



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PERIODISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO: LICENCIADA EN PERIODISMO

TEMA:

“ANÁLISIS DEL NIVEL DE CONOCIMIENTO DE PROYECTOS AUDIOVISUALES CON NUEVOS SISTEMAS DIGITALES, EN LOS ALUMNOS EGRESADOS DE LA FACULTAD DE PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL, EN EL BIENIO 2009 -2011”

AUTORA:

RUTH VANESSA CRUZ GARCIA

DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

LCDO. LUIS LEÓN BRITO

GUAYAQUIL - ECUADOR

2012-2013



CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CERTIFICO:

Que el diseño del Proyecto de Investigación: ***“ANÁLISIS DEL NIVEL DE CONOCIMIENTO DE PROYECTOS AUDIOVISUALES CON NUEVOS SISTEMAS DIGITALES, EN LOS ALUMNOS EGRESADOS DE LA FACULTAD DE PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL, EN EL BIENIO 2009 -2011”***.

Presentado por la Srta. **Ruth Vanessa Cruz García**, fue aprobada anteriormente para luego desarrollar el proceso investigativo y la propuesta, cuyos textos reúnen las condiciones previas para ser defendidos ante el tribunal examinador.

Lcdo. Luis León



DECLARACIÓN AUTORÍA

La responsabilidad del contenido de este proyecto de investigación, corresponde exclusivamente:

A Ruth Vanessa Cruz García, estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de la Facultad de Periodismo, quien declara que la investigación a continuación expuesta es de su autoría y propiedad.

Ruth Vanessa Cruz García

C.I 0924292048



**UNIVERSIDAD LAICAVICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE PERIODISMO**

HOJA DE CALIFICACIONES

El Tribunal Examinador, previo a la obtención del título de Licenciada en Periodismo, otorga al presente proyecto las siguientes calificaciones:

TRABAJO ESCRITO:	()
EXPOSICIÓN ORAL:	()
TOTAL:	()
EQUIVALENTE A:	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR (A) DELEGADO

PROFESOR(A) DELEGADO

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios quien me ha dado fortaleza para continuar. A mis padres Alfredo y Lucía que han sido siempre mi ayuda incondicional entregándome sus consejos y motivaciones con amor en cada etapa de mi vida enseñándome que cada objetivo planteado se lo alcanza con esfuerzo y dedicación.

A mi amado esposo Darwin León por todos los momentos de comprensión y brindarme su apoyo total, también de una forma especial a mi adorable hija, Melissa León Cruz que siempre es mi inspiración, su cariño, alegría y amor sincero es fuente esencial para continuar y cumplir con cada meta planteada, en esta ocasión se trata de mi graduación.

Ruth Cruz García

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud principalmente a Dios, quien me ha concedido sabiduría y paciencia para continuar y alcanzar metas. A mis padres, hermanos, esposo e hija por su amor, comprensión y ayuda incondicional a lo largo de mi carrera.

Deseo expresar también mis agradecimientos a mi Director de Tesis, Lcdo. Luis León, por su importante enseñanza y generosidad para el logro de este proyecto.

Al Msc José Luis Férrez, por su valioso aporte de conocimientos, durante el desarrollo de mi trabajo.

A todos los docentes que en mis cuatro años de estudio y desarrollo de este proyecto compartieron su sabiduría y amistad sin egoísmo.

Un infinito agradecimiento a todos quienes han colaborado de alguna manera en el desarrollo y culminación de mi proyecto.

A mis amigos de siempre y aquellos que recientemente están en mi vida motivándome con sus alegrías y consejos, gracias por permitirme el honor de aprender de cada uno de ustedes, por enseñarme que la perseverancia constante lleva al éxito.

Gracias a todos por que aprendí que cada obstáculo que se presenta a lo largo de nuestros días se supera con fe, amor y confianza en Dios y en sí mismo.

Ruth Cruz García

ÍNDICE

Carátula	I
Certificación del Tutor	II
Declaración Autoría	III
Hoja de calificaciones	IV
Dedicatoria	V
Agradecimiento	VI
Índice general	VII
Introducción	VIII

CAPÍTULO I

1 EL PROBLEMA	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.2 UBICACIÓN DEL PROBLEMA EN EL CONTEXTO SOCIAL	2
1.3 CAUSAS Y EFECTOS DEL PROBLEMA	3
1.4 DELIMITACION DEL PROBLEMA	4
1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	5
1.6 JUSTIFICACIÓN	6
1.7 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	7
1.7.1 OBJETIVO GENERAL	7

1.7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
-----------------------------	---

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO	8
2.1 ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL PERIODISMO AUDIOVISUAL	9
2.1.1 AUDIOVISUAL NATURAL	11
2.1.2 AUDIOVISUAL NATURAL PARCIALMENTE TECNIFICADO	12
2.1.3 AUDIOVISUAL TECNIFICADO	12
2.1.3.1 AUDIOVISUALTECNIFICADO EN LA RECEPCIÓN	14
2.2 EL AUDIOVISUAL PURO	14
2.3 ALFABETIZACIÓN AUDIOVISUAL	15
2.4 EL LENGUAJE AUDIOVIUAL	17
2.5 TIPOS DE MEDIOS AUDIOVISUALES	22
2.6 LOS MEDIOS AUDIOVISUALES MÁS POPULARES	27
2.6.1 EL CINE	27
2.6.2 LA TELEVISIÓN	27
2.6.3 RADIO	28
2.7 LA CONVERGENCIA HACIA LO DIGITAL	29
2.8 EVOLUCIÓN DE LA WEB	31
2.8.1 LA WEB 1.0	32
2.82 LA WEB 2.0	33
2.8.3 LA WEB 3.0	36

2.8.4 LA WEB 4.0	37
2.9 EL PERIODISMO AUDIOVISUAL JUNTO LAS TECNOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN	38
2.9.1 LA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA	39
2.10 EL USO DE LA WEB EN EL PERIODISMO ECUATORIANO	41
2.10.1 MEDIOS ON LINE DEL ECUADOR EN LA WEB	42
2.11 PERIODISTAS JUNTO A LA WEB	43
2.12 LAS TECNOLOGÍAS MÁS FAVORABLES EN EL PERIODISMO	46
2.13 EL PERIODISMO ANÁLOGO	48
2.14 EL PERIODISMO DIGITAL	49
2.14.1 INICIOS DEL PERIODISMO DIGITAL	50
2.14.2 EVOLUCIÓN DEL PERIODISMO DIGITAL	53
2.15 MEDIOS DIGITALES EN EL ECUADOR	55
2.16 FUNDAMENTACIÓN PSICOLÓGICA	57
2.17 FUNDAMENTACIÓN SOCIOLÓGICA	59
2.18 FUNDAMENTACIÓN TECNOLÓGICA	62
2.19 FUNDAMENTACIÓN EDUCATIVA	63
2.19 FUNDAMENTACIÓN LEGAL	64
2.20 HIPÓTESIS Y VARIABLES	76
2.20.1 HIPÓTESIS	76
2.20.2 VARIABLES	76
2.21 DEFINICIONES CONCEPTUALES	77

CAPÍTULO III

3 METODOLOGÍA	81
3.1 PARADIGMA	81
3.2 TIPO DE ESTUDIO	81
3.3 MÉTODOS	81
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA	81
3.5 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN	84
3.6 OBSERVACIÓN Y ANALISIS	84
3.6.1 ENTREVISTAS	84
3.7 VALIDACIÓN E INSTRUMENTOS	85
3.8 APLICACIÓN E INSTRUMENTOS	85

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	86
---	-----------

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
5.1 CONCLUSIONES	95
5.2 RECOMENDACIONES	96

CAPÍTULO VI

6.1 PROPUESTA	97
6.2 TÍTULO DE LA PROPUESTA	97
6.3 JUSTIFICACIÓN	97
6.4 FUNDAMENTACIÓN	98
6.5 OBJETIVO	
6.5.1 OBJETIVOS GENERAL	100
6.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	100
6.6 IMPORTANCIA	100
6.7 UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA	102
6.8 FACTIBILIDAD	103
6.8.1 FACTIBILIDAD TECNICA	103
6.8.2 FACTIBILIDAD ECONÓMICA	103
6.9 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	104
6.9.1 ACTIVIDADES	115
6.9.2 RECURSOS	116
6.9.3 CRONOGRAMA	117
PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO	118
6.9 IMPACTO	121
6.10 Validación	121
ANEXOS	
BIBLIOGRAFÍA	
REFERENCIAS ELECTRONICAS	

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la profesión del periodismo está permanentemente ligado a todos los elementos que ofrece la comunicación digital, porque el Ecuador y el mundo están globalizados en el uso y aplicaciones de los nuevos servicios audiovisuales e interactivos con una programación muy diversa.

Debido a que convivimos con la tecnología digital, es necesario que las nuevas generaciones de comunicadores conozcan todos los elementos que ofrece esta tecnología en cuanto a equipos, sus usos y aplicaciones en el periodismo de hoy.

El proyecto planteado busca analizar el nivel de conocimiento de los periodistas acerca de la tecnología digital para estar acorde con el avance y desarrollo comunicacional del mundo.

En base de los resultados de la investigación plantear los correctivos que se requieran los planes y proyectos para lograr la actualización del conocimiento de los periodistas.

CAPÍTULO I

“ANÁLISIS DEL NIVEL DE CONOCIMIENTO DE PROYECTOS AUDIOVISUALES CON NUEVOS SISTEMAS DIGITALES, EN LOS ALUMNOS EGRESADOS DE LA FACULTAD DE PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL, EN EL BIENIO 2009 -2011”

1. PROBLEMA

Durante el bienio 2009 – 2011 egresaron de la facultad de periodismo de la universidad laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, varios estudiantes a enfrentarse a la oferta laboral en los medios de comunicación con del País. Muchos de estos egresados que aspiraban una vacante en medios audiovisuales y digitales se dieron cuenta que no contaban con suficientes conocimientos acerca de las tecnologías de la comunicación para ser contratados.

La realidad a la que se enfrentaron estos estudiantes reveló que el problema había surgido en las aulas universitarias.

La falta de habilidades y destrezas en el egresado para desarrollar proyectos audiovisuales con la tecnología de punta eran evidentes a la hora de las pruebas en canales de televisión o medios digitales.

En el país se están dando cambios significativos en cuanto a la comunicación y avances tecnológicos que no fueron de dominio general de todos los comunicadores egresados en el bienio 2009-2011.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se analizará el problema debido al poco conocimiento en edición de videos y manejos de nuevos sistemas de tecnologías digitales de los egresados de la facultad de periodismo de Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil durante el bienio 2009-2011”.

La competitividad entre profesionales se sustenta en el nivel de conocimientos, habilidades y destrezas sobre la carrera que han desarrollado en la Universidad. Es una demostración básica de lo aprendido.

En este caso, la innovación en el campo de las tecnologías obligaba a una actualización del pensum en la Universidad y en la instalación de modernos laboratorios para que el nivel académico se demuestre en el campo laboral de sus egresados.

Esta exigencia ha sido la constante en el desarrollo de las universidades en el mundo durante todo el tiempo y en todas las épocas. Pero en el bienio 2009-2011 en la facultad de periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, no se daban estos cambios tecnológicos.

Los avances que existen se han convertido en herramientas de calidad aún más en los medios de comunicación, mejorando la calidad de trabajo y contenidos. Esta tendencia trae grandes cambios a la actividad periodística y a estas habilidades y destrezas se suma un cúmulo de conocimientos y comportamientos como la ética profesional y la búsqueda de la verdad como valores que siempre perdurarán.

1.2 UBICACIÓN DEL PROBLEMA EN EL CONTEXTO SOCIAL.

Los egresados de la Facultad de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil del bienio 2009-2011 se encuentran dispersos en el ámbito laboral y apenas un pequeño grupo se encuentra laborando en medios televisivos, enfrentando la carencia de conocimientos recibidos en la Universidad. El resto de los egresados forman parte de la población económicamente activa (PEA).

Algunos dedicados a una actividad distinta al periodismo, en su mayoría, por la falta de una preparación académica de alto nivel, ya que el desconocimiento de la tecnología afecta al momento de laborar en un medio de comunicación.

El grupo humano en estudio, después de su egreso de la Universidad también ha tenido que aceptar posiciones inferiores en otras actividades de la economía formal del país ocupación que no lo deja satisfecho profesionalmente.

Actualmente el Gobierno ha impulsado muchos cambios en la educación superior del Ecuador y por ello las universidades deben pasar por un sistema de evaluación.

En ese contexto, la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil está cumpliendo con los estándares exigidos en todas las unidades académicas y en el caso de la Facultad de Periodismo, adquirió modernos equipos y hoy los estudiantes ya están estrenando nuevos programas tecnológicos en las áreas de radio, televisión y periodismo digital.

Esta oferta de educación y actualización en sistemas digitales está generando la atracción en los estudiantes y bachilleres que aspiran ser profesionales del periodismo.

1.3 CAUSAS Y EFECTOS DEL PROBLEMA

El contexto académico en el que se desarrolló la universidad ecuatoriana le permitió a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil ofrecer la carrera de Periodismo en un tiempo que no existía experiencia académica.

Las primeras promociones de periodistas graduados en esta universidad son testigos de los esfuerzos que se hicieron en esa época para que salieran entrenados en el ejercicio profesional del periodismo.

A medida que pasaban los años, la Facultad de Periodismo mantuvo una política académica tradicional, que le permitía ofrecer más teoría que práctica a sus estudiantes.

Esta realidad hizo que la Malla Curricular de la carrera de Periodismo se mantuviera estática durante muchos años a pesar de que la tecnología avanzaba rápidamente.

No obstante del desarrollo vertiginoso de la televisión, la internet, la radio e incipiente aparecimiento de periódicos On line, a principios del siglo XXI, se notó que en los medios se incrementaban las exigencias que apuntaban a contratar profesionales expertos en el área audiovisual.

La falta del adecuado nivel académico en el período 2009-2011 produjo la limitación en manejo de audiovisuales con tecnología digital.

1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

La muestra del universo escogido para este trabajo geográficamente se encuentra circunscrita en la ciudad de Guayaquil y se han seleccionado a egresados que residen y/o trabajan en el sur, centro y norte de la ciudad.

Cabe señalar que en algunos medios televisivos, radiales e impresos de la ciudad de Guayaquil hay estadísticas que indican el nivel de rotación de personal y el registro de ingresos de nuevos profesionales cada año, la procedencia universitaria y la experiencia previa.

Guayaquil cuenta con cinco universidades que ofrecen la carrera de Comunicación Social, por lo tanto, la suma total de egresados en la ciudad durante el bienio 2009-2011 forman parte de un grupo de competidores que debemos tener en cuenta en el contexto que nos compete.

1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En vista de que un grupo de egresados presentan falencias en el desarrollo de proyectos en el área audiovisual y en el manejo de equipos tecnológicos digitales, se hace necesaria una investigación.

¿Qué antecedentes intervinieron en la falta de habilidades y destrezas y en el manejo de tecnologías usadas en el periodismo audiovisual, por parte de los egresados de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil en el bienio 2009-2011?

1.6 JUSTIFICACIÓN

Se realizará este proyecto con los egresados del bienio 2009-2011 de la Facultad de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por las falencias que presentan al momento de desenvolverse en el campo periodístico mucho más en televisión donde también deben manejar equipos de última tecnología.

El estudio es fundamental para beneficio de los actuales estudiantes y futuras generaciones de periodistas y se analizarán los detalles en cuanto al dominio de la tecnología digital.

Se pretende demostrar mediante esta investigación que la realidad en el campo profesional está alejado de lo que se indica en las aulas de clases, ya que al estudiante se lo capacita con conocimientos básicos y necesarios pero es indispensable actualizarlo, esto debería ser con más tiempo de prácticas en los laboratorios de televisión, de esa manera obtendrán excelentes habilidades para enfrentar los desafíos en los medios. El proyecto también beneficiará a los estudiantes próximos a egresar, quienes dominarán de mejor manera los nuevos equipos.

A partir del presente año, la Facultad de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil ejecutó recibió una actualización en sus laboratorios de radio y televisión, con la adquisición de equipos digitales e implementación de nuevo software, lo que mejora la calidad de educación para los próximos egresados.

La modernización de la facultad de Periodismo tiene como finalidad mejorar el perfil del periodista, con dominio de herramientas tecnológicas, y así generar confianza ante los nuevos adelantos.

Como en todos los tiempos, la mejor aliada de la comunicación ha sido la tecnología, pero desde que esta se digitalizó, ha mejorado la calidad del trabajo comunicativo.

Este trabajo académico propondrá como aporte al público en general, interesado en el conocimiento de nuevas tecnologías, un tutorial de edición de videos en un determinado programa.

1.7 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1 OBJETIVO GENERAL.

Establecer que el conocimiento y prácticas de trabajos audiovisuales diarios son elementales para el desarrollo de habilidades y destrezas del futuro profesional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Demostrar que el manejo de nuevas tecnologías aparte de ser una forma moderna de realizar trabajos periodísticos es una manera más rápida y efectiva al momento de producir.
- Sugerir la extensión de horarios de prácticas audiovisuales para que el estudiante se capacite desarrollando proyectos.
- Realizar investigación dentro del campo de producción audiovisual mediante técnicas de encuestas para determinar el nivel que conocimiento en trabajos de edición.
- Promover el análisis crítico de productos audiovisuales que ayuden a completar el proceso de aprendizaje en los próximos egresados.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

“La velocidad es el síndrome del mundo del siglo XXI en el que el minuto anterior puede convertirse en un episodio histórico en escasas milésimas de segundo”, sostienen Marita Otero y Xosé López en su libro Sistemas Digitales de Información. Este es el nuevo contexto en el que hoy se mueve la Sociedad de la Comunicación, sustentada en el desarrollo de las Tecnologías que a su vez inciden en los ámbitos económico, político, social y cultural. Esto ha impactado en la vida cotidiana del hombre en los albores del nuevo milenio.

Cuando los primeros enlaces entre computadoras daban origen a la génesis de la internet no se alcanzaba a sospechar el tamaño de la espiral exponencial ni las posibilidades de comunicación planetaria que se estaba armando. En menos de 40 años, la tecnología ha sido desarrollada para conectar a rincones remotos con otro lugar al otro lado del mundo a través de la Internet. Eso ha exigido de parte del nuevo ciudadano un nuevo aprendizaje.

Las universidades del mundo tuvieron que adaptarse a los grandes cambios tecnológicos y por ello los trabajos audiovisuales representan un medio relativamente joven para profesores y estudiantes, sus potencialidades siguen en constante evolución. La sociedad del conocimiento requiere de personas con destrezas acordes a las exigencias del nuevo mundo.

La radio, la televisión y la internet, se están convirtiendo en las herramientas de interacción humana por excelencia.

2.1 ORIGEN Y EVOLUCION DEL PERIODISMO AUDIOVISUAL.



Fuente : Google

Foto: 1

Cuando el cine sonoro invadió el entretenimiento en el mundo, rápidamente aparecía en la mente de los inventores nuevas ideas para mejorar ese invento revolucionario. Y fue allá por la década de los 30 en Estados Unidos, cuando nace el término audiovisual y con él, se empiezan a desarrollar las técnicas que incorporan el sonido a las imágenes.



Fuente : Google

Foto: 2

El matrimonio de lo auditivo y lo visual representó la reproducción de la realidad para los cineastas y cinéfilos de la época. Luego con el apareamiento de la televisión, el audiovisual se transforma en el atractivo para millones de familias alrededor del mundo.

La experimentación técnica corría en línea paralela a la exposición de imágenes y contenidos, por lo que a pesar de que existía una técnica audiovisual muy objetiva, en la línea de los mensajes, la subjetividad empezó a tener presencia acerca de la realidad que se captaba.

De acuerdo al portal EDITOR-MONTADOR DE IMAGEN - Introducción a los Medios Audiovisuales. Informa que lo audiovisual empezó englobarse en dos aspectos:

Aspecto amplio: Este aspecto consideraba por separado lo auditivo (radio, teléfono) y en otro nivel lo visual (fotografía, carteles).

Aspecto restringido: Este sentido permitía unir el sonido y la imagen en una interrelación pura (audio más visual nos genera un nuevo producto). Semióticamente hablando, los significados de este nuevo producto había que analizarlo en conjunto.

De acuerdo a los semióticos, la percepción audiovisual se realiza simultáneamente por el sentido de la vista y el sentido del oído. De acuerdo a esta definición lo audiovisual es una unidad de expresión (televisión, cine, vídeo).

Partiendo de ese antecedente, la descripción de lo audiovisual puede aplicarse tanto a las percepciones directas de la realidad, mediante la

vista y el oído como a las percepciones efectuadas por la técnica que se intercala entre la realidad y el perceptor:

2.1.1 AUDIOVISUAL NATURAL

El ser humano con sus sentidos es capaz de percibir de manera simultánea la realidad, sus movimientos, sus sonidos y sus silencios, siempre y cuando el individuo no padezca de las deficiencias físicas que altere su condición de perceptor.

Esta condición natural está restringida al campo espacial y temporal en el que se produce: la vista de un ser humano tiene un ángulo de visión aproximado de 170 grados.

La mejor percepción es la que se produce en línea recta y todo aquello que no está en su línea visual es considerado como visión liminal, el oído en cambio no tiene una dirección, es omnidireccional (este depende de la potencia del sonido y del medio físico en el que se propaga, aire, agua, etc.).

Las primeras escuelas de la comunicación empezaron a estudiar los modelos de interrelación entre los sujetos que producían los mensajes y los que recibían. En este sentido empezó a hablarse de un esquema de información en el que aparecía el informador o emisor, el mensaje y al otro lado el receptor ahora considerado el perceptor.

El emisor es el que está presente ante los hechos, y es quien procesa sus datos, con sus propias sensaciones en un lenguaje audiovisual, el emisor, en este caso, narra sólo con imágenes y sonidos la percepción total de la realidad a unos sujetos que reciben su mensaje, quienes la perciben con la vista y el oído. Esos son los perceptores.

2.1.2 AUDIOVISUAL NATURAL PARCIALMENTE TECNIFICADO.

Cuando se produce un encuentro físico, personal entre dos o varias personas, la realidad natural requiere un mismo lugar y tiempo en reuniones, celebraciones, conferencias, salas de operaciones, etc., los que se incorpora un circuito cerrado de televisión para que se pueda seguir en una sala contigua o bien se incorpora una cadena sonora para que los que se encuentran alejados puedan alcanzar el sonido.

Su difusión se queda reducida a un espacio y tiempo presente, pero es necesario diferenciarlo de lo natural porque el perceptor está situado ante el hecho de forma diferente, es decir, que no recibe la información o realidad directa, sino que la recibe mediada por la técnica, no obstante también percibe la realidad ambiental (como por ejemplo en los estadios de fútbol) que ofrece la posibilidad de seguir el partido mediante un tratamiento visual directo mediante pantallas.

2.1.3 AUDIOVISUAL TECNIFICADO:

El recurso audiovisual es propio de los medios de comunicación. La percepción de la realidad se produce de manera técnica y el medio intercala la realidad con el perceptor.

Este tipo de percepción tiene una característica que lo diferencia de las anteriores percepciones:

1. La característica inicial es que se eliminan las demás percepciones o sentidos que no sean la vista y el oído.

2. Además se prolonga en el espacio, porque este distanciamiento es físico pero introduce también un distanciamiento psicológico y este distanciamiento crea un muro que modifica y enfría las reacciones por parte del receptor.

3. Otra característica es que se prolonga en el tiempo mediante la grabación en un registro y esto permite que se pueda reproducir posteriormente en el mismo u otro lugar.

4. Por último se multiplica la percepción por tantos millones como aparatos receptores existan, aumentada a su vez por el número de personas que perciban la reproducción en cada uno de los receptores.

En este caso, lo audiovisual técnico puede efectuarse de forma separada o unida, entonces el tratamiento técnico sonoro está dirigido exclusivamente a la percepción auditiva prolongada en el espacio (radio) o en el tiempo (discos).

El audiovisual técnico también tiene la posibilidad del tratamiento de la imagen o icono percibido exclusivamente por la vista distanciado en el tiempo (fotografía) o en el espacio, estas prolongaciones de espacio y tiempo se pueden combinar y cabe también la posibilidad de ofrecer un tratamiento combinado de imágenes y sonidos para ser percibidos simultáneamente. En todos los casos se produce un triunfo sobre el espacio y sobre el tiempo.

En el mundo actual, lo audiovisual técnico está reproducido por una pantalla acústica y visual, y semióticamente hablando son signos de otra realidad que se producen en otro momento y otros espacios y que como consecuencia tienen que sufrir una transformación.

2.1.3.1 AUDIOVISUAL TECNIFICADO EN LA RECEPCION:

Este aspecto de lo audiovisual se refiere a una recepción masiva, grupal o individual:

1. Recepción Masiva: se produce cuando al otro lado del emisor hay una multitud de perceptores dispersos y heterogéneos sin interacción mutua.
2. Recepción Grupal o Individual: ocurre cuando el acto de percepción involucra a un número limitado y reducido de personas.

Los ingenieros de sonido intervienen en la parte técnica para que las percepciones audiovisuales lleguen a través de la distancia en el tiempo. Es decir que el audiovisual tecnificado introduce elementos audiovisuales diferentes (efectos de sonido, por ejemplo). En este caso, las percepciones en cada uno de los puntos de recepción también tendrán distintas respuestas, motivadas no solo por el contexto sensorial, familiar, social, del lugar donde se efectúe.

En Quito, por ejemplo, se transmitió el audio de la obra de Orson Wells La Guerra de los Mundos, provocando pánico social colectivo entre los oyentes de Radio.

2.2 EL AUDIOVISUAL PURO.

El recurso audiovisual puro considerado los que produce el cine y la televisión son instrumentos que se utilizan para lograr que las imágenes acompañadas del sonido lleguen al perceptor y al público en general, con mensajes claros, generando determinadas sensaciones.

2.3 ALFABETIZACION DEL AUDIOVISUAL.

En los años ochenta, empezó a hablarse de la alfabetización en imágenes. De este tiempo data la alfabetización audiovisual que es la habilidad para comprender el contenido de un producto.

Según (Pérez Rodríguez, 2004) afirma que “es la capacidad de analizar los procesos de percepción y las estrategias cognitivas que han de desarrollar los sujetos para aprender, entender, comprender y valorar y crear con los nuevos lenguajes “en conclusión lo que se está viendo es la necesidad de que el concepto de competencia mediática se amplíe, porque debe incorporar la “multiplicación de usos lingüísticos, la convergencia e hibridación de códigos verbales y no verbales y las diversas transformaciones de la enunciación lingüística semiológica”.

