

Universidad Centroamericana UCA
Facultad de Humanidades y Comunicación



**www.ciberaulauca.net propuesta de material
complementario para el desarrollo de las asignaturas de
cibercomunicación de la carrera de Comunicación Social
de la Universidad Centroamericana, UCA.**

Producto creativo para obtener el título de licenciado en Comunicación
Social

Autores: Lawrens Enrique Salazar Medrano
Italo Ramsés Arias Martínez

Tutor: Francis Silva Beltrand

Managua, Nicaragua 2014

“Si pretendemos lograr resultados nunca antes alcanzados, debemos usar métodos nunca antes intentados”

Sir Francis Bacon (1561-1626)

Dedicamos este producto a:

A Dios todo poderoso, a mi familia, mis profesores, mi novia, mis amigos cercanos y mis compañeros bomberos. Gracias a todos ustedes por el apoyo y compañía a lo largo de mis estudios.

-Lawrens Enrique Salazar Medrano

A mis padres Martha y William, quienes por su amor me han ayudado en lo académico y en lo personal. A mis profesores de la carrera que no sólo cumplieron su trabajo, sino que se convirtieron en grandes amigos...

-Italo Ramsés Arias Martínez

Agradecimientos:

A Dios todopoderoso por brindarnos sabiduría y guiarnos por el camino del bien para llevar a cabo nuestra carrera y lograr culminarla con éxito.

A nuestras familias, por brindarnos el apoyo incondicional desde el primer día de la carrera, por su esmero, empeño, paciencia, dedicación y acompañamiento para que fuésemos hombres y personas de bien en nuestra vida y estudios; gracias además por el soporte brindado para poder llevar a cabo nuestros estudios y en especial el presente producto creativo.

A nuestra tutora, Msc. Francis Silva Beltrand, por estar al pendiente de cada paso que dábamos y por acompañarnos a lo largo de este tiempo para no tropezar; gracias por compartir con nosotros su sabiduría en el ámbito de la investigación, por su confianza, paciencia y sobre todo por brindarnos todo el tiempo que le fue posible.

A la Universidad Centroamericana UCA, por brindarnos lo mejor a lo largo de la carrera, y por abrirnos los espacios para innovar y proyectarnos; por servirnos la carrera de Comunicación Social más completa del país y además por facilitarnos herramientas para edificar nuestros conocimientos; gracias por ser nuestra segunda casa todo este tiempo.

Y finalmente, a todos nuestros profesores que en todo momento estuvieron acompañándonos y guiándonos en este viaje de 4 años donde nos brindaron todos los conocimientos necesarios.

Tabla de contenido

Tabla de contenidos

Introducción	8
Objetivos	10
Objetivo general	10
Objetivos específicos	10
Capítulo I- Marco Teórico	11
1.1 Bases teóricas	11
1.2 Marco conceptual	23
1.3 Marco referencial	25
Capítulo II- Diseño Metodológico	30
2.1 Diagnóstico	31
2.2 Diseño	32
2.3 Evaluación_	34
Capítulo III- Producto Creativo-Resultados	35
3.1 Diagnóstico	35
3.2 Diseño	44
3.3 Evaluación_	49
Capítulo IV- Conclusiones	51
Capítulo V- Recomendaciones	53
Lista de Referencias	54
Anexos	57
Cronograma	62
Presupuestos	63

Resumen

En este documento se encontrará toda la información teórica perteneciente al producto creativo: www.ciberaulauca.net **propuesta de material complementario para el desarrollo de las asignaturas de cibercomunicación de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Centroamericana, (UCA).**

Este trabajo se desarrolla en 3 capítulos, Marco teórico y referencial, diseño metodológico y producto creativo (resultados). En el primer capítulo se hace un recorrido por los planteamientos de grandes referentes de la cibercomunicación, en la que se plantean teorías vinculadas al desarrollo de este trabajo; además se apreciará un recorrido por los conceptos y estudios relacionados a la temática y al producto creativo.

En el segundo capítulo se plantea el proceso de investigación y el establecimiento de las etapas que permitieron crear nuestra aplicación web, y en el tercer capítulo se describen los resultados de nuestro producto creativo ya elaborado.

Introducción

La enseñanza en las asignaturas de cibercomunicación que se imparten en la carrera de Comunicación Social de la Universidad Centroamericana (UCA) se han transformado en un proceso clave para la formación de nuevos estudiantes de Comunicación Social, ya que el mercado laboral es más exigente ante las habilidades y destrezas que debería tener un comunicador en cuanto a estos conocimientos.

Por tanto, el contenido que se imparte en dichas asignaturas es parte de ese proceso fundamental de la enseñanza. Este debe ser útil, necesario, actual y acorde a las exigencias que se demandan en esta rama; a su vez debe permitir a los egresados realizar labores propias de su perfil en el medio más grande y masivo (internet) donde de una u otra forma, todos concurren.

La realidad muestra que la Universidad Centroamericana, UCA, como formadora de nuevos profesionales no debe rezagarse en la temática de cibercomunicación. Sucede que en el campo laboral, los empleadores optan por contratar a profesionales del extranjero o formados en el exterior, porque de acuerdo a empleadores entrevistados algunos de los jóvenes universitarios nicaragüenses no poseen las capacidades o el conocimiento necesario para los puestos que las empresas ofrecen. Por tanto destacan que los periodistas egresados de la universidad compiten y no logran ingresar con éxito al mundo laboral.

Para amortiguar dicha problemática, la UCA podría priorizar la resolución de esta al poseer materiales complementarios, como el nuestro, que sean la ventana que aglomere lo que fuera de las fronteras de la universidad se está demandando en cuanto a las habilidades y conocimientos de cibercomunicación y/o periodismo digital de los estudiantes/egresados de Comunicación Social. El objetivo de estos recursos será complementar parte de los conocimientos adquiridos en las asignaturas de cibercomunicación que son impartidas en la carrera.

Este material complementario no remplazará la función del docente. Se reitera que la efectividad del material siempre depende de la destreza del tutor al educar y del

estudiante al repasar, investigar y estar siempre sediento de aprender y no quedarse solo con la información brindada en las aulas de clase.

Cabe también recalcar que este material no será garantía de la adquisición de puestos en el mercado laboral, pues eso dependerá de las capacidades, habilidades y destrezas con las que una persona cuente respecto a esta materia.

Este trabajo es importante por ser una propuesta directa para el fortalecimiento del contenido de dos asignaturas tan vitales en la formación de nuevas generaciones de comunicadores como lo son Cibercomunicación I y II.

La idea de este producto parte de la necesidad de fortalecer las capacidades que un comunicador social debería tener en cuanto a temáticas propias de la cibercomunicación, que además envuelven todo un sistema para transmitir información de forma distinta que la de los medios tradicionales.

El trabajo tendrá como resultado un aporte valioso a la Universidad Centroamericana UCA para el fortalecimiento de las asignaturas de Cibercomunicación I y II, a su vez servirá de referencia o apoyo a la academia especialmente a la carrera de comunicación social para la inclusión de temáticas (Contenidos) a dichas asignaturas en el futuro, por medio de este producto se beneficiarán de manera directa los docentes y estudiantes de las mencionadas asignaturas.

Objetivos.

General:

Diseñar una aplicación web como material complementario para docentes y estudiantes que cursan las asignaturas de Cibercomunicación I y II de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Centroamericana, UCA.

Específicos:

-Identificar los contenidos que no se incluyen en los programas de estudio de la asignatura de Cibercomunicación I y II y que son demandados en el campo laboral.

-Producir un material complementario basado en el resultado del análisis de los programas de las asignaturas de Cibercomunicación I y II y de las demandas del campo laboral.

-Validar la utilidad del material mediante una evaluación de un grupo estudiantil y de profesores de las asignaturas de Cibercomunicación I y II.

Capítulo I — Marco Teórico

En el ámbito del Internet podemos encontrar cientos de sitios, portales, aplicaciones web e incluso revistas especializadas que aporten a temáticas generales de comunicación; sin embargo ninguno en específico brinda de manera focalizada contenidos de ayuda, apoyo o referencia sobre cibercomunicación, temática importante en la actualidad y con la que hasta hoy se debate en el ámbito de la formación de comunicadores sociales. Además destaca, la poca documentación bibliográfica presente en las bibliotecas universitarias. Por tal razón, el marco teórico se sustenta en información extraída de documentos de revistas especializadas extranjeras y de entrevistas a especialistas de la temática. De igual manera, sobresale el hecho de que la sustentación documental no es tan variada en la lengua española en comparación a la inglesa.

1.1 Bases teóricas

«Si para la humanidad Internet se ha convertido en el motor de la nueva economía, de la revolución económica o industrial, para los periodistas supone tener que enfrentarse a una redefinición de su profesión, un trabajo que aún no ha empezado»

Prospero Moran

Un recorrido por el avance y la asignatura

A medida que pasan los días, el mundo avanza sobre todo en el ámbito tecnológico. Este avance tan desmesurado e incontrolable ha venido a modificar cientos de profesiones, entre ellas las del comunicador o periodista quien actualmente está obligado a ser multidisciplinario y no solo en cuanto a temáticas sino al uso, empleo y desarrollo de herramientas nuevas que complementen su labor.

Si bien sabemos la profesión de un periodista es completamente protagónica, en sus manos esta llevar la información, con veracidad y responsabilidad como

valores principales e indispensables. A partir de esto Ayerdi (2007, p.1) establece que

“el cada vez mayor protagonismo que cobra el ciberperiodismo está motivado por la exigencia a los profesionales de la información... es por ello que las facultades de ciencias de la comunicación deben garantizar que sus planes de estudio le permitan a futuros licenciados adquirir competencias propias del ciberperiodista”

Y es principalmente por la exigencia de la sociedad expuesta por Ayerdi que los periodistas deben emplear herramientas que además de llevar la información más rápido le permita tener una mejor aproximación a la sociedad, estar con ellos, compartir con ellos, vivir con los protagonistas de las historias .

Este mismo autor, Ayerdi (2007, p.88) destaca; que hay que asomarse al futuro; es una obligación con un riesgo calculado, pero que lo único seguro es que el periodista no será más como en el pasado ni como en el presente. Sin embargo, las claves de esta maravillosa profesión se mantendrán; de esta manera podemos ver que aunque la transformación de la profesión sea inminente su esencia debe estar en la misma línea: ser curiosos, saber contar y valorar las historias; ser honesto y tener mucho respeto al público.

