conocerá el verdadero significado del público en masa. (Glasgow, 2010, p: 1).

El comunicador social da siempre un sentido crítico de los sucesos de la vida, tratando de enmarcarlo lo más objetivamente posible,

promoviendo la exactitud de las cosas teniendo en cuenta la finalidad de éste; es el testigo más directo de los acontecimientos, quien interpreta lo ocurrido para informarlo, dando la versión más precisa y veraz; defendiendo y promoviendo la democracia y los derechos humanos sirviendo a todos los niveles sociales, éticos, políticos y raciales.

El comunicador social en términos generales es alguien que tiene algo que decir, con una intención definida, generalmente dirigida a la sociedad en general; además tiene compromisos con el país y la verdad que se desarrolla en éste. Los periodistas son quienes informan de lo que sucede diariamente y desarrollan una capacidad crítica y constructiva en los receptores de dicha información.

Todo comunicador social debe estar completamente actualizado del entorno en el que se desarrolla, debe conocer los beneficios y dificultades de cada sociedad, debe estar empapado de las problemáticas sociales que envuelve cada sector de una comunidad en general, debe caracterizarse por su responsabilidad ante los compromisos que le competen ya que estos se desenvuelven con la palabra por medio de canales. Al decir de Milena Vergara:

> El compromiso del comunicador social es realmente grande y comprometedor, ya que éste es en realidad quien forma la historia, y quienes pueden guiar al mejoramiento de todos los problemas de las sociedades en el entorno en que se desenvuelve(Vergara, 2006 p. 56-59).

Dicha concepción nos lleva a pensar que todo aquel que maneja comunicación, tiene en cierta instancia poder, esto hace que el comunicador se vea enfrentado a crear falsas opiniones públicas, a la mala utilización de los mismos medios de comunicación, al señalamiento de la misma sociedad en la que se desarrollan, convirtiéndose en vulnerables ante ella.

En conclusión la comunicación es un espacio de interlocución en donde hay diversidad de opiniones, y se conocen todos los puntos de vista; y el comunicador es quien maneja este elemento para convertirlo en la posibilidad de informar y producir una opinión crítica que ayude al mejoramiento de la sociedad como tal.

Los comunicadores digitales

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

En la actualidad, gracias a las nuevas tecnologías en Internet, el comunicador tiene un abanico más amplio de modalidades comunicativas. Puede hacer uso de diferentes instrumentos como: el texto, las imágenes, el vídeo y el audio en una misma plataforma.

De acuerdo con Falla:

> Con estas modalidades la noticia, el reportaje, el suceso se puede presentar en una estructura no lineal, más hipertextual y multimedia de respuesta directa. Ante estos cambios, los periódicos tradicionales han tenido que actualizarse y conocer esta nueva forma de hacer periodismo en Internet, (Falla, 2007, p. 25-31).

En este sentido se considera que no cualquier persona puede llamarse periodista, porque para ejercer la profesión debe existir una formación teórica y práctica. Entonces la transición de los medios tradicionales a lo digital es el resultado de la evolución tecnológica. Por ejemplo, países como México se constituyen en una puerta de acceso mundial a información y comunicación sin precedentes, pero se ve limitado ante la brecha digital en el acceso de esta nueva infraestructura. Sin embargo, los medios aún no están preparados para el cambio, y se ven avances significativos para lograrlo.

Nueva estructura social

La estructura social es una población con una organización y una tecnología, que vive y se desarrolla en un medio ambiente. Se puede definir ahora el sistema, como está establecida de hecho esa sociedad, llenándola de contenidos, que interactúan por las redes de la estructura,

usando cualquier tabla: cultura como lenguaje, arte, religión, valores como gobierno, propiedad, estratificación, familia, grupos, completando así su identificación e identidad y mejorando su entendimiento. Por lo tanto y conforme lo señala Marín:

> El sentido de reducir los elementos a dos: cultura y valores, es para separar los aspectos culturales de los sociales, por ejemplo, la cultura popular como expresión de los valores populares. Esta clasificación en dos grupos, tiene problemas, que en apariencia no inciden sobre la estructura, por ejemplo religión, si es la búsqueda de lo trascendente o es la socialización de las personas, en este caso estaría en el segundo grupo. Por extensión la estructura social modifica y es modificada por la tecnología y el medio ambiente, (Marín, 2006, p: 77).

En este contexto y desde el punto de vista sociológico de las estructuras sociales no puede hacerse sobre la estructura en sí misma, pues no es algo tangible, sino que es una definición formal; es como el hogar de los muchos componentes, que aquí se han simplificado con cultura y valores.

Hablar de nueva estructura social se puede entender como la interacción con todos los componentes diversos, ya sea aplicándolo a la sociedad global o a formaciones más específicas y eventualmente con menos componentes, en este caso, los estudios versarán sobre tales unidades que la integran, por otra parte se la puede determinar como una acción que une a dos personas, y solamente a ellos dos, de una forma especial que resulta del estatus y de lo que desempeñan.

Pero también, se habla de la estructura de toda una sociedad. Pues en este sentido se podría deducir por existencia de su influjo en la acción o relación social de los individuos.

Del periodismo tradicional al ciberperiodismo

Se puede decir que la tecnología ha restringido la manera de cómo se ha dado la evolución de los contenidos-. Siglos atrás, las técnicas y soportes utilizados por los romanos para grabar sus mensajes dieron origen a una tipografía ampliamente utilizada en todas las publicaciones impresas.

> En un principio los trazos de las letras romanas eran de groso uniforme, pero más tarde el ancho se hizo variable con el fin de dimitir el efecto natural del pincel de punta cuadrada que los centeros utilizaban para esbozar las letras sobre la piedra antes de tallarla. Con posterioridad, las formas tipográficas se han ido adaptando según las necesidades de cada época y los soportes donde se imprimen, (Wolf, 2007, p: 34).

Internet y el ciberperiodismo, no han enterrado por ejemplo, el concepto de la pirámide invertida, al momento de la redacción de contenidos periodísticos, sino que le han devuelto una inusitada vitalidad, adaptada al nuevo universo hipertextual y multimediático que caracteriza a la información en la Web.

Las recientes tecnologías de la Información y de la Comunicación (Tics) no sólo han servido para sustituir unos equipamientos técnicos por otros más rápidos y de mayor capacidad, sino que, además, han agigantado las posibilidades redaccionales, que las herramientas digitales

propician, gracias al calor, la infografía y a una nueva concepción del diseño. Al mismo tiempo, Internet ha generado un nuevo continente informativo que tiene que consolidarse como el embrión de la primera gran solución mediática sostenible desde que apareció la televisión.

La Web 2.0

El término Web. 2.0 fue utilizado por primera vez por Tim O´Really Media, en la convención sobre Internet que se realizó en EE.UU. en el 2004. Su origen se debe a los cambios acumulativos en la forma en la que desarrolladores de software y usuarios finales utilizan la Web; antes que a la actualización de las especificaciones técnicas de la Web.

La Web 2.0 está asociada con un fenómeno social, basado en la interacción que se logra a partir de diferentes aplicaciones web, que facilitan el compartir información, la interoperatividad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la www este sitio permite a sus usuarios interactuar con otros, recibiendo la información de manera pasiva.

> La creciente importancia de la red ha contribuido a que los medios quieran estar presentes en todo lugar, ya que les permite intercambios diferentes con sus perceptores, a los obtenidos hasta el momento de las formas tradicionales, (Gubern, 2008, p: 60).

En este contexto se puede afirmar que los tiempos de respuesta se acortan. Se puede evaluar rápidamente desde las páginas visitadas y los tiempos de exposición de los navegantes a la noticia hasta el impacto que la misma produce. No hay límites precisos más que los dados por la

creatividad, y estos límites son de tecnología y están en expansión permanente, por ello su importancia al momento de su uso.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Durante la realización de la presente investigación se aplicaron varios métodos y técnicas.

El método científico, contribuyó al ordenamiento de datos recopilados de las fuentes bibliográficas, aquello permitió realizar un aporte significativo para buscar solución al problema motivo de investigación, además de conocer si los periodistas profesionales de la ciudad de Loja, actúan como comunicadores digitales, y si están capacitados en el manejo de las herramientas web 2.0, y cuál ha sido su contribución en la generación de una nueva estructura social, toda vez que aquellos son mediadores entre la realidad social y las organizaciones sociales.

El método analítico, permitió hacer un estudio minucioso sobre si los comunicadores sociales profesionales hacen uso de las herramientas Web 2.0, al momento de desarrollar su trabajo, pudiéndose determinar que no tienen preparación en este sentido, además nos permitió llegar al planteamiento de conclusiones y recomendaciones, luego de obtenidos los resultados de la investigación de campo.

Los métodos lógicos, considerados estos como el método inductivo y deductivo, nos ayudaron a ir de una cuestión general a una particular y de una particular a una general, como fue el conocer el aporte que da la

Internet a los comunicadores sociales y las bondades que este ofrece en el sentido de contar con una serie de herramientas que permiten la transmisión de la información, además de que muchos de ellos no están capacitados en el uso de estas herramientas, consecuentemente no actúan como comunicadores digitales, por existir desconocimiento al respecto.

Las técnicas que se emplearon fueron la encuesta y entrevista, la primera permitió contar con información suficiente para verificar si los comunicadores sociales actúan como comunicadores digitales, y si tienen conocimiento sobre el uso de las herramientas Web 2.0, se aplicaron a los pobladores de la ciudad de Loja, para ello se tomó un universo de 175 mil habitantes que residen en la zona urbana, de acuerdo con los resultados del Censo realizado el 28 de noviembre de 2010. Una vez despejada la fórmula para públicos infinitos, con un 95.5% de nivel de confianza y 5% de margen de error, se aplicó cuatrocientas encuestas. Estas se realizaron en las cuatro parroquias urbanas del cantón Loja, como son: El Valle, Sagrario, Sucre y San Sebastián, así como a personas que residen en otros lugares, pero que sus actividades ya sea profesional, académica, o de otra índole, desempeñan en la capital de provincia.

Fórmula:

N= tamaño de la muestra o población a estudiar.

n= Tamaño de la muestra

E^2= margen de error. 5

$\tilde{O}^2$= nivel de confianza. 2

p= varianza (nivel de confiabilidad) = 50

q= varianza (nivel no probabilística) =50

FÓRMULA

$$n = \frac{\tilde{O}^2 \text{ x } p \text{ x } q}{E^2}$$

Dónde:

N= Universo

n= Tamaño de la muestra

$\tilde{O}^2$= Nivel de confianza = 2

E^2 = Margen de error=5

p=varianza (nivel de confiabilidad) = 50

q= varianza (nivel no probabilística) = 50

Aplicación de la Fórmula

$$n = \frac{4 \times 50 \times 50}{25}$$

$$n = \frac{10000}{25}$$

n= 400 Rta.

Las encuestas fueron aplicadas a los ciudadanos de las cuatro parroquias urbanas de la ciudad de Loja, El Sagrario, El Valle, San Sebastián y Sucre, para ello se recurrió a diseñar un cuestionario con nueve preguntas, el mismo fue empleado como instrumento para recolectar información. Las indagaciones se realizaron en agosto de 2011.

Adicionalmente, se aplicaron entrevistas a personas conocedoras de la temática, como: Presidente del Colegio de Periodistas, Lic. Pablo Sanmartín, Presidenta de la Unión Nacional de Periodistas, núcleo de Loja, Lic. Norma Riofrío, así como a un docente de Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica Particular de Loja, Ing. Jorge Cordero; y, propietarios de los medios de comunicación social, Dr. José Sánchez,

diario Centinela y editor de Diario El Mercurio Armando Paladines, a fin de conocer cuál es la opinión que tienen al respecto.

f. RESULTADOS

Los datos que se consignan a continuación son el resultado de la aplicación de las 400 encuestas, cuyos criterios ayudaron a esclarecer el presente trabajo de investigación.

DATOS GENERALES:

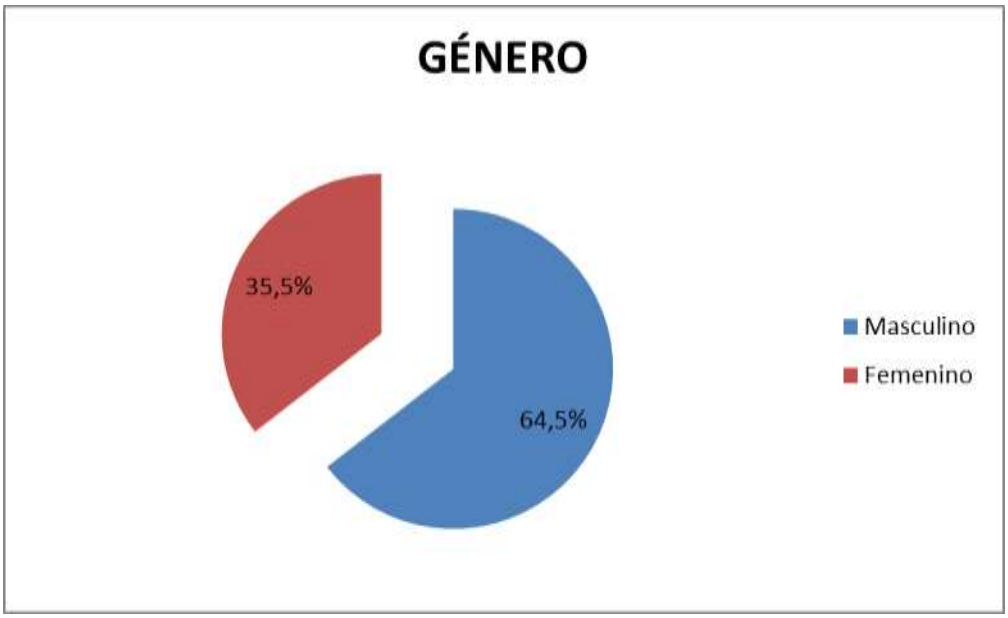
GÉNERO

Cuadro 1.

VARIABLES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Masculino	258	64, 5%
Femenino	142	35,5%
TOTAL	**400**	**100%**

Fuente: Encuestados de la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias

Gráfico 1.



Fuente: Encuestados de la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias

Análisis cuantitativo

Del total de encuestados, el 64,5%, es decir 258 individuos son de género masculino, mientras que el 35,5% pertenecen al femenino, lo que corresponde a 142 investigadas.

Análisis cualitativo

De acuerdo con los resultados obtenidos de la investigación de campo y su respectiva tabulación, se deduce que más del cincuenta por ciento de interrogados son hombres y un porcentaje menor mujeres, quienes de una u otra forma les agrada la comunicación, sean profesionales o no, dentro de esta rama, en virtud que no pueden estar exentos de los procesos de interrelación comunicacionales.