La situación antes descrita es provocada por la llegada de las tecnologías de la información y la comunicación las cuales soportan los procesos de alfabetización audiovisual digital siempre y cuando sean consideradas como lenguajes que permiten la comunicación, en donde se requiere reconocer los elementos, los códigos los sistemas y las estructuras que orientan los mensajes que proporcionan, significados y dan entonación.

La Association for Media Literacy define en 1989 la alfabetización audiovisual como: “capacidad de descodificar, analizar, evaluar y comunicarse en una variedad de formas”.

Las investigaciones recientes demuestran que los niños y jóvenes de estos tiempos manejan nuevos lenguajes de comunicación y debido a esto se hace necesaria capacitación para elaboración de argumentos audiovisuales.

Talleres de análisis crítico de imágenes forman parte del proceso para la alfabetización audiovisual. Así, los perceptores cuentan con más elementos de decodificación y beneficia los intercambios comunicativos, las interacciones con los medios, y en consecuencia, la difusión de una nueva comunicación más rica, flexible abierta con potencialidad para su uso crítico y creativo.

La comunicación como tal tiene un poder significativo y el proceso áulico para compartir conocimiento entre estudiantes y docente acerca de lo audiovisual generalmente tiene como resultado un aprendizaje de ambas partes en lo que se refiere al tema audiovisual.

Siempre hay un joven que tiene la última información tecnológica y que al final le sirva a su profesor. En los últimos años, los niños han nacido para manipular los nuevos inventos, que son amigables a sus manos traviesas.

Esos nativos digitales forman parte de la nueva comunidad tecnológica. Esta nueva generación es capaz de desarrollar multitareas y es capaz de insertar características de los nativos como abreviaturas, utilización de signos y símbolos nuevos; lo que da como resultado el nacimiento de un nuevo lenguaje.

De acuerdo a (Pérez Rodríguez, 2004) “La construcción de significados, la superposición de unos lenguajes con otros y en consecuencia la transformación de condiciones de enunciación lingüística y semiótica; lleva al necesario replanteamiento del concepto de lenguaje”.

Lo que el autor quiere decir tiene relación con el hecho que hace algunos años, los Estados se embarcaban en campañas masivas de alfabetización, para que las personas pudieran acceder a la información que reposaba en los libros.

Esa característica hoy no existe porque ahora se habla de alfabetización digital aunque, quizás, lo más urgente es la alfabetización audiovisual “que permita reconocer y utilizar de forma precisa los lenguajes en los que se difunde y se transmite el sentido y las visiones actuales del mundo”.

2.4 EL LENGUAJE AUDIOVISUAL.

Los códigos que se empezaron a usar en la radio y la televisión guardan un denominador común a pesar de los años.

Es un lenguaje universal, que llega a todas las clases sociales y permite que el **emisor y el perceptor** puedan intercambiar sus papeles lingüísticos y así comprender los mensajes en ambos sentidos.

Umberto Eco ya nos advierte: "La civilización democrática sólo se salvará si se hace del lenguaje de la imagen una provocación a la reflexión crítica y no una invitación a la hipnosis".

En el lenguaje audiovisual, como en los lenguajes verbales, se pueden considerar diversos aspectos o dimensiones.

El lenguaje audiovisual cuenta con elementos morfológicos, gramaticales y recursos estilísticos, compuesto por símbolos que son decodificados muy rápidamente por el público:

Aspectos morfológicos

De la misma manera que cuando elaboramos mensajes con el lenguaje verbal, utilizamos para ello nombres, verbos, adjetivos y otros elementos morfológicos, los mensajes audiovisuales se construyen utilizando los siguientes elementos morfológicos:

1. Elementos visuales;
2. imágenes,
3. textos y gráficos,
4. movimientos físicos y ópticos, encuadres, perspectivas .

Con estos elementos las imágenes pueden variar en su:

- a) iconicidad y abstracción
- b) denotación y connotación
- c) simplicidad o complejidad
- d) originalidad o redundancia.

Elementos sonoros.

Podemos distinguir: la música, efectos de sonido, la voz, y el silencio. En ambos casos, las funciones de los elementos morfológicos son tres:

- 1) Informativa, testimonial, formativa.
- 2) Recreativa, expresiva.
- 3) Sugestiva: como en la publicidad (relacionada con las cosas), o en la propaganda (relacionada con las ideas y los valores de las personas).

Aspectos sintácticos

Para construir un mensaje verbal, no es suficiente mezclar una serie de nombres, verbos y adjetivos, hay que seguir unas normas sintácticas que permitirán elaborar frases significativas.

(Lenguajeav.blogspot.com/2006/08/3-en-qu-consiste-la-alfabetizacin.html)

De la misma manera, cuando creamos un mensaje audiovisual tenemos que seguir unas normas sintácticas (gramaticales) que, además, podrán influir poderosamente en el significado final de nuestro mensaje.

Los principales aspectos sintácticos a considerar son los planos:

- Angulación y perspectiva
- composición visual
- movimientos físicos y ópticos de la cámara
- transiciones visuales y elipsis
- uso de textos y gráfico
- tipos de montaje
- continuidad y ritmo
- la iluminación,
- el color.

Aspectos semánticos

Además de las funciones narrativa-descriptiva y estética, todos los elementos formales de un producto audiovisual tienen una función semántica.

El significado de los elementos morfosintácticos de la imagen y el sonido depende de su articulación dentro del mensaje que se quiere transmitir:

El significado denotativo (objetivo), propio de la imagen. No obstante hay que considerar que en un audiovisual, el significado de cada elemento depende del anterior y del siguiente.

(Lenguajeav.blogspot.com/2006/08/3-en-qu-consiste-la-alfabetizacin.html)

Eisenstein hace referencia a que “dos imágenes juntas crean una tercera totalmente diferente”.

Los posibles significados connotativos (subjetivos), que dependen de las interpretaciones que haga el lector.

Si las imágenes acostumbran a ser polisémicas, y también pueden darse casos de sinonimia (elementos diferentes pero que tienen un significado parecido).

Elementos sonoros. Podemos distinguir: la música, efectos de sonido, la voz, y el silencio. En ambos casos, las funciones de los elementos morfológicos son básicamente tres:

- 1) Informativa, testimonial, formativa.
- 2) Recreativa, expresiva.
- 3) Sugestiva: como en la publicidad (relacionada con las cosas), o en la propaganda (relacionada con las ideas y los valores de las personas).

Aspectos estéticos.

Además de la función narrativa-descriptiva y semántica, todos los elementos formales de un producto audiovisual tienen una función estética que contribuyen a modificar el significado denotativo de los elementos del mensaje.

Entre los recursos estilísticos destacamos:

Recursos visuales y lingüísticos como la elipsis, metonimia, sinécdoque, hipérbole, comparación, metáfora, símbolo, personificación, contradicción, hipérbaton, aliteración, repetición y juego de ideas.

Recursos solo lingüísticos como:

Las frases hechas identificación de palabras-marca, dilogía, ironía, interjección, exhortación, interrogación retórica, alusiones, neologismos, palabras coloquiales y vulgarismos, frases poéticas, rimas, entre otras.

Aspectos funcionales.

Cuando el material audiovisual tenga una intencionalidad pedagógica, además considerará la inclusión de recursos didácticos que faciliten la comprensión y aprendizaje de sus contenidos.

A partir de las aportaciones de Rodríguez Diéguez (1977) y Santos Guerra (1983) comentan que “entre los recursos que facilitan la comprensión y la asimilación de los contenidos de los mensajes audiovisuales se pueden destacar las siguientes funciones:

§ Función motivadora.

§ Función vicarial (es necesaria para el aprendizaje de algunos contenidos de naturaleza icónica auditiva).

§ Función informativa.

§ Función explicativa (favorece la comprensión).

§ Función de comprobación (facilita la verificación de una idea).

§ Función redundante (de refuerzo).

§ Función sugestiva (potencia la imaginación, creatividad...).

§ Función estética (origina nuevas sensaciones).

§ Función recreativa (lúdica).

§ Función expresiva (facilita la expresión personal).

El mundo audiovisual se lo considera como un arte en la publicidad, el periodismo, la televisión, el cine y ahora incluso en la web. Se pasa entonces del lápiz y el papel al teclado y la pantalla.

En los actuales momentos, el computador dejó de ser una sofisticada y veloz máquina de calcular y se ha convertido en una máquina para comunicarse y transmitir conocimientos. Con una aplicación y acceso a Internet, esa máquina es capaz de enviar un mensaje en un segundo al otro lado del mundo en un entorno multimedia, que incluye sonido, voz y texto”.

5. TIPOS DE MEDIOS AUDIOVISUALES

El espectro audiovisual en el mundo empezó con el cine sonoro y continuó con la televisión en la primera mitad del siglo XX. Los medios audiovisuales que tomaremos en cuenta en esta tesis son:

- **Cine**

Este invento es considerado el primero de los medios audiovisuales en el mundo, que empezó como un proyector de imágenes en movimiento, sin sonido, pero luego se le incorporó sonido, convirtiéndose en cine sonoro.



Fuente : Google

Foto: 3

- **La Televisión**

Es el medio que apareció después del cine y se diferencia del primero porque transmite las imágenes y sonidos por medio de ondas que llegan a grandes distancias a aparatos receptores. Las pantallas receptoras todos las conocemos como Televisión.



Fuente google

Foto 4

- **Las Diapositivas:**

Este medio es utilizado en la cátedra y en la empresa, generalmente. Es un recurso que docentes y ejecutivos empresariales utilizan para exponer contenidos de un sus unidades de estudio o determinado trabajo, se trata de la exposición de fotografías.

Para su utilización es necesario un ordenador pero en algunos casos se necesita la implementación de un proyector del cual sale una luz para que la fotografía se vea sobre un panel blanco.

En algunos casos las acompaña un sonido leve de fondo.



Fuente Google

Foto 5

- **La Radio:**

La radio llegó para quedarse es uno de los medios de información más importante porque su alcance permite llegar con un mensaje oral y claro a largas distancias y a miles de personas de manera simultánea en tiempo real. Este invento permite la transmisión de mensajes mediante ondas electromagnéticas. La radio es utilizada hoy en día como un medio de comunicación rápida de la información y sigue siendo atractiva para una gran parte de la población.



Fuente : Google

Foto 6

- **La Fotografía.**

La fotografía es un medio visual, es arte y técnica para obtener imágenes duraderas debidas a la acción de la luz.



Fuente: Google

Foto: 7

Es el proceso de capturar imágenes y fijarlas en un medio material sensible a la luz. Basándose en el principio de la cámara oscura, se proyecta una imagen captada por un pequeño agujero sobre una superficie, de tal forma que el tamaño de la imagen queda reducido.

Para capturar y almacenar esta imagen, las cámaras fotográficas utilizaban hasta hace pocos años una película sensible.

- **Tele-virtualidad**

Implica sistemas que representan situaciones reales alejadas o inaccesibles. Para el aprovechamiento de este audiovisual se requiere acceso a internet.

Pretende comunicar a distancia con la ayuda de imágenes de síntesis o virtuales, aprovechando todas las posibilidades funcionales que las técnicas de la infografía permiten y tiene aplicación en el campo de la ciencia, la medicina y la comunicación mediática. Con este sistema es posible comunicarse en tiempo real con imágenes de alta calidad en redes de comunicación económicas lo que ha posibilitado la "telepresencia".

En el campo de la medicina, por ejemplo, será posible seguir la evolución de un tumor canceroso consultando con un colega de París o Tokio, igual en el campo científico, manipular la estructura de una proteína o en la ingeniería, desarrollar juntos un proyecto de carrocería para un nuevo auto.

Las aplicaciones son la telemedicina, la teleeducación, el aula virtual, la casa virtual, agrupadas bajo el título de lo que denominábamos antes como "telepresencia". La televirtualidad permite crear entornos virtuales que pueden compartir numerosos participantes conectados por una red de telecomunicaciones de banda estrecha.



Fuente google

Foto 8

2.6 LOS MEDIOS AUDIOVISUALES MAS POPÚLARES.

Por la aceptación masiva, medios más conocidos en la categoría de audiovisuales se encuentran el cine, la televisión y la radio.

2.6.1 CINE.

En la historia del cine se llegó a la conclusión que para el ojo humano había que mostrar 24 imágenes o cuadros por cada segundo para que la idea de movimiento real pudiera ser captada por el cerebro del hombre. Así, el cine proyecta fotogramas de forma rápida y sucesiva para crear la impresión de movimiento.



Fuente google

Foto 9

2.6.2 LA TELEVISIÓN

Con el mismo principio de movimiento que el cine, las imágenes en video también pasan por los 24 cuadros por segundo. Su formato transmite información por medio de la imagen y del sonido, una realidad que se genera en un estudio, en un lugar determinado, utilizando equipos

de transmisión de señales, en el mismo momento en que se produce como si estuviéramos presente



Fuente google

Foto 10

2.6.3 RADIO

Conocido como el medio de comunicación invisible pero de gran impacto por su variedad de expresiones, tiene mucho alcance es el medio de difusión masivo que permite interactuar directo con los oyentes.



Fuente google

Foto 11

2.7 LA CONVERGENCIA HACIA LO DIGITAL

La industria del periodismo escrito vive una crisis sin precedentes. “Algo que podríamos denominar como una tormenta perfecta”, empieza manifestando Plácido Moreno, periodista y empresario del periodismo digital.

“La crisis económica global, los cambios en los hábitos de consumo de la información producidos por la internet y la crisis de confianza en el periódico como factor dinamizador de las sociedades democráticas están forzando a esta industria a profundos cambios”.

“En esta situación muchos periódicos se han dado cuenta de que la rentabilidad de la publicidad online está a años luz de la rentabilidad de un anuncio publicado en el soporte de papel. En este entorno de locura, algunos ya han tomado la decisión de ir solo a internet sacrificando la edición en papel”. Moreno, analiza el mercado global del periodismo, pero sus datos más recientes los ha tomado de la realidad europea.

La evidencia es que si no hay ingresos por publicidad por la actual crisis global que ha estrangulado la inversión publicitaria, y a pesar de tener más soportes de publicación que nunca (papel, web, teléfonos celulares, PDF, Iphone, etc.) es que las empresas editoras de periódicos se ven inmersas en recorte de costes. Ahora mismo son miles de periodistas que han quedado sin empleo.

Las redacciones sufren el impacto de disponer de menos recursos para realizar las tareas informativas, lo puede provocar de forma evidente un impacto en la calidad de los contenidos y una precariedad del empleo sin precedentes”.

En Ecuador el panorama no es distinto. En el 2007, cifras manejadas por la empresa Kantar Media Research KMR, dedicada a la medición de lectoría de periódicos mencionaba que la circulación de periódicos como El Universo y El Comercio, para citar dos importantes uno de Guayaquil y otro de Quito respectivamente, tenían como tiraje más de 50.000 ejemplares diarios y en el año 2012, esa circulación cayó en promedio a 34.000 ejemplares.

En los actuales momentos, se analizan las causas de la caída estrepitosa de circulación e ingresos de publicidad y todo apunta a una falta de interés en la masa de lectores habituales de periódicos que ahora tienen nuevas marcas como opciones de ejemplares gratuitos en la calle, tienen las noticias en los canales abiertos de televisión, en la radio y sobre todo, para un sector ejecutivo y con capacidad de lectura en la web, las noticias les llegan por internet en las versiones digitales de los respectivos medios. Las agencias de publicidad conociendo ese comportamiento del mercado de lectores ha destinado su gran caudal de pauta hacia la televisión, reflejándose en el share global una migración de publicidad considerable de medios impresos hacia lo audiovisual.

Esta situación ha puesto en graves problemas a medios nacionales que no soportan sostener los egresos con las pocas ganancias que quedan o en algunos casos pérdidas significativas, como el caso de Revista Vanguardia que en junio del 2013 dejó de circular por problemas económicos administrativos debido a su mínima circulación, además de enfrentar varios llamados de atención del gobierno.

Diario Hoy también exteriorizó un gran problema en la segunda mitad del año 2013 cuando en Guayaquil sus empleados, periodistas, fotógrafos y personal de apoyo paralizaron sus actividades porque llevaban tres meses impagos sus sueldos.

Se estima que todo este problema también tiene que ver con la convergencia de lo analógico a lo digital. Es por eso que lo hemos considerado como parte de este análisis.

2.8 EVOLUCION DE LA WEB (World Wide Web)

Xosé López, autor del libro Sistemas Digitales de Información manifiesta que “Internet, el medio de comunicación esencial de la era digital, no solo plantea nuevos desafíos al periodismo actual, necesitado de reflexión crítica y de nuevas convenciones, sino que ha pasado a convertirse, a comienzos del Siglo XXI, en una herramienta básica para los confeccionadores de contenidos que trabajan para todos los soportes”.



Fuente google

Foto 12

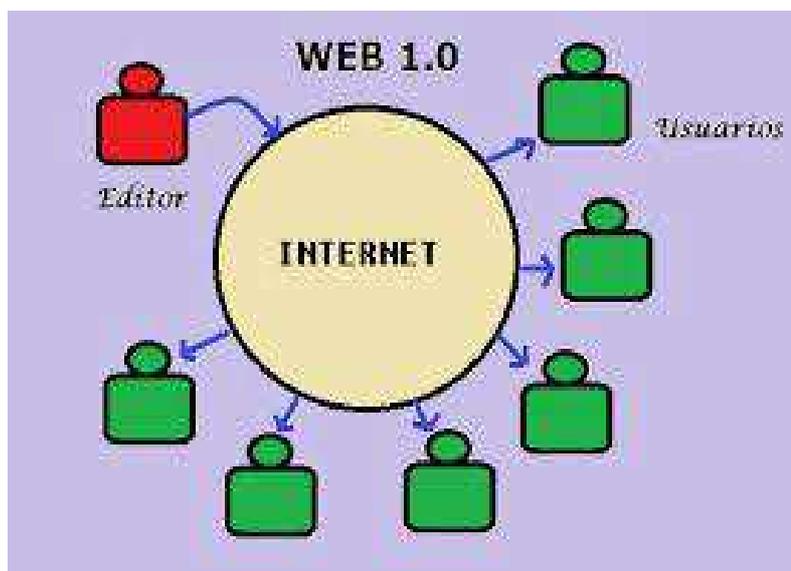
En su obra dice que conviene recordar que el producto considerado como el primer periódico del mundo publicado sobre un soporte electrónico el Viewtel 202, un servicio del diario Birmingham Post and Mail, tiene la fecha de nacimiento en 1979.

“A partir de ese año la multiplicación de la oferta entró con fuerza en el panorama mediático, donde muchos se apresuraron a la formulación en voz alta de las numerosas posibilidades informativas que ofrecían los últimos inventos y a la anunciación de un futuro en el que algunos medios tenían el plazo de defunción en su solapa. Eran, sin embargo, tiempos de ensayos en los laboratorios y de la entrada en circulación de productos que superaban las potencialidades de sus hermanos pequeños”.

Además López sostiene que el nacimiento de la Internet se produjo a la sombra de sus hermanos “mayores” como la prensa, la radio y la televisión y hoy camina a su emancipación. También sostiene que el periodismo se ha instalado en la Internet con proyecto propio”.

2.8.1 LA WEB 1.0

Este espacio fue creado en el período comprendido entre 1991 y 2003 como una forma básica usando solo navegadores de texto, bastante rápidos.



Fuente google
Foto 13

Los desarrolladores trabajaron en este sistema y luego surgió el HTML que permitió crear las páginas web más agradables a la vista, así como los primeros navegadores visuales tales como IE Netscape, Explorer (en versiones antiguas), etc.

Cuando se creó la Web 1.0 los usuarios del sistema no podían retroalimentarse, pues era de una sola vía, pues era sólo un material de lectura y en el contenido de la página no había comentarios, videos, respuestas, citas, etc., generándose un modelo informativo con un emisor privilegiado que diseñaba un mensaje, llamado Webmaster.

En esos años los diseños de la web 1 eran de páginas estáticas para que el lector solo las pudiera visualizar.

En aquellos días, el uso de la web 1.0 podía llenar un formulario, hacer click, lo enviaba a través de un cliente de correo electrónico, con el problema y se podía observar los detalles del envío del correo electrónico.

En este ejercicio no se podían adherir comentarios. Las páginas se creaban de forma fija y muy pocas veces se actualizaban.

2.8.2 LA WEB 2.0

Según Xosé López, los antecedentes de esta herramienta datan de 1989, cuando los físicos Berners-Lee y Robert Callou, investigadores del Centro Europeo de Física de Partículas, el CERN de Ginebra (Suiza), idearon la WWW, que permite confeccionar presentaciones que integran hipertexto e hipermedia, es decir, es capaz de integrar texto, imágenes, sonido y video (Armañanzas, Díaz Noci, Meso, 1996, p.74).

Desde entonces, la web se convirtió en el sistema interconectado más revolucionario en las comunicaciones. Su característica fue desde el inicio acercar al mundo a través de las redes sociales, lo que ha llamado la atención en todo el planeta, dando paso a lo que se conoce como comunidades digitales.

Cuando la web apareció, los ciudadanos del mundo entero se dieron cuenta que para acceder a su uso no requería tener entrenamiento previo ni estudios en informática ni tecnología. Cualquier persona con habilidades para leer y escribir podía ser usuario de una red social. Los desarrolladores querían aprovechar la sabiduría implícita de la gente.



Fuente google

Foto 14

Con el paso de los años, los recursos de la Web 2.0 han modificado la forma de trabajar en las salas de redacción.

Los medios tradicionales, como los impresos, televisivos y radiales incluyen secciones sobre lo que está pasando en las redes sociales.

El ejercicio mismo de un periodista de informar, ahora lo puede realizar en línea, en vivo, no tiene que esperar hasta empiece la hora del noticiero o cuando arranquen las rotativas. El proceso de analizar e investigar ha permitido acortar los tiempos de información.

Marita Otero, coautora del mismo libro de Xosé López, en el capítulo dos titulado Diez años de periodismo digital, menciona la individualización de la audiencia y su participación en el flujo informativo. El sujeto con atributos de editor.

En las universidades, las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) también han tenido utilidad. Son herramientas que facilitan el aprendizaje, el desarrollo de habilidades y distintas formas de aprender, estilos y ritmos de los aprendices y se produce un intercambio de conocimientos entre docente y estudiante.

En otro orden más macro, “la penetración de Internet afecta a todos los estamentos sociales. De hecho, según un informe de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), los ingresos de los sectores vinculados a las tecnologías de la información representan ya entre diez y quince por ciento del Producto Interno Bruto (PIB), mundial.

Así planteadas las cosas, las Tecnologías de la Información y Comunicación impactan en el corazón de los medios y el periodismo, donde la convergencia de medios es la característica predominante. Pero, esta transformación no sólo afecta a la estructura e infraestructura de los medios, sino, y más importante, afecta a la propia concepción del periodismo, en consecuencia, a su esencia informativa.

Asistimos a un panorama en donde la convergencia ha dado lugar a una participación activa de los lectores, los cuales interactúan con el medio a

través de los comentarios (de las noticias), Blogs, Wikis y Redes sociales, entornos que se engloban en un concepto que se conoce como Web 2.0.

La adaptación a los cambios que promueven las Tecnologías y crear nuevos modelos informativos, son prioridades que los medios, profesionales y universidades deben asumir con rapidez naciendo un nuevo modo de enfocar, crear y producir las noticias, está germinando un nuevo ecosistema de noticias locales y mundiales entrelazadas que se transmiten de blog en blog y a través de redes sociales.

Por ello, los medios deben asumir que la audiencia ha cambiado, que están frente a una audiencia proactiva, participativa, que no sólo consume información, sino que también la produce.

En conclusión, la Web 2.0 plantea nuevos retos para el periodismo, por lo tanto, aprender a manejar las herramientas tecnológicas es importante, sin olvidar los principios básicos de un buen periodista. Simplemente hay que adaptar los hábitos del periodismo a la nueva era de la información.

2.8.3 LA WEB 3.0

En el desarrollo de la tecnología para la información el camino evolutivo de la red se proyecta a una inteligencia artificial. Escépticos lo ven como una visión inalcanzable. Sin embargo compañías como IBM y Google están implementando nuevas tecnologías que cosechan información sorprendente, como el hecho de hacer predicciones de canciones que serán un éxito tomando como base información de las webs de música de la Universidad.

Existe también conduce un debate sobre si la fuerza conductora tras Web 3.0 serán los sistemas inteligentes, o si la inteligencia vendrá de una

forma más orgánica, es decir, de sistemas de inteligencia humana, a través de servicios colaborativos como del.icio.us, Flickr y Digg, que extraen el sentido y el orden de la red existente y cómo la gente interactúa con ella.



Fuente google
Foto 15

2.8.4 LA WEB 4.0

La tecnología avanza a pasos agigantados, Se estima que la web 4.0 estará disponible para el 2020 y será un nuevo modelo de web con el objetivo de resolver limitaciones de la web actual.

(<http://jimenosky.wordpress.com/category/web-40/>)

http://es.wikipedia.org/wiki/Web_3.0

(Dignode.blogspot.com)

2.9 EL PERIODISMO AUDIOVISUAL JUNTO LAS TECNOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN.



Fuente: Google

Foto 16

Es un sistema de comunicación que integra elementos visuales y elementos sonoros y sin duda, la aparición de la tecnología digital implica un gran cambio en la producción audiovisual.

La mayoría de los estudios e investigaciones que se han realizado sobre este tema menciona que los primeros archivos audiovisuales nacieron cuando los materiales se guardaron y se clasificaron como documentos de la historia.

El advenimiento de Internet y principalmente de la World Wide Web como medio de comunicación de masas y el éxito de los blogs, las wikis o las tecnologías peer-to-peer denomina a este avance una dimensión social.

(revistasocialesyjuridicas.files.wordpress.com/2010/09/02-tm-04.pdf)

(Dignode.blogspot.com)

Entonces la aparición de las nuevas tecnologías obliga a que en el periodismo se especialice cada día más en sus trabajos ya sea el uso extensivo del ordenador, las telecomunicaciones y las nuevas tecnologías como: Internet, video, CD-ROM y otros periféricos, así mismo de integrar a su quehacer diario el uso de herramientas a fin de que desarrolle habilidades para el correo interno y externo, salas de reuniones, videoconferencias y el Chat.

2.9.1 LA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA.

Se conoce que este cambio se dio cuando el internet se expande en la década de los 90, en el siglo XX y fue creada solo para las fuerzas militares y del mundo de la ciencia, entonces se vuelve en uso popular e internacional.

Las redes de Internet tienen la virtud de crear una sensación de libertad de expresión sin precedentes en la historia de la comunicación.