Para muchos profesionales, asumir el roll de “digitalizarse” o “alfabetizarse” en el ámbito del ciberperiodismo resulta ser toda una odisea e incluso un conflicto debido a que tienen que buscar el tiempo y las alternativas para navegar a favor de la corriente y dotarse de conocimiento de la temática, pero si bien vemos, el mundo está en una revolución digital de avance imparable en el campo profesional de la comunicación. Por eso, debe incluirse y trabajar por adquirir nuevos conocimientos, actitudes y prácticas propias de la web y de la sociedad red, que se enfatizan en herramientas y conocimientos como, la curaduría de contenidos, la producción de piezas comunicativas para la web y la escritura para la web, esto como parte de algunos de los conocimientos obligados que los estudiantes deben adquirir para desarrollarse en el ámbito laboral a total plenitud.

Nora Paul (1995) citada por Ayerdi (2007) plantea los tres requisitos a los que un periodista en la era digital debe responder.

-Entender el medio: para lo cual necesita explorarlo y descubrir personalmente las nuevas posibilidades que ofrece a los redactores.

-Utilizar los nuevos productos y herramientas de información para mejorar y completar su trabajo

-Estar comunicado con lo que no se puede faltar a la verdad con el receptor.

Como podemos ver, la formación es definitiva y como expone Ayerdi (2007, p.92) debe responder a la demanda social y económica. Por ello, cualquier actividad que se emprenda desde la universidad y cuyos objetivos sean mejorar a la misma, no debería descartarse, sino atenderse y tal vez apropiarse. Más cuando esa actividad intenta disminuir el problema del estudiante de cara al mundo laboral: aprender sobre las tecnologías y herramientas.

En esta parte podemos ver que no hay manera ni forma de evitar la enseñanza y transformación de las currículas de las licenciaturas de periodismo o comunicación, por lo único que las universidades no deberían desaprovechar y retrasar algo que es inevitable. Si no asumirlo, porque de lo contrario esa decisión perjudicaría a los estudiantes, como futuros profesionales y al alma mater por su imagen y prestigio.

De esta manera lo plantea Tejedor (2006, p.13) “La universidad tiene la obligación de ir actualizando y adaptando sus planes de estudios en función de las transformaciones y exigencias de la sociedad, sin esta parte tan vital en la formación no sería posible crecer y mejorar” cabe destacar que es de suma importancia la decisión de actualizar, adaptar el enfoque, y también en dotar al estudiantado de conocimientos práctico-teóricos que cumplan con las necesidades y demandas de puestos laborales de esta índole.

Más allá de la enseñanza está el satisfacer lo que las empresas, instituciones y medios esperan que como estudiante de comunicación y profesionales se domine y maneje en relación al ámbito digital, dentro del periodismo o comunicación. Esta parte se ha convertido en el centro de mayor concentración para las personas.

De igual manera, Tejedor (2006, p. 13) destaca lo siguiente: de los 20 diarios de todo el mundo que circulaban hasta 1994 en internet se ha pasado a 10.000 que son los que hoy existen. De esta manera vemos cómo ha incrementado significativamente el flujo por Internet y es precisamente por la concentración de las personas en la red.

La aglomeración de personas-usuarios en la red y sus estadísticas son otros aspectos muy significativos que nos indica que estamos frente a la necesidad de dominar y ejecutar nuestra labor dentro de un mundo relativamente nuevo. Según el teórico español Ramón Salaverría (2005) el ciberperiodismo se entiende como “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos”.

Santiago Tejedor (2006), especialista en el tema, explica:

“El ciberperiodismo exige a los profesionales de la información nuevas habilidades y competencias que van desde la asimilación de destrezas en el manejo de herramientas de software hasta la adquisición de una serie de contenidos de índole teórico-práctica sobre los fundamentos y pautas de redacción de los mensajes periodísticos destinados a ser difundidos en la Red”. (p. 220)

Por otra parte, debemos entender que “vivimos en una sociedad digital, dominada por las innovaciones tecnológicas y la consolidación de nuevas formas de comunicarse, impulsadas por la consolidación de Internet” (Carrillo, p.1). Así como lo destacó Diógenes Carrillo en su Propuesta de Educación para los Medios (EPM), el Internet y su creación han venido revolucionando y cambiando en 360 grados la comunicación, y por consiguiente las funciones habituales de los periodistas.

De esta manera, se establece la obligatoriedad que tienen los periodistas de armarse con las nuevas herramientas y estilos de cómo abordar el desarrollo de temáticas para la sociedad red -que se entiende cómo el fenómeno actual donde las personas se congregan como conjunto en el Internet-. Las academias, en su rol de desarrollar, aportar a la sociedad y la obligación que tienen para con esta, deberían de enfocar sus estudios en desarrollar las habilidades de los estudiantes en formar periodistas aptos para las exigencias de las empresas y para la revolución digital.

“Internet ha incorporado los medios de comunicación tradicionales y ha originado otros, así como unas redes sociales hasta crear otro ámbito informativo englobado bajo la denominación de cibermedios, los cuales introducen otras formas de comunicación basadas en los procesos de interactividad” (Cebrián, 2009).

Los cibermedios proponen un estilo más libre de hacer periodismo, aunque mantengan las exigencias de los medios tradicionales como la veracidad, la objetividad y la ética profesional. Porque los cibermedios, no son solo medios colgados en la plataforma virtual, son espacios que difunden información y que en su quehacer diario se encuentra la agenda mediática de un país; por lo tanto deben ser igual de fiables y veraces que los tradicionales.

“Los medios de comunicación que circulan en la Web son cibermedios, porque posibilitan la interacción, hay dominio sobre ellos y se encuentran ubicados en redes globales, sostenidos por computadoras, además integran voz, imagen, video y texto”. (Montiel, 2000, p. 46)

Estos medios proponen a los lectores una manera más rápida de obtener información, la cual podrán compartir y comentar, gracias a la interactividad. A los periodistas les brinda un nuevo espacio, útil para valerse de recursos multimedia, donde no se limitarán sólo a escribir, sino que podrán trabajar en todo un proceso de producción y desarrollo de un tema a través de lo que denominamos producción multimedia.

Alfabetización digital y ciberperiodística

La alfabetización digital puede expandir las posibilidades de muchos estudiantes de Comunicación Social. Con esta se pueden adquirir capacidades y habilidades que respondan a las demandas actuales del campo laboral y de la sociedad al ciberperiodismo, y así proyectarse de manera rápida y eficaz para incursionar en el ámbito periodístico.

“La alfabetización digital se entiende como el proceso de utilizar herramientas de tecnología y comunicación digital y redes para acceder, manejar, integrar, crear, evaluar información para poder funcionar en una Sociedad del Conocimiento” (International ICT Literacy Panel, 2007, p. 2, trad. propia).

Sin embargo, de acuerdo con Esquivel y Tejedor (2011), la alfabetización digital nunca será todo para quienes ya laboran o aspiran a desempeñarse en medios masivos de comunicación, dado que el periodista requerirá de una alfabetización más orientada a su profesión: una alfabetización ciberperiodística.

La alfabetización ciberperiodística debe ser entendida como una ampliación de la denominada ‘alfabetización digital’, responde a este planteamiento formativo dotado de una doble dimensión: Lo instrumental o pragmático, por un lado y lo humanista o cultural, por otro. La mezcla adecuada de estos dos ámbitos y su adecuada inserción en los planes y programas de estudio de los centros de enseñanza del periodismo, dibujarán el verdadero camino para transitar en el terreno de la enseñanza del ciberperiodismo (Esquivel; Tejedor; 2011).

La alfabetización ciberperiodística como apéndice de la alfabetización digital, apunta a la implementación, enseñanza y desarrollo de las herramientas digitales a periodistas que deseen incursionar en la Web.

Del periodista al ciberperiodista.

“La transformación tecnológica tiene sus consecuencias en el terreno profesional: si cambian las herramientas utilizadas en el desarrollo de una determinada

actividad profesional, también cambian las competencias que deben presentar los profesionales de ese ámbito laboral” (Tejedor, 2006, p. 172).

En estos tiempos, el periodista que no maneja una computadora y todas sus herramientas para generar información, es como un médico sin actualizarse. En la actualidad, las exigencias comunicacionales han trascendido más allá de lo convencional, las máquinas de escribir y el papel han sido casi sustituidos por la computadora y la Internet, que son herramientas de gran alcance para una efectiva y rápida comunicación.

“Vivimos en una sociedad digital, dominada por las innovaciones tecnológicas y la consolidación de nuevas formas de comunicarse, impulsadas por la consolidación de Internet” (Carrillo, 2010, p. 1). Y es que así como lo destacó Diógenes Carrillo en su Propuesta de Educación para los Medios (EPM), es que la Internet y su creación han venido revolucionando las funciones habituales de los periodistas.

Los periodistas egresados antes de esta revolución tecnológica han tenido que prepararse de manera constante, para poder sobrevivir en un mundo donde todo depende de una computadora y de la web.

“Es precisamente esa dinámica impulsada por las innovaciones tecnológicas y la consolidación de nuevas formas de comunicarse, la que ha obligado a medios y a comunicadores ha redimensionarse para no quedarse atrás en esta revolución en pleno desarrollo” (Carrillo, 2010, p. 3). Por ello es esencial definir el perfil del ciberperiodista.

Perfil del ciberperiodista y su enseñanza

Armañanzas (1996) citada en Tejedor (2006, p. 174) dice que “el nuevo periodista digital va a ser un profesional con conocimientos multimedia [informática, imagen, sonido, diseño, etc.] que va a tener que . . . ir renovándose y ampliándose cada día”. Y más ahora que la mayoría de los medios de comunicación tradicional también han pasado su plataforma al ciberespacio, donde requieren de personal con estos conocimientos, o por lo menos, dispuestos a actualizarse y comprender

aspectos que antes eran designados entre varias personas ahora el periodista pasa a ser multitareas.

Es principalmente por las razones antes planteadas que la academia en sus planes de estudios debe incluir contenido que fortalezca las capacidades y conocimientos digitales que el estudiante previamente ha adquirido, empírica o científicamente, de manera tal que la enseñanza del ciberperiodismo vaya más allá de escribir para la web y que ayude a los periodistas a posicionarse fácilmente ante nuevos puestos laborales derivados del avance tecnológico.

La existencia de nuevos puestos de trabajo en el ámbito digital, para los comunicadores sociales y periodistas, demanda de la enseñanza en las universidades, el seguir ampliando su oferta en cuanto a clases orientadas al ciberperiodismo.

Con la inclusión de clases de ciberperiodismo en las universidades, también es de vital importancia la metodología del docente que las imparte.