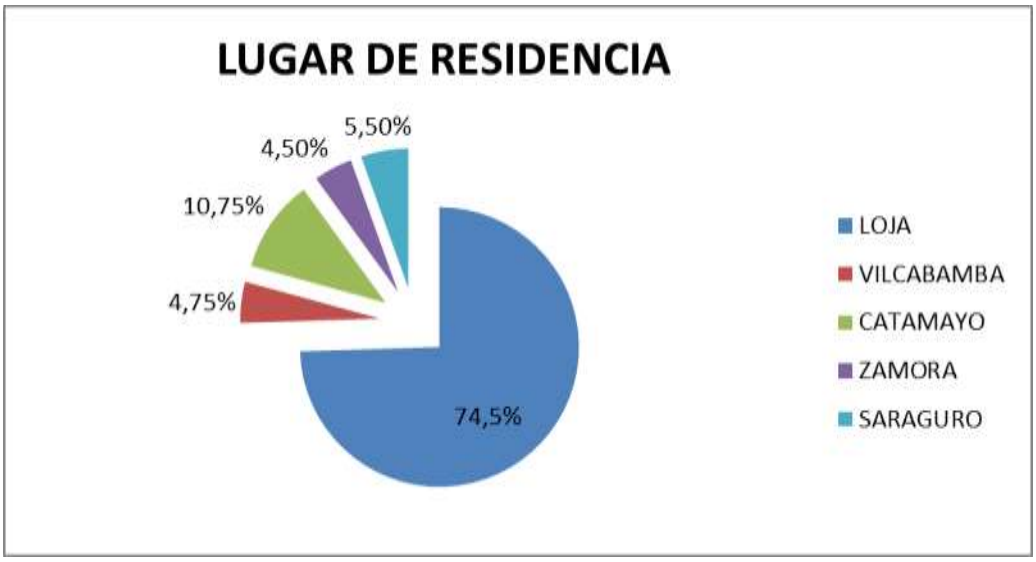
LUGAR DE RESIDENCIA:

Cuadro 2.

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Loja	298	74,50%
Vilcabamba	19	4,75%
Catamayo	43	10,75%
Zamora	18	4,50%
Saraguro	22	5,50%
TOTAL	**400**	**100%**

Fuente: Encuestados en la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias

Gráfico Nro. 2.



Fuente: Encuestados en la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias

Análisis cuantitativo

El 74,5%, que representa a 298 personas consultadas, residen en la ciudad de Loja, un 10,75% en Catamayo, es decir 43 individuos. Un 5,50% vive en Saraguro, correspondiente a 22 sujetos. El 4,75% vive en Vilcabamba, lo que significan 19 interrogados. El 4,50% vive en Zamora, es decir 18 sujetos.

Análisis cualitativo

Las causas son múltiples, pues la mayoría de encuestados habitan en la ciudad de Loja, muchos porque trabajan y estudian en este lugar, otros residen en Zamora, Catamayo y Vilcabamba, pues se trasladan hasta esta capital de provincia por situaciones académicas, así como para realizar trámites personales ya sea en instituciones públicas o privadas,

por lo tanto se ven obligados a establecer residencia en esta ciudad y otros tienen que movilizarse, al habitar en poblaciones cercanas.

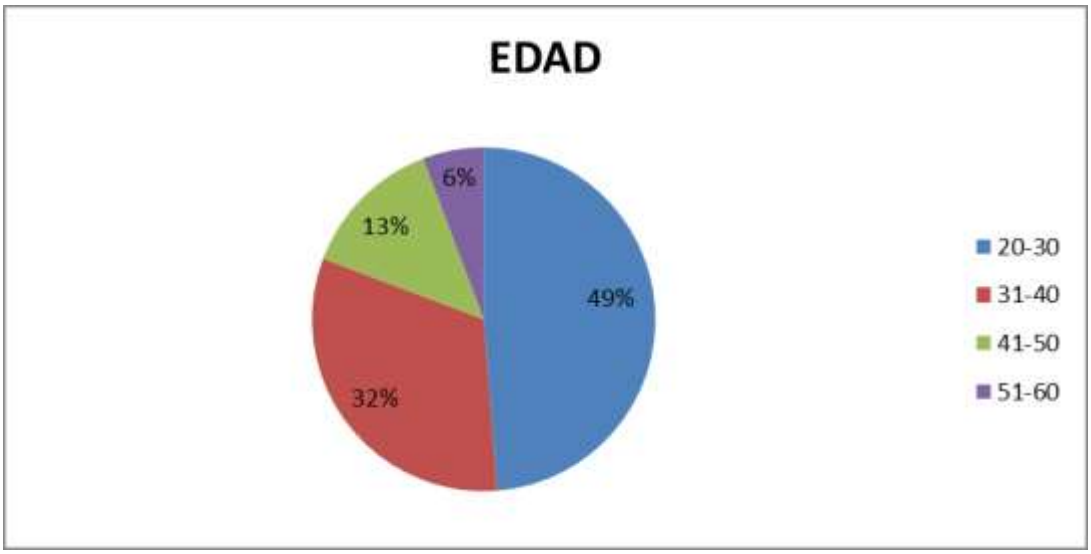
EDAD

Cuadro 3.

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20-30	195	49%
31-40	128	32%
41-50	54	14%
51-60	23	6%
TOTAL	**400**	**100%**

Fuente: Encuestados de la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias

Gráfico 3



Fuente: Encuestados en la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias

Análisis cuantitativo

De acuerdo a los resultados obtenidos el 49%, que representa a 195 encuestados, se ubican entre los 20 a 30 años de edad. El 32%, es

decir 128 personas, se hallan entre los 31 a 40 años. Un 14%, correspondiente a 54 consultados tienen entre 41 a 50 y un 6%, 23 interrogados de 51 a 60 años.

Análisis cualitativo

La mayoría de personas tienen una edad de entre veinte y treinta años, pues son jóvenes quienes tienen visiones distintas respecto al resto de interrogados con relación a la temática que se aborda. Otros se ubican de entre los treinta y uno a cuarenta años, quienes consideran que en la actualidad la Internet genera una gran influencia en la sociedad, otros se ubican en los cuarenta y uno a sesenta años, pues algunos aducen desconocer el manejo de la red, unos en cambio la manejan de manera general.

PROFESIÓN/ OCUPACIÓN:

Cuadro 4

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Profesionales	195	48,75%
No profesionales	100	25%
Varias actividades o emprendedores	105	26,25%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestados de la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias

Grafico 4.

Fuente: Encuestados de la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias

Análisis Cuantitativo

Se puede observar que el 48,75%, es decir 195 encuestados son profesionales, mientras que el 26,25%, que corresponde a 100 investigados no son profesionales y el 25%, que constituyen 105 consultados se dedican a varias actividades.

Análisis Cualitativo

Las personas encuestadas profesionales cumplen con actividades de docencia, de abogados, periodistas, empleados en distintas instituciones tanto públicas como privadas de la ciudad. Otros no cuenta con profesión alguna, pues la situación económica les ha obligado a emprender en otras diligencias, ya como comerciantes, vendedores informales, conductores o simplemente han montado sus propios negocios para poder subsistir.

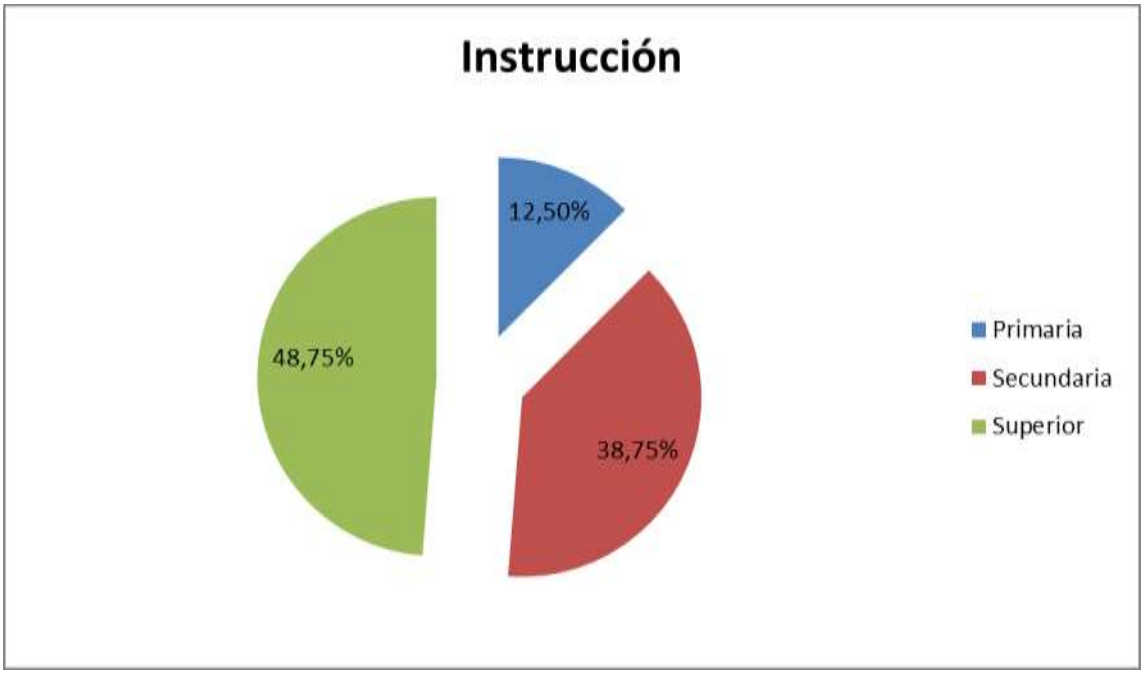
NIVEL DE INSTRUCCIÓN

Cuadro 5

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Primaria	50	12,5%
Secundaria	155	38,75%
Superior	195	48,75%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestados de la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias

Gráfico 5.



Fuente: Encuestados de la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias

Análisis Cuantitativo

Del total de encuestados, el 48,75%, es decir 195 personas tienen instrucción superior. El 38,75% que representa a 155 consultados tienen nivel secundario y un 12,5%, que corresponde a 50 personas cuentan con educación primaria.

Análisis Cualitativo

La mayoría de consultados, cuentan con título profesional, el mismo que lo han obtenido en distintos centros de educación superior, el que les permite trabajar en distintas áreas. Un porcentaje menor tienen educación secundaria, pues no han podido continuar educándose por motivos económicos, en tanto un pequeño número de investigados cuentan con educación primaria, por cuestiones de trabajo no han podido alcanzar otros niveles de formación que les permita contar con mejores oportunidades de vida y así contribuir al desarrollo de la colectividad.

Datos específicos

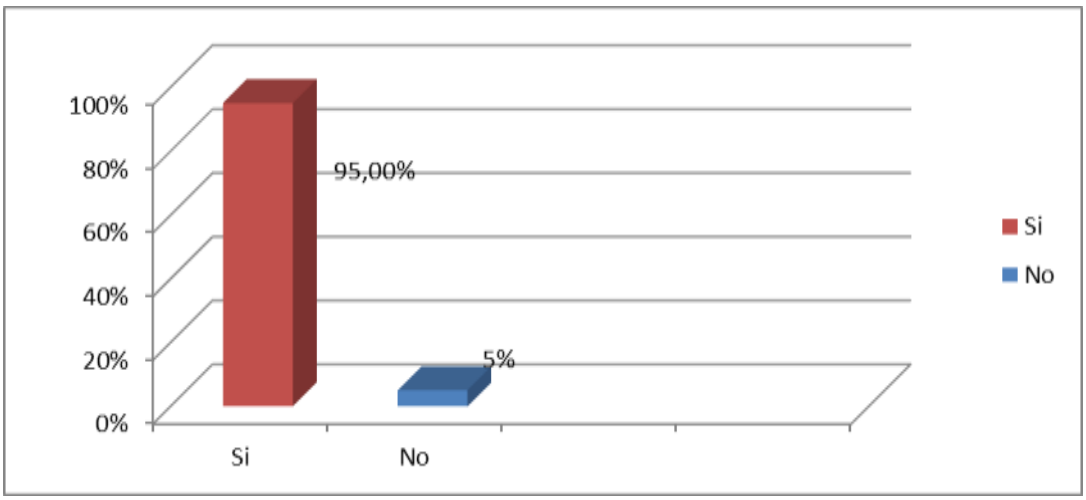
1. **¿Considera usted que las nuevas tecnologías como: los videos juegos, la computación, la Internet, las redes sociales, teleconferencias y otras, influyen en el comportamiento de las personas que las utilizan y establecen contacto en la red?**

Cuadro Nro. 1

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	380	95%
NO	20	5%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestados de la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias

Gráfico Nro. 1



Fuente: Encuestados de la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias.

Análisis Cuantitativo

Del total de encuestados el 95% que representa a 380 personas señalan que sí, en tanto que apenas un 5%, es decir 20 consultados señalan no.

Análisis Cualitativo

A decir de los interrogados, si cambian de comportamiento al tener una visión diferente del mundo propiciado por el acceso a la Internet, redes sociales, videoconferencias, las que generan influencia en los individuos y sus conductas y por los efectos que causa la Red, al momento de su utilización. La afirmación es negativa para otros al sostener, que todo depende de la utilización que cada individuo dé a las herramientas Web o a las comunicaciones que por este medio se emiten, es decir todo

depende del nivel de disposición que tenga la persona al momento de consumir los mensajes.

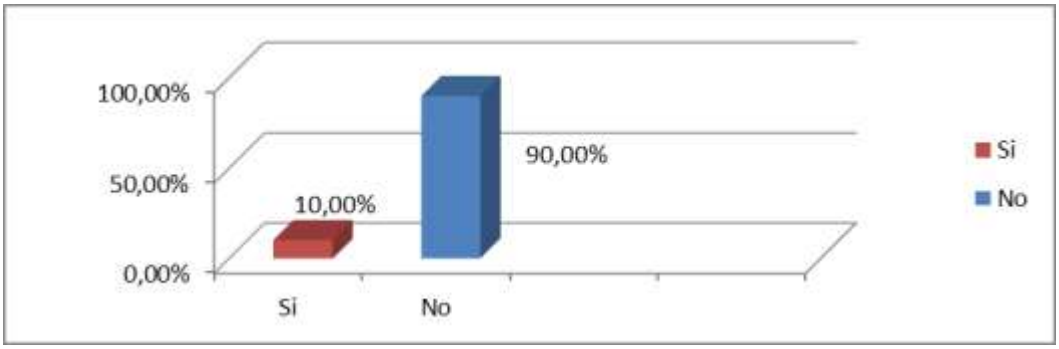
2. ¿En su opinión, los periodistas de la ciudad de Loja que usted conoce, tienen conocimientos actualizados en computación, internet, redes sociales, teleconferencias y otras tecnologías de la comunicación?

Cuadro Nro. 2

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	40	10%
NO	260	90%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestados de la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias

Gráfico Nro. 2



Fuente: Encuestados de la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias

Análisis Cuantitativo

Del total de encuestados, el 90%, es decir 360 personas sostienen que los periodistas profesionales conocidos no están actualizados en materia de nuevas Tecnologías de Información y Comunicación. El 10%, esto es 40 responden afirmativamente.

Análisis Cualitativo

Las versiones dadas a la presente interrogante son claras al indicarse que los periodistas profesionales de esta localidad no están actualizados en materia del manejo de las nuevas herramientas tecnológicas, porque desconocen de su uso o no están capacitados para ello. Otros responden afirmativamente por cuanto varios de ellos se hallan en las redes sociales, pero desconocen si las utilizan para enviar o recibir información periodística.