Los periódicos, la radio y la televisión tradicional abrían espacios de participación a sus audiencias, en la Internet estos pueden recibir respuestas, reacciones y análisis de los lectores, oyentes y televidentes casi de manera instantánea en múltiples canales de conversación, foros y otros sistemas en donde el usuario puede manipular la información de manera casi libre.

Se denomina al Internet como un medio de comunicación, sin embargo la opinión dominante es la que lo define como soporte donde tienen cabida multitud de medios de comunicación, entre ellos los blogs o la propia prensa digital.

Los autores, Silvia Páez Monges, periodista, “El periodismo digital y toda la comunicación en sí ya no tiene retorno. Andrés Vázquez, periodista, indica poco a poco el periodismo digital comienza a desarrollarse.

Los medios escritos han comenzado a aglomerarse en tanto y en cuanto hacer periodismo digital no es solamente transcribir lo que publicaron en papel y se van transformando poco a poco en pequeñas agencias de noticias.

Nunca reemplazará al papel o a la radio. Es otro diálogo, otra forma de comunicación. Puede ser solamente una amenaza para la televisión.

Para América Latina, hubo distintos "pioneros" que acuñaron estilos personalizados del nuevo Periodismo 2.0./Prensamérica Internacional, un grupo de periodistas, locutores, fotógrafos de prensa, productores de radio y "bloggers" aficionados se unieron a la propuesta del periodista costarricense Roberto González Short en 2006 y quien revolucionó en las Redes Sociales el formato digital de hacer periodismo y sostener un Alto Perfil a nivel internacional.

En la actualidad, Prensamérica Internacional respeta la estructura original planteada por Dan Gillmor, aun así, este formato informativo continúa evolucionando a nivel mundial, Roberto González Short tiene a su haber incursiones en medios como Grupo Extra de Costa Rica, Univisión para América Latina, Agencia France Press en Palestina, Diario El Trabajo de Chile y la misma Jefatura operativa de Prensamérica Internacional.

(<http://www.5dias.com.py/12576-prensa-digital-nuevo-desafio-para-medios>)

Las distintas especialidades del periodismo responden a la urgencia que tienen los lectores, los radioyentes y los telespectadores de asimilar los cambios culturales, científicos, económicos, sociales y políticos que trae el siglo XXI.

Se encuentran en todos los medios, pero el sector estrella de la especialización es Internet. Con internet son tantas las posibilidades de acceso a información documentada y a fuentes especializadas -acceso directo y gratuito- que el periodismo especializado y el periodismo de investigación lo aprovechan.

Pero, hasta ahora los países en vías de desarrollo todavía van a tardar algunos años a poder utilizar esta nueva herramienta de manera habitual y cotidiana señala Josep María Blanco.

(es.wikipedia.org/wiki/Periodismo_digital)

(<http://betancourtlig.wordpress.com/2013/03/20/importancia-de-la-radiotelevision-y-prensa-escrita-digital-por-medio-de-las-nuevas-tecnologias-como-lo-es-la-internet/>)

2.10 EL USO DE LA WEB EN EL PERIODISMO ECUATORIANO

En los inicios del siglo XXI los periódicos, los canales de televisión y las estaciones de radio utilizaban la web como un medio para buscar información valiosa que merecía ser reproducida.

Debido a que todas las publicaciones subidas a cada momento, la internet fue ganando espacio y tiempo aire de esa manera se dio a conocer al público.

Desde el año 2000, las empresas periodísticas invirtieron desde el año 2000 en tecnología para contar con un sistema de banda ancha que les permitiera valerse de la información que se generaba en el mundo a fin de darla a conocer.

Los primeros canales en adoptar un buen uso de la web, sin duda fueron los canales de señal abierta y las radios que tenían mayor alcance.

Las compañías proveedoras de internet realizaron grandes contratos con los medios de comunicación por la necesidad de estos para obtener información de la web.

2.10.1 MEDIOS ON LINE DEL ECUADOR EN LA WEB.

Otro aprovechamiento de la web y de la inversión en ancho de banda por parte de los canales de televisión y radioemisoras es su exposición en versiones online de sus formatos.

Una de las radios pioneras en hacer uso de la web para exponer sus contenidos fue Radio CRE en Guayaquil. Su departamento dirigido por el maestro Efraín Luna es un referente y un semillero para periodistas que en poco tiempo han dominado el uso de la web en radio.

De la misma manera los periódicos en su mayoría realizaron la convergencia hacia versiones online y los canales de televisión tardaron un poco en exponerse por lo pesado de los videos que requerían de una tecnología nueva para que la mayoría de los usuarios de una computadora pudiera ver la televisión online.

No es una casualidad que en Ecuador, al igual que ocurre en el mundo entero, estén surgiendo una diversidad de medios online. Una de las razones para tal situación estaría en que cada día hay más ecuatorianos

usuarios de Internet. Según datos de la Superintendencia de Telecomunicaciones, en el año 2000 hubo 57.627 usuarios de Internet y hasta marzo de 2011 se estima que existen 3.333.459 usuarios, lo que les convierte en potenciales lectores de esos medios.

Los medios de comunicación digitales ecuatorianos ofrecen información variada. Quien ingrese a algunos de estos periódicos puede mirar temas sobre política, economía, temas judiciales, cultura, deportes, entrevistas, reportajes, análisis, noticias de última hora y hasta segmentos de chismes en algunos casos, etc. Todos tienen enlaces a las redes sociales Facebook y Twitter.

En cuanto a lectores, Ciudadanía Informada (que salió al aire por Internet en septiembre de 2004), recibe, a decir de su director Pablo Villacís, unas 500.000 visitas cada año.

Según Villacís, el 80 por ciento de visitantes al sitio es ecuatoriano de las zonas urbanas, un 10 por ciento proviene de sectores rurales y el 10 por ciento restante viene de otros países.

De su parte, el periódico b10 tiene un promedio de 6.000 visitas diarias. Según Ramos, 60 por ciento de sus lectores están fuera del país porque el sitio desarrolla temas no solo ecuatorianos sino internacionales. A decir de su director, lo fuerte de b10 es el análisis, sin descuidar las noticias.

(<http://www.fundamedios.org/autorregulacion->)
([capacitacion/articulos/medios-digitales-aumentan-en-ecuador](http://www.fundamedios.org/capacitacion/articulos/medios-digitales-aumentan-en-ecuador))
(<http://maugar.blogspot.com/2011/11/evolucion-de-los-medios-digitales.html>)

2.11 PERIODISTAS JUNTO A LA WEB.

El portal de Fundamedios, confirma que la tecnología ha revolucionado la forma de hacer periodismo, éste no ha cambiado. La rigurosidad periodística, el buen uso del lenguaje, el tratamiento adecuado de las fuentes y la ética periodística constituyen la esencia del periodismo.

El periodista, al usar Internet debe tener la capacidad de recopilar, analizar y procesar la información, con el fin de transmitirla a los lectores. Para realizar trabajos para la Internet se precisa de mucho conocimiento y uso de tecnologías específicas ya sea:

- Herramientas de diseño
- Uso de programas de composición
- Edición multimedia

Estas son la herramientas con las que completan la base de capacidades con las que un periodista imaginará la red como un medio natural para desarrollar su trabajo. Es necesario el empleo de las diversas técnicas de investigación y el cruce de información.

Entre las técnicas empleadas se encuentra el análisis de contenido.

Los periodistas también empezaron a cambiar sus hábitos de trabajo porque cuando una cobertura no arrojaba la información que pretendían la web se convertía en una aliada que le aportaba con algún dato adicional para su nota.

De esta manera, la web en el periodismo audiovisual se fue generalizando y dependiendo de la calidad de los materiales, algunos canales de

televisión han transmitido imágenes que de otra manera no la hubiesen podido obtener.

El análisis económico, como es saber interpretar los datos fríos de la balanza de pagos, los estados financieros de las empresas entre otros más, para ello los periodistas deben ser especializados, además, a través de Internet pueden llegar a la información que los funcionarios públicos buscan ocultar.

El uso y dominio de hojas de cálculo, son técnicas importantes para analizar la información a través de bases de datos o fuentes electrónicas. En esta era de la abundancia de la información el periodista debe ser un experto piloto y guía informativo si no quiere ser irrelevante.

Es necesario conocer las rutas y los mapas de la información mejor que los lectores para orientarlos y guiarlos hacia el conocimiento.

Esa es la base de las teorías de la gestión del conocimiento y uno de los pilares de la supervivencia del periodismo en la era del ciberespacio.

Algo está claro, un periodista profesional que utilice las redes sociales para informar está un paso adelante de los demás.

Según la encuesta de PRWeek y PR Newswire en el 2010, 37% de los periodistas tradicionales usan Twitter, el 46% usan blogs y 33% usan las redes sociales para investigar.

Pero esta inmediatez puede llevar al error al periodista, informando sin verificar ni profundizar, jugy pone en juego su reputación y la del medio en el que trabajan.

Carolina Londoño bloguera del diario digital Kien&Ke, publicó una entrada llamada “El cantante que murió tres veces, mostrando su indignación respecto a como algunos medios de información anunciaron la muerte del Joe Arroyo por las redes sociales, antes de la fecha que en verdad sucedió. “La inmediatez puede convertirse en ligereza, y sepultar para siempre la credibilidad y el apego a la verdad de los que debe ceñirse un medio de comunicación que dice ser serio.”

En las redes sociales un periodista no puede olvidar reglas básicas del periodismo, como investigar, profundizar, verificar, etc. Existen muchas opiniones de que “Las redes sociales son una trampa fácil.

Una frase de 140 caracteres puede escribirse en minutos, pero la repercusión que tiene ésta es abrumadora. Borrar el mensaje no implica una rectificación, ni mucho menos el olvido”

Saber buscar información en la red es fundamental para no cometer errores y darle credibilidad a las publicaciones.

2.12 LAS TECNOLOGÍAS MÁS FAVORABLES EN EL PERIODISMO.

Son las redes sociales como Facebook, Twitter, tumblr, myspace, twenty, LinkedIn, xing, viadeo, ask. Pero en País las más utilizadas son las redes de facebook, twitter y Whatsaap. Se considera que a través de estas redes sociales, un periodista genera más información de manera inmediata .

En estos tiempos no basta con solo utilizar el buscador de Google porque ya existen armas para hacer búsquedas más precisas y confiables, como ejemplo de ello tenemos los marcadores sociales como *delicious*, que nos permiten buscar entre los sitios WEB más

recomendados por los usuarios, o *Topsy* que permite buscar *Tweets*, enlaces, videos, fotos, hasta personas, también microblogging, foros, mensajería instantánea y voz (Whatsapp, Skype, Viber, Gtalk, Joyn, Line, Windows Live Messenger, Tango, Libon: ChatOn, gmail), indica el portal Nuevo medio en la web.

Los periodistas deben respetar y tener presente los derechos del autor al momento de saber buscar en red. Es muy importante reconocer cuando un artículo tiene licencia Copyright Creative Commons, para saber si puede disponer de él de forma libre o no, si lo puede mencionar o hasta modificar.

Por otro lado llegan los creados para construir archivos de sonido distribuidos y el usuario puede escucharlo cuando, donde y cuantas veces quiera y finalmente la Wiki que son tipos de enciclopedia y la más conocida es Wikipedia. Con todas las herramientas anteriores se da a conocer el periodismo 2.0, pero ahí no acaba todo.

En el blog , “La Evolución del Periodismo digital” , Se da en los inicios de 1995 cuando los medios tradicionales se subían en forma exacta, el diario de papel a la red y a esto se le clasificó como periodismo 1.0.; seguidamente la etapa del periodismo 2.0 originada en los años 2000 al 2002 donde Internet impone un nuevo lenguaje de corte multimedia incluyendo audio y video, esto lo hace más real e interactivo.

En la nueva era nos encontramos con el que se caracteriza como el "fenómeno de la socialización del contenido en línea de los medios de comunicación" donde la interacción entre el autor y sus lectores es dinámica y personalizada; dándole a los blogs mayor importancia informativa y convirtiéndola en un portillo para crear el , que terminó interesante para la evolución de la información urbana clasificado como

periodismo participativo que se denomina más personal y enfocada a la conversación que al texto, pero más participativo, demostrando que el modelo de comunicación antiguo de EMISOR-RECEPTOR, ya es parte del pasado, pues ahora a las personas que forman parte del proceso comunicativo se las considera PERCEPTORES, dándoles una especial consideración a sus percepciones de cada mensaje, y aquello se refleja en la astronómica cifra de mensajes en las redes sociales o en los medios on line.

2.13 EL PERIODISMO ANÁLOGO.

El periodista José Tejeda, fundador de un medio digital hace una reflexión sobre lo que era una Redacción Análoga frente a una Redacción Digital. Menciona que el periodismo análogo se nutría de la discusión cara a cara, en una mesa de trabajo y con investigación realizada in situ, con documentos físicos, como papeles firmados, fotografías, cartas etc.

Ese periodismo análogo requería de fotocopiar las evidencias en un juicio y tener encartonado miles de documentos para demostrar la veracidad de la información publicada.

Tradicionalmente, los periodistas de investigación han estado acostumbrados a acumular documentos, pruebas, libros, y demás evidencias, que le sirven de sustento bibliográfico y jurídico en caso de que las partes entren en controversia.

(<http://mundomagico-sayleng.blogspot.com/2007/06/la-evolucion-del-periodismo-digital.html>)

En los archivos fotográficos, las imágenes en papel fotográfico ocupaban un espacio muy importante dentro de los edificios donde funcionan los periódicos.

En los canales de televisión ocurría igual situación, aunque por la naturaleza de su formato, este medio fue el primero en archivar sus registros en formato de video.

Pero el soporte de sus investigaciones y las de sus periodistas generalmente ocupaban grandes espacios en sus oficinas. Básicamente el periodismo análogo carecía de herramientas digitales y uso de redes sociales como soporte para su ejercicio.

2.14 EL PERIODISMO DIGITAL.

Se define a la transformación de los medios periodísticos, prensa, radio televisión y recursos del internet.

El Periodismo Digital, aprovecha los recursos y servicios que provee el Internet, para ampliar la información en un sólo medio y de forma inmediata y es calificado un nuevo género periodístico con particularidades enfocadas al uso de nuevas tecnologías para informar y comunicar.

El periodismo digital se considera el nuevo reto para los periodistas que no tienen conocimientos técnicos o no dominan las nuevas tecnologías de la comunicación, pero a pesar de esto representa una oportunidad para las nuevas generaciones de periodistas y los medios que hacen su incursión en esta plataforma.

En la región Latinoamericana quizás el problema más común en los medios tradicionales es la falta de recursos y visión de sus versiones digitales.

Por ejemplo, periodistas tradicionales que se niegan aceptar el cambio. Dueños de medios impresos que no aprovechan la oportunidad que brinda las nuevas tecnologías y directivos de medios que no seden espacio a los conocedores de las tendencias para desarrollar los proyectos adecuadamente.

Las características del Periodismo Digital están fundamentadas en los principios de la plataforma de Internet: la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad.

Multimedialidad: el medio puede integrar en una misma plataforma los formatos: texto, audio, vídeo, gráficos, fotografías, animaciones, infografías, etc.

Hipertextualidad: La posibilidad de acceder a la información de manera multidireccional y no lineal. Permite la navegación en el contenido a través de enlaces en relación al texto.

Interactividad: se refiere a la posibilidad que tienen los usuarios de interactuar con el medio, los autores y el texto. Permitiendo de esta forma un desarrollo de acciones que proponen y comunican directamente.

(<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/periodismo-digital-definiciones-caracteristicas/>)

2.14.1 INICIOS DEL PERIODISMO DIGITAL

El periodismo digital no es una tendencia nueva, desde 1993 un gran número de editoras de prensa diaria, en su mayoría estadounidenses, publicaron información en la plataforma de Internet y en otras redes digitales (CompuServe, America Online, CompulinkInformation Exchange) creando primitivos sitios web que proporcionaban información general.

Los inicios del periodismo digital se dan en 1995 cuando los medios tradicionales se subían en forma exacta, el diario de papel a la red y a esto se le clasificó como periodismo 1.0, seguidamente la etapa del periodismo 2.0 tuvo su origen en los años 2000 al 2002 donde Internet impone un nuevo lenguaje de corte multimedia donde se incluyó el audio y el video esto lo convirtió en interactivo.

Este fenómeno ha sido paulatino y no ha sido pacífico debido a los conceptos rígidos de ciertos medios sobre lo que es un medio tradicional. Si un periódico es entendido como una edición en papel impreso y distribuido en las calles de las ciudades por centenares de vendedores, la idea de un periódico digital, es decir, cuya edición se ve a través de un ordenador conectado a una red de Internet, no es tan sencilla de aceptar. Por otra parte, un periódico en papel es pagado directamente, ejemplar por ejemplar y, en el Internet, la mayoría de las personas pueden ingresar a leerlo sin tener que *pagar*, al menos como es entendido por algunos.

El primer sitio web proveedor de información fue el diario estadounidense The Chicago Tribune a través de América Online (AOL). De esta forma muchos diarios se sumaron a la nueva plataforma digital. Luego, aparecieron en línea versiones de Mercury Center, The Chicago Tribune, The Atlanta Journal and Constitution, The New York Times y

más. En 1994, ya era posible encontrar más de 70 publicaciones periodísticas en línea.

Las versiones digitales ofrecían el mismo contenido que su versión impresa, sin mayores modificaciones para la versión en línea. En sus inicios los medios aún no habían encontrado el potencial de la plataforma que ofrecía el Internet, afortunadamente esto ha cambiado. El periodismo digital prácticamente se ha convertido en un nuevo género periodístico con características propias.

El periodismo se convierte digital en el momento en que empieza a ganarse un espacio en el internet, esto se produjo como parte de la Red de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (ARPANET), creada por el Departamento de Defensa de Estados Unidos y se diseñó para comunicar los diferentes organismos del país.

Sus principios básicos eran: ser una red descentralizada con múltiples caminos entre dos puntos y que los mensajes estuvieran divididos en partes que serían enviadas por caminos diferentes.

La presencia de diversas universidades e institutos en el desarrollo del proyecto hizo que se fueran encontrando más posibilidades de intercambiar información. Posteriormente se crearon los correos electrónicos, los servicios de mensajería y las páginas web.

Pero no es hasta mediados de la década de los noventa -en una etapa en que ya había dejado de ser un proyecto militar- cuando se da la verdadera explosión de Internet. Y a su alrededor todo lo que conocemos como Tecnologías de la comunicación. Otra virtud del periodismo digital es la capacidad de inmediatez y actualidad que esta posee.

En un periódico tradicional se tiene que emitir el célebre *Extra* para dar a conocer un acontecimiento de gran importancia que sucede en cualquier momento y que para ser publicado tiene que esperar al día siguiente.

En cambio, los medios digitales pueden actualizar la información a cualquier hora y desde cualquier parte, probado que el periodista digital cuente con un ordenador y una conexión a una red de Internet en cualquier parte del planeta.

La sala de redacción de los medios tradicionales queda también superada de alguna manera por los medios digitales, la cual se puede transformar en una sala virtual de un Chat u otro tipo de canal.

Pero este gran medio de comunicación presenta nuevas facetas que han afectado la vida de los individuos del planeta y los han obligado a dejar de un lado actividades como la televisión, lectura de periódicos, compra y venta de música, entre otras. Porque las audiencias encontraron en la red de redes abundante información que las obligaron a ver en Internet una potente alternativa de consumo.

2.14.2 EVOLUCION DEL PERIODISMO DIGITAL.

El periodismo digital al igual que otros elementos se ha venido actualizando a medida que el tiempo ha transcurrido tanto alrededor del mundo.

En estos tiempos se denomina como lo mejor, son varias las empresas u organizaciones que buscan dar a conocer la información más relevante de sus negocios a través de varias herramientas como blogs, wikipedia, dbpedia, obteniendo de esa forma grandes beneficios. Usar todas estas herramientas digitales, permite mejorar la interacción con los usuarios.

El periodismo digital, según palabras de Ramón Salaverría, es “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos”.

El mundo digital busca mediante los sitios web de las redes sociales otra forma para llegar hasta los usuarios e inspirar a la gente para que día a día pueda contribuir con información importante en el medio y estar al auge de la web 2.0.

Con el periodismo digital es posible crear blogs, textos escritos, subir fotos como en facebook, subir vídeos como en youtube aportan con nuevo contenido investigativo de la información que constantemente esta en actualización.

Un periodista digital debe valorar la información si se cuenta la opinión de la gente que leen constantemente la información por eso se debe mantener contextualizado y actualizado los contenidos.

Durante los meses abril y mayo de 2013 se realizó el Estudio sobre Periodismo Digital de Oriella 2013 con estudios y mediante una encuesta online a 545 periodistas de 12 países del ámbito audiovisual, nacional, estilo de vida, regional, prensa especializada y blogs de Brasil, Canadá, China, Francia, Alemania, Italia, Nueva Zelanda, Rusia, España, Suecia, Reino Unido y Estados Unidos. A grandes rasgos, este estudio sobre Periodismo Digital 2013 señala que el 30% de los medios da prioridad a la edición digital, el 40% ofrece apps móviles y el 51% busca noticias en redes sociales de microblogging como Twitter.

(<http://nivia.wordpress.com/2011/10/03/evolucion-del-periodismo-digital/>)

En cuanto a la publicidad, únicamente un 20% de los medios de comunicación obtiene más ingresos en el canal online que en el canal tradicional, ya que los medios tradicionales continúan teniendo más prestigio que los medios digitales, a pesar de que los medios online registran más audiencia que los convencionales.

Los periodistas utilizan los medios sociales para encontrar noticias, pero siguen dando más importancia a las fuentes de confianza y a sus contactos.

El 51% de los periodistas reconoce que busca nuevas historias en microblogs como Twitter, pero solo cuando ya conoce a la fuente que está detrás de ellas.

Cuando no conoce a dicha fuente, el uso cae a la mitad. Y el 59% de los encuestados asegura que existan nuevas noticias en conversaciones con expertos de su sector.

CABERO, D. J. (n.d.). LAS TICS EN LA UNIVERSIDAD.

Cabra, F. (2008). Nativos Dlgitales: ¿Ocultamiento de Factores Generadores de Fracaso Escolar? Universidad Javeriana, 127.

DR. JULIO CABERO ALMENARA. (n.d.). LA TICS EN LA UNIVERSIDAD. LIBRO.

Olga, A. B. (n.d.). los usos de internet comunicación sociedad.

PERALES, E. B. (n.d.). ETICA DE COMUNICACION AUDIOVISUAL.

Perez Rodriguez, M. A. (2004). Los Nuevos Lenguajes de la Comunicación. Barcelona:

2.15 MEDIOS DIGITALES EN EL ECUADOR.

En nuestro país los medios digitales fue una revolución tecnológica, el primer lugar lo toman la mayoría de diarios ecuatorianos ya que cada uno de ellos cuentan con su sitio Web. Uno de los primeros medios digitales tenemos a el:

DIARIO EL HOY, el mismo que apareció en la web en el año de 1995 y fue de relevancia para muchos ecuatorianos que se encontraban fuera del Ecuador, ya que leer un diario de su país de origen era un privilegio.

Según una entrevista realizada al subdirector de diario “EL HOY”, afirma que el diario es el primero de Sudamerica que tuvo el periódico en línea, la primera motivación fue la innovación tecnológica”



Fuente : Google

Foto:17

Información tomada de mapamediosCIESPAL_2012

Este diario tiene como lema: El primer diario en línea de América del Sur. El diario El hoy tiene en su sitio una sección: "Multimedia". En donde están audios, videos, infografías, mapas. Además, el diario tiene otra sección de Especiales, en donde desarrolla temas específicos con videos, infografías, textos, entre otros. El sitio Web permite desarrollar de mejor forma la noticia y claro actualizarla en el momento en que ocurren los hechos, para conseguir inmediatez. Las personas con acceso a Internet ya utilizan mucho los medios digitales.

EL Diario el Comercio es otro de los primeros diario su trayectoria y ofrece sus servicios en su página web como foros, encuestas, valoraciones de noticias, en el año de 1996, en sus inicios su página principal sola era un nota escaneada, pero en 1999 ya presentaba una mejor imagen en cuanto a edición, sin embargo en el año 2000 obtuvo una mejor navegación.

Según el blog de Cobertura digital de Christian Espinoza. En estos tiempos el diario exige registrarse como usuario a cualquier interesado en participar o utilizar los servicios del sitio. Una de las ventajas del diario El Comercio es que cuando alguien se registra, a diario le llegan al correo un resumen de noticias. La valoración de la noticia en la página del Comercio permite que el lector exprese su opinión acerca de determinado tema.

(Espinoza) blog de Cobertura digital.

Después de todos los avances que se estaba logrando en los medios hubo un estancamiento en el año 2005, cuando se incorporó audios y multimedia. De ahí empezaron los demás medios como El universo, que es uno de los más visitados, se encuentran dentro de la internet desde el año de 1997.

2.16 FUNDAMENTACIÓN PSICOLÓGICA.-



Fuente google

Foto 18

Los medios masivos son multiplicadores de sensaciones y emociones a través de sus contenidos. Está demostrado que ejercen una gran influencia y si se analiza bajo la lente de sicología de masas, encontraremos que las sociedades actuales adquieren sus comportamientos, generalmente en un gran porcentaje guiado por los medios.

En este contexto, los medios audiovisuales son los que mayormente penetran en la psiquis de los individuos, y como su alcance es mayor, dada la cobertura de los canales de televisión abierta o radioemisoras con potentes transmisores, el público de todas las edades se ve expuesto a mensajes de variada índole.

Se ha estudiado el efecto que produce por ejemplo la publicación de noticias de crónica roja donde con saña y alevosía se comete un homicidio.

Este tipo de noticias cuando es recibida por una persona que tiene en mente cometer un delito parecido, generalmente lo comete con mayor violencia que como lo vio en la televisión.

Igual ocurre con comportamientos juveniles como los bailes eróticos entre estudiantes secundarios en horas de clases o el consumo de drogas dentro de los colegios.

La constante difusión de este tipo de noticias por los medios audiovisuales a veces sirven de didáctica para que las personas que alguna vez pensaron en dar un paso hacia delante en esa tentación, finalmente lo hagan.