De acuerdo a Armañanzas (2012, p.82), el docente de ciberperiodismo debe motivar a sus estudiantes a incursionar en distintos ámbitos como la creación de sitios web y blogs personales, fotografía, diseño, edición, entre otros. Además de:

Enseñar a sus alumnos la estructura de los cibermedios, el comportamiento de las audiencias en las redes sociales, los blogs de periodistas, las fuentes y webs de contenido periodístico así como los dispositivos, tan frecuentemente renovados, que se utilizan en los cibermedios.

Tampoco es ajeno a las clases de ciberperiodismo, el entorno tecnológico y la plataforma virtual que requiere su enseñanza. Por ello, las universidades deben buscar:

Que los nuevos entornos de aprendizaje del ciberperiodismo sean una forma de organizar el proceso de enseñanza presencial y a distancia que implica el empleo de tecnología; pero no se reduce a ello, hay que crear una situación educativa y metodológica centrada en el alumno, que fomente

su autoaprendizaje, la construcción de su conocimiento y, como parte de este proceso, el desarrollo de un pensamiento crítico y creativo (Flores, 2007, p. 56).

Algunos de los contenidos planteados por los estudiantes de comunicación social que se deberían recibir de acuerdo además a las exigencias de un mundo laboral cada vez más presionado por un público penetrado en el ámbito tecnológico deberían ser:

- Taller de escritura para la Web
- Taller de producción multimedia elemental
- Gestión de redes sociales: cómo ser un community manager

Los materiales

Gran parte de la alfabetización digital requiere medios y herramientas aptos para lograrlo. La enseñanza del ciberperiodismo o cibercomunicación no puede desligarse de las tecnologías. Como secunda Padrón (2009, p. 1), la enseñanza o *e-Learning* se ha definido como cualquier proceso de aprendizaje, entrenamiento o educativo soportado por el uso de tecnologías de computación probadas.

No solo porque facilita el aprendizaje, sino porque así lo demanda el contexto. Como lo expresa García en su investigación sobre el uso pedagógico de los materiales. “Si las nuevas tecnologías crean nuevos lenguajes y formas de representación y permiten crear nuevos escenarios de aprendizaje, las instituciones educativas no pueden permanecer al margen, han de conocer y utilizar estos nuevos lenguajes y formas de comunicación.” (García, p. 4)

Por eso es necesario que las clases de cibercomunicación impartidas en la Universidad Centroamericana, se complementen con un material que refuerce y aumente la información dictada por el tutor en el aula de clases.

La educación de esta materia se ha construido, como se expresa antes, para un estudio presencial. Sin embargo, también se afirma que el autoestudio es otra forma para el aprendizaje y la herramienta más óptima para lograrlo son los materiales complementarios alrededor de una asignatura. Guerrero al tipificarlos, dice que estos deben ser de:

Facilidad de uso, uso individual o colectivo, versatilidad, abiertos, Que promuevan el uso de otros materiales y la realización de actividades complementarias, proporcionar información, capacidad de motivación, adecuación al ritmo de trabajo de los/as alumnos/as; Estimularán el desarrollo de habilidades metacognitivas y estrategias de aprendizaje en los alumnos; esfuerzo cognitivo; los materiales de clase deben facilitar aprendizajes significativos y transferibles a otras situaciones mediante una continua actividad mental en consonancia con la naturaleza de los aprendizajes que se pretenden, disponibilidad.

De la misma manera, Guerrero (2007) amplía la información sobre los materiales complementarios con fines didácticos, al caracterizarlos por la función que poseen. Es decir, el autor, no solo caracteriza que es un material, sino que da funciones. Guerrero afirma que: “los materiales didácticos deben estar orientados a un fin y organizados en función de los criterios de referencia del currículo.”

Además, amplía que estas son:

“Innovación. Cada nuevo tipo de materiales plantea una nueva forma de innovación. En unas ocasiones provoca que cambie el proceso, en otras refuerza la situación existente; motivación. Se trata de acercar el aprendizaje a los intereses de los niños y de contextualizarlo social y culturalmente, superando así el verbalismo como única vía; estructuración de la realidad. Al ser los materiales mediadores de la realidad, el hecho de utilizar distintos medios facilita el contacto con distintas realidades, así como distintas visiones y aspectos de las mismas; facilitadora de la acción

didáctica. Los materiales facilitan la organización de las experiencias de aprendizaje, actuando como guías, no solo en cuanto nos ponen en contacto con los contenidos, sino también en cuanto que requieren la realización de un trabajo con el propio medio, formativa. Los distintos medios permiten y provocan la aparición y expresión de emociones, informaciones y valores que transmiten diversas modalidades de relación, cooperación o comunicación.”

Con el fin de mejorar la clase cibercomunicación, las temáticas que se pueden reforzar, han sido señaladas por Tejedor (2014, p.5) en su investigación: *Ciberperiodismo y universidad: La inclusión curricular del periodismo On-line*, afirma que las temáticas que se pueden reforzar en varios centros son:

“Redacción, tecnología de la información, producción periodística, diseño web y desarrollo de proyectos multimedia. Los temas relacionados con el ciberperiodismo, que predominan en las materias de redacción son los siguientes:

- *Nuevas tecnologías y comunicación*
- *Redacción on-line*
- *El periódico electrónico*
- *Géneros periodísticos en la Red*
- *Hipertexto y mensajes periodísticos*
- *Organización de una redacción electrónica*
- *El perfil del periodista digital.”*

Como material complementario donde se enseñen las temáticas expuestas, una aplicación web es la herramienta idónea para lograrlo. Por el hecho, que la web inserta en sus versión 3.0 a las aplicaciones.

Teorías de la comunicación y bases teóricas

Las teorías de la comunicación que explican el fin de la creación de una aplicación web como material complementario se pueden entender según Miquel Rodrigo, por tres teorías: la funcionalista, la teoría de la perspectiva interpretativa y la teoría crítica.

Miquel Rodrigo (2011) plantea en “las Teorías de la Comunicación ante el reto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)” que la teoría de La Perspectiva Interpretativa podría explicar porque “los Estudios Culturales distinguen entre la tecnología en sí misma y los procesos sociales por los cuales las nuevas tecnologías son apropiadas por los usuarios y son institucionalizadas en la sociedad.” Es decir, separan revolución digital y los cambios vistos en nuestras realidades.

Miquel Rodrigo (2011) afirma que la perspectiva interpretativa focaliza en cuáles son las interacciones sociales de las personas con las TIC en su contexto de vida cotidiana. Podría también relacionarse al hecho de que una aplicación web, que es tecnología interactuando con individuos, e individuos interactuando con tecnología. Y enfatiza de lo que se trata de estudiar: “qué hacen las personas con las tecnologías, cómo son percibidas, apropiadas...”.

El mismo autor relaciona otra teoría de la comunicación con la revolución digital: La teoría de La perspectiva crítica. Porque esta teoría afirma que las nuevas tecnologías deben estar al servicio de los individuos, mejorando la comunicación. Lo cual es el fin de la aplicación web como material complementario para las clases de cibercomunicación. Ya que el “determinismo tecnomercantil engendra una modernidad amnésica y exenta de proyecto social. La comunicación sin fin y sin límites se instituye heredera del progreso sin fin y sin límites.”

Según Miquel Rodrigo (2011), el término de sociedad de la información no es tan verdadero si la comunicación y la información están más al servicio del desarrollo

de tecnología, que en ayudar al ciudadano a pensar o a desarrollarse. Para el autor, el consumismo de esta sociedad se vislumbra en el consumo de nuevas tecnologías, en el interés del último producto lanzado al mercado.

Sopesado en esta teoría, y por justa razón, crear una aplicación web que no solo acompañe, sino que amplíe y ayude a desarrollar conocimientos y habilidades es más que justificable, es necesario.

1.2 Marco Conceptual.

En este apartado se destaca los significados de algunos términos utilizados a lo largo de nuestro documento y que son parte de la construcción de nuestro producto creativo.

Enlace: Marcación en lenguaje HTML que indica al navegador dónde se encuentran los objetos (texto, audio, video) vinculados automáticamente (Igarza, 2008).

Hipertexto: Texto en el que algunos o todos los vocablos están vinculados a otras partes del mismo texto o a otro texto. Un documento hipertextual permite una lectura no secuencial por medio de encadenamientos o enlaces (previstos por el autor o el editor (Igarza, 2008).

Hipertextualidad: La linealidad del texto tradicional se empieza a combinar con textos a partir de los cuales se puede acceder a otra información (Scolari, 2008).

Información: Puede entenderse como un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de manera determinada, de modo que le sirvan como guías de su acción (Paoli, 1983).

Interactividad: Es la capacidad de crear una situación de intercambio entre los usuarios. Otorga al usuario la posibilidad de intervenir y originar, mediante esta intervención, una modificación en el contexto o en la consecución del diálogo. (Igarza, 2008).

Internauta: Usuario de una red informática de comunicación internacional, cibernauta (WordReference.com).

Multimedia: Combinación de varios medios (textos, imágenes fijas o animadas, dibujos y gráficos, sonidos, video) en un formato digital común, escenificada gracias a una programación informática dedicada y asequible para un lector que cuenta con un dispositivo de explotación adecuado (computadora, consola de juegos, etc.). (Igarza, 2008).

Multimedialidad: Confluyen en un mismo soporte informaciones de diferente naturaleza (textos, sonidos, vídeos) que antes requerían soportes específicos (Scolari, 2008).

Redes Sociales: Es una comunidad virtual en la cual los usuarios ingresan para interactuar con personas de todo el mundo que poseen gustos e intereses en común, siendo sus funciones principales las de conectar a los usuarios que se conocen o no, pero que desean hacerlo, permitir la centralización de información y de recursos (fotos, videos, pensamientos y más) en un único lugar de fácil acceso e intercambio con otros en el cual son los propios usuarios quienes generan y administran sus propios contenidos (Definición ABC).

1.3 Marco referencial

Comunicación:

De acuerdo a la revista de la Universidad Nacional tres de febrero (UNTREF,1991, p.2) en su publicación sobre teorías de la comunicación destaca que: “La comunicación se concibe como un sistema de canales múltiples en el que el autor social participa en todo momento, tanto si lo desea como si no: por sus gestos, su mirada, su silencio e incluso su ausencia.”