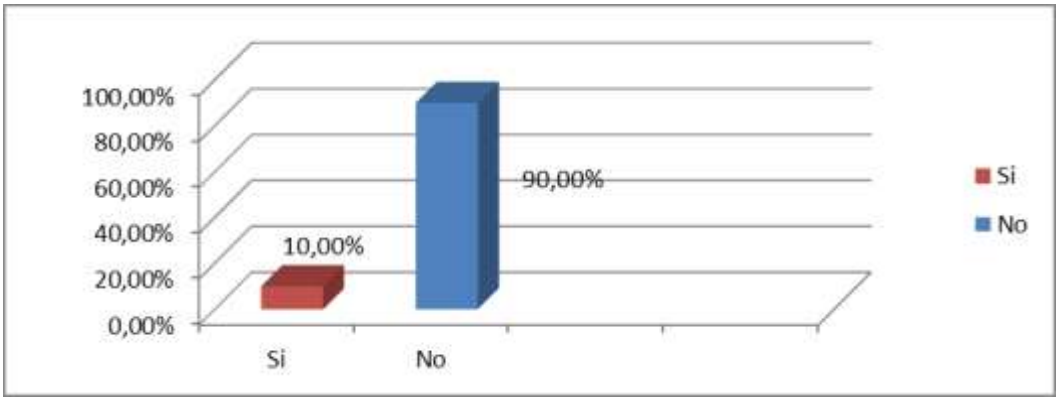
3. **¿Conoce usted si los comunicadores sociales profesionales tienen experiencia en el manejo de herramientas informáticas como la web 2.0 y web 3.0?**

Cuadro Nro. 3

VARIABLES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
SI	40	10%
NO	360	90%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestados de la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias

Gráfico Nro. 3



Fuente: Encuestados de la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias

Análisis Cuantitativo

De las 400 encuetas aplicadas al universo investigado, la gran mayoría, esto es el 90% que corresponde a 360 personas, sostienen que los comunicadores profesionales graduados en los centros de educación superior locales, desconocen del uso de las herramientas Web. 2.0 y 3.0, otros sostienen que sí conocen y hacen uso de ellas.

Análisis Cualitativo

Los criterios vertidos a esta interrogante indican que los profesionales en Comunicación Social, graduados en las universidades locales, en su mayoría desconocen del manejo de las herramientas Web 2.0 y 3.0, al ver, la falta de capacitación en esta materia o la limitada práctica de sus conocimientos adquiridos en los centros de educación superior, impiden el mismo. Otros consideran haber sido preparados, por lo tanto manejan los instrumentos tecnológicos. De acuerdo a las opiniones de los encuestados aseguran que los centros de educación superior no cuentan con laboratorios modernos para su formación o si los hay no son actualizados, lo que se constituye en una limitante, por lo tanto es necesario se capacite a los comunicadores dentro de esta área.

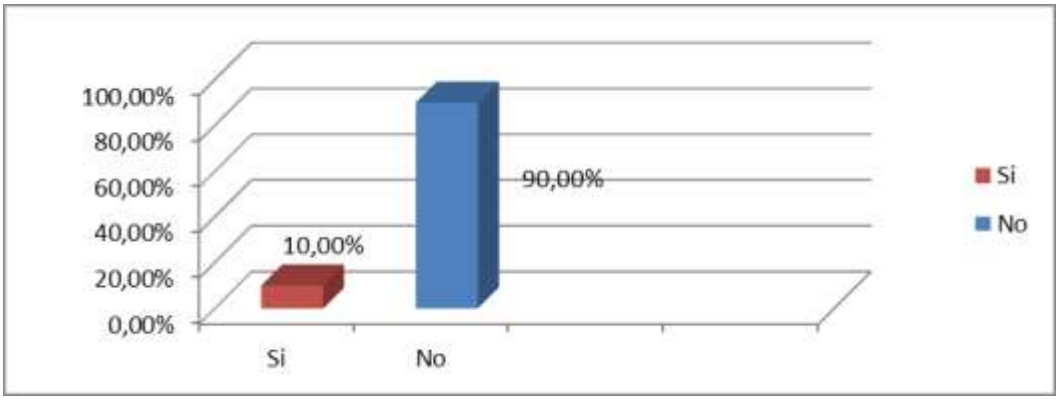
4. ¿Usted considera que los periodistas de la ciudad de Loja para elaborar sus noticias investigan antecedentes en la Internet?

Cuadro Nro. 4

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	40	10%
NO	360	90%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestados de la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias

Gráfico Nro. 4



Fuente: Encuestados de la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias

Análisis Cuantitativo

A la presente interrogante, el 90% de investigados, es decir 360 personas, señalan que los profesionales de la comunicación de esta ciudad no investigan en la Red. Un porcentaje menor de 40 personas, responden afirmativamente, es decir el 7,90%.

Análisis Cualitativo

Según las versiones de los encuestados, los profesionales de la comunicación social en Loja, no investigan en la red al momento de efectuar su trabajo y tampoco obtienen sus fuentes por esta vía, en virtud, que la agenda es entregada por los editores o directores de los medios, al ser una política de las empresas periodísticas, pues no se hallan preparados como periodistas digitales. Otros indican estar involucrados directamente en la red al momento de ejecutar sus tareas periodísticas, pues ello les permite mayor agilidad en su trabajo.

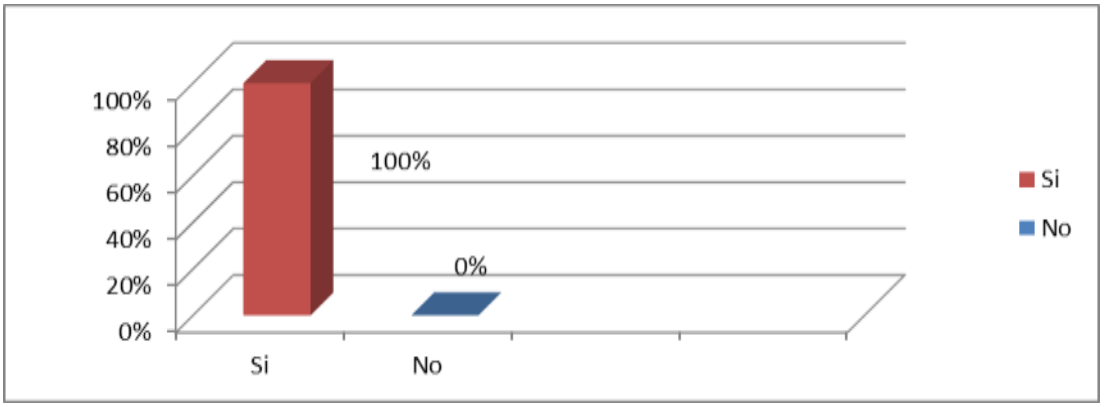
5. ¿Cree usted que si los periodistas de la ciudad de Loja utilizarían las nuevas tecnologías de la comunicación, podrán contribuir a la generación de una nueva estructura social?

Cuadro Nro. 5

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	400	100%
NO	00	00%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestados de la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias.

Gráfico Nro. 5



Fuente: Encuestados de la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias.

Análisis Cuantitativo

El 100% de encuestados, es decir 400 personas, sostienen que si podrían actuar como comunicadores digitales y contribuirían a generar una nueva estructura social.

Análisis Cualitativo

Los investigados sostienen que los comunicadores profesionales al momento de manejar las nuevas Tecnologías de Comunicación e Información, además de ser capacitados dentro de periodismo digital o ciberperiodismo, actuarían como periodistas digitales y contribuirían a la generación de una nueva estructura social porque se trata de un sistema de relaciones entre individuos, organizaciones y grupos sociales, por ejemplo el cultivo de los valores humanos, como parte de la convivencia del sujeto, además porque el manejo adecuado de las herramientas

tecnológicas les permitiría, analizar de mejor manera lo que sucede en el entorno de la sociedad.

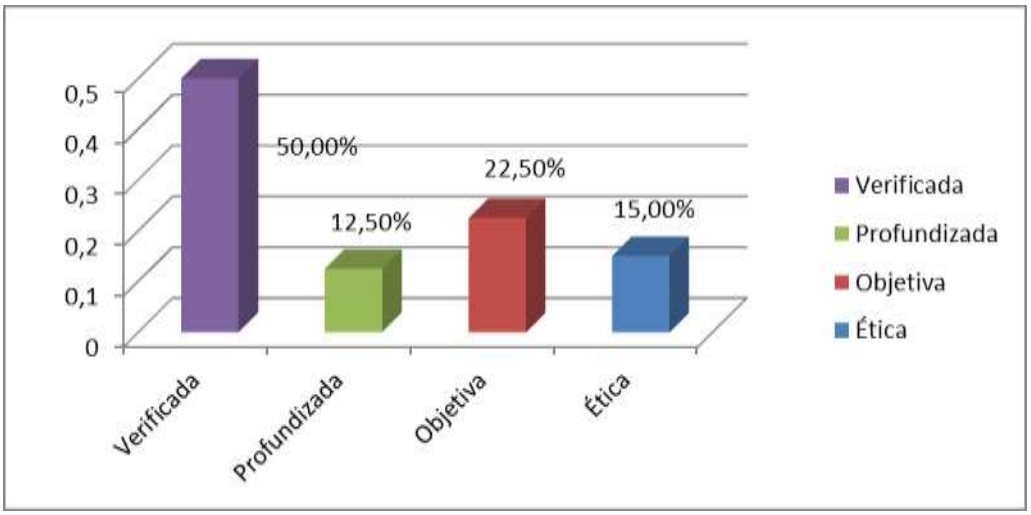
6. ¿Cree que el manejo de la información digitalizada debe ser:

Cuadro Nro. 6

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Verificada	200	50%
Profundizada	50	12,5%
Objetiva	90	22,5%
Ética	60	15%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestados de la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias.

Gráfico Nro. 6



Fuente: Encuestados de la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias.

Análisis Cuantitativo

En esta pregunta, el 50%, es decir 200 personas, indican que la información digitalizada debe ser verificada. 50 consultados, que representa el 12,5%, se inclinan por la profundidad. El 22,5% que

corresponde a 90 interrogados, prefieren sean objetivas y el 15%, éticas, en un total de 60 individuos.

Análisis Cualitativo

Los investigados se inclinan por una información verificada, en virtud de que en ocasiones las informaciones no son verídicas, y más bien son construidas en base a rumores, por lo tanto se debería hacer una constatación sobre la veracidad de las mismas. Criterios de otros consultados sostienen que deberían ser manejadas en forma objetiva y ética. Además debe existir profundidad, al ser en ocasiones estructuradas de manera superficial.

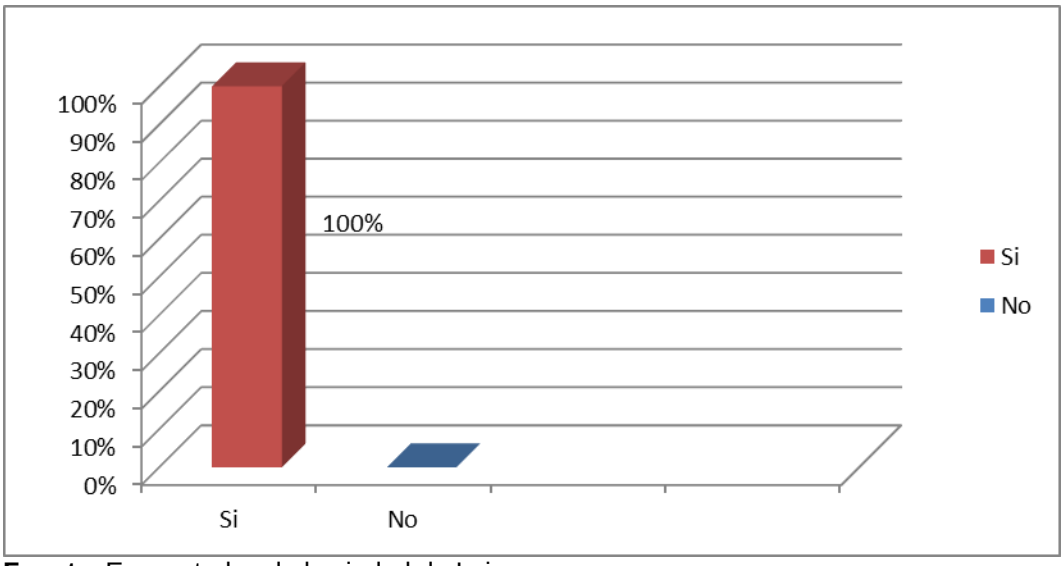
7. ¿Considera usted que las escuelas de comunicación social deben capacitar a los futuros profesionales de la comunicación en la creación de blogs, por ejemplo como parte de las nuevas Tecnologías de Comunicación e Información?

Cuadro Nro. 7

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	400	100%
NO	00%	00%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestados de la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias.

Gráfico Nro. 7



Fuente: Encuestados de la ciudad de Loja
Investigador: Wilson René Ramón Arias.

Análisis Cuantitativo

El 100% de interrogados, es decir 400 personas, afirman que sí, se debería capacitar a los futuros profesionales de la comunicación social, en materia de nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, como en la creación de blogs por ejemplo como una herramienta, que permita mejorar los procesos comunicacionales.

Análisis Cualitativo

Las opiniones vertidas a esta interrogante indican que las escuelas de comunicación de las universidades locales, deben capacitar a los futuros profesionales en el área de nuevas Tecnologías sobre Comunicación e Información, por cuanto ello constituye una limitante al momento de ejercer su profesión, porque no se los forma académicamente en esta área, consecuentemente no están contribuyendo a la generación de una nueva estructura social, por ello es

necesario que los futuros profesionales puedan conocer de cerca cómo crear espacios de interacción como un blog por ejemplo.

ANÁLISIS CUALITATIVO DE ENTREVISTAS

Con el propósito de obtener información confidencial, se aplicaron entrevistas a directivos de los medios de Comunicación Social de la localidad, José Sánchez, diario Centinela, Armando Paladinez, Editor El Mercurio, catedrático Universidad Técnica Particular de Loja, Jorge Cordero quien imparte conocimientos sobre Ciencia y Tecnología, Presidente del Colegio de Periodistas y Presidenta de la Unión Nacional Pablo Sanmartín y Norma Riofrío, núcleo de Loja, en un total de cinco entrevistas, integradas con un máximo de 12 interrogantes.

1.- **¿Considera usted que los profesionales de la comunicación social lojanos, actúan como comunicadores digitales?**

De acuerdo con las respuestas obtenidas de los entrevistados, los criterios coinciden en el sentido de señalar que los profesionales de la Comunicación Social lojana, no actúan como periodistas digitales, pues no están actualizados en materia de las nuevas Tecnologías de Comunicación e Información, en su mayoría aún practican el periodismo tradicional o laboran en estos medios de comunicación. Según sus criterios uno de los problemas que se evidencia es que cuando están en proceso de formación no reciben este tipo de capacitación en las aulas

universitarias, constituyéndose en una gran falencia al momento de ejercer su trabajo.

2.- **¿Cree usted, que los profesionales de la comunicación social conocen de las principales herramientas Web 2.0 al momento de desarrollar su trabajo?**

Muchos comunicadores sociales ocupan su tiempo en leer, ver y oír informaciones en los medios tradicionales, pues no hacen uso de las nuevas tecnologías, bagaje inmenso de posibilidades que debe ser aprovechado. En su criterio, afirman que si bien usan la Internet, es para entretenerse en unos casos, otros emplean las redes sociales, para chat, ver fotos, videos y compartir con amigos al no tener claro el panorama sobre el uso de las herramientas Web, cuando estas deben ser aprovechadas para comunicar e informar periodísticamente. Muchos de ellos no se atreven a crear un blog, cuentas electrónicas, página Web digitalizada, porque no están preparados para hacerlo, entonces difícilmente se las podría aplicar en el procesamiento de la información.

3.- ¿Considera usted que los profesionales de la comunicación social, son capacitados en las escuelas de comunicación sobre las nuevas tecnologías de información y comunicación?