Es por esto, que la presente investigación requiere conocer también el criterio de un profesional en psicología, para esto se consultó a la Dra. Verónica Villacís, psicóloga y catedrática Universitaria de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil., quien indica sobre “La influencia del mundo audiovisual en las personas”, afirma que la fuerza audiovisual es un efecto multiplicador donde funciona el mecanismo de la persuasión, tiene que ver con el impacto de la imagen y sonido, es muy fácil, las personas se enganchan ya sea con un color o una frase”

También se refirió a los efectos que tiene el audio y video frente a las masas sociales, entre sus efectos es que un mensaje audiovisual puede cambiar el comportamiento del perceptor, ya sea en sus costumbres, elecciones, opiniones

2.17 FUNDAMENTACIÓN SOCIOLÓGICA.

La sociología interviene en el entorno de este trabajo de investigación al analizar la influencia de los programas de televisión y de otros medios digitales, dando como resultado los efectos producidos en diversos ámbitos del país.

El sociólogo René Ferrín, estima que los mensajes elaborados al interior de los canales de televisión requieren de procesos mentales y tecnológicos realizados por expertos en el campo de la comunicación, los mismos que están proyectados a causar un efecto en el televidente. Estos efectos pueden ser positivos (educativos a veces) o negativos (carga de antivalores).

Ferrín añade que “un alto porcentaje del comportamiento que la sociedad actual manifiesta a diario en su vida doméstica, laboral, social, tiene una correspondencia directa con la educación que recibió en la casa, en los centros educativos y también proviene de la influencia de los medios audiovisuales”.

“En los actuales momentos se está notando una absorción de la atención producida por la tecnología celular y audiovisual entre segmentos de la población juvenil y algunos adultos. Los niños que muy pronto formarán parte de un segmento altamente interconectado por la tecnología, se enfrentan a vivir en un escenario con menor oralidad y con disminución en la expresión gestual”.

En este sentido, la tecnología junto a la comunicación es una fórmula inseparable que permite una redefinición radical del funcionamiento de la

sociedad; Un buen ejemplo es la comunidad global de internautas, considerada un fenómeno social en crecimiento.

Por ello, los egresados de la facultad de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil del bienio 2009-2011 que están insertados en el proceso sociológico de la ciudad, merecen atención.

A nadie sorprende estar informado minuto a minuto, comunicarse con personas del otro lado del planeta, ver el video de una canción o trabajar en equipo sin estar en un mismo sitio. Las tecnologías de la información y comunicación se han convertido, a una gran velocidad, en parte importante de nuestras vidas.

Otra influencia en la sociedad tiene que ver con la educación, porque a través de la web se pueden visitar museos de ciudades de todo el mundo, leer libros, hacer cursos, aprender idiomas, visitar países, ponerse en contacto con gente de otras culturas, acceder a textos y documentos sin tener que moverse de una silla, etc., a través de Internet.

El uso de Internet, las comunicaciones de banda ancha, los satélites, las microondas, están produciendo cambios significativos en la estructura económica y social, y en el conjunto de las relaciones sociales, el desarrollo del internet ha significado que la información esté ahora en muchos sitios. Antes la información estaba concentrada, la transmitía la familia, los maestros, los libros.

La escuela y la universidad eran los ámbitos que concentraban el conocimiento. Hoy se han roto estas barreras y con Internet hay más acceso a la información.

El principal problema es la calidad de esta información. También se ha agilizado el contacto entre personas con fines sociales y de negocios. No hace falta desplazarse para cerrar negocios en diferentes ciudades del mundo o para realizar transacciones en cualquier lugar con un sencillo clic. Muchos políticos tienen su blog o vídeos en YouTube, dejando claro que las TIC en cuarenta años -especialmente los últimos diez (2000-2010)- han modificado muchos aspectos de la vida.

La comunicación audiovisual está presente en cada aspecto de la vida cotidiana. En esta Sociedad de la Información la imagen y el sonido son los vehículos a través de los cuales se recrea una realidad o una ficción, sin embargo, los medios de comunicación legitimados (radio, prensa y TV, principalmente), a través de sus noticiarios han dado la sensación de que todo aquello que transmiten tiene estatus de verídico.

Es verdad que hay un anclaje entre la comunicación y la realidad. Por ejemplo, cuando se toma una fotografía de una montaña se sabe, por el valor icónico de la fotografía, que está representando un objeto de la naturaleza. Sin embargo, se trata solamente de una representación y nunca de la montaña misma.

Este mismo proceso sucede cuando se trata de incluir más códigos, por ejemplo, un video, en el cual se pueden tomar diversos aspectos de la misma, e incluso a personas realizando actividades en ella. Cuando esto sucede, el poder de la iconicidad es reforzado debido a que hay mayor anclaje hacia la realidad fuente (la montaña capturada por la cámara).

“A pesar de los referentes que proporciona la comunicación audiovisual, ésta no puede ser”, como afirma Jean Baudrillard -hablando de la televisión-, más que una maqueta de representación de la realidad.

Esto indica que al ver una imagen en una fotografía, una grabación en audio, un reportaje en televisión, etc. deberíamos recordar que es solo una re-creación de una realidad y no la realidad misma. Un medio técnico de soporte audiovisual no puede, por su misma naturaleza de mediador, ser la propia realidad.

2.18 FUNDAMENTACIÓN TECNOLÓGICA.

El avance de la tecnología ha permitido nuevas formas de expresión audiovisual como el Internet, los videojuegos e intervenciones artísticas como el Mapping. Asimismo, el desarrollo tecnológico en el cine ha permitido la proyección de películas en pantallas panorámicas con sonido envolvente e imágenes en 3D.

En resumen las nuevas tecnologías de la Información y Comunicación son aquellas herramientas computacionales e informáticas que procesan, almacenan, sintetizan, recuperan y presentan información representada de la más variada forma.

Las tecnologías llegaron para quedarse, cada vez existen equipos más sofisticados que hacen de nosotros tengamos más eficiencia en nuestra vida diaria , en una entrevista realizada al Ing. Darwin León, Gerente Técnico de PETHERFY, empresa de Telecomunicaciones que afirma que “el uso de tecnologías dentro del Ecuador ha logrado cambios significativos ha permitido desarrollarnos en todos los ámbitos, el acceso a nuevas tecnologías como celulares , tabletas, ipad , han producido cambios en nuestra cultura y educación y nos hace personas con mayores conocimientos.

El avance técnica nuestras actividades nos hace más competitivos y obtenemos mejores resultados, facilita los procesos diarios en el campo laboral”.

Se conoce a la tecnología como el conjunto de herramientas, el uso de éstas, hoy en día son muy comunes no solo en el área de desarrollo sino también en otros ámbitos que de una u otra manera se ven involucrados en el proceso de comunicar e informar.

2.19 FUNDAMENTACIÓN EDUCATIVA.-

Aprovechando la innovación, la educación es parte integrante de las nuevas tecnologías y e así debido a que un número cada vez mayor de universidades en todo el mundo está exigiendo la alfabetización electrónica como uno de los requisitos en sus exámenes de acceso y de graduación, por considerar que es un objetivo esencial preparar a los futuros profesionales para la era digital en los centros de trabajo.

La tecnología salió de la Universidad y regresó a ella como herramienta para sostener un modelo de pensamiento, desarrollar la investigación científica y posicionar el rigor académico que esta impone a sus alumnos hasta devolverlos a la sociedad con las competencias profesionales. ¿Qué equipos y materiales empezaron a mediar entre profesores y estudiantes?, ¿Lo electrónico y virtual fue mejor que lo análogo para estudiar? ¿Es mejor la educación del siglo XXI por esos detalles?, son algunas de las interrogantes planteadas en el contexto del análisis de lo que está pasando en la educación superior.

Un estudio sobre universidades en América Latina durante la década de los ochenta destaca la experiencia del Instituto Tecnológico de Monterrey en México y de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Los Andes,

así como la Universidad Católica del Perú y la Universidad Federal de Río Grande del Norte en Brasil que utilizaron modelos de enseñanza asistida por computadores y videos.

En la década siguiente el término “educación mediatizada” empezó a usarse y el concepto tenía un rango que empezaba en la introducción de nuevas tecnologías hasta extenderse a las “universidades electrónicas”.

Sin embargo, Tadesco y López (2002) en un análisis sobre la articulación entre la educación media y superior aseguran que “a pesar de los esfuerzos que se han realizado en América Latina, carecemos de una pedagogía que nos ofrezca metodologías y técnicas apropiadas para resolver los problemas de aprendizaje”.

Es quizá la respuesta al trabajo realizado en 15 países donde se analizaron indicadores de desarrollo humano e integración social, así como índices económicos vinculados al conocimiento, trabajo que involucró al 92.7 % de universidades en América Latina, en el que se anotaban algunas falencias.

No obstante, hoy el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC´s), asociadas a la consulta de libros electrónicos y aprovechamiento de la web 2.0 forman parte de la interacción académica entre profesores y estudiantes, que hacen del proceso educativo un ejercicio muy dinámico.

Xosé López sostiene que la Internet es el medio de comunicación esencial de la era digital y ha pasado a convertirse en una herramienta básica en el siglo XXI. Mark Briggs, experto en medios interactivos va más allá y está seguro que si una persona puede enviar un archivo anexo en

un correo electrónico, entonces tiene lo que se necesita para publicar un blog con imágenes y este es el nuevo medio interactivo de estudio en la Universidad del mundo moderno.

La educación superior del siglo XXI se enfrenta a mejorar la calidad del conocimiento y para ello la tecnología es la mejor aliada. Más allá de las transformaciones de forma y fondo que se están dando en algunos países como el nuestro, es el acceso a los recientes inventos electrónicos, al uso y masificación de ellos en el universo académico que finalmente permite entregar más y mejores datos, procesos y resultados en todas las áreas del conocimiento universitario. Al final de cuentas, la Universidad está obligada a ser ejemplo en el buen uso de la inventiva y la investigación, por lo que al parecer, eso hace que la educación de hoy sea mejor que la de ayer.

Los cambios ocasionados por estas tecnologías han afectado a diferentes ámbitos de la educación, desde las tareas puramente administrativas de los centros, tales como admisión, matrícula, gestión de expedientes académicos, hasta las actividades de los alumnos, pasando por los docentes.

En la docencia, la introducción de las TIC's ha supuesto mejoras, derivadas de la ampliación de los medios con los que docentes y alumnos pueden trabajar, la ampliación de las fuentes de búsqueda de información a través de la red, a través de enciclopedias multimedia, etc., la utilización de simuladores o la facilidad para trabajar desde casa entre otros.

En Internet disponemos de una amplia oferta de applets que simulan la mayoría de fenómenos físicos que estudiamos en las aulas. La incorporación de esta tecnología a la enseñanza resulta así fácil y, en consecuencia, adquieren importancia los aspectos didácticos

relacionados con ella; de una parte para hacer explícito el modelo pedagógico subyacente a su uso y de otra para formular innovaciones coherentes con las investigaciones en didáctica de las ciencias.

La mayoría de las instituciones de educación superior cuentan, en mayor o menor medida, con equipos informáticos que posibilitan el acceso a Internet de los alumnos. Así, los universitarios, incluso aquellos que por problemas económicos no cuentan con computadores en sus hogares, pueden acceder a un mundo que antes era exclusivo de las clases pudientes, teniendo la oportunidad de visitar museos y accediendo a conocimientos disponibles gratuitamente.

Es en este sentido, que el papel del profesor universitario es fundamental: Cuanto más se inculque en los universitarios la posibilidad de utilizar las nuevas tecnologías, más amplio será el mundo que obra para ellos y las oportunidades que tengan de encontrar trabajo.

Según algunos autores, nunca en la historia la educación se ha visto tan modificada como en las últimas décadas, a partir de la incorporación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) en los distintos niveles educativos. Las tecnologías de información y comunicación tienen como características principales las siguientes:

- Son de carácter innovador y creativo, pues dan acceso a nuevas formas de comunicación.
- Tienen mayor influencia y beneficia en mayor proporción al área educativa ya que la hace más accesible y dinámica.

- Son considerados temas de debate público y político, pues su utilización implica un futuro prometedor.

2.19 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

La reciente aprobación de la Ley orgánica de Comunicación se transforma en el marco legal para el ejercicio del periodismo ecuatoriano en todas sus formas y en lo que compete al periodismo audiovisual, la nueva normativa señala la necesidad de contar con un reglamento elaborado por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación y su control a cargo de la Superintendencia de Comunicación.

Para el Dr. Héctor Villagrán Lara, experto en derecho Internacional y Catedrático de la facultad de Jurisprudencia de la Universidad Guayaquil, “La creación del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación es lo mejor porque se han visto medios que han ofendido la libertad de expresión porque son medios comerciales de comunicación y ésta no puede estar subordinada al comercio de ninguna manera.

La creación de la Superintendencia de Comunicación, organismo de control, no amenaza la comunicación, está correcto todo y estará sujeta a la ley y el que no cumpla será sancionado”.

Esta ley en su artículo 97 dice: Espacio para la producción audiovisual nacional. Los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, destinarán de manera progresiva al menos 60 % de su programación diaria en el horario apto para todo público, a la difusión de contenidos de producción nacional.

Este contenido de origen nacional debe incluir al menos un 10% de producción nacional independiente, calculado en función de la

programación total diaria del medio. La difusión de contenidos de producción nacional que no puedan ser transmitidos en horario apto para todo público será imputable a la cuota de pantalla que deben incluir los medios de comunicación audiovisual.

Para el cómputo del porcentaje destinado a la producción nacional y nacional independiente se exceptuara el tiempo dedicado a la publicidad o servicios de televenta.

La cuota de pantalla para la producción nacional independiente se cumplirá con obras de productores acreditados por la autoridad encargada del fomento del cine y de la producción audiovisual nacional.

2.13. 1 Derechos a la comunicación

SECCIÓN I

Derechos de libertad

Derecho a la libertad de expresión y opinión.- Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio. Serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

Prohibición de censura previa por autoridades o funcionarios públicos.- Queda prohibida la censura previa, esto es, la revisión, aprobación o desaprobación, por parte de una autoridad o funcionario público, de los contenidos previos a su difusión a través de cualquier medio de comunicación.

Las autoridades o funcionarios públicos que realicen censura previa o ejecuten actos conducentes a realizarla de manera indirecta, serán sancionados administrativamente por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación con una multa de dos a seis meses de su

remuneración total, sin perjuicio de que la autoridad o el funcionario responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

Protección contra la censura previa de los medios de comunicación.-

Se entenderá por censura previa de los medios de comunicación social la suspensión de la publicación de un artículo previamente establecido, o la cancelación injustificada de la emisión de un programa previsto en la programación regular de los medios audiovisuales.

Responsabilidad ulterior.- Es la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias administrativas, civiles y penales posteriores a difundir, a través de los medios de comunicación, todo tipo de contenido que lesione los derechos humanos y la seguridad pública del Estado, de acuerdo a lo que establece la Constitución y la ley.

Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación.- Habrá lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, en los ámbitos civil y administrativo, cuando los contenidos difundidos sean asumidos expresamente por el medio o no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona.

Los comentarios formulados al pie de las publicaciones electrónicas en las páginas web de los medios de comunicación legalmente constituidos serán responsabilidad personal de quienes los efectúen, salvo que los medios omitan cumplir con una de las siguientes acciones: /

1. Informar de manera clara al usuario sobre su responsabilidad personal respecto de los comentarios emitidos;

2. Generar mecanismos de registro de los datos personales que permitan su identificación, como nombre, dirección electrónica, cédula de ciudadanía o identidad; o,
3. Diseñar e implementar mecanismos de autorregulación que eviten la publicación, y permitan la denuncia y eliminación de contenidos que lesionen los derechos consagrados en la Constitución y la ley.

Responsabilidad solidaria.- El medio de comunicación, sus propietarios, accionistas, directivos y representantes legales serán solidariamente responsables por las indemnizaciones y compensaciones de carácter civil a que haya lugar por incumplir su obligación de realizar las rectificaciones o impedir a los afectados el ejercicio de los derechos de réplica y de respuesta ordenados por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación, previo el debido proceso, y que han sido generadas por la difusión de todo tipo de contenido que lesione derechos humanos, la reputación, el honor, buen nombre de las personas y la seguridad pública del Estado, de acuerdo a lo que establece la Constitución y la ley.

Derecho a recibir información de relevancia pública veraz.- Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, contextualizada y oportuna.

Derecho a la rectificación.- Todas las personas tienen derecho a que la información que se difunda sobre ellas por los medios de comunicación sea debidamente verificada. Los medios de comunicación tienen la obligación jurídica de publicar de forma inmediata, gratuita, con las mismas características y en el mismo espacio u horario las rectificaciones a las que haya lugar por haber difundido información no demostrada, falsa o inexacta sobre una persona.

En caso de que el medio de comunicación no viabilice por su propia iniciativa el derecho de rectificación, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación podrá disponer las siguientes medidas administrativas:

1. Disculpa pública de la directora o del director del medio de comunicación presentada por escrito a los afectados directos con copia al Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación, la cual se publicará en su página web y en la primera interfaz de la página web del medio de comunicación por un plazo no menor a siete días consecutivos.
2. Lectura o transcripción de la disculpa pública en el mismo espacio y medio de comunicación en que se difundió la información no demostrada, falsa o inexacta.
3. Solo en caso de reincidencia se impondrá una multa equivalente del 1% al 10% de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas, considerando la gravedad de la infracción y la cobertura del medio, sin perjuicio de cumplir lo establecido en los numerales 1 y 2 de este artículo.
4. En caso de nuevas reincidencias, la multa será el doble de lo cobrado en cada ocasión anterior, sin perjuicio de cumplir lo establecido en los numerales 1 y 2 de este artículo.

El cumplimiento de estas medidas administrativas no excluye las acciones judiciales a las que haya lugar por la difusión de información no demostrada, falsa o inexacta sobre una persona.

Derecho a la réplica.-Toda persona que haya sido directamente aludida por información opinión agravante que afecte sus derechos a la dignidad, honra o reputación o no produzca un contenido preciso o contrastado cuando le afecte directamente, a través de un medio de comunicación, tiene derecho a que ese medio difunda su versión de forma gratuita e inmediata en el mismo espacio de programación.

En caso de que el medio de comunicación no viabilice por su propia iniciativa el derecho de réplica, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación podrá disponer las mismas medidas administrativas establecidas para la violación del derecho a la rectificación.

Copias de programas o impresos.- Toda persona que se sienta afectada por informaciones de un medio de comunicación podrá solicitar a través del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación copias de los programas o publicaciones. Los medios de comunicación tienen la obligación de atender favorablemente en un término no mayor a 5 días, las solicitudes de entrega de copias de los programas o publicaciones que sean presentadas por escrito.

La falta de cumplimiento de esta obligación será sancionada administrativamente por el Consejo de Regulación y Desarrollo con una multa de 1 a 4 salarios básicos unificados del trabajador en general para el medio que no atienda oportunamente este pedido, sin perjuicio de que emita inmediatamente la copia solicitada.

Libertad de información.- Todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo.

Esta libertad solo puede limitarse fundadamente mediante el establecimiento previo y explícito de causas contempladas en la ley, la Constitución o un instrumento internacional de derechos humanos, y solo en la medida que esto sea indispensable para el ejercicio de otros derechos fundamentales o el mantenimiento del orden constituido.

Toda conducta que constituya una restricción ilegal a la libertad de información serán sancionada administrativamente de la misma manera que esta Ley lo hace en los casos de censura previa por autoridades públicas y en los medios de comunicación, sin perjuicio de las otras acciones legales a las que haya lugar.

Información de circulación restringida.- No podrá circular libremente la siguiente información:

1. Aquella que esté protegida expresamente con una cláusula de reserva previamente establecida en la ley.
2. La información acerca de datos personales y la que provenga de las comunicaciones personales cuya difusión no ha sido debidamente autorizada por su titular, por la ley o por juez competente.
3. La información producida por la Fiscalía en el marco de una indagación previa.
4. La información acerca de las niñas, niños y adolescentes que viole sus derechos según lo establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia.

La persona que realice la difusión de información establecida en los literales anteriores será sancionada administrativamente por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación con una multa de 10 a 20 salarios básicos unificados, sin perjuicio de que responda judicialmente, de ser el caso, por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

Derecho a la Protección de las Comunicaciones Personales.- Todas las personas tienen derecho a la inviolabilidad y al secreto de sus comunicaciones personales, ya sea que éstas se hayan realizado verbalmente, a través de las redes y servicios de telecomunicaciones legalmente autorizadas o estén soportadas en papel o dispositivos de almacenamiento electrónico.

Queda prohibido grabar o registrar por cualquier medio las comunicaciones personales de terceros sin que ellos hayan conocido y autorizado dicha grabación o registro, salvo el caso de las investigaciones encubiertas autorizadas y ordenadas por un juez competente y ejecutadas de acuerdo a la ley.

La violación de este derecho será sancionado de acuerdo a la ley.

Protección integral de las Niñas, Niños y Adolescentes.- Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la expresión de sus ideas, pensamientos, sentimientos y acciones desde sus propias formas y espacios en su propia lengua, sin discriminación ni estigmatización alguna.

Los mensajes que difundan los medios de comunicación social y las demás entidades públicas y privadas, privilegiarán la protección integral de las niñas, niños y adolescentes, especialmente contra la re victimización en casos de violencia sexual, física, psicológica, intrafamiliar, accidentes y otros.

La re victimización así como la difusión de contenidos que vulneren los derechos de los niños, niñas y adolescentes, de acuerdo a lo establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia, será sancionada administrativamente por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la

Comunicación con una multa de 5 a 10 salarios básicos unificados, sin perjuicio de que el autor de estas conductas responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

Derecho a la Creación de Medios de Comunicación Social.- Todas las personas, en igualdad de oportunidades y condiciones, tienen derecho a formar medios de comunicación, con las limitaciones constitucionales y legales establecidas para las entidades o grupos financieros y empresariales, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas.

La violación de este derecho se sancionará de acuerdo a la ley.

Derecho al Acceso a Frecuencias.- Todas las personas en forma individual y colectiva tienen derecho a acceder, en igualdad de condiciones, al uso de las frecuencias y señales del espectro radioeléctrico asignadas para los servicios de radio y televisión abierta y por suscripción en los términos que señala la ley.

Derecho al Acceso Universal a las Tecnologías de la Información y Comunicación.-

Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo.

Derecho a la Comunicación Intercultural y Plurinacional.- Los pueblos y nacionalidades indígenas, afro ecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir a través de los medios de comunicación y en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes.

Todos los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios tienen el deber de difundir tales contenidos, a solicitud de sus productores, hasta en un espacio equivalente al 5% de su programación, sin perjuicio de que por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación establecerá los mecanismos y la reglamentación para el cumplimiento de esta obligación.

En el caso de los sistemas de audio y vídeo por suscripción, el cumplimiento de esta obligación será exigible solo para los canales que emitan su señal desde el territorio nacional.

La falta de cumplimiento de este deber por parte de los medios de comunicación será sancionada administrativamente por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación con la imposición de una multa equivalente del 1 al 10% de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas, sin perjuicio de que cumpla su obligación de difundir estos contenidos.

Derecho al Acceso de las Personas con Discapacidad.- Se promueve el derecho al acceso y ejercicio de los derechos a la comunicación de las personas con discapacidad. Para ello, los medios de comunicación social, las instituciones públicas y privadas del sistema de comunicación social y la sociedad desarrollarán progresivamente, entre otras, las siguientes medidas: traducción con subtítulos, lenguaje de señas y sistema braille.

El Estado adoptará políticas públicas que permitan la investigación para mejorar el acceso preferencial de las personas con discapacidad a las tecnologías de información y comunicación.

2. 20 HIPÓTESIS Y VARIABLES.

2.20.1 HIPÓTESIS

El desarrollo y mejoras del conocimiento de proyectos audiovisuales digitales favorecerán las actividades laborales del nuevo profesional de comunicación, mantener constantemente capacitado al estudiante se lograra obtener excelentes resultados en cuanto a su desenvolvimiento.

2.20.2 VARIABLES.

INDEPENDIENTES. Desconocer el manejo de equipos de tecnologías.

DEPENDIENTES.- Favorecerá las actividades laborales del nuevo profesional de Comunicación.

2.21 DEFINICIONES CONCEPTUALES.

- **Sintácticos.-** Es relativo de la sintaxis, se refiere al lugar que ocupa dentro de una oración. Estudia la estructura de la oración y el modo en que enlazan las palabras.
- **Morfosintácticos.-** De la morfosintaxis o relativa a ella. Son aquellos que se basan en determinados usos de las clases de palabras y los artificios que guardan relación con la composición y el orden de los elementos oracionales.
- **Sinécdoque.-** Es una figura retórica que consiste en expresar la parte de un objeto por todo o el todo por la parte.

- **Hipérbole.-** Es un tropo y consiste en realizar una exageración muy grande, aumentando o disminuyendo la verdad de lo hablado.
- **Dilogía.-** Uso de una palabra con dos dignificados distintos entro del mismo enunciado.
- **Neologismos.-** Palabra o modo de expresión recién introducido en una lengua, inventado o prestado de otra lengua:

El lenguaje científico y técnico utiliza gran cantidad de neologismo, puesto que son necesarias palabras nuevas para nombrar los nuevos descubrimientos.

- **Aliteración.-** Consiste en la reiteración de un sonido. Cuando se trata de un verso de arte menor, la repetición debe detectarse en más de una oportunidad. Se trata de un recurso frecuente en los trabalenguas y en los textos creados para enseñar a los niños a pronunciar determinado sonido.
- **Retórica.-** Es la disciplina transversal a campos de conocimiento y ocupa de estudiar y de sistematizar procedimientos y técnicas de utilización del lenguaje.
- **Hipérbaton.-** Figura Retórica consistente en alterar el orden lógico de los términos. El Hipérbaton fue una figura muy utilizada en la prosa latinizante del siglo XV y en la estética del Barroco del Culteranismo.

- **Autorregulación.-** se refiere a aquella capacidad que dispone una asociación, organización o institución de regularse a sí misma en base a un monitoreo y control voluntario que tendrá lugar desde sus propios recursos.
- **Ulterior.-** Es etimológicamente diverso, su composición de palabras a entender a quien no lo conoce que pretende describir algo que esta detrás o anterior, sin embargo sigue de antónimo en situaciones donde se tiene que denotar sentidos contrarios.
- **Imputable.-** es la capacidad del ser humano para entender que su conducta lesiona los intereses de sus semejantes y para adecuar su actuación a esa comprensión. Significa atribuir a alguien las consecuencias de su obrar, para lo cual el acto debe ser realizado con discernimiento, intención y libertad
- **Transcripción.-** Representación de una secuencia de unidades fónicas por medio de un conjunto de caracteres gráficos convencionales.
- **Contextualizada.-** Se refiriendo a la acción de poner algo o alguien en un contexto específico. Significa rodearlo de un conjunto de elementos que han sido combinados de una manera única y probablemente irrepetible a fin de permitir que se obtenga una mejor comprensión del todo.
- **blogs.-** Espacio gratuito en internet de intercambio y comunicación, generalmente de carácter personal, en el que se hacen comentarios y anotaciones de forma cronológica sobre temas heterogéneos.