Es un proceso. Proceso significa cambio o paso de un estado a otro, indica una serie de actos concatenados; no es un resultado-efecto, consecuencia de un hecho. No es un acto-hecho, acción. Es un proceso, es un fenómeno social anclado en un marco espacio-temporal y cultural caracterizado por códigos y rituales sociales. Es parte, da forma y a la vez “in-forma” acerca de la cultura del contexto en el que se da. La comunicación desarrolla más comunicación, a partir de la misma comunicación. (UNTREF,1991, p.2)

Por otro lado Luis Galindo Cáceres (2009) autor de *Sociología y comunicología: historia y posibilidades*, indica que la Comunicación Social comprende el estudio de todos los sistemas y procesos de comunicación entre las personas, en tanto la comunicación es un elemento primordial en la creación, organización y administración de la vida humana en la sociedad.

La dinámica de la comunicación masiva: Los medios en la era digital (Dominick, 2006, p.5) detalla que para que la comunicación ocurra se necesita lo siguiente: una fuente, un proceso de codificación, un mensaje, un canal, un proceso de decodificación, un receptor, y potencial para la retroalimentación.

De tal manera, la fuente inicia el proceso al tener una idea o pensamiento que desea transmitir a otra identidad, la codificación se refiere a la actividad por la que atraviesa la fuente para traducir los pensamientos y las ideas de forma que pueden ser percibidos por los sentidos, el mensaje es el producto físico real

codificado por la fuente, los canales se refieren a la forma en que el mensaje viaja hacia el receptor, el proceso de decodificación es el opuesto al de codificación, el receptor es el objetivo del mensaje y su meta final, y la retroalimentación se refiere a aquellas respuestas del receptor que forman y alteran los mensajes subsecuentes de la fuente. (Dominick, 2006).

TIC y nuevos medios

Hasta estos años la web y todas sus herramientas ha facilitado la difusión de la información y la comunicación ya que ha permitido transformar la comunicación en un proceso más simple, dinámico y rápido; esto por sus múltiples alternativas de transmisión a través de los nuevos medios de comunicación para los internautas.

Lorena Díaz Castro, autora de *Teorías de la comunicación* (2012, p.59) detalla que “lo que conocemos como nuevas tecnologías de la información (TIC) se ve marcado claramente por la aparición de las máquinas, en específico con las computadoras, que traen consigo la aparición de redes con lo que hoy se conoce como Internet”.

Roberto Igarza (2008) autor del libro *Nuevos Medios: Estrategias de convergencia*, menciona los nuevos medios de la siguiente manera:

- ✓ **Medios de comunicación tradicionales en línea:** Son la versión digital, interactiva y en línea de los medios tradicionales.
- ✓ **Medios de comunicación nativos:** No tienen antecedentes *off line*, sus contenidos son elaborados exclusivamente para ser difundidos interactivamente y en línea.
- ✓ **Medios sociales:** Son plataformas que permiten crear o mantener la comunicación en línea entre los miembros de una comunidad, que puede ser permeable o cerrada.

- ✓ **Agregadores:** Pueden ser a) redifusores de contenidos sindicados (redifunden parcialmente el contenido elaborado por uno o más medios de comunicación en línea), o b) conectores (vinculan directamente al usuario con la noticia del medio en línea).

Además, los nuevos medios de comunicación deben de cumplir con las siguientes características (Igarza, 2008):

- ✓ **Digitales:** Son el producto de la digitalización de contenidos y redes.
- ✓ **Interactivos:** El lector se convierte en usuario y asume un rol activo. A la interactividad medio-usuario se agrega una interactividad horizontal entre usuarios.
- ✓ **En línea:** Ofrecen contenidos y servicios que están disponibles desde cualquier lugar de la esfera en todo momento. Todos los contenidos y servicios son multiplataforma, de modo que todos se adecuan automáticamente a los diferentes formatos de recepción

La World Wide Web WWW

La World Wide Web (WWW), es una cadena de fuentes de información que incorpora el hipertexto para que el usuario una un segmento de información con otro; es importante saber que la Web es parte de Internet, y que los dos términos no son sinónimos (Dominick, 2006, p.301).

La Web ha evolucionado de 1.0 a 2.0, en la actualidad se habla incluso de la Web 3.0. Mark Briggs (2007, p.32) detalla lo siguiente en su obra *Periodismo 2.0: Una guía de alfabetización digital para sobrevivir y prosperar en la era de la información*:

El término 'Web 2.0' se refiere a sitios Web que obtienen al menos parte de su valor a través de las acciones de los usuarios. Con frecuencia el concepto es comparado y contrastado con la 'Web 1.0', un término adaptado que describe las teorías y las limitaciones bajo las cuales mucha de la Web actual fue construida, con el concepto de páginas de inicio, servicios invasivos tales como el mercadeo por correo electrónico y barreras al contenido del sitio, como el registro.

Es importante mencionar que en la World Wide Web convergen infinidad de sitios, páginas, portales, blogs, redes, aplicaciones web etc. La presente culminación de estudios es una aplicación web que pretende brindar contenido relacionado a la asignatura de cibercomunicación a jóvenes estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Centroamericana.

Suronline.net plantea que una aplicación web permite implementar características en su sitio como catálogos de productos virtuales y administradores de noticias y contenidos. Adicionalmente podrá realizar consultas a bases de datos, registrar e ingresar información, solicitudes, pedidos y múltiples tipos de información en línea en tiempo real.

Aplicación Web

Adobe en su boletín Dreamweaver plantea que:

Una aplicación Web es un sitio Web que contiene páginas con contenido sin determinar, parcialmente o en su totalidad. El contenido final de una página se determina sólo cuando el usuario solicita una página del servidor Web. Dado que el contenido final de la página varía de una petición a otra en función de las acciones del visitante, este tipo de página se denomina página dinámica.

En entrevista personal el Licenciado. Fabio Chiarella de encargado de Art Web Nic, destaca que “las aplicaciones Web se crean en respuesta a diversas necesidades o problemas, las aplicaciones Web pueden tener numerosos usos tanto para los visitantes como para los ingenieros de desarrollo”

Chiarella además mencionó que una aplicación web permite hacer lo siguiente:

- ✓ Permitir a los usuarios localizar información de forma rápida y sencilla en un sitio Web en el que se almacena gran cantidad de contenido.
- ✓ Recoger, guardar y analizar datos suministrados por los visitantes de los sitios.
- ✓ Actualizar sitios Web cuyo contenido cambia constantemente.

Capítulo II – Diseño Metodológico

La presente investigación de acuerdo a su nivel de profundidad de conocimiento es de tipo explorativa, ya que de este tipo no se han realizado otras investigaciones, en el país y en la Universidad Centroamericana UCA, donde se analice el contenido y se proponga nuevo para las asignaturas de cibercomunicación de acuerdo a las exigencias del campo laboral. Es importante destacar que en la revisión bibliográfica elaborada no se encontraron antecedentes sobre el estudio del contenido de las asignaturas de cibercomunicación.

Esta investigación además pretende crear un espacio que permita a los jóvenes nutrirse de conocimientos y temáticas propias de la cibercomunicación, mismas que además servirán o proyectaran su interés en la materia.

Partiendo de estas consideraciones y estos aspectos nos propusimos a trabajar esta investigación en un primer nivel de conocimiento científico sobre el problema de investigación, para instar, invitar o motivar a la realización de una investigación más profunda que permita de manera más completa la reestructuración del contenido de las asignaturas antes mencionadas.

Según Hernández, Fernández y Batista (2004, p.80) “Los estudios exploratorios se efectúan normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes”. Ahora, de acuerdo al tiempo de ocurrencia de los hechos y de registro de la información esta investigación y su estudio es de tipo actual, porque hace énfasis a nuevos requerimientos en conocimientos y herramientas que los periodistas deben tener para atender las demandas del campo laboral.

Por otro lado, y teniendo en cuenta el enfoque filosófico de nuestra investigación es cualitativa porque realizamos registros sobre lo que es el ciberperiodismo y la

cibercomunicación, todo esto mediante técnicas cualitativas como entrevistas estructuradas y análisis de contenidos, Hernández et al. (2004) afirma que “la investigación cualitativa se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica”.

Esta investigación está basada en aspectos o requerimientos que en el campo laboral exigen a un comunicador social dominar, por lo tanto la creación de este producto va en dirección a diseñar una aplicación web como material complementario, con esto se pretende motivar el “aprender a aprender” del estudiante.

2.1 Diagnóstico

En fase de la investigación que inició el planteamiento del tema y los objetivos se realizaron entrevistas con expertos y empleadores en el ámbito laboral en la temática como el Licenciado Christian Pérez editor del sitio web del Nuevo Diario y el Licenciado Fabio Chiarella de encargado de Art Web Nic, quienes han trabajado arduamente en el desarrollo y mejor implementación de la cibercomunicación y por consiguiente del periodismo digital.

También se realizaron entrevistas con docentes y máster de gran trayectoria y de conocimiento del desarrollo del periodismo en sí y del periodismo digital como apéndice de la comunicación social, al Doctor. Santiago Tejedor español, especialista en la temática y docente de la Universidad Autónoma de Barcelona, UAB. y Gonzalo Norori docente y director de la carrera de Comunicación Social en la Universidad Centroamericana UCA.

Es importante destacar que se realizó un análisis de documentos de la asignatura, estos sirvieron de sustentación teórica para la construcción del estudio, mientras el análisis funcionó para identificar los contenidos que integran las asignaturas y así determinar de manera más eficaz cuales, según las exigencias del campo laboral

y los planteamientos de los estudiantes son los contenidos necesarios a incluir en el material complementario a elaborarse.

En esta primera etapa para la elaboración del producto también se incluyó la realización de un grupo focal con estudiantes de cuarto año de comunicación que son quienes cursaron las asignaturas de cibercomunicación. Con la ejecución de este se pretende obtener de los estudiantes información sobre lo que recibieron en las asignaturas y lo que consideran que faltó en dichas asignaturas.

2.2 Diseño

Las fases con las que se creó el producto creativo son las siguientes:

Fase 1- Identidad del material

Esta primera instancia será la que permita plasmar los objetivos, la misión y visión del sitio.

Fase 2- Selección de contenido (Temáticas)

Con toda la información recopilada, en la entrevistas se seleccionó una cantidad del contenido que se incrustará en la aplicación web y que posterior funcionará como material complementario de las asignaturas de cibercomunicación.

Fase 3- Diseño del Material complementario

Una vez seleccionado el contenido inicial se procedió a trabajar en pro de la estructura y su diseño, a definir cómo sería en sí el sitio, viendo y valorando ejemplo de otras aplicaciones web. La idea fue desarrollar un sitio con una estructura dinámica e interactiva que fuese amigable con todo tipo de dispositivo con acceso a internet.