Según los entrevistados, las escuelas de Comunicación Social de las universidades locales, deberían ser las primeras en actualizarse e

implementar en su pensum de estudio, cómo hacer uso de las nuevas Tecnologías de Comunicación e Información, (TICS), porque algunos de ellos también se formaron en estos centros de Educación Superior y durante el transcurso de su preparación no recibieron capacitación en esta área, pese a estarse viviendo una nueva era comunicacional.

4.- ¿Según su criterio, el uso de las nuevas tecnologías de comunicación e información generan cambios de comportamiento en los individuos?

Según los entrevistados el cambio de comportamiento en los individuos es notable, consideran que por lo menos dos horas al día utilizan la Internet, como: redes sociales, para realizar compras, ver fotografías, videos y chatear; además de la inmensidad de mensajes publicitarios que se encuentran en línea, también se encuentran toda clase de videos que están a la disposición, y un individuo que no tenga una buena opinión con relación a la información que encuentra en la red, fácilmente puede cambiar de actitud, por la infinidad de códigos y símbolos que se encuentran, desde ahí su influencia, esto ha traído como resultado que las interacciones entre seres humanos se vuelvan en su mayoría de forma virtual, ya no son interpersonales, además de qué se puede recibir una influencia personal del individuo que se halla al otro lado de la red.

5.- ¿Cree usted que los profesionales de la comunicación social de Loja, hacen uso de la red para encontrar sus fuentes?

Las respuestas de los entrevistados son coincidentes en el sentido de señalar de que los comunicadores sociales no acuden a la red para obtener sus fuentes, pues la tecnología está al alcance de todos, pero algunos aún no están familiarizados con la red, por lo tanto se necesita contar con comunicadores especializados en esta área, sin embargo algunos todavía elaboran la información en forma tradicional, por falta de conocimientos con relación al manejo adecuado de las nuevas herramientas tecnológicas.

6.- ¿Según su concepción el uso de las herramientas digitales por parte de los profesionales de la comunicación social lojanos, contribuyen a la generación de una nueva estructura social?

La enseñanza sobre las nuevas Tecnologías de Comunicación e Información demanda que los futuros profesionales de la comunicación y los que están en proceso de formación ayuden en la generación de una nueva estructura social, sin dejar de lado el manejo adecuado del lenguaje digitalizado. Pues el periodismo en sus bases teóricas sigue siendo el mismo, las funciones y responsabilidades del periodista no han cambiado, se debe enfrentar al surgimiento de un nuevo medio como es

la plataforma virtual, que permite la convergencia de los instrumentos periodísticos para informar; y, por ende la contribución para la sociedad sería enorme, al tenerse un mejor conocimiento de la realidad.

Por cuanto, según criterio de los entrevistados, la nueva estructura social garantizará formas diferentes de vida, al constituirse por individuos que se relacionan entre sí, pero no en la individualidad, sino en la totalidad, es decir que lo importante es la integración de los sujetos, las organizaciones y grupos, entendiéndose como un todo, al mismo sostienen que la estructura social, está en constante modificación porque está integrada por grupos humanos que tienen diferentes percepciones de la realidad social.

En este marco consideran que los comunicadores, a través del uso adecuado de los recursos digitalizados contribuirán al establecimiento de una nueva estructura social, al constituirse en un grupo influyente en la sociedad, porque se estarían convirtiendo además en periodistas digitales.

Un ejemplo, de acuerdo con las opiniones de los consultados, es la convocatoria que realizaron por medio de las redes sociales el grupo de los indignados, que fue tomando fuerza no solo a nivel de España, sino en varios países del mundo, independientemente de la forma individual de comprender al sistema económico, social, político y democrático.

7.- ¿Según usted, es necesario se propenda al establecimiento de espacios en la red para periodistas profesionales?

De acuerdo con las opiniones de los entrevistados, es indispensable que se abran espacios en la Web, cada uno será el responsable de su manejo, tomando en consideración la forma que se les desee dar o lo que se pretenda conseguir, porque será un espacio único que les permitirá interactuar.

La creación de estos sitios digitalizados ayudaría a los comunicadores sociales a enviar la información en tiempo real, a cualquier parte del mundo, además ésta no podría ser tergiversada, sino más bien verificada y manejada con ética profesional, además podrán enviar y recibir mensajes, independientemente de la temática que se aborde.

8.- ¿Cree que el no fortalecimiento de una nueva estructura social, se debe a que los periodistas profesionales y medios de comunicación, locales desconocen del buen manejo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación?

En su criterio los entrevistados indican que una gran mayoría de periodistas profesionales no manejan adecuadamente las herramientas tecnológicas, lo que afecta a la generación de una estructura social diferente, considerada ésta como un sistema de interrelación entre

organizaciones, grupos e individuos, pues, para ellos éstos no han sido preparados en esta materia por parte de los centros de educación Superior donde recibieron su formación.

En este sentido y según opinión de los interrogados, los profesionales de la comunicación y los medios, al constituirse en impulsadores del desarrollo colectivo, deberían capacitarse o actualizarse en materia del uso adecuado de las nuevas tecnologías de comunicación e información.

g. DISCUSIÓN

Objetivo General

- **Determinar si los trabajadores de la comunicación social profesionales de Loja, actúan como comunicadores digitales y contribuyen en la generación de una nueva estructura social.**

El presente objetivo se verifica con los resultados de la pregunta 5 de la encuesta que señala ¿Cree usted que si los periodistas de la ciudad de Loja utilizarían las nuevas tecnologías de la comunicación, podrán contribuir a la generación de una nueva estructura social? donde el 100% de individuos sostienen que los comunicadores profesionales al momento de manejar las nuevas Tecnologías de Comunicación e Información actuarán como periodistas digitales y contribuirían a la generación de una nueva estructura social, entendida esta como la integración a un sistema de relación entre individuos, organizaciones y grupos sociales, por lo tanto se comprenderá de una mejor manera a la realidad.

Objetivos Específicos

- **Establecer si los nuevos adelantos de la tecnología influyen en el comportamiento social de los individuos.**

Mediante los resultados de la pregunta 1 de la encuesta se verifica al consultarse ¿considera usted que las nuevas tecnologías como: los videos juegos, la computación, la Internet, las redes sociales, teleconferencias y otros, influyen en el comportamiento de las personas que las utilizan? donde el 95% de interrogados sostienen que el ser humano cambia de comportamiento en el momento que se hace uso de las nuevas tecnologías como: la Internet, redes sociales, videoconferencias por la influencia que éstas ejercen, al momento de que los seres humanos consumen la gran cantidad de información que circula a través de la red y otros instrumentos tecnológicos.

- **Conocer si los comunicadores sociales profesionales lojanos, conocen del manejo de las herramientas web 2.0 en la elaboración de la información.**

El presente objetivo es verificado por medio de la pregunta 3 de la encuesta, al consultarse ¿Conoce usted si los comunicadores sociales profesionales tienen experiencia en el manejo de herramientas informáticas como web 2.0 y web 3.0? a lo que el 90% de consultados afirman que los profesionales en Comunicación Social, graduados en las universidades locales, en su mayoría desconocen del uso y manejo de las herramientas tecnológicas, por cuanto, no han sido capacitados en el área

o no han puesto en práctica los conocimientos por ellos adquiridos, por lo tanto es limitado su empleo al momento de preparar la información.

- **Verificar cómo los periodistas profesionales de Loja, encuentran sus fuentes a través del uso de la red y el manejo que deben dar a la información digitalizada.**

El presente objetivo se logra gracias a los resultados de la pregunta 4 de la encuesta donde se consulta ¿usted considera que los periodistas de las ciudad de Loja para elaborar sus noticias investigan en la Internet?, pues el 90% indican que los periodistas para procesar la información deben obtener fuentes confiables, para hacer sus noticias, además de hacer uso de la tecnología que está al alcance de todos, pese a que algunos aún no están familiarizados con la red.

- **Propender al establecimiento de nuevos espacios en la red para periodistas profesionales.**

Con las respuestas de la interrogante 7 de la entrevista al preguntarse ¿según usted, es necesario se propenda al establecimiento de espacios en la red para periodistas profesionales?, pues se verifica, al afirmarse que los comunicadores sociales deben abrir nuevos espacios en la red, los mismos que serán manejados de manera ética y responsable por cada uno de ellos como profesionales en el área, lo que

les beneficiaría enormemente porque les permitirá interactuar con sujetos de cualquier parte del mundo y en tiempo real, a más de ello se puede intercambiar información mediante el uso de las nuevas tecnologías.

Contrastación de hipótesis

El no fortalecimiento de una nueva estructura social en Loja, se debe a que los comunicadores sociales profesionales, y los medios de comunicación desconocen del buen manejo de las nuevas tecnologías de comunicación e información, como Internet, para la transmisión de la información.

La presente hipótesis se comprueba con la pregunta 2 de la encuesta al preguntar ¿En su opinión, los periodistas de la ciudad de Loja que usted conoce, tienen conocimientos actualizados en computación, Internet, redes sociales, teleconferencias y otras tecnologías de la comunicación? donde el 90% de consultados indican que los comunicadores sociales desconocen del manejo adecuado de las nuevas Tecnologías de Comunicación e Información, si bien es cierto algunos profesionales de la comunicación hacen uso de la Internet, pero no para publicar información que coadyuve a la generación de una nueva estructura

social, sino sólo para chatear, ver fotografías, videos y compras, por lo tanto no hay fortalecimiento de una nueva estructura social.

Asimismo, durante el trabajo de campo que se ejecutó para avanzar en el proceso de investigación, fue evidente que muchos de los encuestados, entre ellos profesionales, no profesionales y otros que se dedican a distintas actividades desconocían del uso de las herramientas tecnológicas. Se comprobó además que no conocen acerca de las herramientas Web 2.0 y 3.0; en cambio hablaban de las redes sociales, especialmente de Facebook. Al interrogarles como las usan, sus respuestas eran para hacer amigos a través del chat, cuando es público que esta red social, al igual que Twuitter y otras son parte de la Web 2.0.

h. CONCLUSIONES

1) Los profesionales de la comunicación de la ciudad de Loja no actúan como comunicadores digitales, por cuanto no están preparados para aquello, usan las redes pero no para compartir información sino para entretenimiento, como chatear con amigos de cualquier parte del planeta.

2) El uso de las nuevas herramientas tecnológicas influyen en el comportamiento de las personas al momento de su uso, debido al tiempo que dedican a las redes, desde las cuales se generan procesos de interrelación entre individuos, organizaciones y grupos sociales.

3) Por medio de la investigación de campo se concluye que los comunicadores sociales profesionales no tienen experiencia en el manejo de las herramientas informáticas como Web 2.0 y 3.0.

4) Conforme a los resultados del trabajo de campo se puede afirmar que los periodistas de la ciudad de Loja no investigan en la Internet para elaborar sus notas informativas.

5) Los resultados arrojados de la investigación de campo indican que la información no es verificada, profundizada ni manejada

éticamente antes de ser procesada, por lo tanto existe su tergiversación y sobre todo hacer un manejo adecuado de las herramientas Web 2.0.

6) El uso de los espacios de comunicación digital en la Web por parte de los profesionales de la comunicación social de esta localidad son muy importantes, ya que les permite interactuar y compartir información.

7) Las escuelas de comunicación social de las universidades locales no capacitan a sus alumnos sobre el manejo de las nuevas Tecnologías de Comunicación e Información, sobre todo en aspectos relacionados con la Web 2.0 y 3.0, ello se evidencia en el desconocimiento que tienen respecto a su utilización.

i. RECOMENDACIONES

1) Se recomienda a los comunicadores sociales profesionales de Loja capacitarse en las nuevas tecnologías de la Comunicación e Información para su uso correcto, porque deben ser los primeros en actualizarse en esta rama, y de esta manera contribuyan a los cambios sociales que exige la sociedad actual.

2) Es preciso que los comunicadores sociales profesionales y usuarios de la Internet, realicen su agenda y la lleven a efecto, ya que el comportamiento varía en cuanto a sus hábitos. Con la finalidad de que se pueda cumplir a cabalidad sus responsabilidades con la sociedad.

3) Se sugiere a los periodistas profesionales de la localidad buscar formas para capacitarse en materia de herramientas tecnológicas como Web 2.0 y Web 3.0, en virtud de que en la actualidad es una necesidad imperiosa su uso.

4) Es necesario que los periodistas profesionales de la ciudad de Loja, investiguen en la Internet, antes de que construyan sus informaciones, aquello dará mayor credibilidad y objetividad a su trabajo.

5) Se recomienda a los profesionales de la comunicación social de Loja, hacer uso correcto de la Internet con la finalidad que la información pueda ser verificada y manejada de manera ética, antes de su procesamiento, a fin de evitar conflictos que puedan devenir por la mala elaboración de los mensajes comunicativos.
6) Se sugiere a los comunicadores sociales profesionales de esta ciudad, hagan uso de las herramientas Web 2.0 y 3.0, porque ello les permitirá contar con un espacio a fin de que contribuyan a la generación de una nueva estructura social, entendida ésta como la relación entre individuos, organizaciones y grupos sociales.

7) Se sugiere a las escuelas de comunicación social de las universidades locales implementar en su pensum de estudios asignaturas que lleven a descifrar los enigmas de la nueva era de la comunicación digital, por cuanto los comunicadores sociales en formación y profesionales deben conocer del manejo de las herramientas tecnológicas.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

"GUÍA PARA LA CREACIÓN DE BLOG PARA PERIODISTAS DIGITALES"

PROPUESTA

AUTOR:
Wilson René Ramón Arias

Loja-Ecuador
2011

PROPUESTA.

1. TEMA:

“GUÍA PARA LA CREACIÓN DE BLOG PARA PERIODISTAS DIGITALES”

2.- ANTECEDENTES

El papel que juegan las nuevas tecnologías, la importancia del uso y aplicación se hace cada vez más relevante, con el tiempo se han ido realizando estudios específicos que pretenden explorar el impacto de las nuevas tecnologías por parte de los periodistas y los medios de comunicación como la televisión, la radio, la prensa escrita.

En el ensayo Periodismo Digital. Una nueva etapa del periodismo moderno Sánchez (2008) afirma que con la aparición de los periódicos en línea se empezó hablar de periodismo digital y se cuestionó si esto es una nueva forma de hacer periodismo.

La Internet revolucionó la dinámica de los medios de comunicación masiva y lo que es periodismo digital y electrónico porque no solo es cuestión de la forma sino también del fondo de la comunicación. El periodismo digital, le recuerda al periodista el origen del periodismo como tal: la búsqueda de la verdad, la investigación exhaustiva, la transmisión de mensajes y realizar análisis. A través de este periodismo se habla de una cuarta etapa denominada la del periodismo global, conforme lo

corroboran las entrevistas realizadas a las personas conocedoras de la temática.

Es necesario señalar que los futuros periodistas deben aprender más sobre la naturaleza de los recursos a su alcance y un poco sobre lenguajes de programación. Hace veinte años era difícil pensar que cada persona podía tener un teléfono móvil y que pudiese ir con él de aquí para allá, es difícil tener la idea contraria.

De aquí a unos pocos años, todos deberemos tener una página personal en internet. La comunicación ya no será bidireccional, como lo que ocurre con el teléfono móvil, ("a" llama a "b" para dar una noticia) la información será multidimensional ("a" publica la noticia para todo el mundo), esto significa que todos podemos tener una herramienta eficaz para comunicarse de manera global.

Se trata de entender que el periodismo digital, es un enorme rompecabezas de aficionados que tienen un teléfono, una cámara y un espacio en línea, aunque se pretende decir que el periodismo digital no es una profesión sino más bien una serie de recursos y tendencias.