- **Wikis.-** Es un significado que se utiliza en el ámbito de internet para nombrar a las páginas web cuyos contenidos pueden ser editados, borrados, modificados por múltiples usuarios.
- **Wikipedia.** Enciclopedia libre y editada colaborativamente, administrada por fundación wikimedia, una organización sin ánimo de lucro.
- **Podcast.** Es un archivo de audio gratuito que puedes descargar y oír en tu equipo o en un reproductor mp3, como un ipod. Los podcast pueden incluir desde charlas, tutoriales y música hasta cualquier otro contenido en audio.
- **Whatsapp:** Hasta el momento el líder de las apps de mensajería. La aplicación tiene un flujo de 2.000 millones de mensajes por día y permite chatear de forma instantánea entre teléfonos celulares que tengan acceso a internet
- **Hotmail:** Es un servicio gratuito de correo electrónico, creado por dos investigadores, a mediados de la década de los noventa.

En la actualidad es propiedad de otra empresa, que es mundialmente conocida, llamada Microsoft.

- **Gmail:** Es el servicio de correo electrónico o email ofrecido por la empresa Google. Gmail es conocido especialmente por ser unos de los primeros en ofrecer una gran capacidad de almacenaje y también por su sistema de búsqueda de mensajes que permiten al usuario encontrar fácilmente, cualquier mail hayan mandado.

- **On-line.** Significa “en línea”, este concepto se utiliza en el ámbito de informática para nombrar algo que está conectado a alguien.

CAPITULO III

3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. PARADIGMA

La investigación será desarrollada a través del método cualitativo porque interpretara y explorara una problemática educativa en el bienio 2009-2011 y a la vez cuantitativo porque se obtendrán datos numéricos los que serán tabulados de forma estadística y se lograra delimitar los parámetros en las que se desarrollara la investigación.

3.2 TIPO DE ESTUDIO.

Para el desarrollo general de este estudio se utilizará método cualicuantitavo. Se utilizará modalidades básicas como datos bibliográficos q comprenden Consultas de libros, textos, revistas, periódicos, e Internet.

3.3 MÉTODOS.

Para lograr justos resultados esta investigación se aplicara el método de muestreo, basado en entrevistas y encuestas a todos los alumnos egresados de la facultad de periodismo.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA.

Se establece la muestra y para el estudio se delimitará a los estudiantes que finalizaron su 4to año en la Facultad de Periodismo, cabe recalcar que en este proyecto se ha considerado como egresados a aquellos estudiantes que culminaron toda su malla curricular.

Espacio:

Esto se desarrollará en la ciudad de Guayaquil con estudiantes que finalizaron el 4to años de periodismo.

Tiempo:

Se elaborara el estudio con población actual, basados en los periodos 2009 – 2010/ 2010-2011.

Cantidad:

Se aplicara la fórmula para descubrir la muestra poblacional que permita obtener valoraciones aproximadas, estadística tomada de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, la muestra se determinara a través de la siguiente ecuación:

Se aplica la fórmula:

$$n = \frac{N}{E^2 (N - 1) + 1}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra	?
N =Tamaño de la población	101
E = Error máximo admisible	5%

DESARROLLO

Si $E = 5\%$ Es equivalente a $E = 0.05$

$N = 101$

$$n = \frac{N}{E^2 (N - 1) + 1}$$

$$n = \frac{101}{0.05^2 (101 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{101}{0.0025 (100) + 1}$$

$$n = \frac{101}{0.25 + 1}$$

$$n = \frac{101}{1.25}$$

$$n = 80.8$$

Aproximamos a $n=81$.

3.5 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN

Las técnicas de recolección se definen como el medio de obtener información necesaria para lograr el resultado de la investigación.

Para realizar este estudio fue necesaria la colaboración de fuentes primarias como autoridades de la Facultad de Periodismo quienes facilitaron datos necesarios e importantes que requería esta investigación.

Se realizaron también entrevistas a egresados y a profesionales para que compartan sus conocimientos referentes al tema.

Y como fuente secundaria se obtuvo expedientes académicos (base de datos de los estudiantes), referencias electrónicas, libros de biblioteca física y electrónica. Entre las fuentes técnicas utilizadas tenemos:

3.6 OBSERVACIÓN Y ANALISIS

En esta investigación se aplicará la observación de egresados en la búsqueda de ejercicios profesionales utilizando encuestas a través de entrevistas personales y medios electrónicos.

3.6.1 ENTREVISTAS

Se realizaron entrevistas a los propios egresados del bienio 2009-2011, valiéndose de conversaciones personales y a través de las redes sociales, y profesionales del mundo audiovisual con la finalidad de saber que tan eficaz sería la creación de alguna guía de edición.

3.7 VALIDACIÓN E INSTRUMENTOS.

Las preguntas utilizadas en las encuestas fueron estructuradas pensando en la necesidad de una actualización de conocimientos en los egresados.

El diseño de la encuesta está organizado en preguntas sencillas. Se recopilaron todos los datos que mantuvieran relación con los egresados, esto permitirá conocer el nivel de conocimiento de proyectos audiovisuales con sistemas digitales en los alumnos egresados.

3.8 APLICACIÓN E INSTRUMENTOS.

Las encuestas se aplicará a cada sujeto, luego que se consiga los datos, estos serán organizados en tablas y se utilizará cuadros estadísticos con diseños de gráficos estilo pastel lo que permitirá analizar de forma clara las variables y así poder interpretar los resultados.

CAPITULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS GENERALES

Para este estudio se realizaron encuestas a 81 egresados del bienio 2009-2011, como resultado de la población total que es de 101, según datos proporcionados por la Secretaría de la Facultad de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, estas fueron realizadas a los egresados quienes se encontraban dispersos en varios sectores de la ciudad.

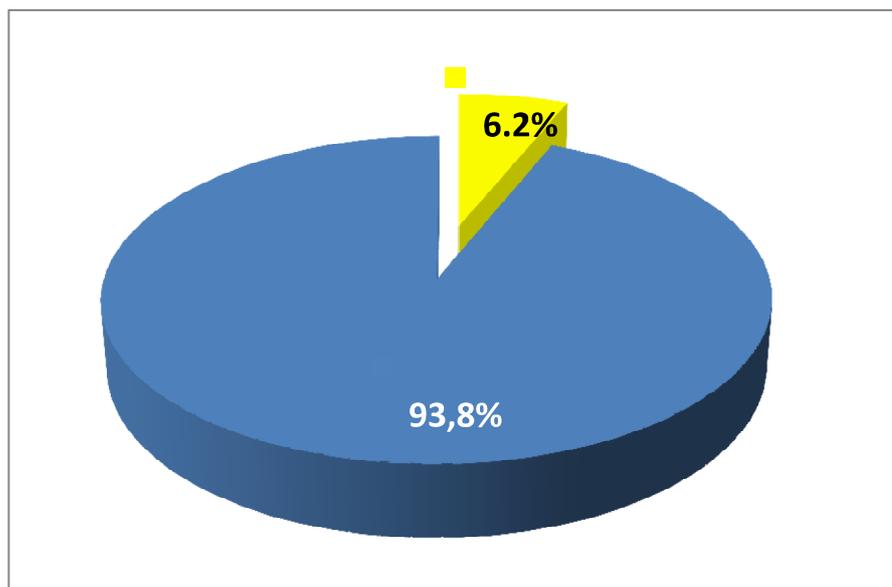
PREGUNTAS

1.-En su tiempo de estudio recibió clases de edición audiovisual?

PREGUNTA 1	
SI	NO
5	76
6,2%	93,8%

Fuente: Sujetos encuestados

Autor: Ruth Cruz.

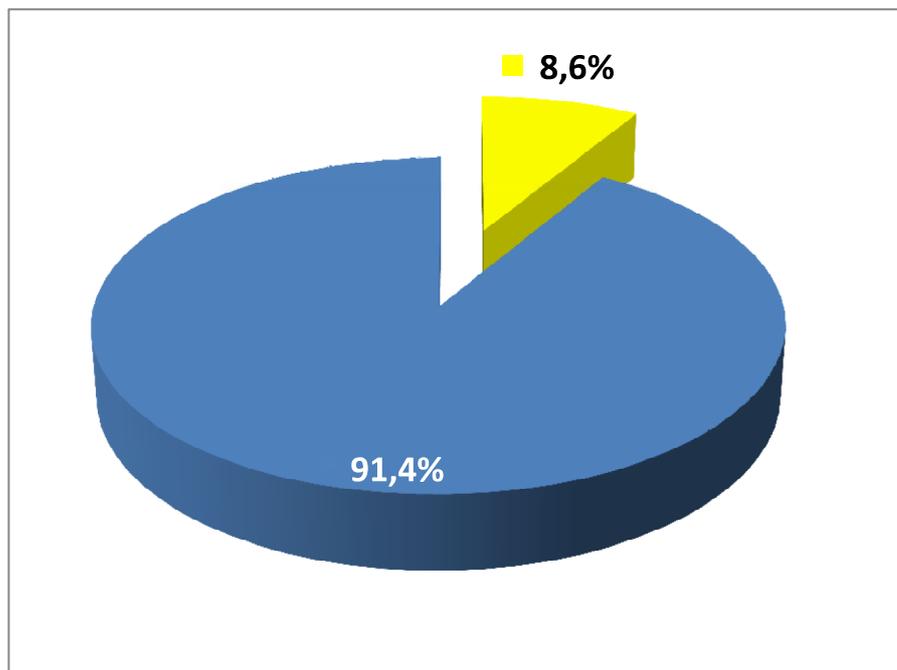


Por medio de esta pregunta se quiere determinar si existió alguna cantidad de alumnos que se preocupaban en recibir capacitación fuera de las aulas de clases, ya que en esos años no estaba dentro del pensum académico la enseñanza de edición de audiovisual. Del total de personas encuestadas el 93.8% que corresponde a la cantidad de 76 egresados afirman que no recibieron instrucción de edición audiovisual, mientras el 6.2% si buscaron la manera de adquirir estas destrezas.

2.- Durante los años de estudio de periodismo en la Universidad Laica, ¿alguna vez tuvo práctica con manejo de cámara de televisión profesional?

PREGUNTA 2	
SI	NO
7	74
8,6%	91,4%

Fuente: Sujetos encuestados
 Autor: Ruth Cruz.



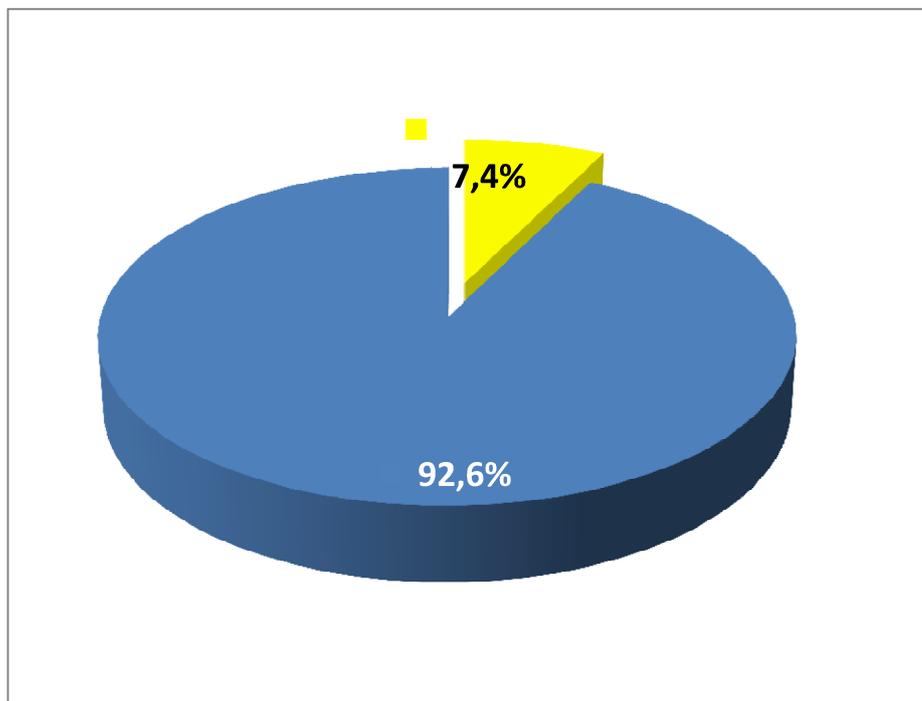
Se pretende demostrar que tanto fue el nivel de prácticas con equipos de tecnologías, como se puede observar el 91.4% dijeron que no tuvieron la oportunidad de poder manejar los equipos a pesar de existir un laboratorio, sin embargo una cantidad de 8.6 % si lo hicieron.

3.- ¿Conoce algo del periodismo análogo y digital?

PREGUNTA 3	
SI	NO
6	75
7,4%	92,6%

Fuente: Sujetos encuestados

Autor: Ruth Cruz.

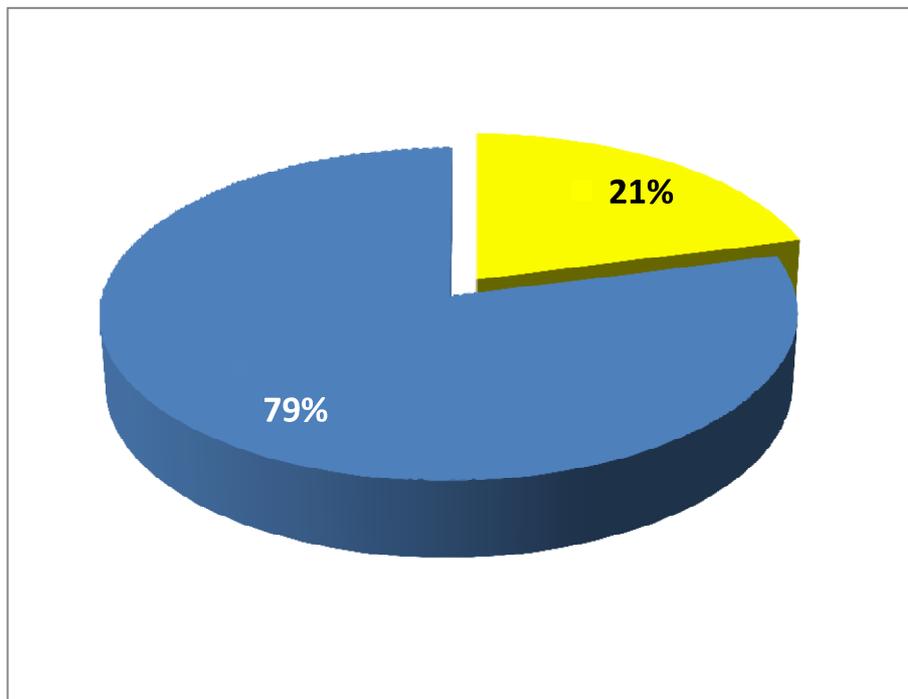


El 92.6% de los egresados afirma que aún desconocen lo que es análogo y digital, sin embargo un mínimo de 7,4% si tienen conocimiento.

4.- ¿Después de que usted egresó se ha preocupado de capacitarse sobre periodismo digital y manejos de equipos digitales?

PREGUNTA 4	
SI	NO
17	64
21,0%	79,0%

Fuente: Sujetos encuestados
Autor: Ruth Cruz.

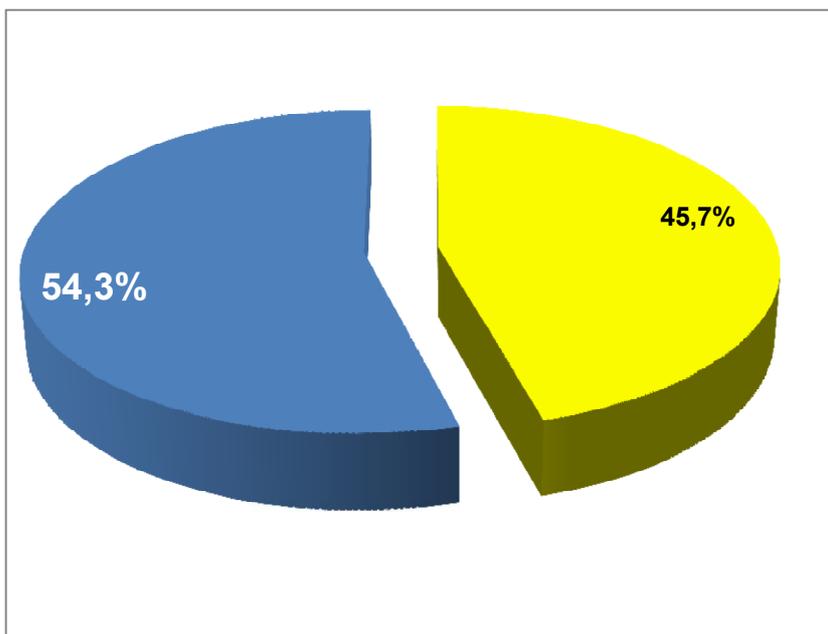


La mayoría, el 79% respondió que luego de haber egresado no se capacitó más en cuanto a periodismo digital y manejo de equipos, el 21% contestó que sí, algunos de ellos recibieron capacitación en sus propios lugares de trabajo.

5.- ¿Al egresar de la Universidad, ¿aplicó usted a vacantes en algún canal de televisión?

PREGUNTA 5	
SI	NO
37	44
45,7%	54,3%

Fuente: Sujetos encuestados
 Autor: Ruth Cruz.



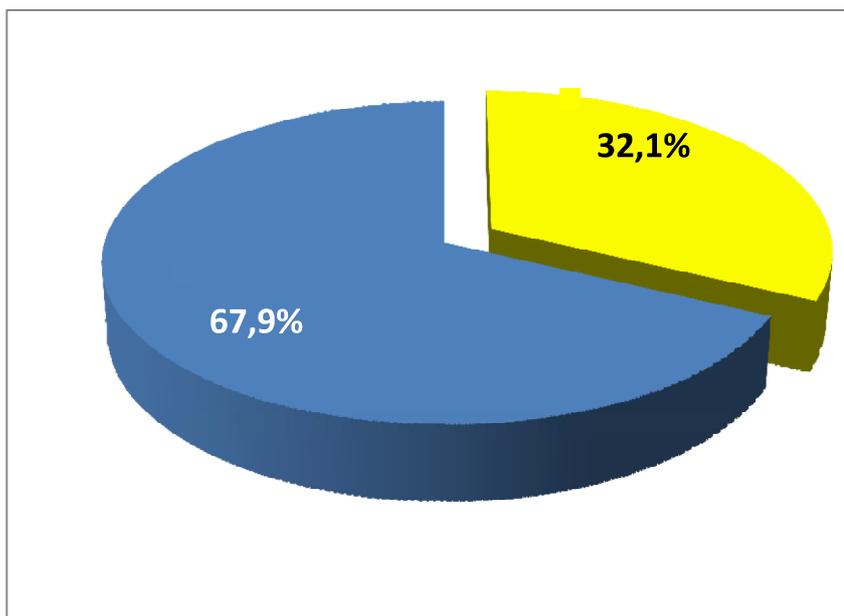
Un 45,7% respondió que sí han sentido en la capacidad de aplicar a vacantes en un canal de televisión, pero el 55% afirma que no lo ha hecho, algunos de ellos han aplicado a medios escritos y radio.

6.- En estos años, ¿ha ejercido la profesión de periodista?

PREGUNTA 6	
SI	NO
26	55
32,1%	67,9%

Fuente: Sujetos encuestados

Autor: Ruth Cruz



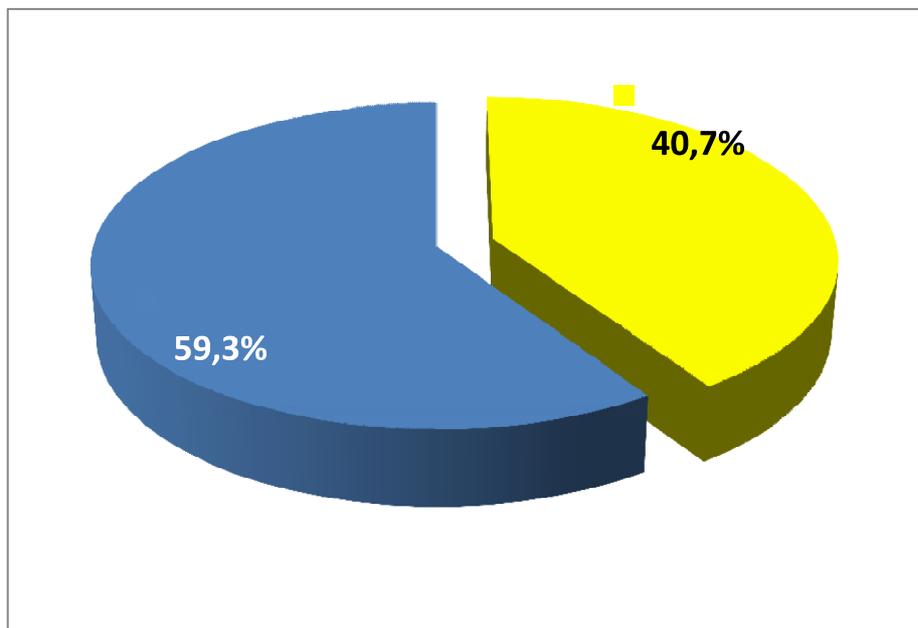
Del total de personas encuestadas veintiséis es decir el 32.1% dijo que si ha ejercido la profesión de periodismo, el 67,9% de encuestados afirma no estar laborando dentro mundo periodístico por diferentes causas, unos por que actualmente se dedican a otra actividad, otros porque se les ha sido concedida la oportunidad.

7.- ¿Se atrevería usted y se siente capacitado en la actualidad a buscar trabajo en un medio digital on line?

PREGUNTA 7	
SI	NO
33	48
40,7%	59,3%

Fuente: sujetos encuestados

Autor: Ruth Cruz.



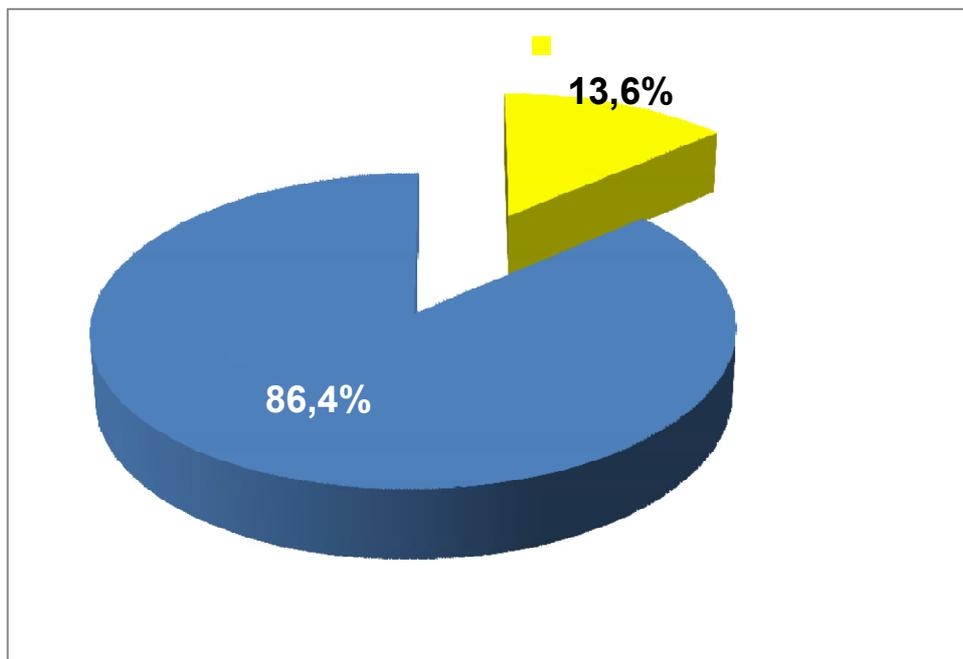
Como se puede observar el 40% de egresados si se siente en la capacidad de laborar en un medio On line, pero el 59.3% afirma que no, porque piensan que no responderían a los requerimientos de un determinado medio debido a que muchos de estos se valen del manejo de tecnologías.

8.-Tiene conocimiento de algún curso de capacitación para manejar proyectos audiovisuales como edición con nuevos sistemas digitales?

PREGUNTA 8	
SI	NO
11	70
13,6%	86,4%

Fuente: sujetos encuestados

Autor: Ruth Cruz.



Un total de setenta personas correspondientes 86.4%, que es la mayoría de los sujetos encuestados, conversó que desconoce de algún curso de capacitación para conocer y manejar proyectos y equipos audiovisuales con la tecnología de hoy en día, mientras un total de 11 personas correspondiente al 13,6% dijeron que sí tienen conocimiento que sí existen institutos donde recibir la capacitación.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES.

- Los resultados indican que el uso y manejo de tecnologías infliere en el desenvolvimiento laboral del egresado.
- En el resultado de la muestra, la mayoría concluye que dominar equipos de tecnológicos es de mucha importancia en la profesión del periodismo.
- Las encuestas reflejan que no recibieron la preparación necesaria para crear trabajos audiovisuales.
- Se deduce que si los egresados del bienio 2009-2011 hubieran recibido la capacitación necesaria en cuanto a dominio de trabajos audiovisuales tendrían muchas más oportunidades de trabajo ya sea en radio o televisión.
- Las encuestas demuestran que debido a la falta de conocimiento en aquellos años el mayor porcentaje de egresados demuestra un bajo autoestima ya que no se han sentido en la capacidad de tomar retos en el ámbito periodístico.

5.2 RECOMENDACIONES.

- Luego de haber realizado los diferentes procesos de investigación como entrevistas y encuestas es evidente que se debería implementar cada día mejores métodos que aporten al conocimiento general del periodismo audiovisual, Cabe recalcar que la Facultad actualizó su laboratorio audiovisual con equipos y programas de software.
- En vista que la facultad modernizó su laboratorio de televisión con 4 cámaras, micrófonos, a un mayor porcentaje de egresados le gustaría que dentro de la Facultad de periodismo se abriera un curso de edición audiovisual y que sean de manera intensiva para los egresados de diferentes promociones, de esa manera unos aprenderían esa destreza mientras que los actuales alumnos reforzarían sus conocimientos.
- Crear cursos de edición con horarios extendidos y facilitar los equipos tecnológicos a los egresados y también motivar a los docentes a que reciban capacitación.
- Sería de mucha importancia crear guías de edición de radio y televisión, esto serviría como herramienta esencial dentro del aprendizaje y que profesionales que laboran diariamente en un medio audiovisual exponga sus conocimientos dentro de la facultad.