Fase 4- Desarrollo de aplicación web

En esta parte se trabajó de la mano con el Licenciado. Fabio Chiarella encargado de Art Web Nic quien se dedicó a acompañarnos e ilustrarnos para escoger un diseño joven y amigable que fuese soportado en todo tipo de plataformas

smarthphones, tablets, y todo dispositivo con acceso a Internet y que además fuese un sitio que conservara los estilos y colores de nuestra Alma Mater, esto por ser un sitio especialmente desarrollado para la asignatura de cibercomunicación de nuestra carrera.

Para el desarrollo de la aplicación web fue necesario adquirir un host y dominio, lo que nos permitió obtener un espacio en la web para poder colgar nuestra aplicación

Hosting: Es el espacio donde se hospeda el sitio web. Este servicio lo brindan instituciones o empresas que cuentan con servidores y software que le permitan gestionar servicios IP. Código Sur cuenta con una red propia de servidores en data centers de última generación, con servidores exclusivos para procesar cada servicio de forma individual: mail, listas, web, ftp, boletines y DNS. (Código Sur Comunicación)

Dominio: Un dominio de internet (por ejemplo "codigosur.org") es un nombre de equipo que proporciona nombres más fácilmente recordados en lugar de la IP numérica. Por medio de los dominios podemos encontrar páginas fácilmente. Por ejemplo con sólo escribir google.com entramos a la web de Google. El dominio representa nuestro nombre en internet y es la forma por la cual las personas llegarán a nuestro sitio.

Fase 5- Publicación de archivos e información en la aplicación web

Al estar construida la aplicación web se alimentará con los archivos escogidos en la fase 1 y de esta manera se hará la publicación abierta en el sitio para que el público meta pueda ingresar e iniciar su navegación

Fase 6- Revisión final

Finalizado el diseño y creación de la aplicación web como material complementario se presentará para que sean revisados por docentes de la

asignatura de cibercomunicación, en esta fase se tomarán en cuenta sugerencias, recomendaciones o correcciones que los docentes establezcan en cuanto al producto y los contenidos.

2.3 Evaluación

En esta última etapa se procedió a presentar la propuesta de aplicación web como material complementario para el desarrollo de las asignaturas de cibercomunicación a expertos docentes y a estudiantes de la asignatura de cibercomunicación de la Universidad Centroamericana UCA. Con el fin de que se evalúe y se tome en cuenta los aportes empleados y así valorar la usabilidad del mismo.

Finalmente, con las adecuaciones necesarias, de acuerdo a los aportes antes mencionados se llevó a cabo el lanzamiento oficial por redes sociales, puesto que solo haría falta la difusión de la aplicación web con el fin de llegar a los estudiantes universitarios para alcanzar los objetivos propuestos.

Capítulo III – Producto Creativo- Resultados

En este capítulo están plasmados todos los resultados del diseño metodológico propuesto con anterioridad, siendo parte del diseño de la aplicación web como propuesta de material complementario para las asignaturas de cibercomunicación.

3.1 Diagnóstico

El diagnóstico de nuestro producto creativo está construido en base a los resultados alcanzados en la revisión documental, la aplicación de las entrevistas a docentes y especialistas y además del grupo focal realizado a estudiantes de 4to año de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Centroamericana, UCA.

Revisión Documental

Para construir nuestra tesis (producto creativo) fue necesario acudir a la biblioteca José Coronel Urtecho de nuestra Alma Mater, esto para constatar que el trabajo que iniciaríamos es único, nuevo e innovador en el ámbito de la comunicación social.

Dentro de este ámbito fue difícil encontrar un trabajo como el nuestro, es importante mencionar que sí habían trabajos con fines de diseños de páginas web, portales, blogs, etc. Sin embargo el fin y el medio de ayudar a fortalecer una clase como nosotros lo planteamos a través de una aplicación web, que es una alternativa de dinamizar y construir algo distinto a una página web, no fue posible encontrar.

Es por esta razón que decidimos alinearnos y seguir en pro del planteamiento y la construcción de dicha aplicación para que esta funcionase como un sitio que permita a los estudiantes de la carrera de comunicación social, tener un sitio de

datos y bibliografía propia de la asignatura de la cibercomunicación de manera complementaria.

En lo que respecta al ámbito digital apoyados del motor de búsqueda de Google tratamos de ubicar a través de los Key Word o palabras claves contenido, sitios, páginas web, portales, aplicaciones web u otras con fines como el de nuestro producto creativo y los resultados son los siguientes.

1. Cibercomunicación Nicaragua

Al realizar la búsqueda se encontraron perfiles o páginas de esto en la red social de Facebook, algunos creados con el fin de brindar información en relación a esta temática con actividades propias de esta rama como el festival de blogs o proporcionar algunas recomendaciones de herramientas para hacer cibercomunicación.

(<https://www.facebook.com/cibercomunicar>)

(<https://www.facebook.com/cibercomunicacion>) además se encontraron notas de prensa destacando el avance e importancia de la comunicación digital **(<http://cafeconvoz.org/ciber-comunicacion/>)**. Otro aspecto que cabe mencionar es que se encontró un perfil de Twitter con el usuario de @ucaciber donde varios usuarios interesados preguntaron al respecto y se les contestó que estaba en construcción, ese perfil al parecer estaba asociado al que anteriormente comentamos de Facebook, esto debido a que se identificaba con la misma imagen de perfil. **(<https://twitter.com/ucaciber>)**

2. Aplicación web cibercomunicación Nicaragua

En esta parte de la búsqueda se visualizó únicamente la redacción y formación de notas en cuanto a la importancia de creación de espacios digitales para difundir y proyectar el pensamiento libre **(<http://www.elnuevodiario.com.ni/desde-la-u/295301-medios-digitales-difundir-pensamiento-joven>)**, **(<http://www.elpueblopresidente.com/noticias/ver/titulo:7135-universitarios->**

realizan-conferencia-sobre-tecnologias-libres) además se encontró un estudio de Managua, medios y audiencias del observatorio de medios de la Universidad Centroamericana UCA

(www.observatoriodemediosuca.com/downloads/33.pdf).

En esta búsqueda realizada más allá de encontrar páginas de Facebook y Twitter con el fin de compartir recomendaciones, no se encontraron sitios, blogs o portales especializados en cibercomunicación y menos en compartir información para formar o ayudar a adquirir conocimiento en el ámbito mencionado

En el resultado de la búsqueda prevalecieron las páginas de Facebook y la información al respecto generada por los medios tradicionales en relación a la importancia de trabajar esta temática.

Grupo Focal- Estudiantes de Comunicación Social (4to año)

En este primer instrumento, los 10 estudiantes participantes de la carrera y de ambos sexos, plantearon la importancia que tiene el uso y empleo de la cibercomunicación en la carrera de comunicación social y la forma de comunicación actual, las temáticas más vitales a tratar, las deficiencias de los comunicadores en la temática, los medios por los cuales se fortalecen en el área y las propuestas que harían para fortalecer la asignatura.

Los estudiantes, en su mayoría, expresaron en primera instancia que como periodistas debemos estar actualizados e informados al respecto de las herramientas tecnológicas y las formas de transmisión de información a través de la web, cabe destacar que los estudiantes coincidieron que en un mundo lleno de avances es inconcebible que los comunicadores estén fuera de este.

Otro de los puntos importantes de este grupo es que en su mayoría todos utilizan el internet para informarse, actualizarse y dominar áreas vitales de esta importante asignatura.

Un estudiante comentó que generalmente consume información de esta índole cuando algún compañero postea información al respecto de las herramientas en las redes sociales como Facebook y twitter. En esta parte la mayoría coincidió en tener como vía Internet y como fuente principal clasesdeperiodismo.com ya que es uno de los sitios más visitados y que brinda más información al respecto de la cibercomunicación.

Por otro lado un par de estudiantes consideraron que es importante balancear o calibrar la información practico-teórica que se imparte en las asignaturas, estos además mencionaron que la teoría es de vital importancia pero que así como otras clases tienen espacios prácticos reales, esta asignatura debería tener algo similar que esté más allá de los blogs personales.

Entre las cosas que más hicieron énfasis al respecto de la enseñanza de la cibercomunicación, es el hecho de aprender la escritura para la web ya que las tecnologías han cambiado el modo de ver y hacer periodismo y de la misma comunicación en general, ya que hoy en día se puede tener acceso a múltiples plataformas.

Algunos jóvenes destacaron que los comunicadores presentan como gran debilidad, la falta de investigación y la escritura para la web ya que todos lo hacen a su manera o como estiman conveniente, otra de las perspectivas importantes que fueron mencionadas como debilidad fue la fiabilidad de la información y fuentes que se utilizan para la construcción de reportajes en la web, además de la falta de datos en internet.

Es importante mencionar que ante lo último planteado como debilidad se les hizo saber que para lo que es datos y estadísticas existe el periodismo de datos en Internet a lo que muchos alegaron desconocimiento de esta parte de la cibercomunicación.

Antes de cerrar el grupo focal destacaron nuevamente que muchos han logrado fortalecerse en internet gracias algunos sitios extranjeros que postean información, a Youtube con algunos tutoriales, al hábito de leer y a su interés en particular por querer adentrarse en esta rama de la comunicación.

En lo general muchos plantearon su descontento con solo dos asignaturas de cibercomunicación en el pensum de la carrera, pero en lo particular unos consideraron profundizar más el contenido brindado, más práctica y más contenido nuevo, esto lo plantearon a propósito del planteamiento de la existencia del periodismo de datos.

Al cierre del grupo las propuestas para mejorar y fortalecer fueron variadas y estuvieron enfocadas en aperturar un tercer curso, ampliar las horas de clases, hacer más prácticas y la más repetida obtener más contenido.

Ante el planteamiento de la creación de un sitio como complemento de la asignatura en forma de reflexión algunos consideraron que realmente es importante tener espacios adicionales que instruyan y brinden información complementaria.

Entrevistas con especialistas y docentes

Las entrevistas realizadas a los especialistas y docentes son un punto importante para la construcción del producto creativo ya que su trayectoria, conocimiento y dedicación a la materia de cibercomunicación nos permitió poder obtener sus perspectivas y opiniones al respecto.