En este sentido, es importante que cada comunicador se prepare en el uso de herramientas digitales para que pueda enviar y recibir información en tiempo real.

Las nuevas tecnologías contribuyen de modo decisivo a la integración regional, la paz o la defensa de una lengua en común y

extender el acceso a medios culturales. Pese a ello hay que apropiarse de las nuevas tecnologías con prudencia y sobriedad, haciendo una vasta pedagogía social del uso y de la producción de nuevos medios.

Entonces, reconociendo en el comunicador social a un generador de contenidos por excelencia, es evidente que en la Web (el gran espacio disponible para una cantidad infinita de contenidos) y en los medios de comunicación tienen una oportunidad única de expansión. Indudablemente, con una adecuada formación que les permita comprender como intercambiar y organizar la información, ellos tienen los requisitos fundamentales y necesarios para ejercer su profesión, ya sea como profesionales de contenidos (que ciertamente lo son) o como periodistas digitales, disciplina profesional que nace precisamente en la Red.

La creación de un sitio Web, como el blog, es importante porque permitirá a los comunicadores sociales hacer publicaciones de noticias o artículos en orden cronológico, con espacios para comentarios y discusión. Este es un fenómeno que está presente en casi todas las sociedades, a nivel del mundo, puesto que determina la navegación y el intercambio directo con especialistas acerca de diversas temáticas y mediante el contacto los contenidos se enriquecen.

Además les permitirá reconstruir o mantener, los vínculos que alguna vez se establecieron físicamente. La red se ha convertido en ese

tercer lugar entre el mundo privado y el mundo público, así como les permitirá seguir construyendo nuevos vínculos. Este se convertirá en el nuevo espacio virtual en los que se relacionarán y donde se podrá construir su propia identidad en la medida que se permita el flujo de información en función de sus intereses y la de los demás.

En este sentido, si Internet está cambiando los modos de acceso a la información por parte de los usuarios, se revoluciona también el proceso de comunicación tradicional, generando reformas sustanciales en aspectos como: la economía, política, religión y la ciencia, así como en las empresas de comunicación, cómo no podría significar entonces cambios dentro del perfil del comunicador.

En el artículo “Yo periodista Digital”, de diario El País, (2007), nace el espacio “Yo Periodista”, con lo que se da acceso a cualquiera que tuviera una noticia y sepa contarla, pues no se trata de opinar sino también dar información a los lectores, es un medio en línea, dando un gran salto en la plataforma en Internet con toda su complejidad y acceso, porque además existe la interactividad que allí se proporciona.

3.- JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo se justifica socialmente en vista de que con la creación del blog, como una guía para periodistas digitales, les permitirá interactuar con varias personas, además les servirá para enviar y recibir información que será de interés para el colectivo, y en este sentido compartir intereses, necesidades y preocupaciones. Es decir que la creación del sitio Web permitirá las relaciones humanas en formato digital. Aquí la comunicación entre las personas es lo primordial y el compartir es el valor más importante.

El blog podrá ser manejado por los periodistas profesionales y de esta manera se promoverá la interacción informativa, porque es un espacio que brinda la plataforma en la red para poder relacionarse con personas, organizaciones y grupos de cualquier parte del mundo, pues es una oportunidad para que los periodistas profesionales de la ciudad de Loja, puedan inmiscuirse en este proceso de interactividad que se oferta. La Internet, es un medio que permite la comunicación de muchos a muchos en tiempo escogido y a escala global, pues actualmente las principales actividades económicas, sociales y políticas del planeta se están estructurando vía internet, desde ahí la importancia de la creación del blog.

Pues, Internet juega un papel fundamental en esta denominada era de la información, es a través de ella que las personas la reciben en forma

más rápida, económica y eficaz, pues la comunicación e interacción es lo que la Internet ha venido a facilitar a un bajo costo, cada día se incrementan las herramientas y los servicios, permite a los individuos estar más conectadas.

Sintetizando se puede decir que, es un sitio de educación social, destinado a personas de todas las edades y de diferentes sexos que tengan la necesidad de conocer lo que sucede en su entorno, por medio de un espacio virtual.

4.- OBJETIVOS

4.1. Objetivo General

- Establecer una guía para creación de un blog para periodistas digitales, que contribuya a generar una interacción entre individuos, grupos y organizaciones; y, así mejorar la tarea informativa y comunicativa de los comunicadores sociales profesionales.

4.2. Objetivos Específicos

- Fortalecer los procesos comunicativos por medio del manejo de las herramientas Web 2.0, por parte de los comunicadores sociales profesionales de la ciudad de Loja, a fin de que promuevan la construcción de una nueva estructura social.

- Procurar que por medio de la guía para creación del blog, los comunicadores sociales profesionales de la ciudad de Loja, se constituyan en periodistas digitales y de esta manera contribuyan a lograr nuevos cambios en la sociedad.

- Motivar a los comunicadores sociales para que abran sus propios espacios de interactividad, en la red y de esta manera puedan enviar y recibir información a y desde cualquier parte del mundo, lo

que constituirá en un valioso aporte para el desarrollo de una nueva estructura social.

5.- VIABILIDAD O FACTIBILIDAD

Es viable guía de creación de blog para periodistas digitales, por cuanto se constituirá en un espacio de investigación que estará en función de los individuos que lo manejen, además en él se colocarán los contenidos que las audiencias necesitan conocer, desde ahí su importancia para el colectivo.

Este sitio Web permitirá a los comunicadores sociales mejorar los procesos informativos por ello su factibilidad, porque se establecerá como un recurso que contribuirá al mejoramiento de la sociedad, en vista que la revolución digital integra y aísla a los individuos, organizaciones y grupos sociales, en muchos de los casos. Además estará manejado por los propios periodistas. Los contenidos serán básicamente informativos que serán estructurados profesionalmente y podrán ser visitados por distintos públicos, independientemente de su nivel económico o pertenencia social. Conforme se lo señaló anteriormente los responsables de la guía serán los propios comunicadores sociales, pues ellos manejarán la información, a fin de irla renovando constantemente.

6.- PASOS PARA CONVERTIRSE EN PERIODISTA DIGITAL

Las instituciones educativas deberían preparar a los estudiantes para ser periodistas digitales, tomando en consideración algunas recomendaciones o pasos, que a continuación se detallan.

1. **Los periodistas deben estar inmersos en la cultura digital.** Tienen que saber usar una amplia gama de herramientas digitales que están en constante evolución. Los periodistas deben estar preparados para evolucionar con ellas.

2. **Los periodistas podrían entender la base de los diferentes medios.** Deberían producir textos, audios, fotos y vídeos digitalizarlos y subirlos a la red, o al menos tener una preparación mínima en cada soporte. Ser capaces de producir contenidos relativamente sencillos para todos, y estar especializados en al menos uno de ellos.

3. **Contar con un conocimiento de las técnicas de la narración multimedia** que les permita ser capaces de contar sus historias combinando diferentes soportes.

4.- Deben **coordinar o liderar comunidades online.** La creación de una o varias en torno a un medio es fundamental. En un mundo online, en el que los usuarios son urgidos por doquier a compartir su contenido, sean textos, imágenes o vídeos, resulta esencial que los comunicadores sepan cómo crear, inspirar y extender una sociedad virtual.

5.-. **Los periodistas deben ser capaces de leer e interpretar estadísticas de tráfico y datos de usuarios,** pues se generan en tiempo real, tienen que estar preparados para aprender de los datos y adaptarse a ellos, ser capaces de asumir el papel de auto-editor**;** y, publicar su propio material.

6.- **Deberían estar preparados para entender y adaptarse al trabajo de los equipos de desarrollo tecnológico.** Aunque procedentes de una cultura profesional diferente, los constructores están siendo integrados cada vez más en el corazón de las redacciones y están aportando asombrosas nuevas formas para presentar las historias y los datos.

7.- **Estar familiarizados con los ciclos de vida de la información, porque** ya no es producida sólo por una publicación o un medio. Es almacenada en bases de datos a las que se accede a través de una variedad de conexiones.

En resumen: un periodista bien preparado debe situarse en medio del cruce de caminos entre el reporterismo tradicional, el friki tecnológico y el de marketing. Y las instituciones educativas deben seguir respondiendo al importante desafío que este planteamiento les exige. El periodismo multimedia y online ya no puede seguir jugando un papel de segundón, tras el “glamour” de los medios impresos o la televisión.

7.- ¿QUÉ ES UN BLOG?

Un blog es una herramienta necesaria para los periodistas y entender cómo funciona es igualmente importante. No puede ser sólo un reproductor de documentos, tiene que ser un espacio en el que el periodista digital cree y genere un enlace con sus posibles lectores.

Características de los blogs

1.- Actualización: Frecuente, escrita en estilo de conversación y mostrada en orden cronológico inverso.

2.- Enlaces: Direcciones de otras noticias e información encontrada por el blogger o periodista en la red y complementada con el análisis del dueño del blog.

3.- Comentarios: Los comentarios de los lectores –y la participación del autor en los mismos- permiten acercar a los lectores a la noticia. Aunque no todos los blogs permiten comentarios, deberían.

Pasos para crear un blog

1.- Primero: se entra a Blogger

2.- Luego de haber entrado a Blogger.com se empieza a crear la cuenta, se hace click en crear blog, posteriormente se incluyen los datos personales como correo electrónico contraseña, nombre, cumpleaños, la verificación de la palabra clave y por último se chequea la casilla de aceptación de las condiciones de uso.

3.- Seguidamente se incluye un nombre y URL (lo que se escribirá para entrar al blog), se puede colocar el nombre que se quiere, solo se debe de apretar en comprobar disponibilidad, para darse cuenta que nadie tenga esa URL.

4.- Además puede ser que de vuelta le pidan ingresar unas letras de seguridad, y deberá buscar las más adecuadas.

5.- Pasado este paso en la guía de cómo hacer un blog, se deberá elegir una plantilla, dependiendo de la que se escoja, el blog se verá distinto, así que se tiene que buscar la que más guste y se adapte a su personalidad.

6.- Si se cumplieron correctamente todos los paso, aparecerá una ventana, indicando que su blog ya está creado y listo para empezar a escribir.

7.- Si se sigue al pie de la letra todos los pasos, se podrá tener no solo un blog, si no todos los que se desee y sin dificultades.

Lo que permite un blog.

1.- Interdependencia.- Es un espacio de libertad, el un único censor es uno mismo.

2.- Interactividad.- Mediante los comentarios se puede saber que opinan los lectores, de lo publicado, ellos son la fuerza del blog.

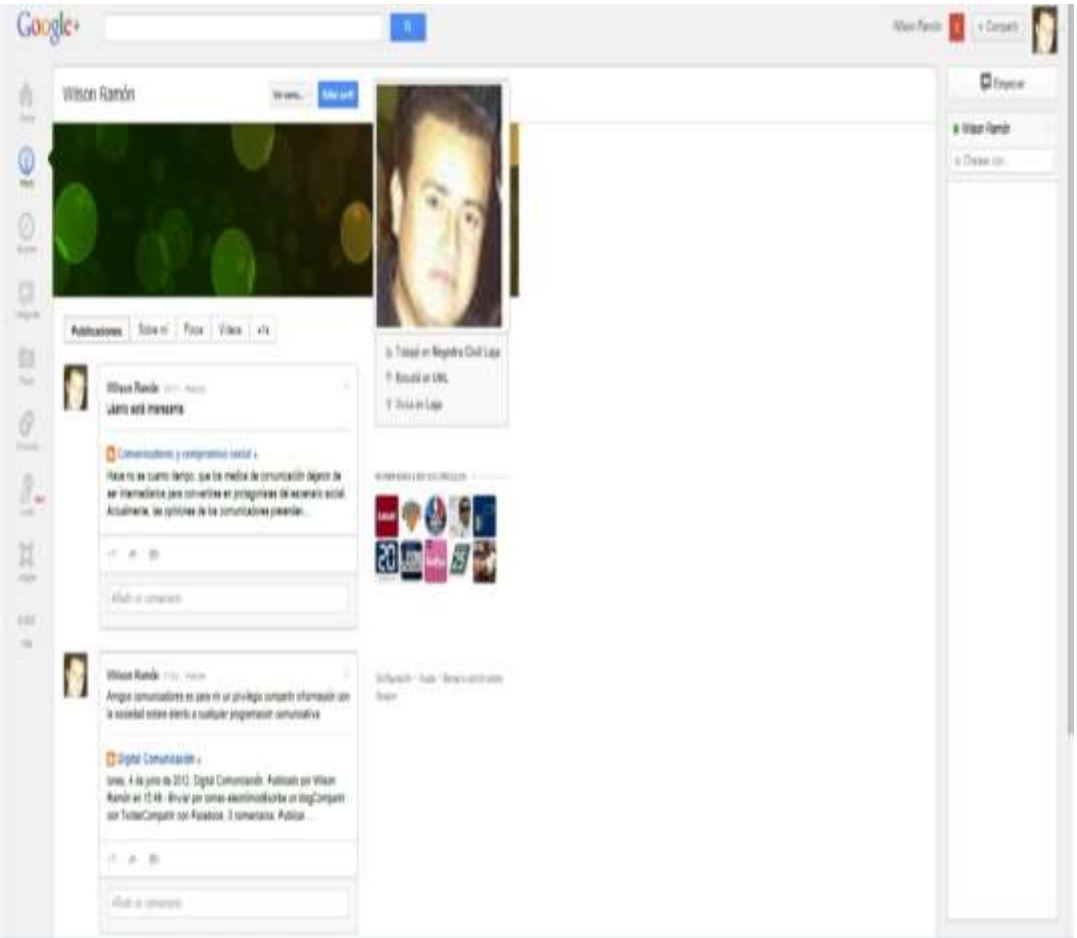
3.- Flexibilidad.- Permite hacer la exploración de varios géneros y formas de informar, por ejemplo es como escribir un correo electrónico a alguien conocido. No necesariamente se debe sujetar a la pirámide invertida, se debe innovar, sin dejar de hacer periodismo digital.

4.- Personalización.- El blog lucirá como uno desee, contará con las herramientas que se le pueda añadir y se constituirá en un reflejo de uno mismo.

5.- Prestigio.- Dependiendo del éxito que se logre, también se tendrá reconocimiento de los lectores.

6.- Monetización.- Existen varias formas para monetizar un blog, por lo que un proyecto de esta clase será una forma de obtener ingresos extras.

EJEMPLO DE BLOG PARA PERIODISTAS DIGITALES



omunicartodoloja.blogspot.com

Compartir · Informar sobre mal uso · Siguiente blog

comunicartodoloja@gmail.com

LUNES, 4 DE JUNIO DE 2012

Comunicadores y compromiso social

Hace no se cuanto tiempo, que los medios de comunicación dejaron de ser intermediarios para convertirse en protagonistas del escenario social. Actualmente, las opiniones de los comunicadores pretenden convertirse en referencia para que la ciudadanía se forme sus propias ideas y saquen sus conclusiones relacionaas con el diario acontecer.

Ante esto, la tarea del comunicador es de manejar con manos de seda, pues, le corresponde convertir lo cotidiano en novedoso. La faena del periodista, más que perseguir la nota, es llevar al público, a descubrir que las situaciones que le rodean son las suyas, que las necesidades que se expresan y las soluciones que se plantean requieren de la participación de todos para avanzar.