CAPÍTULO VI

6.1 PROPUESTA

ELABORACION DE UN TUTORIAL DE EDICIÓN AUDIOVISUAL

6.2 TÍTULO DE LA PROPUESTA

TUTORIAL: “EDIT - LAICOS TV”

6.3 JUSTIFICACIÓN.

Luego de haber conseguido los resultados que indican que en un determinado tiempo los egresados de la facultad de periodismo de la universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil no poseían claros conocimientos de elaboración de trabajos con tecnología audiovisual, se hace necesario crear un tutorial que enseñe como dominar un determinado programa de edición por considerarse unas de las principales responsabilidades que se reciben en un medio de comunicación radial o televisivo, el trabajo se concentra en la explicación de las herramientas de edición en el programa Adobe premier PRO CS6.

La propuesta se la desarrollará mediante un canal de YouTube. Con un simple clic tendrán acceso a la página y podrán estar en constante capacitación, instruyéndose de cómo manejar sistemas de edición.

Se propone el presente tutorial para contribuir y reforzar de forma eficaz la enseñanza adquirida por los estudiantes en los laboratorios de televisión de la facultad de periodismo.

Debido a que las horas académicas de enseñanza cumplen un determinado tiempo, el conocimiento del respectivo programa de edición digital debería explicarse aún más en las aulas de clases y extendiendo horas de prácticas para de esta manera aprovechar todos los equipos técnicos digitales que la facultad de periodismo adquirió.

Lo que se desea conseguir con este tutorial es que los alumnos próximos a egresar de la facultad se familiaricen y dominen el software de edición que se encuentra en su mayoría implementado en los medios de comunicación del país y de esa manera mantengan un conocimiento mucho más general, aparte de lo señalado dentro del pènsuam académico, que conozcan y practiquen el dominio de diferentes herramientas que son utilizadas para crear interesantes proyectos audiovisuales.

6.4 FUNDAMENTACIÓN.

En vista que los estudiantes y egresados necesitan tener un conocimiento actualizado sobre la edición digital es necesario que la enseñanza y manejo de software de edición, sea de más práctica, esto se lograría con la revisión de un tutorial de manera constante. Los docentes aceptan que se debería sugerir en el syllabus nuevo contenido audiovisual, de esta manera, la educación actual debería reforzarse.

“Sería importante, ya que la tecnología va evolucionando, los estudiantes deben recibir conocimientos actualizados que esté ajustado a la realidad de lo requieren los medios de comunicación, en este caso los canales de televisión en cuanto a manejo de software. Sería bueno reforzar los conocimientos Considerando que la tecnología avanza”, así lo mencionó el Magister. José Luis Fèrez, Decano de la Facultad de Periodismo.

En una entrevista realizada al Lcdo. John Contreras, editor del Departamento de noticias de GAMA-TV, indicó que “muchos de los profesionales de comunicación no saben cómo editar sus propias notas, se ha notado una deficiencia, cuando llegan a una editora se estancan, les falta el conocimiento práctico” opina además que en la educación de las universidades deberían implementarse talleres si es necesario dictados por los mismos profesionales del medio”.

Es notable la necesidad de reforzar los conocimientos, el tutorial no tan solo será dirigido a los egresados sino que también servirá para los actuales alumnos de la universidad ya que por ser creado en YouTube es un acceso público gratuito al que podrán acceder diferentes personas que deseen conocer y aprender de creaciones audiovisuales.

La creación de EDIT-LAICOS TV, “servirá para aquellas generaciones que ya salieron y no tuvieron el alcance de conocimiento con respecto a edición de videos y está contemplado en la ley el seguimiento a los egresados lo que consiste en la capacitación sobre diferentes tipos o tópicos que no pudieron alcanzar en aquella malla curricular que ya venció”. Así lo indicó el Lcdo. José Chica, catedrático de la Facultad de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

Este trabajo incentivará a su espectador a capacitarse cada día más logrando desarrollar habilidades como manejar la estética de la imagen y sonido también aprender los códigos audiovisuales que consiste en los diferentes géneros audiovisuales como documentales, video clip, documentales, reportajes.

6.4 OBJETIVOS GENERAL

Ofrecer por medio de la exposición vía internet en canales de youtube, la creación de una guía de conocimientos prácticos que sirvan de refuerzo al uso de tecnologías de edición, dirigido a los egresados y futuros profesionales de la facultas de periodismo.

6.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Incentivar al uso de sistemas tecnológicos y realización de trabajos audiovisual.
- Ayudar a los egresados a reforzar sus conocimientos, mostrando guías que facilite el aprendizaje.
- Incentivar al ejercicio de la práctica constante de proyectos audiovisuales y así desarrollar habilidades que se conviertan en competencia dentro del ámbito profesional.
- Generar en los estudiantes el deseo de aumentar sus conocimientos recibidos, buscando el desarrollo de capacidad para realizar un análisis crítico de determinados trabajos.

6.6 IMPORTANCIA.

Dando a conocer la creatividad de cada uno de los interesados será importante porque contribuirá con la formación y practica de los egresados y futuros profesionales del periodismo ya que con esta herramienta podrán facilitar al interacción directa del usuario con el respectivo programa de edición digital.

La tutorial ofrecerá información útil que servirá para mejorar el aprendizaje del alumno egresado, ya que a través de este medio le será de manera fácil refrescar los conocimientos recibidos.

En este tutorial se indicaran los fundamentos prácticos para crear programas audiovisuales de importante contenido, dominando efectos.

6.7 UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA

El tutorial de edición circulara en un canal de YouTube, el mismo que podrá ser visto por alumnos egresados y estudiantes actuales de la facultad de periodismo y así también por demás personas que representen interés, ya sea del país o alrededor del mundo.

Sera creado en:

- Provincia: Guayas
- Canton : Guayaquil
- Institución: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
(Av. De las Américas).



Fuente Google

Foto 18

6.8 FACTIBILIDAD

El proyecto tutorial es una iniciativa de la proponente de esta tesis quien durante su vida estudiantil ejerció paralelamente el periodismo de televisión en Gama TV, por lo cual está altamente capacitada para producir y realizar cada detalle.

Así mismo ha escogido a los mejores profesionales como recurso humano, además de la tecnología en video, amigable para la didáctica con la finalidad de que cualquier egresado o actual estudiante de periodismo pueda comprender.

Adicionalmente tendrá en cuenta de manera austera la disposición de los recursos financieros que son importantes para el objetivo planteado.

6.8.1 FACTIBILIDAD TÉCNICA.

Se contará con los recursos técnicos actualizados en versión digital que la facultad de periodismo adquirió, los que son suficientes para desarrollar la propuesta.

6.8.2 FACTIBILIDAD ECONÓMICA.

El costo para la creación del Tutorial EDIT – LAICOS TV, es de \$ **4366.19** dólares, solo se han tomado en cuenta los gastos de papelería y también operacionales que comprende transporte, trabajo de campo para grabación en exteriores, tareas de edición y post producción, entre otros.

6.9 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Se propone crear un tutorial que contenga la información actualizada sobre manejos de sistemas y equipos digitales de edición.

El tutorial tiene como objetivo principal orientar a los egresados de periodismo de la universidad laica y otros interesados en esta materia.

El producto final detallará paso a paso en imágenes el proceso de preproducción, edición, locución y post producción, el mismo que será elevado a un canal de YouTube para que puedan verlo tantas veces como deseen, desde su propia computadora y en cualquier momento.

Para crear un tutorial existen varios programas de edición en el mercado y uno de los mejores y muy recomendados es el Adobe Premier CS6.

Antes de empezar cualquier edición se debe tomar en cuenta algunos consejos:

1ero. Es necesario tener un equipo completo de trabajo que comprende, cámaras, micrófonos, una editora entre otros.

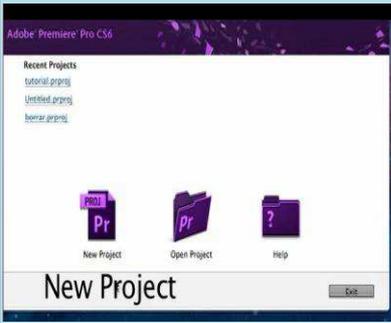
2do. Debemos planear nuestro trabajo, se debe pensar en el objetivo principal que desea alcanzar.

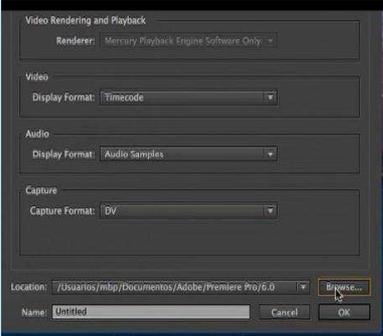
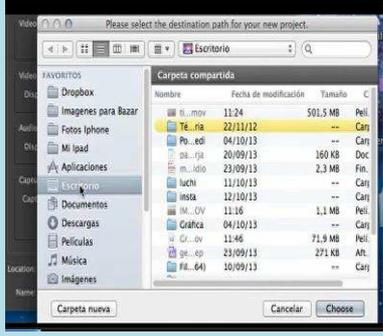
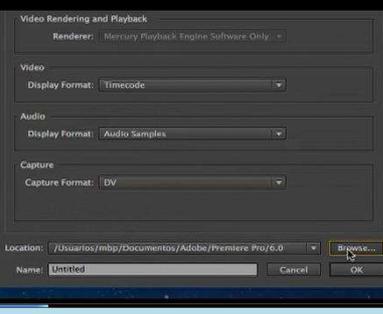
3ero. Asegurarse de tener todas las herramientas necesarias es decir escribir los guiones, grabar el audio, en el presente trabajo vamos a editar un reportaje.

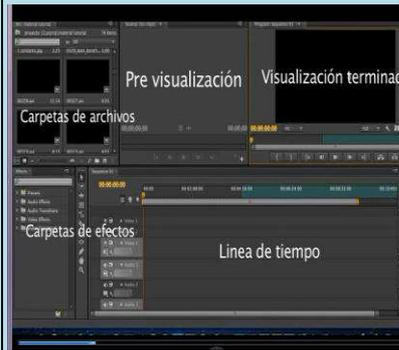
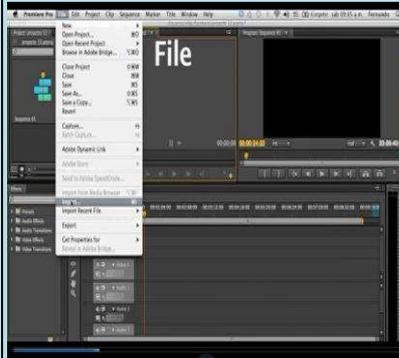
4to Una vez que se tiene todo listo empezaremos a crear nuestro tutorial. Recordemos que para realizarlo con éxito necesitaremos de concentración y creatividad.

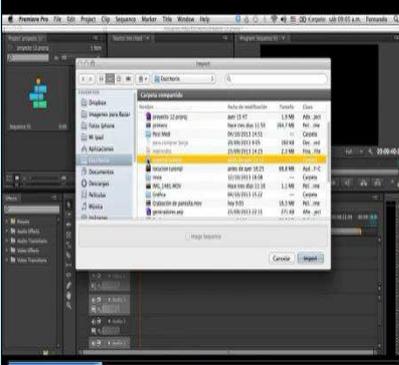
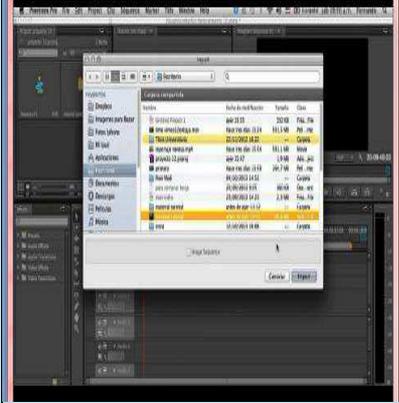
GUIÓN TÉCNICO

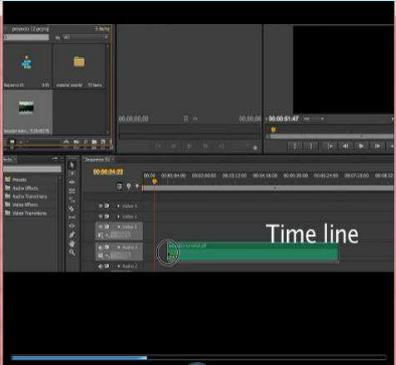
PASOS PARA CREAR UN TUTORIAL DE EDICIÓN AUDIOVISUAL

SEC	PLANO	IMAGEN	AUDIO		TIEMPO
			SONIDO	TEXTO	
Escena 1. Frente a la cámara	P1	Plano medio de la presentadora 	Música de fondo descendente	Presentación. Hola amigos: Crear un video parece algo difícil, pero en realidad es algo tan sencillo	47”
Escena 2. Toma Directa al monitor	P2	Paneo al monitor de la computadora 	Música de fondo leve	Abrimos el programa adobe premier versión CS6 y presionamos doble clic para iniciar	13”
Escena 3. Toma Directa al Monitor	P3	Paneo al monitor de la computadora 	Música de fondo leve	Presentadora. Se abre una primera ventana donde hay 3 archivos y eligiéremos con un clic New Project .	16”

<p>Escena 4.</p> <p>Toma</p> <p>Directa al monitor</p>	<p>P4</p>	<p>Se mantiene el plano en el monitor.</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Nos encontramos con una nueva ventana que indica audio video y captura y aquí nos toca direccionar donde vamos a guardar el Proyecto y lo haremos en browser .</p>	<p>19”</p>
<p>Escena 5.</p> <p>Toma</p> <p>Directa al monitor</p>	<p>P5</p>	<p>Se mantiene el plano en el monitor.</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Luego se abre una ventana y es ahí donde direccionamos el trabajo a escritorio.</p>	<p>14”</p>
<p>Escena 6.</p> <p>Toma</p> <p>Directa al monitor</p>	<p>P6</p>	<p>Se mantiene el plano en el monitor.</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Ahora tenemos otra ventana y aquí toca poner el nombre al proyecto “Tutorial” y presionamos OK.</p>	<p>18”</p>

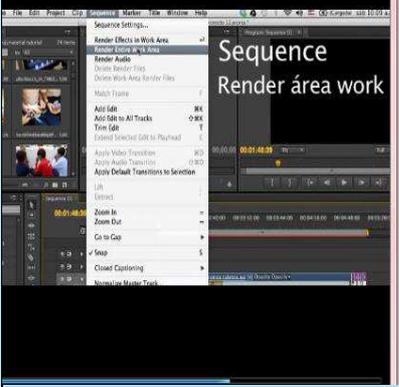
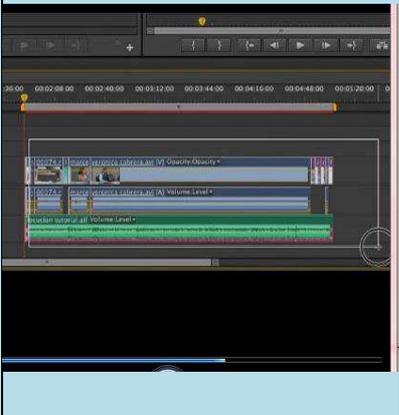
<p>Escena 7. Toma</p> <p>Directa al monitor</p>	<p>P7</p>	<p>Se mantiene el plano en el monitor.</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Se abre una nueva ventana y aparecen los estándares de los formatos y elegimos estándar 48Khz, y elegimos es el formato “SD” porque es el formato común del país.</p>	<p>29”</p>
<p>Escena 8. Toma</p> <p>Directa al monitor</p>	<p>P8</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>se abre una siguiente ventana que se divide en 5 partes: pre - visualización, terminada, línea de tiempo , carpeta de archivos y carpeta de efectos.</p>	<p>21”</p>
<p>Escena 9. Toma</p> <p>Directa al monitor</p>	<p>P9</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Ahora se debe importar los archivos con los que vamos a trabajar y vamos hasta la parte superior , damos clic en “File o archivo” y clic en import.</p>	<p>23”</p>

<p>Escena 10.</p> <p>Toma Directa al monitor</p>	<p>P10</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>En la nueva ventana que aparece buscamos nuestra carpeta de archivos y seleccionamos e importamos.</p>	<p>21”</p>
<p>Escena 11.</p> <p>Toma Directa al monitor</p>	<p>P11</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Entonces la carpeta ya está lista en el premier y se debe verificar que están todos los archivos.</p>	<p>19”</p>
<p>Escena 12.</p> <p>Toma Directa al monitor</p>	<p>P12</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Procedemos a importar los archivos de audio y hacemos los mismo pasos que se realizaron en videos, vamos a “File” damos clic en import y buscamos la carpeta de archivos de “audio”.</p>	<p>30”</p>

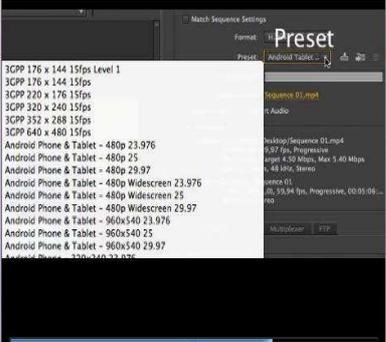
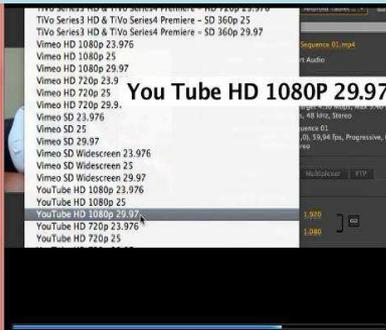
<p>Escena 13. Toma</p> <p>Directa al monitor</p>	<p>P13</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Aparece otra ventana indicándonos que ya tenemos 2 carpetas una que es video donde están todos los clic y la carpeta audio donde esta la voz en off.</p>	<p>19”</p>
<p>Escena 14. Toma</p> <p>Directa al monitor</p>	<p>P14</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Ahora toca armar nuestro esqueleto de edición, seleccionamos carpeta de audio y lo arrastramos hasta “time line”</p>	<p>15”</p>
<p>Escena 15. Toma</p> <p>Directa al monitor</p>	<p>P15</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>En la parte superior izquierda están las herramientas principales para procesar archivos tanto de audio y video.</p>	<p>16”</p>

<p>Escena 16.</p> <p>Toma</p> <p>Directa al monitor</p>	<p>P16</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Luego aparece una línea color naranja que indica el tiempo de audio o video. En parte derecha inferior aparecen 2 barras color verdes que muestra el nivel del audio, cuando se tornan rojas es porque el audio está saturado.</p>	<p>21”</p>
<p>Escena 17.</p> <p>Toma</p> <p>Directa al monitor</p>	<p>P17</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Seguimos armando nuestro video escogemos el clic, damos clic y aparece en el cuadro de pre visualización.</p>	<p>13”</p>
<p>Escena 18</p> <p>Toma</p> <p>Directa al monitor</p>	<p>P18</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Ahora se observa un punto amarillo q indica el tiempo de clic y se marca el inicio con tecla I y salida con tecla O y una línea verde indica el tiempo seleccionado y ahora hacemos clic y los halamos hasta el time line.</p>	<p>16”</p>

<p>Escena 19</p> <p>Toma</p> <p>Directa al monitor</p>	<p>P19</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor.</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Después aparecen dos filas que muestra el lugar del video y audio.</p>	<p>14”</p>
<p>Escena 20</p> <p>Toma</p> <p>Directa al monitor</p>	<p>P20</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Una vez que hicimos nuestro primer clic con audio, seguimos editando hasta que poco a poco vamos armando nuestro video.</p>	<p>19”</p>
<p>Escena 21</p> <p>Toma</p> <p>Directa al monitor</p>	<p>P21</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Cuando nuestro esqueleto ya está terminado toca exportar el video</p>	<p>16”</p>

<p>Escena 22</p> <p>Toma Directa al monitor</p>	<p>P22</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Pero antes de exportar el video terminado se debe seleccionar el trabajo.</p>	<p>13”</p>
<p>Escena 23.</p> <p>Toma Directa al monitor</p>	<p>P23</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Luego vamos a “secuencia” que está en la parte superior y seleccionamos renderizar el área de trabajo.</p>	<p>18”</p>
<p>Escena 24</p>	<p>P24</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Inmediatamente nuestro trabajo empieza a renderizar</p>	<p>13”</p>

<p>Escena 25</p> <p>Toma</p> <p>Directa al monitor</p>	<p>P25</p>		<p>Música de fondo leve</p>	<p>Una vez que el video esta renderizado procedemos a marcar lo que queremos exportar presionando tecla “ I” como inicio y la “O” como final.</p>	<p>21”</p>
<p>Escena 26</p> <p>Toma</p> <p>Directa al monitor</p>	<p>P26</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Nos dirigimos a “File”, vamos hasta exportar y damos clic en media.</p>	<p>18”</p>
<p>Escena 27</p> <p>Toma</p> <p>Directa al monitor</p>	<p>P27</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Nos aparece otra ventana y escogemos el formato H264 porque es un formato de compresión de video.</p>	<p>20”</p>

<p>Escena 28</p> <p>Toma Directa al monitor</p>	<p>P28</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Luego en “Presets”, donde vamos a elegir la plataforma YouTube hd.</p>	<p>18”</p>
<p>Escena 29</p> <p>Toma Directa al monitor</p>	<p>P29</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Damos clic youtube Hd 1080P 29.97, luego de hacer estas configuraciones se expondrá en la plataforma youtube.</p>	<p>19”</p>
<p>Escena 30</p> <p>Toma Directa al monitor</p>	<p>P30</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Finalmente daremos doble clic en exportar.</p>	<p>11”</p>

<p>Escena 31</p> <p>Toma Directa al monitor</p>	<p>P31</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo leve</p>	<p>Nuestro trabajo empieza a renderizar, luego de esto ya está listo.</p>	<p>19”</p>
<p>Escena 32</p> <p>Toma Directa al monitor</p>	<p>P32</p>	<p>Se mantiene plano en el monitor</p> 	<p>Música de fondo ascendente</p>	<p>Finaliza el tutorial Con Despedida de la Presentadora</p>	<p>13”</p>

6.9.1 ACTIVIDADES.

Para lograr este proyecto se realizaron entrevistas a varios profesionales involucrados en la temática. Un experto en edición digital con varios años de experiencia en canal de televisión de alcance nacional; también a dos docentes de la facultad de periodismo quienes opinaron sobre el tema de educación audiovisual dentro de la Unidad Académica.

La propuesta incluyó la producción de un reportaje que a la vez sirvió como material para editar el tutorial, lo que requirió realizar dos entrevistas adicionales a expertos en el tema escogido y la grabación de imágenes en un trabajo de campo que sirvió para la edición final del formato.

Este tutorial fue procesado en un laboratorio de televisión de la Facultad de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

6.9.2 RECURSOS

Se requieren recursos:

Humanos:

- **Un Editor Digital:** Será responsable de la producción en un trabajo conjunto con la tecnologías, manejos de programas de edición, estará a cargo de la gestión, de redes sociales de todo el producto, además de supervisar y producir excelentes contenidos de imagen y video.
- **Un Periodista Digital:** El comunicador se hará cargo de realizar entrevistas y hacer un trabajo completo de producción, el mismo que se desarrollar el contenido, debe tener conocimientos de locución.

Técnicos :

- Computadora
- Cámara de video
- Servicio de internet

- Software de edición Adobe Premier CS6

Económicos

- Carpetas
- Plumas
- Reproductores
- Luz, agua y teléfonos celulares

6.9.3 CRONOGRAMA DEL TUTORIAL “EDIT-LAICOS TV”

Fecha	DESCRIPCION
PRE-PRODUCCIÓN	
8/agost/2013	Coordinación de equipo técnico en el laboratorio de televisión
9/agost/2013	Coordinación para grabación de presentación y locución
12/agot/2013	Selección de entrevistados
12/agost/2013	Concretar entrevista
15/agost/2013	Elección del tema para el reportaje
15/agost/2013	Selección de imágenes para grabar y graficar
19/agost/2013	Coordinación para cobertura con camarógrafo
20/agost/2013	Desarrollo del libreto para material dentro del tutorial

PRODUCCIÓN	
21/agost/2013	Grabación de presentación dentro del laboratorio de televisión
22/agost/2013	Grabación de Entrevista e imágenes para el video propuesto
23/agost/2013	Desgrabación de entrevistas e imágenes para graficar
27/agost/2013	Edición de Entrevistas para seleccionar bites de cada Entrevistado.
28/agost/2013	Desarrollo de edición del tutorial
POST-PRODUCCIÓN	
29/agost/2013	Selección de música de fondo para mejorar el audio del producto final.
30/agost/2013	Insertar locución en off, para realización del tutorial, música e imágenes. Y finalmente trabajo elaborado subido en YouTube.

6.9.4 PRESUPUESTO

Se tiene como objetivo evaluar el coste total de la producción audiovisual que se realizó. A continuación presentamos un resumen de los costos generales de materiales para oficina (hojas, libretas de apuntes, fotocopias e impresiones, esferográficos, cartuchos); transporte para realizar entrevistas; torres de DVDs; honorarios

profesionales a equipo de apoyo técnico (editor, camarógrafo) entre otros recursos que sirvieron para el desarrollo del producto final.

GASTOS PAPELERÍA

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total
2	Resma de papel bond A4	4.00	8.00
1	Libreta de apuntes	2.00	2.00
2	Esferográficos	1.00	1.00
150	Impresiones a color y fotocopias	0.10	10.00
1	Torre de DVDs	5.00	5.00
1	Pendrive	15.00	15.00
4	Cartuchos hp	15.00	60.00
SUBTOTAL			101.00

GASTOS OPERACIONALES

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total
1	Transporte	100.00	100.00
1	Honorarios Camarógrafo	3500.00	350.00
1	Honorarios editor	500.00	500.00
1	Laptop Sony	1244.42	1244.42
1	Filmadora Panasonic	448.44	448.44
1	Tablet con servicio de internet	493.30	493.30
1	Impresora Laser	550.00	550.00
1	Micrófono corbatero	25.00	35.00
1	Micrófono Inalámbrico	199.00	199.00
1	Smartphone LG L7	355.03	355.03
SUBTOTAL			4,275.46
TOTAL			4,376.46

6.9. IMPACTO.

Se prevé que el desarrollo de esta propuesta tendrá la aceptación por parte de los egresados y alumnos próximos a graduarse.