El experto español **Santiago Tejedor** docente de la Universidad Autónoma de Barcelona UAB y referente a lo largo de este producto en su entrevista al respecto de la importancia de la asignatura de cibercomunicación y su enseñanza destacó que por la situación actual, es imprescindible que los planes de estudio de las

carreras de Comunicación Social, de periodismo o campos afines introduzcan asignaturas específicas, pero también se debe incluir un planteamiento transversal que permita a los futuros profesionales de la comunicación adquirir competencias y habilidades para concebir, diseñar y producir contenidos que van a ser consultados en una pantalla de una computadora, de un teléfono móvil, de un iPad o de otro aparato.

Además, hizo énfasis en mencionar que la escritura para Internet tiene unas particularidades que los comunicadores tienen que conocer porque no solo escribimos para personas, sino que también escribimos para máquinas, para robots, para buscadores. Y esto nos exige aplicar una serie de técnicas, una serie de rutinas, una serie de trucos si queremos que nuestros mensajes tengan más impacto.

Por su parte el docente y especialista de la temática **Gonzalo Norori** menciona que estamos ante el surgimiento de una nueva esfera, de un nuevo ámbito. Hace diez años, la visión era escéptica, ahora es clara. Pero todavía hay dudas sobre qué es cibercomunicación, comunicación digital o periodismo digital. “Me parece que la persona comunicadora que no se involucre en el fenómeno, que no retome estudios, analice, comprenda el fenómeno, lo que hace es un ejercicio comunicativo para una pequeña esfera”.

Norori valora que quienes dominan las técnicas y temáticas de cibercomunicación tienen muchas ventajas, porque ese es el futuro; donde la clave ahora es que las personas conozcan de dónde vino el fenómeno, cuáles son los principios que lo rigen y que comprenda la fusión del lenguaje visual, sonoro, impreso y el hipertextual. Este enfatiza que cuando hablamos de hipertextual, es importante hacer la reconversión, porque a uno le enseñan a leer de manera lineal. Nunca de manera hipertextual, pero si haces el esfuerzo de leer, escribir y producir hipertextual ya tenés el código clave del fenómeno, aplicaciones y demás parten de esa base.

En relación a la asignatura de cibercomunicación de la Universidad Centroamericana, UCA, **Norori** expresa que está pensada en darte los insumos básicos y que pensar se dará todo sobre este fenómeno es una mentira. Al igual que los otros lenguajes menciona que se brindan los códigos elementales para poder funcionar.

Por su parte **Santiago Tejedor** valora que casi todas las universidades están ofreciendo estudios de comunicación o periodismo, y se deberían replantear el enfoque de las asignaturas vinculadas a la comunicación digital o el ciberperiodismo, porque muchas veces lo que se hace es convertirla en asignaturas optativas, de último año que tienen una presencia muy limitada. Cuando justamente deberíamos, ahora, plantearnos si se tiene que dar un mayor protagonismo, si tienen que tener presencia transversal en otras asignaturas, o incluso aparecer en algunos capítulos de asignaturas como son prensa, televisión o radio.

Al respecto de la creación de la aplicación web, tanto Tejedor como Norori plantean que es necesario que los estudiantes cuenten con un medio que les brinde información de una materia específica en un solo espacio ya que en medio de tanta información para muchos resulta complicado encontrar algo en medio del desorden, ambos a demás consideran que si el sitio web tiene organizado y estructurado recursos, tutoriales, artículos, herramientas, consejos, contenidos en definitiva, que sirvan para complementar lo explicado en la asignatura, o si un periodista quiere refrescar sus conocimientos. A ambos especialistas les pareció una iniciativa muy interesante, útil y necesaria.

En lo particular, Norori valora que la plataforma sería un recurso vital para las clases y que además sería válido para la biblioteca porque carece de información sobre cibercomunicación esto potencializaría los recursos sobre la temática en la universidad.

Entrevistas con empleadores

Para los empleadores es vital saber que los jóvenes estudiantes de comunicación social que contratan están completamente preparados en el ámbito de la cibercomunicación, ya que esperan que dominen una serie de técnicas y herramientas propias de esta división de la comunicación social.

El Licenciado **Christian Pérez**, editor web del medio impreso El Nuevo Diario, expresa que las personas y las actividades se vuelven cada día más hacia lo digital. La información, en ese sentido, tiene un gran reto que es el de estar disponible para todos en el mismo momento en el que se está desarrollando. Nicaragua también, aunque a paso no tan acelerado, se vuelve más conectada con el mundo online. El periodismo por tanto necesita tomar ese ritmo que los lectores/usuarios están demandando en el espacio digital.

En ese sentido considera que tomando en cuenta esto, es necesario que en las aulas de clases a los nuevos periodistas se les prepare para que dominen todos los campos digitales: redes sociales, blogs/sitios, salas de chat y apps, también en las clases de comunicación los estudiantes deben desarrollar habilidades como manejo de programas de diseño gráfico, edición de audio y video, fotografía, dominio de programas de Office, etc., estas últimas habilidades que si están siendo cubiertas por el pensum de la carrera, esto desde distintos puntos, taller audiovisual, taller radiofónico, diseño gráfico, fotografía e informática básica.

Como empleador, las exigencias y críticas de Pérez son duras para las universidades en general que imparten la carrera de comunicación social, al contrario de esto, el Licenciado Fabio Chiarella, encargado de Art Web Nic, quien más que comunicador es un desarrollador web, valora de mucha importancia el que los jóvenes tomen en serio esta parte ya que el futuro de la comunicación va en esta vía

Este por su parte además considero que si bien es necesario que las universidades brinden un abanico más amplio en el ámbito de la cibercomunicación destaca que por su parte los jóvenes universitarios estudiantes de comunicación social, deben y tienen la obligación de leer, informarse y formarse de manera autodidacta en este ámbito, ya que nada puede nacer de manos llenas.

Ambos empleadores concuerdan en que los periodistas preparados en el ámbito de la cibercomunicación siempre tendrán más ventajas en este sentido, Pérez considera que el periodista web ayuda a generar y registrar un gran número de visitas a su medio. Por su parte, Chiarella opina que simplemente un comunicador con habilidades es multidisciplinario y generará contenido de todo tipo para posicionar su sitio, medio y/o empresa.

Pérez plantea al respecto de la presentación de las dos asignaturas y de la inquietud de los jóvenes, que más que abrir un tercer curso se debe ampliar las temáticas o replantearlas de acuerdo a lo que en los centros laborales se les está pidiendo que manejen y dominen.

Ante esto Pérez y Chiarella, ambos empleadores en distintos tipos de empresas hacen énfasis y concuerdan en que las cosas que obligatoriamente y de acuerdo a lo actual deben los estudiantes ver son: Marketing digital. Analítica web. Estrategia de redes sociales. Diseño gráfico para la demanda web, Manejo de coberturas en desarrollo. Generación de contenido, especiales web, multimedialidad.

Es claro que para los empleadores es un poco más simple y sencillo demandar y exigir a las universidades por ello y a la falta de cambio en las curriculas de las asignaturas que hoy más que nunca debemos enfocarnos en aprender más por cuenta propia al respecto de temáticas varias de la cibercomunicación.

3.2 Diseño

Fase 1- Identidad del material

Nombre de marca y dominio: www.ciberaulauca.net

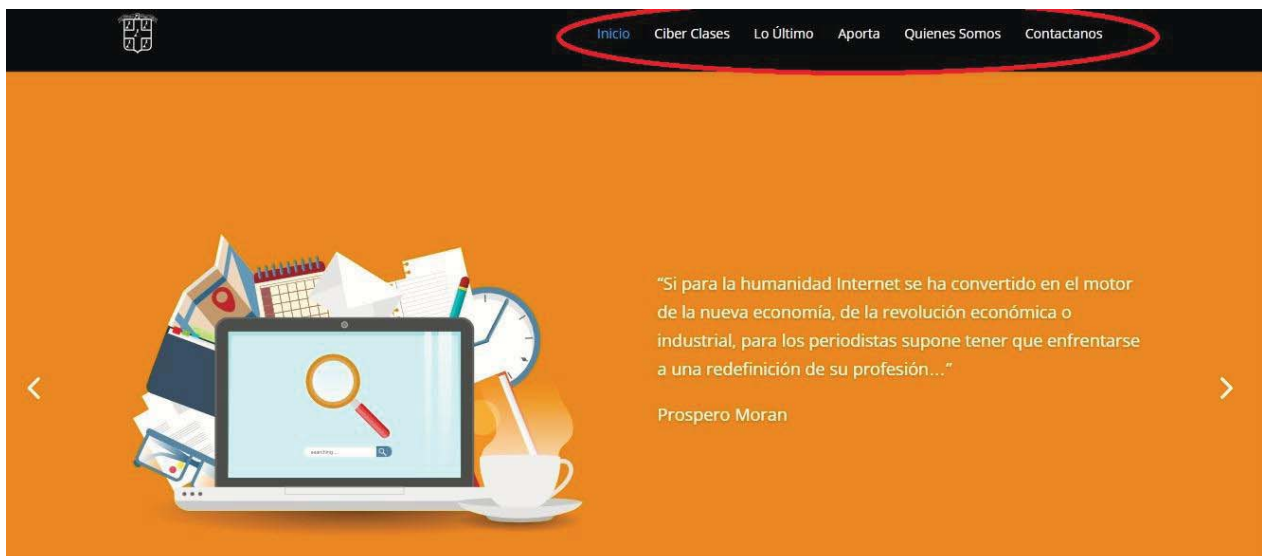
Acerca de:

Ciberaulauca.net , es una aplicación web que permitirá a los jóvenes estudiantes de comunicación social interesados en la temática de cibercomunicación encontrar información complementaria a la que se imparte en la asignatura durante dos cuatrimestres continuos.

Las secciones con las que contará nuestro producto creativo una vez colgado en la web serán las siguientes:

- **Inicio:** Generalmente llamado home, esta será la portada o la cara del sitio, esta parte se podrá tener una panorámica general del sitio y todos sus menús.
- **Ciberclases:** La espina dorsal de este trabajo está en esta sección, este será el espacio donde las temáticas estén colocadas y desde donde el usuario podrá acceder a la información que sea de su interés.
- **Lo Último:** Esta será una sección que contendrá noticias, información y avances relacionados a la cibercomunicación, esto será como tendencias de la temática.
- **Aporta:** Esta área estará destinada para que docentes y especialistas puedan aportar al desarrollo del sitio con contenido, información, noticias, ensayos y cualquier otro artículo que permita destacar información relacionada a la cibercomunicación

- **Quiénes somos:** En esta parte estará nuestra identidad e imagen como desarrolladores del sitio, aquí se podrá encontrar nuestra información básica, nuestros gustos e intereses, además de una pequeña biografía de cada uno.
- **Contáctanos:** En este espacio estarán nuestros correos y el correo de contacto del sitio y sus redes sociales donde a través de estos podrán hacer llegar sus dudas y sugerencias.