En estos últimos días, cuando tenemos una verdadera libertad de información, resulta que el chisme y el amarillismo prevalecen sobre lo que debiera ser la esencia del periodismo: el esfuerzo por mostrar al ciudadano, que diariamente, nos esforzamos por construir una sociedad mejor.

Lamentablemente, hechos desagradables, nos demuestra que estamos atravesando por una grave crisis de los valores tradicionales. Principios fundamentales considerados por mucho tiempo, de carácter universal, han perdido presencia, haciendo mella en las actividades sociales, donde el Periodismo, no es ajeno al problema.

La búsqueda de la verdad, es la actitud diaria que toda comunidad reclama al profesional de la comunicación, consciente de que las mentiras o medias verdades difundidas por diversos medios les impiden conocer la realidad, lo que realmente está sucediendo.

Sin embargo, la realidad nos muestra que son pocos los medios que se ajustan a dichas limitaciones. El mayor daño que los medios hacen consiste en informar de lo que no deben, en publicar aquello que debe ser privado, con la intención de hacer lo más "vendible", demostrando claramente que el derecho a la intimidad y a la propia imagen es uno de los derechos más amenazados por la libertad de expresión.

La información y el entretenimiento que los medios de comunicación ofrezcan a sus públicos, deben cimentarse en el respeto a los derechos fundamentales. Hay demasiado rumor expresado como cierto, demasiada explotación del dolor ajeno, demasiada irresponsabilidad. No es legítimo informar de cualquier modo, como no es lícito entretener sin medir las consecuencias.

El periodista influye en la conciencia de la sociedad. Tiene una responsabilidad política e ideológica. Por lo tanto, ese sentido de responsabilidad debe obligarle a ir más allá de la presentación escueta de los hechos; a verificar los datos, contrastar las fuentes, averiguar y presentar los antecedentes, el contexto y las consecuencias del hecho noticioso.

Sólo así podrá llegar a la verdad, ya que si obtiene una a medias, será mutilada, deformadora de los hechos objetivos, y seguramente, con nefastas consecuencias para la sociedad en su conjunto.

Un profesional de la comunicación en la actualidad, si quiere trabajar y vivir de aquello para lo que se ha preparado, debe someterse a los compromisos económicos y políticos de la empresa a la que pertenece, perdiendo así su independencia y consecuencia, faltando al principio periodístico de procurar el bien común.

Entonces, el ejercicio profesional del periodista tiene sus cimientos fundamentales en el hecho de suministrar información a la comunidad en la que actúa, de manera veraz, objetiva y oportuna y de ponerse al servicio del bien común.

Publicado por Wilson Ramón en 16:06 0 comentarios

+1 Recomendar esto en Google

Digital Comunicación

Publicado por Wilson Ramón en 15:43 0 comentarios

+1 Recomendar esto en Google

Página principal

Suscribirse a: Entradas (Atom)

ARCHIVO DEL BLOG

▼ 2012 (2)

▼ junio (2)

Comunicadores y compromiso social

Digital Comunicación

DATOS PERSONALES

Wilson Ramón

Ver todo mi perfil

7.- CRONOGRAMA

Actividades	Primer mes	Segundo mes	Tercer mes	Cuarto mes
Escogitamiento de temas para publicar en el blog.	X X X X			
Creación del Blog		X X X X		
Lanzamiento del Blog			X X X X	
Subida de información				X X X X

8.- RECURSOS Y PRESUPUESTO

8.1. Humanos

- Periodista digital
- Visitadores del blog
- Fotógrafo
- Diseñador del blog
- Fuentes

8.2. Recursos técnicos

- Computadora
- Buscador
- Grabadora digital
- Memory
- Transporte
- Imprevistos
- Internet
- Cámara digital

8.3. Presupuesto

MATERIALES	COSTOS
Grabadora	$ 200
Memory	$ 20
Transporte	$ 50
Buscador	$ 20
Internet	$ 80
Computadora	$ 1200
Cámara digital	$ 400
Material de escritorio	$ 200
TOTAL	$ 1970

8.4.- Financiamiento

Los recursos que demande la presente realización del presente trabajo serán cubiertos por el investigador, sin descartar la posibilidad de un crédito bancario.

j. BIBLIOGRAFÍA

- BELTRAN, Ana María, Reestructuración de la página Web Arte Rupestre de Loja, UTPL, 2008.
- Falla, S, Comunicación y periodismo digital, IV Edición, Editorial, Abs, Madrid, 2007, p.p.25-31.
- MARÍN, Antonio, Sociología: Una invitación al estudio de la realidad social, III Edición, Editorial EUANSA, Madrid, 2006, p. 77.
- ROMERO, José, Las comunicaciones, editorial Temis, Bogotá-Colombia 2007, pág. 3
- SALAVARRÍA Ramón, Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones, Barcelona, 2007, pág. 45.
- SEGURA Ramón, El paso de lo analógico a lo digital, México 2006, pág. 77.
- QUIM, Gil, Diseñando al periodista digital, 2006, págs. Bogotá, 1 y 2.
- Sánchez, “Periodismo Digital. Una nueva etapa del periodismo moderno, Madrid, (2008)
- Vergara, Milena. El rol de los comunicadores sociales. I Edición, Editoral Paidos, Barcelona, 2006, p.p. 56-59.

k. ANEXOS

ANEXO 1

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

"EL ROL DE LOS PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA CIUDAD DE LOJA, COMO COMUNICADORES DIGITALES Y SU INCIDENCIA EN LA GENERACIÓN DE UNA NUEVA ESTRUCTURA SOCIAL, PERIODO ENERO-JULIO DE 2011."

Proyecto de tesis previa a la obtención del grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social

AUTOR:
Wilson René Ramón Arias

DIRECTOR:
Lic. José Ángel Iñiguez Cartagena.

Loja-Ecuador
2011

a. TEMA

“EL ROL DE LOS PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA CIUDAD DE LOJA, COMO COMUNICADORES DIGITALES Y SU INCIDENCIA EN LA GENERACIÓN DE UNA NUEVA ESTRUCTURA SOCIAL, PERIODO ENERO-JULIO DE 2011.”

b. PROBLEMÁTICA

Ubicación y Contextualización.

En este mundo cada vez más pequeño y ataviado de informaciones que vienen y van, los medios de comunicación social y sus profesionales tienen reivindicada su tarea.

“En esta era de globalización se permite mayor intercambio y convergencia entre las sociedades, es un modelo que afecta a todos los involucrados; y aunque los conflictos que emergen en esta sociedad de Información son predominantemente de carácter económico, no se escapa al surgimiento de conflictos de poder, étnicos, religiosos y culturales”[1]. Fuentes, 1998, pág. 13

En esta sociedad cada vez más activa y ante el aumento de información, parece que en vez de fomentarse la igualdad de condiciones y conocimientos, se contribuye a incrementar las diferencias entre

[1]ROMERO, José, Las comunicaciones, editorial Temis, Bogotá- Colombia 2007, pág. 13.

personas, al volverse dependientes de ese cúmulo de mensajes que entregan los medios de comunicación, a través de la red.

Entonces, toda esta utópica revolución de información tiene un aspecto de cuidado: El hombre y la mujer del nuevo milenio son aparentemente más libres porque acceden a mayor información, pero se presenta al respecto un conflicto: Habrá una sociedad privilegiada con gran acceso a los sistemas de información, (esa sociedad de la información que lejos de corresponder a la integración de las civilizaciones coloca el poder en manos de un mínimo sector beneficiado que podrá dominar al resto) y colectividades con un cúmulo de información en sus manos que tal vez no sepan cómo procesar ni manejar.

En Loja, ubicada en la región sur y considerada como la Capital musical del Ecuador, cuenta con varios medios de comunicación: 34 radios, en frecuencia modulada, tres medios impresos de circulación provincial, tres canales de televisión: 13 Plus y UV Televisión de cobertura regional; y, Ecotel Televisión provincial.

En los medios de comunicación anteriormente señalados laboran comunicadores sociales profesionales, así como egresados de las escuelas de comunicación de las universidades Nacional y Técnica Particular de Loja; y, en otros casos personas que no tienen formación académica en la rama, en este sentido es importante destacar que los comunicadores sociales deben reivindicar su deber y compromiso de

orientadores, formadores, instructores, guías y constructores de opinión pública.

Además tienen la oportunidad de asumir el desafío de dinamizar la información a fin de que todos tengan acceso a la misma.

Situación Actual del problema

En este progreso tecnológico los comunicadores sociales son como siempre los puentes que unen, los intermediarios que permiten recolectar y transmitir mensajes, particularmente en esta época donde la información parece serlo todo.

Entonces, reconociendo en el comunicador social a un generador de contenidos por excelencia, es evidente que en la Web (el gran espacio disponible para una cantidad infinita de contenidos) y en los medios de comunicación tienen una oportunidad única de expansión. Indudablemente, con una adecuada formación que les permita comprender como intercambiar y organizar la información, ellos tienen los requisitos fundamentales y necesarios para ejercer su profesión, ya sea como profesionales de contenidos (que ciertamente lo son) o como periodistas digitales, disciplina profesional que nace precisamente en la Red.

En este sentido, si Internet está cambiando los modos de acceso a la información por parte de los usuarios, se revoluciona el proceso de

comunicación tradicional, generando reformas sustanciales en la economía mundial y en las empresas de comunicación, cómo no podría significar entonces también cambios dentro del perfil del comunicador.

Con el surgimiento de las nuevas herramientas de comunicación el perfil del periodista sufre un cambio sustancial. También los medios tradicionales, que inician su transición hacia un Periodismo Digital especializado, requieren que los profesionales de la comunicación estén involucrados con el cambio constante que se expongan al uso de las nuevas formas de comunicación multimedia.

Tomando en cuenta que el periodista en red rompe con la comunicación lineal y unidireccional de un emisor a un perceptor, este periodista se relaciona de manera diferente con las fuentes y tiene acceso a la información a través de Internet de manera más rápida.

La retroalimentación de su trabajo por parte de los perceptores enriquece y complementa su trabajo una buena parte de sus rutinas periodísticas no son coincidentes a los de los periodistas tradicionales, en este sentido hay que destacar que existe poca participación de los comunicadores sociales en Internet, especialmente en la ciudad de Loja. No porque nadie les haya llamado, sino porque son poco tomados en cuenta, pues en la actualidad se requieren comunicadores y periodistas con nuevas ideas quienes deben estar actualizados y tener amplios conocimientos técnicos

y teóricos que provoquen la transición de los medios convencionales hacia la era de la información en internet.

El objetivo del presente trabajo de investigación es conocer si los comunicadores sociales de la ciudad de Loja, actúan en función de desarrollarse como profesionales digitales y si de esta manera contribuyen en la construcción de una nueva estructura social, o si aún se sienten cohibidos de formar parte en la red, a pesar de que la revolución digital está cambiando el mundo.

Según lo manifestado por el Presidente del Colegio de Periodistas de Loja y Presidenta de la Unión Nacional de Periodista de esta misma ciudad, no existen comunicadores sociales profesionales de esta localidad que se dediquen exclusivamente al manejo de la plataforma virtual para transmitir información, o que editen noticias en línea, que identifiquen a las fuentes desde la red, experimentados en contenidos digitales, porque aún no están siendo capacitados en lo que son las nuevas tecnologías de comunicación e información (TIC´s), lo que se constituye en un problema, porque no se está al tanto de la revolución digital, pues su perfil es distinto a la del comunicador tradicional.

El digital responde a mayores desafíos relacionados con la tecnología y la producción de información, es responsable de todo un proceso, desde la organización de mensajes hasta su envío.

Como por ejemplo la prensa escrita impresa para cubrir una noticia requiere de un fotógrafo para crear la imagen que acompaña el texto, un reportero que se encarga de realizar las entrevistas necesarias y redacte la noticia, luego un editor que revise y autorice la publicación. Finalmente la diagramación y el proceso de impresión, mientras es responsable de todo un proceso desde la organización de la información hasta su envío.

El comunicador social es sin lugar a dudas un creador de contenidos. "La red, es un canal de comunicación de dimensiones impresionantes que da para todo. Sería difícil determinar aquí con exactitud la cantidad de sitios Web que existen actualmente y si se trata de negocios o servicios, o simplemente mantienen su espacio de mercado tradicional y ahora ocupan también un lugar en la Web"[2]. Sandoval, 2001, pág. 5 y 6.

Delimitación del problema

Para poder entender de mejor manera el rol del comunicador social como periodista digital y su incidencia en la construcción de una nueva estructura social se plantea algunas interrogantes, que deberán ser resueltas en transcurso de la estructuración del presente trabajo de

[2] Sandoval E., La importancia de la internet 2001, pág. 5 y 6

investigación ¿el comunicador social profesional se encarga de colocar los contenidos informativos que se publican en la red? ¿por qué no están los periodistas redactando o incluso diseñando las páginas de administraciones públicas, entidades, universidades, grandes empresas, museos, que circulan por la red? ¿se mejorarán los procesos de desarrollo social en el momento que los comunicadores sociales de la localidad estén permanentemente en contacto con el usuario por medio de la red? ¿las escuelas de comunicación social de las universidades lojanas imparten conocimientos sobre nuevas tecnologías de información y comunicación? ¿los medios de comunicación de la localidad capacitan a su personal sobre cómo hacer uso de las nuevas herramientas tecnológicas?, luego de estructuradas estas interrogantes se plantea el siguiente problema:

¿La no participación de los profesionales de la comunicación social de la ciudad de Loja, en calidad de comunicadores digitales impide su contribución en la generación de una nueva estructura social local?

c. JUSTIFICACIÓN

Justificación Académica

La Universidad Nacional de Loja, por intermedio del Sistema Académico Modular por Objetos de Transformación, SAMOT, imparte conocimientos de alta calidad académica, aspecto fundamental, para buscar solución a la diversidad de problemas que se encuentran en la sociedad, además de formar profesionales comprometidos con las causas sociales y que contribuyan con sus conocimientos a la búsqueda de alternativas, por tanto es obligación de todos quienes están comprometidos con el quehacer comunicativo contribuir a buscar solución a tales problemáticas concernientes a la participación de los comunicadores sociales como generadores de información a través de la red.

Se justifica además, porque con ello se trata de dar cumplimiento a los requerimientos establecidos por la Universidad Nacional de Loja, a fin de obtener el título de licenciado en Ciencias de la Comunicación Social.

Justificación Institucional

A nivel institucional, el presente trabajo se justifica, porque el rol de los medios de comunicación social, de los comunicadores sociales en la

contribución de una nueva sociedad ha sido referido permanentemente, los diferentes actores sociales comprometidos en su propia actividad demandan que los medios digitales también actúen como guardianes de los derechos ciudadanos, porque su actuación no puede ser arbitraria sino coherente con los intereses y esfuerzos colectivos, por ello la Universidad Nacional de Loja, como ente de Educación Superior, está comprometida en aportar con los mejores conocimientos a fin de contribuir a solucionar los problemas, en este sentido se deberá hacer uso de la ciencia y la tecnología, elementos necesarios para que exista una mejor fluidez comunicacional.

Justificación Social

El estudio del comportamiento de los seres humanos está basado en las ciencias sociales, porque cada una de las relaciones que tiene un individuo está ligada siempre a la comunicación, siendo una de las ciencias que pretende dar una explicación a las diferentes problemáticas que enfrenta la sociedad. En este difícil proceso lo que se haga desde los medios y los periodistas, influirán en el entorno social, contribuyendo de alguna manera a la búsqueda de una nueva estructura social, pero siempre tratando de corregir las distorsiones existentes.

d. OBJETIVOS

Objetivo General

- Determinar si los trabajadores de la comunicación social profesionales de Loja, actúan como comunicadores digitales y contribuyen en la generación de una nueva estructura social.