Se busca la capacitación en conocimientos de edición de trabajos audiovisuales digitales y se espera lograr un impacto positivo a nivel universitario y demás personas interesadas.

El impacto que tendrá el tutorial de edición de videos rebasará el público objetivo inicial porque se difundirá en un canal de YouTube donde millones de personas tendrán acceso a esta información.

Otro resultado positivo será la segunda parte de la propuesta que consiste en un plan de capacitación continua solo para egresados con la finalidad de que adquieran conocimientos que durante sus años de estudio no tuvieron y para los estudiantes actuales refuercen conocimientos en este tema.

6.10 VALIDACIÓN

La propuesta fue analizada por un docente de la Facultad de Periodismo, Un Comunicador Social y además un profesional en edición y post producción de videos periodísticos y comerciales.

PROFESIONALES EXPERTOS	CRITERIOS COINCIDENTES	OBSERVACIONES
<p>Lcdo. Juan De La Cruz Catedrático de la Facultad de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.</p> <p>Licenciado. Fernando Alcívar. Productor de Promociones- ECUAVISA.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El proyecto indica claramente a donde se quiere llegar. • Los recursos definen correctamente los conceptos del tema, manteniendo coherencia en cada punto de información. • La fundamentación es clara se considera que es una propuesta interesante que servirá para mucho. • La propuesta responde a los métodos utilizados • El título indica claramente el objeto del estudio. • Los objetivos expresan ordenadamente lo que se quiere lograr en la investigación. 	

<p>Lcdo. Máximo García. Periodista profesional y Director del Periódico “LA BRAVA”.</p>	<ul style="list-style-type: none">• En cuanto a los recursos se adoptan adecuadamente fórmulas de solución.• La factibilidad y la justificación exponen con criterio el tema.• La bibliografía guarda coherencia con las preguntas de investigación.• la propuesta es atrayente porque contribuye al mejoramiento y desarrollo del aprendizaje que ofrece soluciones.	
---	--	--

Guayaquil, 9 de septiembre del 2013

Licenciado:

Luis León Brito

Catedrático de la Facultad de Periodismo

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Ciudad -

De mis consideraciones:

La presente tiene por objeto informarle que ha pedido de la egresada RUTH VANESSA CRUZ GARCÍA, el 5 de septiembre, y en calidad de docente de esta unidad se me solicitó la validación de la Propuesta del Proyecto de Investigación titulado "TUTORIAL EDIT - LAICOS TV"

Por lo que expongo el siguiente informe:

ITEMS	CRITERIOS DE VALIDACIÓN												OBSERVACIONES			
	Indica CLARAMENTE el objeto del estudio.		Expone CON CRITERIO el tema.		Guarda COHERENCIA con las preguntas de investigación.		ORDENADAMENTE lo que quiere lograr en la investigación.		CORRECTAMENTE define conceptos del tema.		Adecuadamente formula fórmulas de solución.		Debe mantenerse	Debe modificarse	Debe eliminarse	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO				
TÍTULO	X															
FUNDAMENTACIÓN													X			
FACTIBILIDAD			X										X			
JUSTIFICACIÓN				X									X			
OBJETIVOS						X							X			
RECURSOS						X		X					X			
INFRAESTRUCTURA								X		X			X			
ANEXOS										X			X			
BIBLIOGRAFÍA				X									X			

En resumen se cumple con:

FACULTAD DE PERIODISMO

Validez			
Observaciones Generales			
Según el registro de observaciones hace aplicable la propuesta			
Aplicable	X	No aplicable	Aplicable atendido a las observaciones
Valido por		Lodo Juan De La Cruz	C.I. 0909502296
Teléfono		0999851509	E-mail: jdelacruz@ulvr.edu.ec



Lodo Juan De la Cruz

DOCENTE

Guayaquil, 12 de septiembre del 2013

Licenciado
Luis León Brito
Catedrático de la Facultad de Periodismo
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Ciudad -

De mis consideraciones:

La presente tiene por objeto informarle que ha pedido de la egresada RUTH VANESSA CRUZ GARCÍA, el 5 de septiembre, y en calidad de Productor Audiovisual de Ecuavisa, se me solicitó la validación de la Propuesta del Proyecto de Investigación titulado: "TUTORIAL EDIT - LAICOS TV"

Por lo que expongo el siguiente informe:

ITEMS	CRITERIOS DE VALIDACIÓN										OBSERVACIONES					
	Indica CLARAMENTE el objeto del estudio		Expone CON CRITERIO el tema		Guarda COHERENCIA con las preguntas de investigación		ORDENADAMENTE lo que quiere lograr en la investigación		Define CORRECTAMENTE conceptos del tema.		Adopta ADECUADAMENTE fórmulas de solución.		Debe mantenerse	Debe modificarse	Debe eliminarse	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	Dm	Dmo	Delm	
TÍTULO	X		X											X		
FUNDAMENTACIÓN														X		
FACTIBILIDAD					X									X		
JUSTIFICACIÓN			X											X		
OBJETIVOS							X		X					X		
RECURSOS											X			X		
INFRAESTRUCTURA											X			X		
ANEXOS					X									X		
BIBLIOGRAFÍA					X									X		

Guayaquil, 12 de septiembre del 2013

Licenciado

Luis León Brito

Catedrático de la Facultad de Periodismo

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Ciudad -

De mis consideraciones:

La presente tiene por objeto informarle que ha pedido de la egresada RUTH VANESSA CRUZ GARCÍA, el 5 de septiembre, y en calidad de Productor Audiovisual de Ecuavisa, se me solicitó la validación de la Propuesta del Proyecto de Investigación titulado: "TUTORIAL EDIT - LAICOS TV"

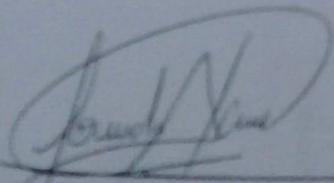
Por lo que expongo el siguiente informe:

ITEMS	CRITERIOS DE VALIDACIÓN										OBSERVACIONES					
	Indica CLARAMENTE el objeto del estudio.		Expone CON CRITERIO el tema.		Guarda COHERENCIA con las preguntas de investigación.		ORDENADAMENTE lo que quiere lograr en la investigación.		CORRECTAMENTE conceptos del tema.		ADECUADAMENTE fórmulas de solución.		Debe mantenerse	Debe modificarse	Debe eliminarse	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO				
TÍTULO	X		X													
FUNDAMENTACIÓN													X			
FACTIBILIDAD													X			
JUSTIFICACIÓN					X								X			
OBJETIVOS			X										X			
RECURSOS							X		X				X			
INFRAESTRUCTURA											X		X			
ANEXOS											X		X			
BIBLIOGRAFÍA					X								X			

En resumen se cumple con:

FACULTAD DE PERIODISMO

Validez			
Observaciones Generales			
Según el registro de observaciones hace aplicable la propuesta			
Aplicable	X	No aplicable	Aplicable atendido a las observaciones
Valido por		Ldo. Fernando Alcivar	C.I 0917307993
Teléfono		0994241594	feralcivar@gmail.com



Ldo. Fernando Alcivar

Productor de Promociones- Ecuavisa

Guayaquil, 9 de septiembre del 2013

Licenciado.

Luis León Brito

Catedrático de la Facultad de Periodismo

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Ciudad -

De mis consideraciones:

La presente tiene por objeto informarle que ha pedido de la egresada RUTH VANESSA CRUZ GARCÍA, el 6 de septiembre, y en calidad de Comunicador con 20 años de experiencia dirigiendo medios, se me solicitó la validación de la Propuesta del Proyecto de Investigación titulado: "TURORIAL EDIT - LAICOS TV"

Por lo que expongo el siguiente informe:

ITEMS	CRITERIOS DE VALIDACIÓN												OBSERVACIONES			
	Indica CLARAMENTE el objeto del estudio.		Expone CON CRITERIO el tema		Guarda COHERENCIA con las preguntas de investigación		ORDENADAMENTE lo que quiere lograr en la investigación		CORRECTAMENTE conceptos del tema		ADECUADAMENTE fórmulas de solución		Debe mantenerse	Debe modificarse	Debe eliminarse	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO						
TÍTULO	X		X													
FUNDAMENTACIÓN			X				X						X			
FACTIBILIDAD													X			
JUSTIFICACIÓN													X			
OBJETIVOS							X		X				X			
RECURSOS											X		X			
INFRAESTRUCTURA											X		X			
ANEXOS													X			
BIBLIOGRAFÍA					X								X			

En resumen se cumple con:

FACULTAD DE PERIODISMO

Validez			
Observaciones Generales			
Segun el registro de observaciones hace aplicable la propuesta			
Aplicable	X	No aplicable	Aplicable atendido a las observaciones
Valido por		Lcdo. Mas Garcia	C.J 0909081168
Telefono		0991149785	E-mail: masgarcia99@yahoo.com


Lcdo. Mas Garcia
Director de Periódico "LA BRAVA"

ANEXOS

ENCUESTA 1

1.-En su tiempo de estudio recibió clases de edición audiovisual?

- SI
- NO

2.- Durante los años de estudio de periodismo en la Universidad Laica, ¿alguna vez tuvo práctica con manejo de cámara de televisión profesional?

- SI
- NO

3.- ¿Conoce algo del periodismo análogo y digital?

- SI
- NO

4.- Después de que usted egreso se ha preocupado de capacitarse sobre periodismo digital y manejos de equipos digitales?

- SI
- NO

5.-Al egresar de la Universidad, ¿aplicó usted a vacantes en algún canal de televisión?

SI

NO

6.- En estos años, ¿ha ejercido la profesión de periodista?

SI

NO

7.- ¿Se atrevería usted y se siente capacitado en la actualidad a buscar trabajo en un medio digital on line?

SI

NO

8.-Tiene conocimiento de algún curso de capacitación para manejar proyectos audiovisuales como edición con nuevos sistemas digitales?

SI

NO

FICHAS DE ENTREVISTAS

FICHA PARA ENTREVISTA	
Número de ficha:	1
Nombre del Entrevistado:	Dra. Verónica Villacís, sicóloga y catedrática Universitaria de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.,
Nombre de la entrevistadora:	Ruth Cruz
Ciudad:	Guayaquil
Fecha de la entrevista:	Miércoles 15 de Mayo, 2013
Hora de la entrevista:	18h00 horas
Objetivo de la entrevista:	Analizar desde un aspecto psicológico la influencia de los medios audiovisuales.
FORMULARIO DE PREGUNTAS	
1- Desde la aparición de los medios audiovisuales de qué forma influyeron en la psicología de las personas?	
Esto influyó en la potencia de la imagen que llega a través de la atracción y las	

personas se enganchan ya sea en una frase, color , existe una estrategia en esas imágenes , el efecto que tiene el audio, la fuerza audiovisual es un efecto multiplicador donde funciona el mecanismo de la persuasión, tiene que ver con el impacto de la imagen y sonido.

2.¿El mensaje audiovisual puede cambiar el comportamiento de las personas?

El mecanismo a través de la sugestión y persuasión, los efectos que tiene el audio y video frente a las masas sociales, entre sus efectos es que un mensaje audiovisual puede cambiar el comportamiento del perceptor, ya sea en sus costumbres, elecciones, opiniones.

3.- ¿Desde su punto de vista, que debería tomar en cuenta una persona que hace trabajos audiovisuales ?

Los medios audiovisuales son los que mayormente penetran en la psiquis de los individuos, se debería tener cuidado en el contenido y efectos que pueden provocar y como el alcance de un trabajo audiovisual es mayor, dada la cobertura de los canales de televisión abierta, el público de todas las edades se ve expuesto a mensajes de variada índole, por ejemplo ocurre con comportamientos juveniles como los bailes eróticos entre estudiantes secundarios en horas de clases o el consumo de drogas dentro de los colegios. La constante difusión de este tipo de noticias por los medios audiovisuales a veces sirven de didáctica para que las personas que alguna vez pensaron en dar un paso hacia delante en esa tentación, finalmente lo hagan.

FICHA PARA ENTREVISTA	
Número de ficha:	2
Nombre del Entrevistado:	Ing. Darwin León, Gerente Técnico de PETHERFY , empresa de Telecomunicaciones.
Nombre de la entrevistadora:	Ruth Cruz
Ciudad:	Guayaquil
Fecha de la entrevista:	Viernes 17 de Mayo, 2013
Hora de la entrevista:	14h00 horas
Objetivo de la entrevista:	Determinar la importancia de la tecnología.
FORMULARIO DE PREGUNTAS	
1-¿ Cree usted que los grandes avances tecnológicos en el ecuador ha logrado cambios significativos ?	
<p>Totalmente de acuerdo, ya que el avance de las tecnologías permite que nuestro país se desarrolle en todos los ámbitos. El acceso a nuevas tecnologías como los celulares, las tabletas, Ipad, etc., producen cambios en nuestra cultura y educación y nos hace personas con mayores conocimientos para enfrentar la realidad de nuestro país.</p>	
2.- ¿Qué tan importante considera usted la utilización de herramientas tecnológicas en dentro del campo laboral?	
<p>Tecnifica nuestras actividades nos hace más competitivos y obtenemos mejores resultados, producto del trabajo en conjunto de la mano de obra humana mas las diferentes herramientas tecnológicas facilitan los procesos diarios en el campo laboral , por ejemplo un agente de tránsito que antes tenía que emitir una citación usaba un bloc de papelería, mientras que ahora con un clic realiza su trabajo.</p>	
3 -¿Qué opina usted sobre el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación e información?	
<p>El uso de las Tic´s hoy en día son muy comunes no solo en el campo tecnológico sino también en diversas aéreas que de una u otra manera se ven involucrados en el proceso de comunicar e informar. Además permite a los diferentes usuarios el libre acceso a los diferentes canales comunicativos como internet, tv, etc.</p>	

FICHA PARA ENTREVISTA

Número de ficha:	3
Nombre del Entrevistado:	Lcdo. José Chica Pincay
Nombre de la entrevistadora:	Ruth Cruz
Ciudad:	Guayaquil
Fecha de la entrevista:	Miércoles 31 de Julio 2013
Hora de la entrevista:	10h00 horas
Objetivo de la entrevista:	Analizar la importancia de una actualización de conocimientos en los egresados y estudiantes de periodismo.

FORMULARIO DE PREGUNTAS

1-¿Considera usted que debería reformarse el contenido de los syllabus con nueva información en el ámbito audiovisual?

Dentro de los syllabus están contemplados recursos que el profesor debe tomar en cuenta para su clase, por lo tanto es algo que debemos incorporarlo a medida que se vaya avanzando en cada unos de los temas.

2.- ¿Qué tan importante cree usted que sería la creación de un tutorial de edición de videos como aporte a los estudiantes?

Sería magnífico porque toda actividad académica se requiere y se necesita estar a la par con la tecnología y sobre la utilización de esos recursos por que sin ellos no podría haber avance académico.

3 -¿Cree usted que una actualización de edición de videos en los alumnos ya egresados sería una buena propuesta?

Para aquella generación q salieron y que no tuvieron el alcance de conocimiento con respecto a la edición de video debería existir una actualización y está contemplado el hacer seguimiento a los egresados.

FICHA PARA ENTREVISTA	
Número de ficha:	4
Nombre del Entrevistado:	Lcdo. José Luis Férrez, Decano y Catedrático de la Facultad de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Nombre de la entrevistadora:	Ruth Cruz
Ciudad:	Guayaquil
Fecha de la entrevista:	Miércoles 31 de Julio 2013
Hora de la entrevista:	13h00 horas
Objetivo de la entrevista:	Analizar la importancia de una actualización de conocimientos en los egresados y estudiantes de periodismo.
FORMULARIO DE PREGUNTAS	
1-¿Considera usted que deberían reformarse el contenidos de los syllabus con nuevo contenido en el ámbito audiovisual?	
Es importante ya que la tecnología es constante, los estudiantes deben recibir conocimientos actualizados ajustado a la realidad de lo requieren los medios de comunicación, en este caso los canales de televisión en cuanto al manejo de software.	
2.- ¿Qué tan importante cree usted que sería la creación de un tutorial de edición de videos como aporte a los estudiantes?	
Sería importantísimo, un tutorial sería una herramienta de guía personalizada sería muy bueno para reforzar los conocimientos, el estudiante mejoraría sus destrezas.	
3 -¿ Cree usted que una actualización de edición de videos en los alumnos ya egresados sería una buena?	
Considero pertinente dar cursos de actualización muchos de ellos están en los medios pero el conocimiento que ellos tiene queda descontinuado, considero necesario e importante la implementación de programas de actualización en todas las áreas que tengan que ver con la profesión.	

FICHA PARA ENTREVISTA	
Número de ficha:	5
Nombre del Entrevistado:	Dr. Héctor Villagrán Lara
Nombre de la entrevistadora:	Ruth Cruz
Ciudad:	Guayaquil
Fecha de la entrevista:	Miércoles 1 de agosto, 2013
Hora de la entrevista:	10h00 horas
Objetivo de la entrevista:	Conocer desde el aspecto jurídico la importancia de la creación del consejo de regulación de medios.
FORMULARIO DE PREGUNTAS	
1-¿ Desde su punto jurídico cree usted que la creación de regulación de medios afectaría en algo la comunicación?	
La creación de regulación de medios es lo mejor porque se han visto medios que han ofendido la libertad de expresión porque son medios comerciales y hay que ser claros la comunicación no puede estar subordinada al comercio de ninguna manera	
2.- ¿ Cree usted que al crearse la intendencia de comunicación, como el organismo de control la comunicación puede estar amenazada ?	
De ninguna manera, todo esto estará sujeto a la ley de comunicación, no se fomenta crítica, hay medios que están en contra y dicen "ellos proclamaron autocontrol" y hay que ser claros no es así, la Ley es para todos y se cumple y el que no quiera cumplir será sancionado.	
3.- ¿Qué piensa usted acerca de la exigencia de que se tome en cuenta la producción nacional para elaboración de publicidades ?	
Esta perfecto, defender lo propio era momento de que exista cambios.EE.UU primero ve sus intereses y después el interés de los demás.	

FICHA PARA ENTREVISTA	
Número de ficha:	6
Nombre del Entrevistado:	Lcdo. John Contreras, editor del Departamento de noticias de GAMA-TV .
Nombre de la entrevistadora:	Ruth Cruz
Ciudad:	Guayaquil
Fecha de la entrevista:	Martes 18 de Junio 2013
Hora de la entrevista:	14h00 horas
Objetivo de la entrevista:	Conocer que tan necesario es el conocimiento audiovisuales en los profesionales de comunicación.
FORMULARIO DE PREGUNTAS	
<p>1-¿Dentro del medio que usted labora ha notado alguna falta de conocimiento de edición audiovisual en los profesionales de periodismo??</p>	
<p>Sí los alumnos deberían tener un conocimiento por lo menos básico de edición, los periodistas se encajan en la noticia no pueden editar sus propias notas, es necesarios que tengan conocimiento, editar es una base fundamental.</p>	
<p>2.- ¿Cree usted que un periodista debe dominar el manejo de equipos audiovisuales como cámaras de tv y editoras en dentro del campo laboral?</p>	
<p>Por supuesto, debe estar capacitado, se ha visto mucho que llegan a una editora y se quedan sin poder solucionar, no poseen conocimientos básicos entonces se complican y ya no son competitivos.</p>	
<p>3 -¿ Cómo cree usted que se debería impartir el conocimiento audiovisual en las Universidades?</p>	
<p>La educación debería implementarse cada vez más , sería muy bueno que los mismos profesionales que van desarrollándose dentro de un medio vayan a las universidades a brindar talleres prácticos y a la vez compartan experiencias.</p>	

FICHA PARA ENTREVISTA

Número de ficha:	7
Nombre del Entrevistado:	Sociólogo René Ferrín, profesional independiente
Nombre de la entrevistadora:	Ruth Cruz
Ciudad:	Guayaquil
Fecha de la entrevista:	Miércoles 15 de Mayo, 2013
Hora de la entrevista:	15h00 horas
Objetivo de la entrevista:	Analizar desde el aspecto sociológico la influencia de los medios audiovisuales en el comportamiento de la sociedad.

FORMULARIO DE PREGUNTAS

1-¿De qué manera el contenido de los mensajes que aparecen en la televisión influyen en el comportamiento de la sociedad?

Los mensajes elaborados al interior de los canales de televisión requieren de procesos mentales y tecnológicos realizados por expertos en el campo de la comunicación, los mismos que están proyectados a causar un efecto en el televidente. Estos efectos pueden ser positivos (educativos a veces) o negativos (carga de antivalores).

**PROFESIONALES ENTREVISTADOS PARA DESARROLLO
DEL PROYECTO**



Psic. Verónica Villacís
Catedrática - Universidad Católica
Santiago de Guayaquil.



Ing. Darwin León
Gerente General - Petherfy S.A.
Telecommunications and software



Lcdo. José Chica Pincay
Catedrático Facultad de Periodismo
Universidad Laica Vicente de Guayaquil



Msc. José Luis Férez
Decano y Catedrático Facultad
De Facultad de Periodimo
Universidad Laica Vicente
Rocafuerte de Guayaquil



Dr. Héctor Villagrán Lara
Experto en derecho Internacional
Catedrático de la facultad de Jurisprudencia
Universidad Guayaquil



Lcdo. John Contreras
Productor y Editor
De Noticias - GAMA-TV



Sociólogo René Ferrín
Profesional Independiente

PROFESIONALES CONSULTADOS PARA VALIDACIÓN DEL
PROYECTO



Lcdo. Juan De La Cruz
Periodista y Catedrático
Universidad Laica Vicente
Rocafuerte de Guayaquil



Lcdo. Max García
Periodista - Director
Periódico “LA BRAVA”
Catedrático- Universidad Guayaquil



Lcdo. Fernando Alcivar
Productor de Promociones
ECUAVISA

Documentos de Información : Total de alumnos considerados egresados bienio 2009 – 2011.

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
ESTADÍSTICAS DE LA UNIDAD ACADÉMICA
AÑO LECTIVO 2009 - 2010

FACULTAD DE PERIODISMO

Jornada: Nocturna

Curso	Paralelo	Matriculados	Retirados	Reprobados	Aprobados
1	A	45	13	7	25
	B	47	11	2	34
Total curso:		92	24	9	59
2	A	39	5	0	34
	B	34	2	4	28
Total curso:		73	7	4	62
3	A	35	2	3	30
	B	34	3	1	30
Total curso:		69	5	4	60
4	A	25	1	2	22
	B	28	1	1	26
Total curso:		53	2	3	48
Total jornada Nocturna		287	38	20	229
Total Unidad Académica:		287	38	20	229

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
ESTADÍSTICAS DE LA UNIDAD ACADÉMICA
AÑO LECTIVO 2010 - 2011

FACULTAD DE PERIODISMO

Jornada: Nocturna

Curso	Paralelo	Matriculados	Retirados	Reprobados	Aprobados
1	A	76	23	23	30
	B	54	15	10	29
Total curso:		130	38	33	59
2	A	26	2	3	21
	B	35	5	4	26
Total curso:		61	7	7	47
3	A	36	1	1	34
	B	32	1	7	24
Total curso:		68	2	8	58
4	A	35	2	3	30
	B	35	10	4	23
Total curso:		70	12	7	53
Total jornada Nocturna		329	57	55	217
Total Unidad Académica:		329	57	55	217

TABULACIÓN DE ENCUESTAS

Numero de Encuesta	Pregunta 1		Pregunta 2		Pregunta 3		Pregunta 4		Pregunta 5		Pregunta 6		Pregunta 7		Pregunta 8	
	SI	NO														
1		x	x			x	x		x		x		x			x
2		x	x			x		x		x		x		x		x
3		x		x	x		x		x		x			x		x
4		x		x		x		x		x		x		x		x
5		x		x		x		x		x		x		x		x
6		x		x		x		x		x		x		x		x
7		x		x		x		x		x		x		x		x
8		x		x		x		x		x		x		x		x
9		x		x		x		x		x		x		x		x
10		x		x		x		x	x			x		x		x
11		x		x		x		x	x			x		x		x
12		x	x			x		x		x		x		x		x
13		x	x			x		x		x		x		x		x
14		x		x		x		x		x		x		x		x
15		x		x		x		x		x		x		x		x
16	x		x			x		x	x			x		x		x
17		x		x		x		x	x			x		x		x
18		x		x		x		x	x			x		x		x
19		x		x		x		x	x			x		x		x
20	x			x	x		x		x		x		x		x	
21		x		x		x		x		x		x		x		x
22		x	x			x		x	x			x		x		x
23		x		x		x		x		x		x		x		x
24	x			x		x		x		x		x		x		x
25		x		x		x		x		x		x		x		x
26		x		x		x		x	x			x		x		x
27		x		x		x		x	x			x		x		x
28		x		x		x		x	x			x		x		x
29		x		x		x		x	x			x		x		x
30		x		x		x		x	x			x		x		x
31		x		x		x		x		x		x		x		x
32		x		x	x			x		x		x		x		x
33		x		x		x		x		x		x		x		x
34		x		x		x		x		x		x		x		x
35		x		x		x		x	x			x		x		x
36		x	x			x		x	x			x		x		x
37		x		x		x	x		x			x		x		x
38		x		x		x		x	x		x		x		x	x
39		x		x		x		x	x			x		x		x
40		x		x		x		x	x			x		x		x
41	x			x		x		x	x			x		x		x
42		x		x		x		x	x			x		x		x
43		x		x		x		x	x			x		x		x
44		x		x		x		x	x			x		x		x
45		x		x		x		x	x			x		x		x
46		x		x		x		x		x		x		x		x
47		x		x		x		x		x		x		x		x
48		x		x	x			x		x		x		x		x
49		x		x		x		x		x		x		x		x
50		x		x		x		x		x		x		x		x
51		x		x		x		x	x		x		x		x	x
52		x		x	x			x	x			x		x		x
53		x		x		x	x		x		x		x		x	x
54		x		x		x	x		x		x		x		x	x
55		x		x		x		x		x		x		x		x
56		x		x		x	x		x			x		x		x
57		x		x		x		x		x		x		x		x
58		x		x		x		x		x		x		x		x
59		x		x		x		x		x		x		x		x
60		x		x		x		x		x		x		x		x
61		x		x		x		x		x		x		x		x
62		x		x		x		x	x			x		x		x
63		x		x		x	x		x			x		x		x
64		x		x		x	x		x		x		x		x	x
65		x		x		x	x		x			x		x		x
66		x		x		x	x		x			x		x		x
67		x		x		x		x	x			x		x		x
68	x			x		x		x		x		x		x		x
69		x		x		x		x	x			x		x		x
70		x		x		x		x		x		x		x		x
71		x		x		x		x		x		x		x		x
72		x		x		x	x		x			x		x		x
73		x		x		x		x		x		x		x		x
74		x		x		x	x		x			x		x		x
75		x		x		x		x		x		x		x		x
76		x		x		x	x		x			x		x		x
77		x		x		x		x		x		x		x		x
78		x		x		x		x		x		x		x		x
79		x		x		x		x		x		x		x		x
80		x		x		x	x		x			x		x		x
81		x		x		x		x		x		x		x		x
Total	5	76	7	74	6	75	17	64	37	44	26	55	33	48	11	70
Porcentaje	6,2%	93,8%	8,6%	91,4%	7,4%	92,6%	21,0%	79,0%	45,7%	54,3%	32,1%	67,9%	40,7%	59,3%	13,6%	86,4%

COTIZACIONES:

Créditos Económicos # 569894 **COTIZACIÓN** Pág. 01/01

Fecha: 05/SEP/2013 Telfs: 086546350 Cel:
 Nombre: VANESSA C.I. 0924792048
 Dirección: CREDITOAS MA, 70 V. 68

Modelos	Cantidad	Descripción	PVP
15-200 MA	1	NOT. NP15, 6"/INTEL. 17/12GB/1TB/	2.449,60
			2.449,60
			1.375,41 (*)

El crédito más económico y las cuotas más chiquitas!