Fase 2- Selección de contenido (Temáticas)

De acuerdo a la información recopilada en el grupo focal, la investigación documental y las entrevistas, se han seleccionado las siguientes temáticas cabe destacar que estas serán las que formarán la parte inicial de la propuesta del diseño de aplicación web como material complementario para las asignaturas de cibercomunicación

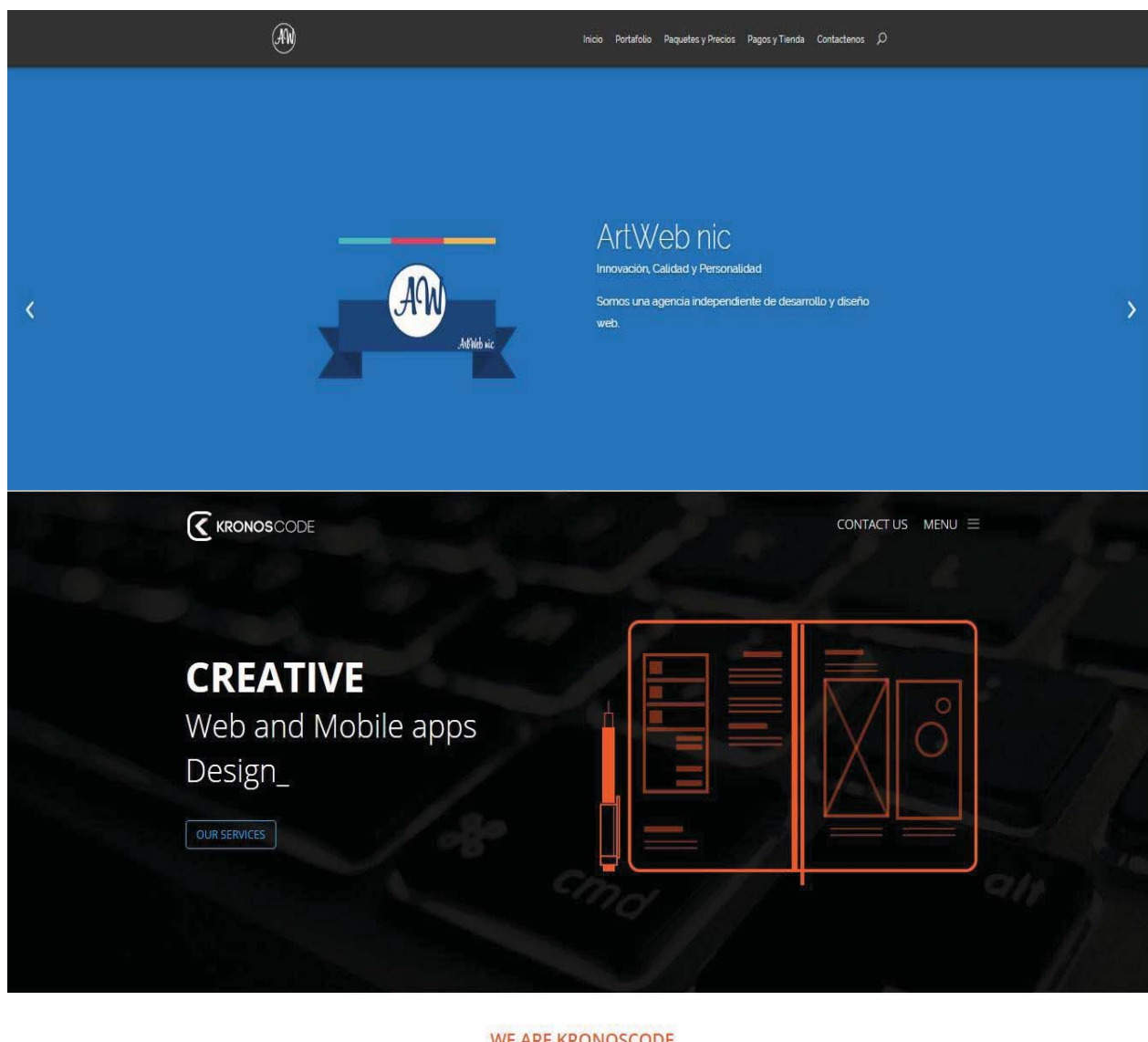
- Redacción o escritura para la web
- Periodismo de datos
- Producción de reportaje multimedia
- Gestión de medios sociales

Es importante mencionar que esta es una propuesta y en esta fase inicial por factor tiempo y presupuesto nos estamos limitando a destacar estas temáticas que son parte de toda una amplia gama de tópicos de la asignatura.

Fase 3- Diseño del Material complementario

Una vez seleccionado el contenido inicial se procedió a trabajar en pro de la estructura y su diseño, a definir como sería en sí el sitio, esto viendo y valorando ejemplo de otras aplicaciones web, la idea fue desarrollar un sitio con una estructura dinámica e interactiva, que fuese amigable con todo tipo de dispositivo con acceso a internet.

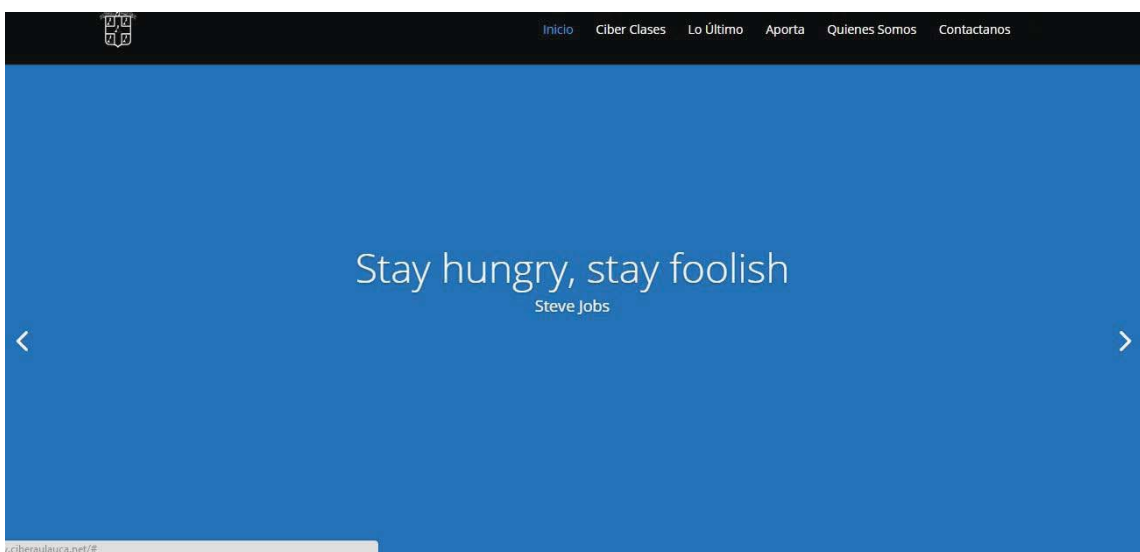
Algunos diseños que tomamos como ejemplo son los siguientes:

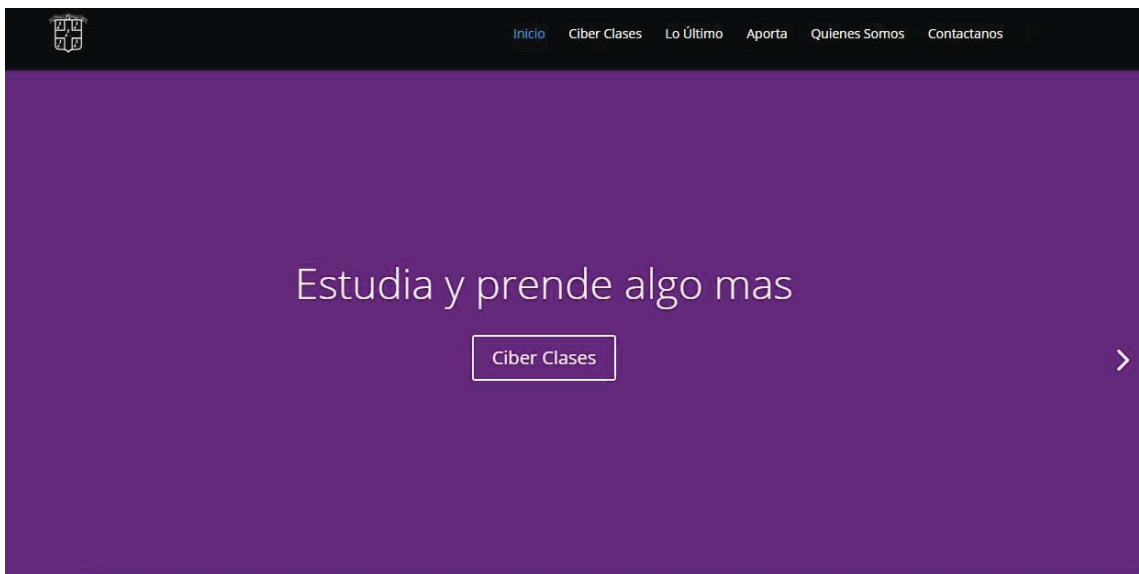


Fase 4- Desarrollo de aplicación web

En esta parte se trabajó de la mano con el Licenciado. Fabio Chiarella quien se encargó de acompañarnos e ilustrarnos para escoger un diseño joven y amigable que fuese soportado en todo tipo de plataformas smarthphones, tablets, y todo dispositivo con acceso a Internet y que además fuese un sitio que conservara los estilos y colores de nuestra Alma Mater, esto por ser un sitio especialmente desarrollado para la asignatura de cibercomunicación de nuestra carrera.

Aquí el ejemplo de inicios del sitio, trabajando en la construcción del mismo.





Para el desarrollo de la aplicación web fue necesario adquirir un host y dominio lo que nos permitió obtener un espacio en la web para poder colgar nuestra aplicación

Hosting: De acuerdo al glosario de sistemas Transmission Control Protocol **El alojamiento web** (en inglés *web hosting*) es el servicio que provee a los usuarios de Internet un sistema para poder almacenar información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía Web. Los Web Host son compañías que proporcionan espacio de un servidor a sus clientes.

Dominio: Un dominio de internet (por ejemplo “ciberaulauca.net”) es un nombre de equipo que proporciona nombres más fácilmente recordados en lugar de la IP numérica. Por medio de los dominios podemos encontrar páginas fácilmente. El dominio representa nuestro nombre en internet y es la forma por la cual las personas llegarán a nuestro sitio.