Objetivos específicos

- Establecer si los nuevos adelantos de la tecnología influyen en el comportamiento social de los individuos.

- Conocer si los comunicadores sociales profesionales lojanos, conocen del manejo de las herramientas web 2.0 en la elaboración de la información.

- Verificar cómo los periodistas profesionales de Loja, encuentran sus fuentes a través del uso de la red y el manejo que deben dar a la información digitalizada.

- Propender al establecimiento de nuevos espacios en la red para periodistas profesionales.

e. MARCO TEÓRICO

Marco conceptual

Comunicación como proceso

La comunicación es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas comunes.

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como "el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales. Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un perceptor destinado, pero éste no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice. En el proceso comunicativo, la información es enviada a través de un canal hacia el perceptor y este proporciona una respuesta”[3]. Carracci, 2001, pág. 70.

---

[3] CARRACCI, Ludovico. Le comunicazioni sociali crocevia del cambiamento. Il sogno di Giacobbe, 2001, pág. 70

Comunicación

José Romero, 2007, pág. 3, señala que "La comunicación es crear y transmitir el mensaje de una fuente a uno o varios receptores utilizando el medio. La comunicación es expresión, recepción y transmisión, así pues la comunicación es la ciencia más antigua y más nueva de la humanidad, por medio de ella los hombres se encuentran, se conocen, se aman y también se odian"[4], de acuerdo con esta opinión la comunicación es la creación y transmisión del mensaje a través de un medio a uno o varios receptores, se establece que la comunicación es la ciencia más antigua, quizá porque desde el surgimiento mismo del hombre se le hizo necesario establecer formas comunicativas y es también la ciencia más actual por cuanto día a día se van transformando los procesos de comunicación debido al surgimiento de nuevos mecanismos a través de los cuales es posible enviar y recibir mensajes utilizados como formas de comunicación.

Otro autor como Juan Luis Fuentes, 1998, pág. 15 y 16 expresa que "El origen de la comunicación está en la lengua latina, procede del adjetivo communis que significa común, de este vocablo se derivan también comunal, comunidad y comunicación, del verbo latino comunicarse que se traduce como compartir o tener comunicaciones con otros, han parecido otras palabras como comunicado, comunicante, comunicativo y

[4] ROMERO, José, Las comunicaciones, editorial Temis, Bogotá- Colombia 2007, pág. 3

especialmente comunicación. Comunicación es la acción y el efecto de comunicar algo o de comunicarse”[5]

En su definición más estricta, la comunicación consiste en la transmisión de información de un sujeto a otro, porque esta se fundamenta en el comportamiento humano y en las estructuras de la sociedad, lo que hace que los estudiosos, encuentren difícil un estudio de la misma con la exclusión de lo social y los eventos del comportamiento.

La comunicación es un fenómeno de carácter social que comprende todos los actos mediante los cuales los seres vivos se comunican con sus semejantes para transmitir o intercambiar, comunicar significa poner en común algo o compartir.

Comunicación Social

“La comunicación inicia con el surgimiento de la vida en nuestro planeta y su desarrollo ha sido simultáneo al progreso de la humanidad, se manifestó primero de un lenguaje no verbal, evolucionando y haciéndose más complejo conforme al hombre mismo evolucionaba”[6] Olivar (2006, pág. 15)

---

[5] FUENTES, Juan Luis, Comunicación, Edit., M. Fernández y Cía, Madrid- España, 1998, pág. 15 y 16

[6] OLIVAR, Antonio (2006). Fundamentos teóricos de la comunicación, 2006 pág. 15.

"La comunicación social es un campo de estudio que explora principalmente las áreas de la información que puede ser percibida, transmitida y entendida, así como el impacto que puede tener en la sociedad, de este modo, el estudio de la comunicación social es política y socialmente más complejo que el simple estudio de la comunicación"[7]. Carrasco, 2001, pág. 16.

De acuerdo con esta definición la comunicación social está relacionada con la información, el modo de receptar y entender la misma, y la influencia que tiene en la sociedad, por lo tanto el estudio de la comunicación social entraña el análisis de los factores de orden político y social dentro de los que se desarrolla.

La revolución de la internet

"La internet es una red de redes que representa un espacio gigante de oportunidades para el comunicador social. Los investigadores de oficio ya han hecho su aporte en este sentido y ya existen documentos que determinan con propiedad todas las áreas de Internet dentro de las cuales el comunicador social tiene capacidad de desenvolvimiento. Queda ahora abierto el espacio para la creatividad, propia de los comunicadores sociales, para abrirse por sí mismos las puertas que en el ciberespacio apenas esperan ser tocadas, porque si hay algo bien claro es que no se puede trasladar a la red el periodismo de siempre, Internet ya ha impuesto

[7] CARRASCO, José, La comunicación, Editorial Porrúa S.A. buenos Aires, 2001 pág. 16

la idea de que las cosas no pueden hacerse ya de la misma manera. Debe ser por eso que se sigue hablando de una Revolución de Información”[8] Armañanzas, Díaz, 1993 pág. 111.

Por otra parte, además de la citada brecha digital que se refiere a las diferencias entre quienes tienen acceso a Internet y los que no, existen otras consideraciones que determinan que no todo aquel que tiene acceso a la Red tiene acceso a la información que busca, a algo relevante o de valor. En este sentido, Pisani, dice que "Todos sabemos que la falta de acceso a la información también es un problema en buena parte de las sociedades del mundo desarrollado. Pero hay algo más preocupante: quienes tienen acceso pocas veces consiguen una información útil y relevante."[9] Pisani, 2002 pág. 14.

Como respuesta a los precedentes señalamientos, cabe decir que el comunicador social es un "buscador" por excelencia de información, por tanto, también tiene en la Red el deber de servir al procesamiento y búsqueda de datos e información para la creación de valiosos contenidos. En fin, destaca aquí de nuevo su misión como puente entre una cantidad inmensa de datos e información y el usuario, al que no sólo puede orientar en su búsqueda sino a quien puede ofrecer con propiedad el contenido preciso que le resulte pertinente.

[8] ARMAÑANZAS, Emy; NOCI, Javier, “El periodismo electrónico”, 1993, pág. 111.
[9] PASANI, Acceso a la Información, 2002, pág. 14

Rol de los comunicadores sociales

Es necesario hacer hincapié que ha pasado con la función del periodista en los últimos años, cuando en muchas organizaciones o medios de comunicación ya no contratan comunicadores sociales titulados, sino especialistas de las ciencias sociales para que actúen como analistas de la realidad de la sociedad.

De acuerdo con criterios de periodistas se señala, que es el profesional que informa a través de los medios de comunicación, sin embargo este oficio está sufriendo cambios.

"El propio concepto de periodista viene discutiéndose desde hace décadas, especialmente desde la implantación masiva de la radio y la televisión, actualmente la definición de periodismo no afecta solamente a los periodistas digitales sino a la profesión entera, hasta hace poco los periodistas eran los que informaban, eran los profesionales de la información"[10], Salavarría, 2007, pág.45.

Por otro lado: "El verdadero periodismo digital sería el periodismo en red ya que este rompe con la comunicación lineal y unidireccional e implica

[10] SALAVARRÍA Ramón, Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones, 2007, pág. 45.

una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional”[11]. Gil, 2006, pág. 1y 2.

Es decir que debido a las condiciones y las facilidades de publicación de contenidos en la red, cualquier persona se convierte en informador, debido a que todos tienen un espacio en la red y pueden utilizarlo para presentar en él lo que quieran, de este modo se genera una sobre producción de información y una explosión de informantes.

En este sentido, el verdadero trabajo del periodista digital es la gestión de la información, es decir el análisis y jerarquía de la misma, porque se debe recordar que ahora con la internet el problema no es la falta de información, porque es necesario distinguir lo significativo de lo irrelevante, pues hace años la función del periodista era distinto, pero ahora ha cambiado el mundo.

Asimismo, las importantes transformaciones del mundo contemporáneo hace ver que un mundo virtual está reemplazando al mundo real, debido a que: “existen mecanismos que tienen esas inmensas corporaciones e industrias culturales que hacen que una buena parte de la población cambie de mentalidad y vaya aceptando muchas imposiciones, generada

[11] QUIM, Gil, Diseñando al periodista digital, 2006, págs., 1 y 2.

desde los medios que tienen peso en la sociedad”[12], Segura, 2006, pág. 77.

Recursos multimedia y comunicación digital

La comunicación digital es un fenómeno que ha calado en la vida cotidiana del hombre. Surge como efecto de las nuevas tecnologías que se introducen de manera vertiginosa en el campo de la comunicación social. Intenta fusionar el periodismo con las nuevas técnicas de la informática, las letras con bits; lo analógico se convierte en digital.

“Esta novedosa forma de comunicación le abre numerosas puertas al usuario. Le otorga herramientas no sólo para expresarse de forma escrita, sino que le permite usar imágenes, videos, grabaciones de voz, animaciones, hipervínculos, correos electrónicos, blogs, entre otros; para expresar sus pensamientos e ideas”[13], Rodríguez, 2008, pág. 35.

La era digital le brinda infinitas fuentes de investigación a la persona que se encuentra inmersa en este mundo; desde rápidos buscadores, hasta fuentes editables. Sin dejar a un lado las redes sociales, herramientas de inmediata y constante actualización que le permiten al consumidor conectarse con otras personas e informarse sobre los acontecimientos más recientes.

[12] SEGURA Ramón, el paso de lo analógico a lo digital, 2006, pág. 77.
[13] RODRÍGUEZ, Oscar, Las comunicaciones digitales, 2008, pág. 35.

Comunicación digital implica también interacción y colaboración entre todas las personas que hacen uso y que se encuentran interconectados en la red.

"Esta revolución digital abre puertas que años atrás eran indivisibles, como lo son: la interacción en tiempo real entre dos personas sin importar su ubicación espacial; el traslado de lo que antes se conocía como una gran oficina a un espacio reducido que sólo requiere de un ordenador conectado a internet; y, sin dejar de lado, el constante cambalache al que están sometidos los roles de emisor y receptor"[14], Núñez, 2005, pág. 44 y 45.

Además, "ofrece a la audiencia herramientas para que contesten, comenten o manifiesten sobre los mensajes. Desde encuestas hasta foros, pasando por refutaciones publicadas al pie de un artículo, el receptor puede ser un socio invaluable en la configuración de los medios del siglo XXI"[15]. Núñez, 2005, pág. 48.

En cuanto a la colaboración presente en la red es ineludible el hecho de que sin participación un espacio de la web se puede considerar muerto. Un site cobra vida y se desarrolla, en la medida que los usuarios empiezan a intervenir, preguntar, responder y hasta denunciar el tema que se trata.

---

[14] NÜÑEZ, Gerardo, Del mundo analógico a la revolución digital, 2005, págs., 44 y 45.
[15] NÜÑEZ, Gerardo, Del mundo analógico a la revolución digital, 2005, pág., 48.

Marco contextual

El periodismo digital en los últimos tiempos está desarrollándose rápidamente, en este sentido existe una influencia marcada tanto para los periodistas como para las personas comunes y corrientes, que todos los días reciben una avalancha de información y consumen mensajes de toda índole, de todos los rincones del mundo, esta actividad constituye para muchos una alternativa para recibir información inmediata, aunque esta mucha de las veces no genere una respuesta.

"Internet es una plataforma que brinda diversidad de servicios, información al instante y un medio de comunicación que rompe con las fronteras geográficas. La red, como también se la conoce, es un medio que por su capacidad y evolución constante provoca cuestionamientos sobre el futuro de la profesión periodística y los cambios en los medios tradicionales. Desafiando las nociones establecidas durante el siglo pasado, expertos en tecnologías y tendencias de las comunicaciones afirman que en la actualidad cualquiera con una computadora o dispositivo móvil con acceso a internet puede llamarse periodista"[16], Mendoza, 2009, pág. 19.

Desde finales del siglo pasado e inicios del presente, surge una nueva forma de hacer periodismo, con características que responden a la

[16] MENDOZA, Alicia, Internet: Red de redes, 2009, pág. 19.

inmediatez, la omnipresencia, el acceso global a la información y nuevas características multimedia denominado periodismo digital.

Este tipo de periodismo se vale de servicios en Internet y nuevas herramientas de comunicación para informar de manera inmediata, con actualizaciones las 24 horas al día, los 7 días a la semana y con servicios de suscripciones en diferentes dispositivos móviles, sin embargo muchos profesionales o comunicadores sociales, aún tienen dificultades para usarlos o simplemente tienen temor al momento de utilizarlos, por ello la necesidad de realizar el presente estudio en la ciudad de Loja, especialmente de cómo usan los profesionales de la comunicación la red para intercomunicarse con otras partes del mundo y saber qué tipo de información seleccionan para su envío.

Considero que en esta ciudad, los comunicadores sociales profesionales, deben inmiscuirse en el mundo de la comunicación digital, para que por medio de la red se pueda enviar información que sea de interés para la colectividad, si bien es cierto algunos se hallan en las redes sociales, pero lo hacen simplemente para el chat, con amigos, más no para transmitir información que generan las fuentes, algunos otros ni siquiera tienen cuentas o blogs peor aún páginas digitalizadas, esta afirmación de acuerdo con los criterios vertidos por los presidentes del colegio de periodistas y UNP de Loja; y de acuerdo con las consultas hechas a algunos periodistas consideran que crear un blog o una web, les lleva

tiempo, además muchos desconocen de qué tipo de herramientas deben utilizar para enviar y recibir información, además que deben dedicarse exclusivamente a esa función lo que no resulta rentable.

Si hablamos de los medios de comunicación social impresos especialmente, las páginas que disponen son actualizadas con frecuencia, pero con la misma información que aparece en el periódico impreso, es decir no existen personas encargadas exclusivamente de recolectar información para subirla al medio digitalizado, es decir no hay actualizaciones.

José Luis Orihuela, 2009, pág.1, periodista de origen argentino, radicado desde hace más de 10 años en España, consolidado como uno de los catedráticos universitarios expertos en el tema del periodismo digital, afirma: "un buen periodista digital debe ser diestro en el manejo del lenguaje adecuado a cada plataforma y debe ser capaz de explicar lo que pasa, con la misma solvencia, en cualquier medio. Es decir que el periodismo en sus bases teóricas sigue siendo el mismo, las funciones y responsabilidades del periodista no han cambiado, pero se enfrenta al surgimiento de un nuevo medio con una plataforma que permite la convergencia de los instrumentos periodísticos para informar"[17].

La doctora en sistemas informáticos Grete Pasch, 2009, pág. 7-8 y 9, define al periodismo digital como el "uso de plataformas digitales para

[17] OREHUELA, José Luis, Observatorio de medios digitales, 2009, pág. 1.

llevar noticias al público. La plataforma de Internet en paralelo con los dispositivos móviles se encuentran en una constante actualización que facilitan al usuario el acceso a la información desde cualquier rincón del planeta”[18].

El ingeniero Freddy Vega, 2007, pág. 21, fundador de Cristalab, una de las comunidades más populares en América Latina sobre diseño y desarrollo web, tiene una definición más sencilla del periodismo digital, lo define como: “todo periodismo hecho por medios electrónicos digitales y que se trata más de una democratización de los medios y noticias hacia todas las personas que sepan usar las redes de información”[19].