OFERTA ESPECIAL CREDITO o T. CREDITO CONTADO * Precio afuera al Club Comprodeca

REGALOS

Observaciones EFECTIVO

Almacén 9 DE OCT

Vendedor SAMPURCO DENNIS

TOTAL	PROMOCIÓN CUOTAS GRATIS	PRECIO NORMAL
1		1.375,41
2		
3		
4		
5		
6	X	X

PRECIO FINAL A CREDITO 120440 120440

* Cotizaciones y precios sujetos a cambio sin previo aviso. - Sin ser contribuyentes separados. **PRECIOS INCLUYEN IVA** - Ver condiciones de Crédito al revisar.

MARCIMEX COPIA AGENCIA **BBK**

Fecha: 05/09/2013 e-mail:
 Cliente: Dirección / Trabajo: EFECTIVO Telf:
 ARTICULO / MODELO PVP CREDITO
 FILMADO POR CAMERA #102 80613 6448,45
 tablet Gte con cm p 295,30
 CUBICAR PIANO LG modelo L5 353,03
 PRECIO FINAL: 1099,77
 TARIETA DE CREDITO: PLAN
 SAMPURCO DENNIS

Guayaquil, 5 de septiembre del 2013

Licenciado,

Juan De la Cruz

Catedrático de la Facultad de Periodismo

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

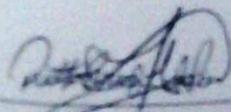
Ciudad.-

Estimado Docente:

Reciba un cordial saludo. La presente es para solicitarle muy comedidamente el Informe de Validación de la propuesta "TUTORIAL EDIT - LAICOS TV", realizado por la egresada Ruth Vanessa Cruz García, previo a la obtención del título en Licenciada en Periodismo.

Sin otro particular se suscriben.

Atentamente


Sra. Ruth Vanessa Cruz García.



5 SEPT 2013
19:00

Guayaquil, 5 de septiembre del 2013

Licenciado

Fernando Alcívar

Productor de Promociones - ECUAVISA

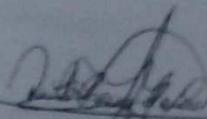
Ciudad -

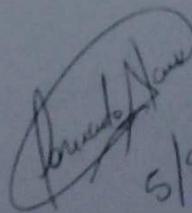
Estimado Docente:

Reciba un cordial saludo. La presente es para solicitarle muy comedidamente el informe de Validación de la propuesta "TUTORIAL EDIT - LAICOS TV", realizado por la egresada Ruth Vanessa Cruz García, previo a la obtención del título en Licenciada en Periodismo.

Sin otro particular se suscriben.

Atentamente


Sra. Ruth Vanessa Cruz García


5/sep/2013
14:15 PM

Guayaquil, 5 de septiembre del 2013

Licenciado

Max Garcia

Director de Periódico "LA Brava"

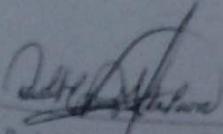
Ciudad -

Estimado :

Reciba un cordial saludo. La presente es para solicitarle muy comedidamente el informe de Validación de la propuesta "TUTORIAL EDIT - LAICOS TV", realizado por la egresada Ruth Vanessa Cruz Garcia, previo a la obtención del título en Licenciada en Periodismo.

Sin otro particular se suscriben.

Atentamente



Sra. Ruth Vanessa Cruz Garcia

Recibido

6 de septiembre de 2013



ÍNDICE DE IMÁGENES

• IMAGEN	1	Pg. 9
• IMAGEN	2	Pg. 9
• IMAGEN	3	Pg. 22
• IMAGEN	4	Pg. 23
• IMAGEN	5	Pg. 24
• IMAGEN	6	Pg. 24
• IMAGEN	7	Pg. 25
• IMAGEN	8	Pg. 26
• IMAGEN	9	Pg. 27
• IMAGEN	10	Pg. 28
• IMAGEN	11	Pg. 28
• IMAGEN	12	Pg. 31
• IMAGEN	13	Pg. 32
• IMAGEN	14	Pg. 34
• IMAGEN	15	Pg. 37
• IMAGEN	16	Pg. 38
• IMAGEN	17	Pg. 55
• IMAGEN	18	Pg. 57
• IMAGEN	19	Pg. 101

ORIGEN Y EVOLUCION DEL PERIODISMO AUDIOVISUAL 1



Fuente: Google

Foto: 1

ORIGEN Y EVOLUCION DEL PERIODISMO AUDIOVISUAL 2



Fuente: Google

Foto: 2

EL CINE



Fuente: Google

Foto: 3

LA TELEVISIÓN



Fuente google

Foto 4

LAS DIAPOSITIVAS



Fuente Google

Foto 5

LA RADIO



Fuente: Google

Foto 6

FOTOGRAFÍA



Fuente: Google

Foto: 7

TELEVIRTUALIDAD



Fuente google

Foto 8

EL CINE 2



Fuente google

Foto 9

LA TELEVISIÓN 2



Fuente google

Foto 10

LA RADIO 2



Fuente google

Foto 10

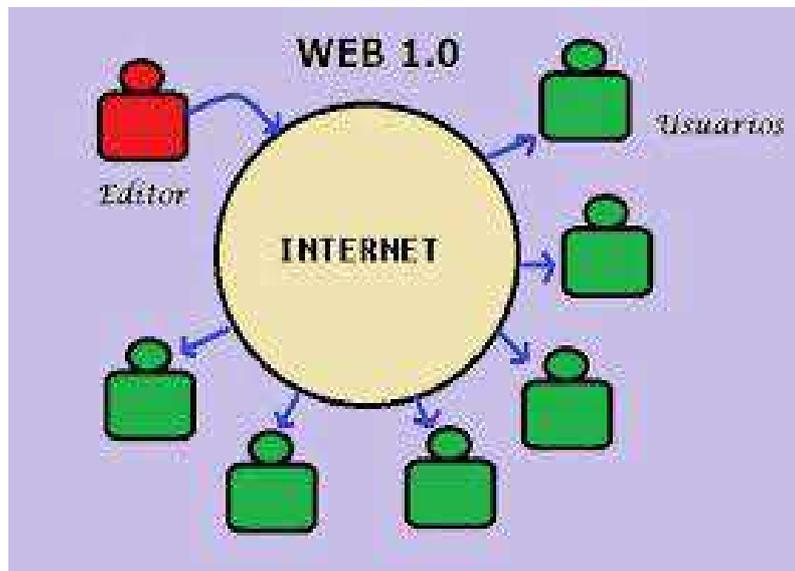
LA EVOLUCIÓN DE LA WEB



Fuente google

Foto 11

LA WEB 1



Fuente google

Foto 12

LA WEB 2



Fuente google

Foto 13

LA WEB 3.0



Fuente google

Foto 14

EL PERIODISMO AUDIOVISUAL Y TECNOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN



Fuente: Google

Foto 15

DIARIO EL HOY



Fuente : Google

Foto:16

FUNDAMENTACIÓN PSICOLÓGICA



Fuente google

Foto 17

UBICACIÓN SECTORIAL



Fuente Google

Foto 18

ÍNDICE DE TABLAS

- TABLA 1 Pg. 86
- TABLA 2 Pg. 88
- TABLA 3 Pg. 89
- TABLA 4 Pg. 90
- TABLA 5 Pg. 91
- TABLA 6 Pg. 92
- TABLA 7 Pg. 93
- TABLA 8 Pg. 94
- TABLA 8 Pg. 117
- TABLA 8 Pg. 119
- TABLA 8 Pg. 120

TABLAS

PREGUNTA 1	
SI	NO
5	76
6,2%	93,8%

Tabla 1

Autor: Ruth Cruz García

PREGUNTA 2	
SI	NO
7	74
8,6%	91,4%

Tabla 2

Autor: Ruth Cruz García

PREGUNTA 3	
SI	NO
6	75
7,4%	92,6%

Tabla 3

Autor: Ruth Cruz García

PREGUNTA 4	
SI	NO
17	64
21,0%	79,0%

Tabla 4

Autor: Ruth Cruz García

PREGUNTA 5	
SI	NO
37	44
45,7%	54,3%

Tabla 5

Autor: Ruth Cruz García

PREGUNTA 6	
SI	NO
26	55
32,1%	67,9%

Tabla 6

Autor: Ruth Cruz García

PREGUNTA 7	
SI	NO
33	48
40,7%	59,3%

Tabla 7

Autor: Ruth Cruz García

PREGUNTA 8	
SI	NO
11	70
13,6%	86,4%

Tabla 8

Autor: Ruth Cruz García

Fecha	DESCRIPCION
PRE-PRODUCCIÓN	
8/agost/2013	Coordinación de equipo técnico en el laboratorio de televisión
9/agost/2013	Coordinación para grabación de presentación y locución
12/agot/2013	Selección de entrevistados
12/agost/2013	Concretar entrevista
15/agost/2013	Elección del tema para el reportaje
15/agot/2013	Selección de imágenes para grabar y graficar
19/agost/2013	Coordinación para cobertura con camarógrafo
20/agost/2013	Desarrollo del libreto para material dentro del tutorial
PRODUCCIÓN	
21/agost/2013	Grabación de presentación dentro del laboratorio de televisión
22/agost/2013	Grabación de Entrevista e imágenes para el video propuesto
23/agost/2013	Desgrabación de entrevistas e imágenes para graficar
27/agost/2013	Edición de Entrevistas para seleccionar bites de cada Entrevistado.
28/agost/2013	Desarrollo de edición del tutorial
POST-PRODUCCIÓN	
29/agost/2013	Selección de música de fondo para mejorar el audio del producto final.
30/agost/2013	insertar locución en off, para realización del tutorial, música e imágenes. Y finalmente trabajo elaborado subido en Youtube.

Tabla 9

Autor: Ruth Cruz García

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total
2	Resma de papel bond A4	4.00	8.00
1	Libreta de apuntes	2.00	2.00
2	Esferográficos	1.00	1.00
150	Impresiones a color y fotocopias	0.10	10.00
1	Torre de DVDs	5.00	5.00
1	Pendrive	15.00	15.00
4	Cartuchos hp	15.00	60.00
SUBTOTAL			101.00

Tabla 10

Autor: Ruth Cruz García

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total
1	Transporte	100.00	100.00
1	Honorarios Camarógrafo	3500.00	350.00
1	Honorarios editor	500.00	500.00
1	Laptop Sony	1244.42	1244.42
1	Filmadora Panasonic	448.44	448.44
1	Tablet con servicio de internet	493.30	493.30
1	Impresora Laser	550.00	550.00
1	Micrófono corbatero	25.00	35.00
1	Micrófono Inalámbrico	199.00	199.00
1	Smartphone LG L7	355.03	355.03
SUBTOTAL			4,275.46
TOTAL			4,376.46

Tabla 11

Autor: Ruth Cruz García

ÍNDICE DE GRAFICOS

GRÁFICO 1	Pg. 87
GRÁFICO 2	Pg. 88
GRÁFICO 3	Pg. 89
GRÁFICO 4	Pg. 90
GRÁFICO 5	Pg. 91
GRÁFICO 6	Pg. 92
GRÁFICO 7	Pg. 93
GRÁFICO 8	Pg. 94

GRÁFICOS

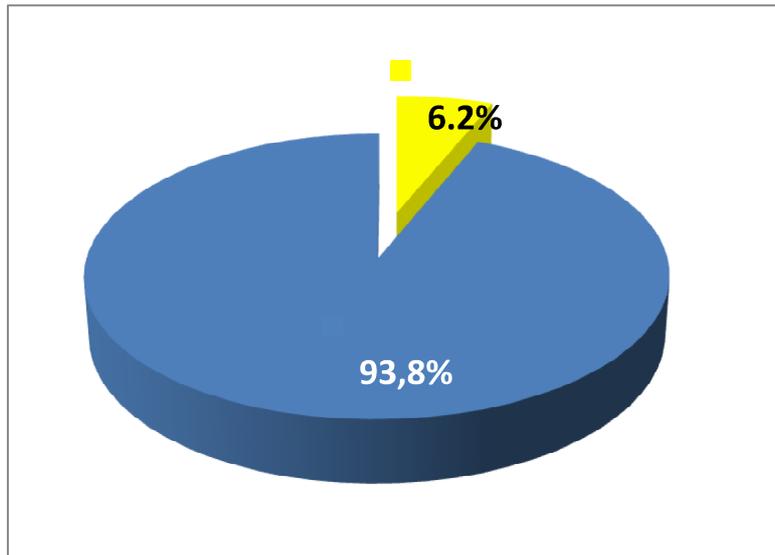


Gráfico 1

Autor: Ruth Cruz García

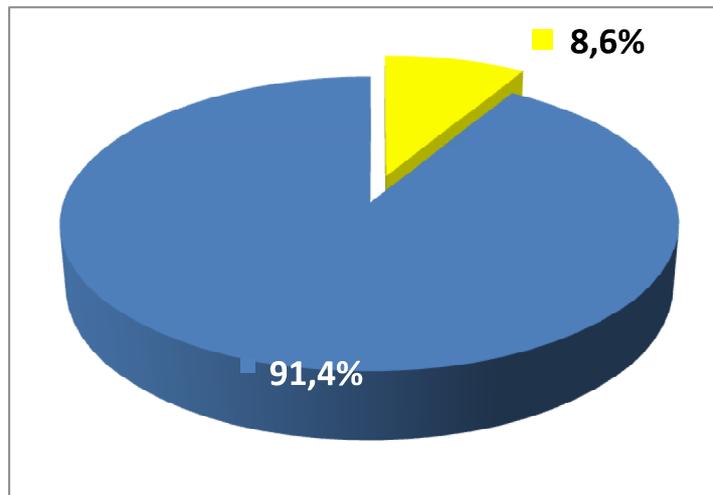


Gráfico 2

Autor: Ruth Cruz García

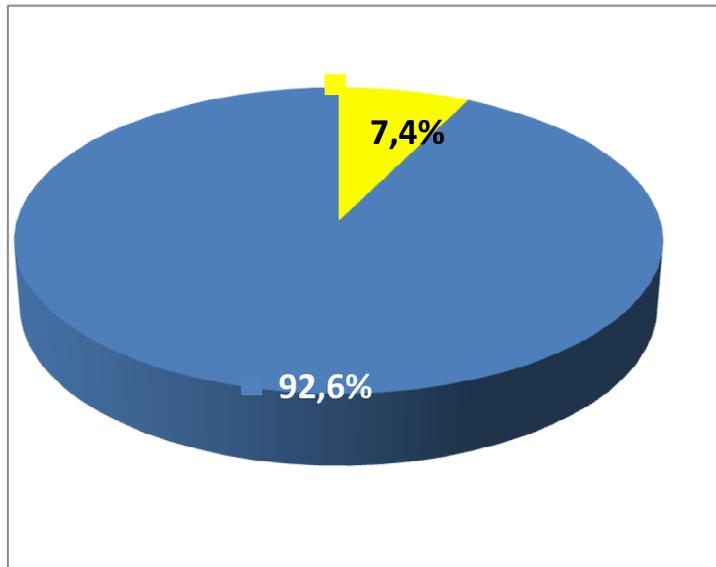


Gráfico 3
Autor: Ruth Cruz García

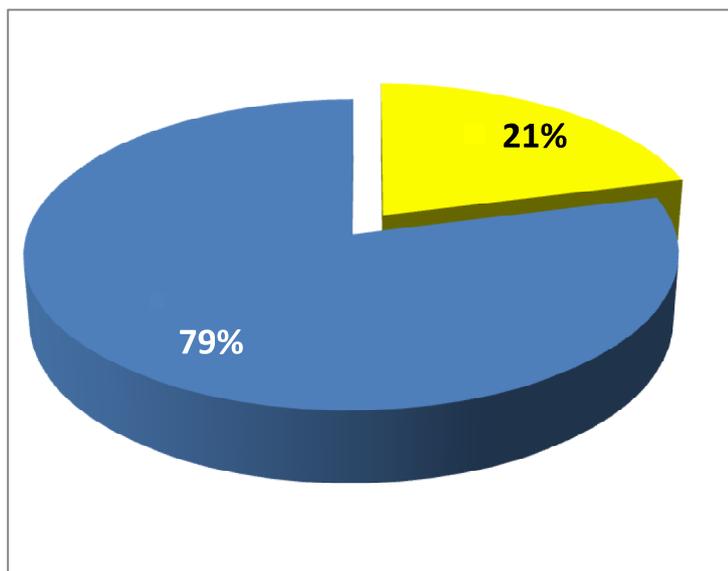


Gráfico 4
Autor: Ruth Cruz García

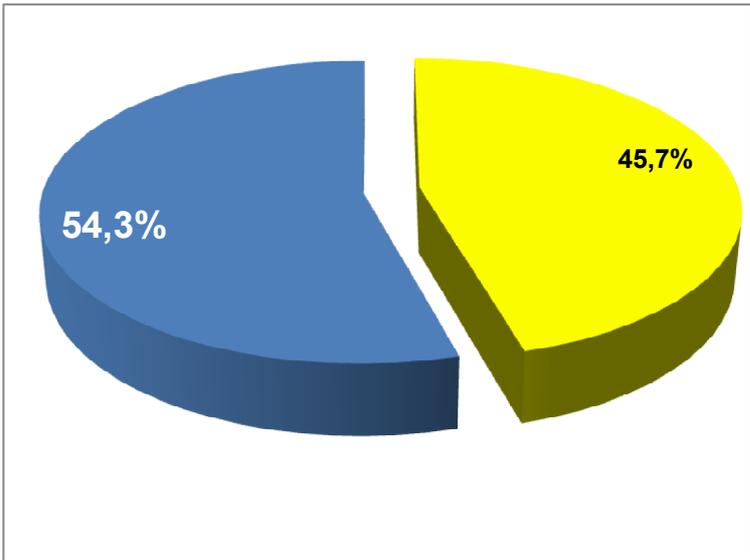


Gráfico 5
Autor: Ruth Cruz García

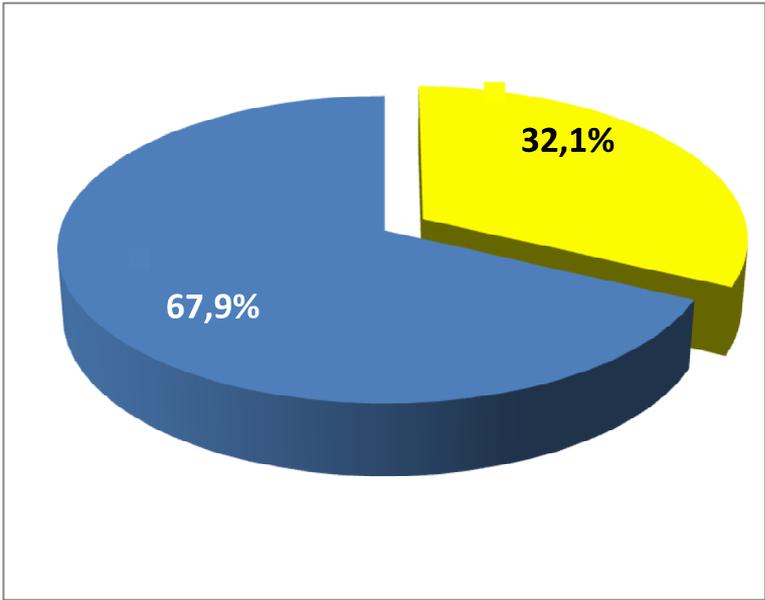


Gráfico 6
Autor: Ruth Cruz García

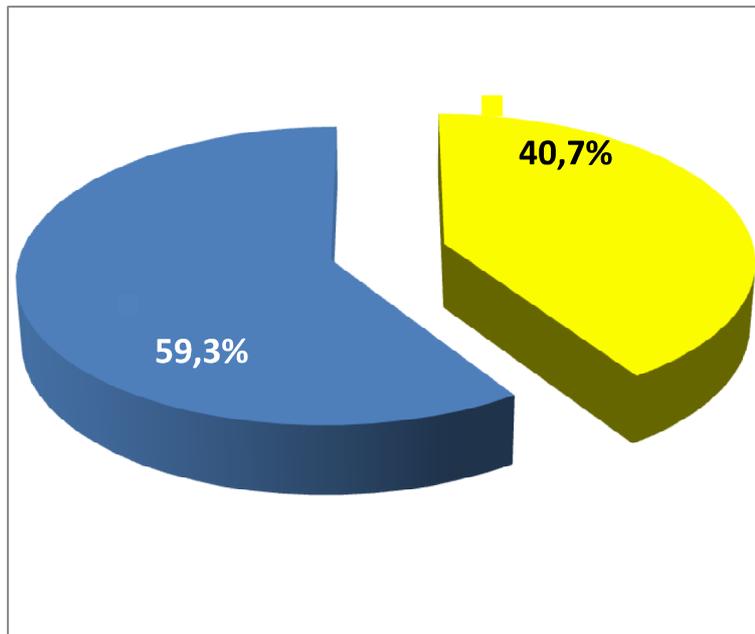


Gráfico 7
Autor: Ruth Cruz García

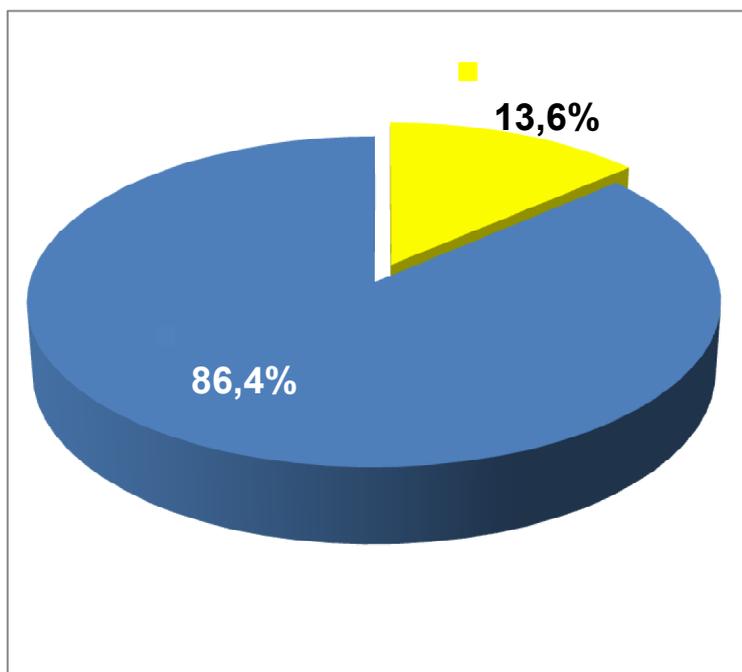


Gráfico 8
Autor: Ruth Cruz García

BIBLIOGRAFÍAS :

CABERO, D. J. *LAS TICS EN LA UNIVERSIDAD.*

Cabra, F. (2008). Nativos Dlgitales: ¿Ocultamiento de Factores Generadores de Fracaso Escolar? *Universidad Javeriana* , 127.

Mark, Briggs, Periodismo 2.0-guía de alfabetización digital para sobrevivir y prosperar en la era de la información.

DR. JULIO CABERO ALMENARA. *LA TICS EN LA UNIVERSIDAD.* LIBRO.

Olga, A. B. *los usos de internet comunicación sociedad.*

PERALES, E. B. *ETICA DE COMUNICACION AUDIOVISUAL.*

Perez Rodriguez, M. A. (2004). *Los Nuevos Lenguajes de la Comunicación.* Barcelona: Paidos.

Eva María Laguna. *LAS TECNOLOGÍAS de la información y copmunciación como herramientas en la actividad docente.*

NAVARRO HIGLERA- VIDURRETA C. *lineación a las tecnicas audiovisuales,* Editorial . El Magisterio Español de Madrid, 1975

REFERENCIAS ELECTRONICAS:

- <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/periodismo-digital-definiciones-caracteristicas/>
- <http://www.monografias.com/trabajos82/utilizacion-medios-audiovisuales-conocimiento/utilizacion-medios-audiovisuales-conocimiento2.shtml>
- <http://www.slideshare.net/guest1c2a8ae/influencias-de-la-web-20-en-el-periodismo>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Lenguaje_audiovisual
- <http://www.youtube.com/watch?v=FQmrGpJYYys>
- <http://www.youtube.com/watch?v=UQdfsnRmMJY>
- (<http://nivia.wordpress.com/2011/10/03/evolucion-del-periodismo-digital/>)
- (<http://mundomagico-sayleng.blogspot.com/2007/06/la-evolucion-del-periodismo-digital.html>)
- ([http://www.fundamedios.org/autorregulacion-\(capacitacion/articulos/medios-digitales-aumentan-en-ecuador\)](http://www.fundamedios.org/autorregulacion-(capacitacion/articulos/medios-digitales-aumentan-en-ecuador)))
- (<http://maugar.blogspot.com/2011/11/evolucion-de-los-medios-digitales.html>)
- (es.wikipedia.org/wiki/Periodismo_digital)
- (<http://betancourtlig.wordpress.com/2013/03/20/importancia-de-la-radiotelevision-y-prensa-escrita-digital-por-medio-de-las-nuevas-tecnologias-como-lo-es-la-internet/>)
- (<http://www.5dias.com.py/12576-prensa-digital-nuevo-desafio-para-medios>)
- (<http://jimnosky.wordpress.com/category/web-40/>)
- http://es.wikipedia.org/wiki/Web_3.0