Con las diferentes perspectivas de los profesionales de la comunicación y computación se puede definir el periodismo digital como: un nuevo género periodístico que utiliza los servicios de Internet como canales de distribución de la información que convergen en un mismo medio.

“Las características del periodismo digital son la producción y publicación de forma inmediata de información, haciendo uso de recursos como la fotografía, el vídeo, el texto y el audio para comunicar de forma más completa en una misma plataforma”[20] Vargas, 2009, pág. 26.

Los cambios y tendencias tecnológicas en los medios de comunicación son significativos para los profesionales de la comunicación y el

[18] PASCH Grete, Convergencia de los medios, periodismo digital, 2009, págs. 7,8 y 9
[19] VEGA Freddy, Mejorando la Web, 2007, pág. 21.
[20] VARGAS Esther, Perriodismo digital, 2009, pág. 26.

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

En la actualidad, gracias a las nuevas tecnologías en Internet, el periodista tiene un abanico más amplio de modalidades comunicativas. Puede hacer uso de diferentes instrumentos como: el texto, las imágenes, el vídeo y el audio en una misma plataforma. Con estas modalidades la noticia, el reportaje, el suceso se puede presentar en una estructura no lineal, más hipertextual y multimedia de respuesta directa. Ante estos cambios, los medios de comunicación tradicionales han tenido que actualizarse y conocer esta nueva forma de hacer periodismo en Internet.

Según algunos analistas como el periodista Orihuela, 2009, pág. 5 y 6, “existe un gran desafío para los periodistas profesionales que estaban acostumbrados a los medios tradicionales en su transición a las herramientas y servicios en Internet. Pero mayor es el reto para las industrias de la comunicación, puesto que adaptarse consiste en cambiar su cultura corporativa, el modo en que se entiende, se gestiona la información y las relaciones con los usuarios”.

El reto para los periodistas como en todas las profesiones es mantenerse [21]a la vanguardia de los nuevos métodos para mejorar su trabajo: subirse a la ola de las nuevas tecnologías de la comunicación y familiarizarse con ellas. Quizá para los nuevos periodistas no sea tan complejo adaptarse, considerando que forman parte de una generación expuesta a las nuevas tecnologías, pero sin duda puede serlo para quienes se resisten al cambio y se niegan la oportunidad de aprender de los nuevos métodos.

Para ello es necesario también que en las universidades, escuelas de comunicación, como las de las universidades locales en especial, formen profesionales, que estén relacionados con las nuevas tecnologías de comunicación e información, es decir una pedagogía periodista, que vincule a futuro profesional con la interculturalidad y la comunicación digital, ello no está ocurriendo en este medio, en este sentido el sinnúmero de dificultades que tienen que enfrentar los profesionales al momento de usar o hacer periodismo digital, o más bien que se cambien los planes de estudios en estos centros porque el periodista profesional debe enfrentar nuevos retos en este mundo globalizado.

Además que por medio del uso correcto de la red, se orienta, direcciona y se construye opinión pública y la construcción de una nueva estructura social, para ello también deben contribuir los medios de comunicación social y usuarios de la red, porque a través de esta se envía y reciben

[21] OREHUELA, José Luis, Observatorio de medios digitales, 2009, págs.. 5 y 6.

millares de informaciones para de una u otra manera hacer cambiar el comportamiento de los individuos al generarse un efecto, muchas veces no esperado.

Hipótesis

El no fortalecimiento de una nueva estructura social en Loja, se debe a que los comunicadores sociales profesionales, y los medios de comunicación desconocen del buen manejo de las nuevas tecnologías de comunicación e información, como internet, para la transmisión de la información.

f. METODOLOGÍA

Para alcanzar los objetivos propuestos en el presente estudio, se recurrirá a la utilización de varios métodos y técnicas. Los métodos que permitirán avanzar dentro de este proceso son:

Método Científico. El presente método será empleado en todo el desarrollo del trabajo de investigación, pues permitirá identificar la existencia del problema señalado con anterioridad, al mismo tiempo aportará para poder plantear la hipótesis que estará sujeta a comprobación, una vez que se concluya con el presente estudio.

Asimismo, ayudará a poder inferir en las conclusiones y sus posteriores recomendaciones. Además de conocer las opiniones de individuos conocedores de la temática, así como de quienes involucrados directamente en el problema, de ahí que se podrá contrastar datos, cuyos resultados permitirán el logro de los objetivos tanto general, como específicos.

Método Analítico. Este método permitirá hacer un análisis de los fenómenos y los hechos, es decir para poder conocer cuál es el tipo de informaciones que se publican en la red por los periodistas y cuáles son las motivaciones para que no las hagan. El aporte de este método

ayudará a tener referentes suficientes en cuanto al origen del objeto de estudio.

Método Inductivo. Que permitirá inducir la existencia de inconvenientes respecto a cómo los medios de comunicación de la localidad hacen uso de la red no dan importancia a los temas que se generan en la sociedad.

Método deductivo. "Una vez conocida la realidad del problema, permitirá conocer los principales motivos que tienen los comunicadores sociales profesionales de la ciudad de Loja, para no participar en la red, como la internet, siguiendo un proceso sistemático, analítico, exponiendo conceptos, principios, definiciones, leyes y normas generales, de los cuales se extraerán conclusiones o consecuencias, investigando casos particulares sobre la base de las afirmaciones generales presentadas"[22].

TÉCNICAS

Encuesta.- Mediante la aplicación de encuestas se obtendrá datos importantes, cuyas interrogantes estarán a la par con los conocimientos adquiridos en el transcurso de la investigación bibliográfica y de campo.

Con esta técnica se determinará las exigencias y necesidades que tienen los comunicadores sociales respecto al manejo de las nuevas tecnologías de comunicación e información, asimismo se podrá conocer las

[22] Metodología de la Investigación, pág. 400.

motivaciones del por qué algunos medios de comunicación no motivan a sus trabajadores de la comunicación para que envíen información vía red con el propósito de contribuir a la generación de una nueva estructura social. Se aplicará la encuesta mediante el sistema proporcional, para así obtener información de una fracción o muestra de la población focalizada, con el fin de indagar su preferencia o no respecto al estudio en mención. Tomando en consideración que en la ciudad de Loja existen aproximadamente 1000 personas que ejercen las labores de comunicación entre ellos, profesionales, estudiantes y egresados, así como dos mil personas que usan constantemente la red.

Entrevista.- Se planteará un cuestionario, a los directivos de los medios de comunicación social de la localidad, cinco, a catedráticos universitarios que imparten conocimientos sobre ciencia y tecnología, tres, dos estudiantes de comunicación social, a dos egresados de comunicación. Lo cual ayudará a obtener información confiable relacionada al manejo de las nuevas tecnologías de comunicación e información. Se planteará un total de 12 entrevistas.

Con toda esta metodología que encierra teoría y práctica, se podrá avanzar en forma lógica y sistemática en el desarrollo de la investigación, por lo que es necesario la utilización de la siguiente fórmula para de esta manera determinar el tamaño de la muestra.

N= tamaño de la muestra o población a estudiar.

E= margen de error. 5

0= nivel de confianza. 2

P= varianza (nivel de confiabilidad) = 50

Q= varianza (nivel no probabilístico) =50

$$n = \frac{0 \times p \times q \times N}{E(N-1) + 0 \times p \times q}$$

$$n = \frac{4 \times 50 \times 50 \times 3000}{25(2999) + 4 \times 50 \times 50}$$

$$n = \frac{30.000}{74.985}$$

N= 400 Tamaño de la muestra

g. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

MESES	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set.	Oct.	Nov.	Dic.	Enero	Febrero
SEMANAS ACTIVIDADES	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4
Recolección de material bibliográfico	x x x x	x x x x	x x x x	x x x x	x x x x						
Redacción del tema						x x x x					
Redacción del proyecto de investigación							x x x x	x x x x			
Aprobación del proyecto									x x		
Investigación de campo									x x		
Redacción del informe final										x x	
Redacción de propuesta										x x	
Aprobación de propuesta											x x
Sustentación y defensa											x x

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Para el desarrollo de la presente investigación se tendrán presente los siguientes recursos.

Recursos Humanos

* Investigador: Wilson Ramón

* Director de Tesis

* Comunicadores sociales, gerentes de medios de comunicación

* Egresados

* Estudiantes

* Ciudadanos que están en la red

Recursos Materiales

***** Adquisición de bibliografía

* Copias de documentos

* Cassettes, pilas

* Movilización

* Alimentación

* Computadora y material de escritorio.

Presupuesto

Materiales	**costo**
Adquisición de bibliografía	$ 500
Copias de documentos	$ 50
Cassettes, pilas	$ 50
Movilización	$ 100
Alimentación	$ 100
Computadora	$ 1500
Material de escritorio	$ 150
Elaboración de propuesta	$ 400
Empastado	$ 80
Imprevistos	$ 100
Total	$ 3.030

9.4. Financiamiento

Los gastos que demande la realización de la presente investigación serán solventados por el investigador.

i. BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ Rafael, La comunicación a través de la internet, Editorial Astrea, Buenos Aires Argentina, 2001
- CANGA LAREQUI, JESÚS. La Prensa y las Nuevas Tecnologías. Manual de la Redacción Electrónica. Ediciones Deusto S.A. Madrid, España. 1988.
- CARRASCO José, La comunicación, Editorial Porrúa S:A: Buenos Aires Argentina, 2001.
- CORDEIRO, JOSÉ LUIS. Benesuela Vs. Venezuela. El Combate Educativo del Siglo. Ediciones CEDICE. Caracas, Venezuela. 1998
- DÍAZ, DAVID. El Medio Digital frente a los "Periódicos Impresos", la Radio y la Televisión. Disponible en: www.ull.es/publicaciones/latina Revista Latina de Comunicación Social. Año III. No. 31. Junio 2000.
- DEBATES IESA. Tecnología de Información: Electrónica y algo más. Revista publicada por el Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA). No. 4. Vol. VIII. Caracas, Venezuela. 2002.
- EDO, CONCHA. Las Incertidumbres del Periodismo en Internet. Disponible en: www.saladeprensa.org Año IV. Vol. 02. Junio 2002.

- FERRERO BARBERÁ, MARTA. Internet y los Portales como Nuevo Espacio para los Medios de Comunicación. Disponible en: www.Las5w.com.ar Noviembre 2001.

- FUENTES Ángel, Las redes sociales virtuales, Editorial Porrúa.

- FUENTES, Juan Luis, Comunicación Editorial M. Fernández y Cía, Madrid 1998.

ANEXO 2

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

ENTREVISTA

Estimado (a) Señor (a)

La Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, está interesada en realizar un estudio acerca de "El rol de los profesionales de la comunicación social de la ciudad de Loja, como comunicadores digitales y su incidencia en la generación de una nueva estructura social", por lo que le solicitamos de la manera más encarecida su valiosa ayuda contestando el siguiente cuestionario.

1.- **¿Considera usted que los profesionales de la comunicación social lojanos, actúan como comunicadores digitales?**

……

……

……

2.- **¿Cree usted, que los profesionales de la comunicación social conocen de las principales herramientas web 2.0 al momento de desarrollar su trabajo?**

……

……

……

3.- **¿Considera usted que los profesionales de la comunicación social, son capacitados en las escuelas de**

comunicación sobre las nuevas tecnologías de información y comunicación?

……
……

4.- **¿Según su criterio, el uso de las nuevas tecnologías de comunicación e información generan cambios de comportamiento en los individuos?**

……
……
……..

5.- ¿Cree usted que los profesionales de la comunicación social de Loja, hacen uso de la red para encontrar sus fuentes?.

……
……
……

6.- ¿Según su concepción el uso de las herramientas digitales por parte de los profesionales de la comunicación social lojanos, contribuyen a la generación de una nueva estructura social?

……
……
……

7.- ¿Según usted, es necesario se propenda al establecimiento de espacios en la red para periodistas profesionales?

……
……
……

8.- ¿Cree que el no fortalecimiento de una nueva estructura social, se debe a que los periodistas profesionales y medios de comunicación, locales desconocen del buen manejo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación?.

……
……

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

ENCUESTA

Estimado (a) Señor (a)

La Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, está interesada en realizar un estudio acerca de "El rol de los profesionales de la comunicación social de la ciudad de Loja, como comunicadores digitales y su incidencia en la generación de una nueva estructura social", por lo que le solicitamos de la manera más encarecida su valiosa ayuda contestando el siguiente cuestionario.

DATOS GENERALES:

Género: M ( ) F ( ) Lugar de residencia: _____

Edad: ( ) Profesión / Ocupación: _____

Nivel Instrucción: _____

8. **¿Considera usted que las nuevas tecnologías como: los video juegos, la computación, la internet, las redes sociales, teleconferencias y otras, influyen en el comportamiento de las personas que las utilizan?**

   Si ( ) No ( )

   Por qué? …….....
   ……
   ……..……
   ……..……..

9. **¿En su opinión, los periodistas de la ciudad de Loja que usted conoce, tienen conocimientos actualizados en computación,**

internet, redes sociales, teleconferencias y otras tecnologías de la comunicación?

Si ( ) No ( )

Por qué
……
……
……
……

10. **¿Conoce usted si los comunicadores sociales profesionales tienen experiencia en el manejo de herramientas informáticas como la web 2.0 y web 3.0?**

Si ( ) No ( )

Por qué

……
……
……
……

11. **¿Usted considera que los periodistas de la ciudad de Loja para elaborar sus noticias investigan en la internet, donde también obtienen sus fuentes?**

Si ( ) No ( )

Por qué
……
…..
……
……
……
……

12. **¿Cree usted si los periodistas de la ciudad de Loja utilizarían las nuevas tecnologías de la comunicación, actuarían como comunicadores digitales y podrían contribuir a la generación de una nueva estructura social?**

Si ( ) No ( )

Por qué

……
……

13. ¿Cree que el manejo de la información digitalizada debe ser:

Verificada ( ) Profundizada ( ) Objetiva ( )
Ética ( )

14. ¿Considera usted que las escuelas de comunicación social deben capacitar a los futuros profesionales de la comunicación en la creación de blogs, por ejemplo como parte de las nuevas Tecnologías de Comunicación e Información?

Si ( ) No ( )
Por qué ……
……
……
……

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Encuestador: _____
Fecha de aplicación: _____

INDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	**i**
INFORME DIRECTOR DE TESIS	**ii**
AUTORIA	**iii**
DEDICATORIA	**iv**
AGRADECIMIENTO	**v**
ÁMBITO GEOGRÁFICO	**vi**
MAPAS GEOGRÁFICO DE LA UBICACIÓN	**vii**
ESQUEMA DE TESIS	**viii**
TÍTULO	**1**
RESUMEN	**2**
SUMMARY	**4**
INTRODUCCION	**5**
REVISIÓN DE LITERATURA	**7**
El rol de los comunicadores sociales	**7**
Los comunicadores digitales	**9**
Nueva estructura social	**10**
Del periodismo tradicional al ciberperiodismo	**12**
La web 2.0	**13**
MATERIALES Y METODOS	**15**
RESULTADOS	**20**
DISCUSIÓN	**45**
Objetivo general	**45**
Objetivos específicos	**45**
CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS	**48**

CONCLUSIONES **50**
RECOMENDACIONES **52**
PROPUESTA **54**
BIBLIOGRAFÍA **76**
ANEXOS **77**
ANEXO 1. Proyecto de tesis **77**
ANEXO 2. Formato Entrevista **113**
ANEXO 3. Formato Encuesta **115**
ÍNDICE DE CONTENIDOS **118**