Fase 5- Publicación de archivos e información en la aplicación web

Al estar construida la aplicación web, se alimentó con los archivos escogidos en la fase 2 y de esta manera se hará la publicación abierta en el sitio para que el público meta pueda ingresar e iniciar su navegación



Ciber Clases

Este es tu espacio donde podrás encontrar contenido complementario de las asignaturas de ciber comunicación.

¡Echa un vistazo a algo nuevo!

Clase 1

Ir

Clase 2

Ir

Clase 3

Ir

Clase 4

Ir

Fase 6- Revisión final

Finalizado el diseño y creación de la aplicación web como material complementario se presentó para que fuese valorado por estudiantes de la asignatura de cibercomunicación, en esta parte se tomaran en cuenta sugerencias, recomendaciones o correcciones que estos establecieron en cuanto al producto y los contenidos.

3.3 Evaluación

La parte más complicada de todo el trabajo se encontró enfocada en esta parte, por cuanto el producto debía agradar y tratar de complacer las necesidades de los jóvenes estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Centroamericana, UCA. Interesados por la materia de Cibercomunicación.

Luego de una presentación en línea a través del envío de la dirección de www.ciberaulauca.net y una presentación en la sala de edición de la clase de taller audiovisual en el edificio A, se logró constatar y validar que los jóvenes están abiertos a aprender más contenido y a fortalecer sus habilidades y curiosidad por medio de este tipo de herramientas.

En su mayoría, las opiniones y aportes al respecto del producto creativo estuvieron empeñadas en destacarlo como algo bueno, bonito y sobre todo innovador ya que lo dinámico e interactivo del sitio aseguraron les brinda mayor confort para estar y permanecer ahí, una parte de los consultados destacaron estar dispuestos a realizar visitas consecutivas al sitio para estar leyendo información relacionada y planteamientos adicionales a la clase.

La presentación del sitio también generó críticas, una fue el poco contenido con el que actualmente cuenta el sitio, en relación a esto mencionamos que aún está a nivel de propuesta y que en caso que la Universidad la tomara como parte complementaria de la clase, gozaría de más riqueza en contenido y estructura ya que se trabajaría más a fondo en pro de la misma.

Un par de valoraciones estuvieron enfocadas en incorporar más colores en el sitio, al respecto de esto consideramos que tratamos de incluir parte de la paleta de colores de la Universidad Centroamericana, UCA, ponerle más colores significaría perder la línea del Alma Mater su carácter de propuesta incluía hacer uso del logo del recinto y de sus matices en todos los niveles.

Otra de las opiniones al respecto del producto creativo fue el que se colocaran frases contundentes que hicieran que el visitante sintiera en el sitio una necesidad

y no una opción, en relación a esto colocamos dentro de los *slide* de la aplicación web una frase de Prospero Moran y otra de Santiago Tejedor, grandes teóricos por años de esta y otras materias.

Antes de concluir las intervenciones más grandes o halagadoras de los compañeros y colegas en relación al sitio fueron, el mencionar que a través de este producto creativo se puede ayudar más a profesionales y estudiantes a indagar más y empaparse de una temática tan importante como Cibercomunicación.

Al respecto de la evaluación o validación consideramos que en general tuvo frutos positivos ya que los colegas y compañeros destacaron interés en la propuesta del diseño de la aplicación web www.ciberaulauca.net como material complementario de las asignaturas de cibercomunicación.

“Una web complementaria es una excelente herramienta, que bien diseñada y utilizada se puede convertir en un medio de información en sí misma, contando con los materiales prácticos elaborados por los propios alumnos.”

Oscar Gomez

Capítulo IV-Conclusiones

El estudio y aplicación de la cibercomunicación en Nicaragua sigue estando en desarrollo ya que cada día el número de usuarios y conexión a internet aumenta, de acuerdo a esto las exigencias de los ciber-usuarios también, por lo tanto el campo laboral cada día espera de los comunicadores una completa y mejor preparación en este sentido.

Es importante mencionar que uno de los empleadores y quien pidió confidencialidad destacó que los centros laborales hoy en día quieren pagar menos puestos, por lo tanto, al contratar comunicadores esperan que estos dominen al menos 3 áreas de conocimiento como básico, esto para suplir y economizar.

Valoramos como necesario que la Universidad Centroamericana, UCA. En especial el departamento de comunicación y el grupo de docentes, acoja esta propuesta para complementar la asignatura de cibercomunicación y a través de esta fomentar, difundir y facilitar contenido relacionado a la asignatura que por factor tiempo no pudo ser impartido o incluido dentro de la curricula de la clase.

Es importante destacar además que www.ciberaulauca.net, pretende ser un punto de partida para que los jóvenes tomen la iniciativa de dotar sus conocimientos y habilidades en el ámbito de la cibercomunicación, además procura brindar conocimientos básicos para su formación

La elaboración de este producto creativo brinda una breve respuesta a la demanda de los jóvenes de más y nuevo contenido de la asignatura, cabe mencionar que su elaboración está en nivel de propuesta y se pretende hacer que a largo plazo funcione como un sitio de referencia en la esfera de la asignatura de cibercomunicación.

Para que este proyecto digital perdure en medio del tiempo es necesario su completa ejecución desde el departamento y gremio de docentes de la asignatura, así mismo establecer un grupo más amplio de trabajo que se encargue de seleccionar, gestionar y reproducir contenido nuevo e innovador en el sitio desde el ámbito de noticias y herramientas hasta la elaboración de clases específicas no incluidas en la materia.

Es importante también señalar que los grandes teóricos de la cibercomunicación como Santiago Tejedor, plantea que sitios como estos, permiten que los jóvenes tengan en un solo lugar una panorámica general, específica y puntual de la materia, esto permite que quienes están interesados en la disciplina converjan en el sitio.

Para finalizar es necesario hacer énfasis que www.ciberaulauca.net es una aplicación web que pretende establecer muchos contenidos de cibercomunicación en un solo lugar ordenando así ese contenido disperso y facilitando el acceso a la información relacionada a la disciplina ciber-comunicativa a jóvenes estudiantes de comunicación social interesados en la materia.

Capítulo V- Recomendaciones

La elaboración de www.ciberaulauca.net significó una experiencia para descubrir que existen jóvenes e incluso profesionales interesados en adquirir cada vez más conocimientos de cibercomunicación crecer y abrirse campo en este ámbito; no obstante, queremos mencionar que en esta disciplina siempre quedará mucho por hacer, pues estamos en un mundo de constante avance y de revolución tecnológica.

Para cerrar este capítulo queremos mencionar que un sitio como este permitiría tener acceso a información y contenido nuevo en un solo punto. Queremos recomendar a la Universidad Centroamericana, UCA, tomar esta iniciativa para potencializarla en pro de una formación más completa de los jóvenes en el ámbito de la cibercomunicación; además invitamos a estos a creer y confiar en que existen jóvenes interesados, que leen, buscan y anhelan crecer en esta materia.

Es necesario mencionar que los jóvenes universitarios estudiantes de comunicación social deben hoy en día, procurar fortalecer sus conocimientos, actitudes y prácticas en el ámbito de la cibercomunicación ya que nuestro país está en desarrollo y al paso de los días son cada vez más quienes se informan y navegan en la web

Por otro lado, sugerimos a la carrera de comunicación social que valore y replantee de forma continua el contenido a difundir entre las dos asignaturas de cibercomunicación que se imparten durante el tercer año de la carrera de comunicación social.

Lista de referencia.

- Armañanzas E. (2012). Docencia del ciberperiodismo: estrategias para una simulación eficaz. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 18. Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense. Recuperado el 5 de agosto de 2013 de http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.40890
- Ayerdi, M. (2007) Del porqué de una asignatura como ciberperiodismo. Recuperado el 06 de marzo 2013. www.dialnet.uniroja.es/buscar/documentos?querys
- Adobe (s.f) Dreamweaver, web applications recuperado el 30 de octubre del 2014 de <http://helpx.adobe.com/es/dreamweaver/using/web-applications.html>
- Briggs, M (2007) Periodismo 2.0: Una guía de alfabetización digital para sobrevivir y prosperar en la era de la información, recuperado el 30 de octubre del 2014 de https://knightcenter.utexas.edu/Periodismo_20.pdf
- Carrillo, D. (2010). *Alfabetización Digital para Periodistas*. Una propuesta desde la educación para los medios (EPM). Recuperado el 26 de junio de 2013 de <http://www.saber.ucv.ve/xmlui/bitstream/123456789/1009/1/Tesis%20completo.pdf>
- Cebrian, M. (2009). Dossier de comunicación interactiva en cibermedios. *Revista Comunicar*, 33, p. 19. Recuperado el 5 de agosto de 2013 de <http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=33&articulo=33-2009-03>
- Cerf.V & Kahn. R (1973) Transmission Control Protocol. *Glosario de sistemas*. Recuperado el 30 de octubre de 2014 .
- Carrillo, D. (2010) *Alfabetización Digital para Periodistas*. Una propuesta desde la educación para los medios (EPM). Recuperado el 26 de junio de 2013 de <http://www.saber.ucv.ve/xmlui/bitstream/123456789/1009/1/Tesis%20completo.pdf>
- Castro, L. (2012) Teorías de la comunicación. Recuperado el 30 de octubre de 2014 de <http://es.scribd.com/doc/232750789/Teorias-de-La-Comunicacion>
- Dominik. J (2006) La dinámica de la comunicación masiva: Los medios en la era digital. Recuperado el 30 de octubre de 2014 de <http://www.mcgraw-hill.com.mx/cgi-bin/book.pl?isbn=9701056159&division=mex>
- Esquivel Lozano, F. & Tejedor Calvo, S. (2011). *La alfabetización ciberperiodística en la enseñanza universitaria*. Trabajo presentado en III

Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Universidad de La Laguna, diciembre 2011 (paper).

García, A. Guerrero, A.

International ICT Literacy Panel. (2007). *Digital Transformation. A Framework for ICT Literacy*. Recuperado el 15 de julio de 2013 de http://www.ets.org/Media/Tests/Information_and_Communication_Technology_Literacy/ictreport.pdf

Galindo, J. (2009). Sociología y comunicología: historia y posibilidades
Recuperado 21 de marzo de 2014 de http://www.ucasal.edu.ar/eucasa/documentos/comunicaciones_parcial.pdf

Hernández, Fernández & Baptista (2004) Metodología de la investigación recuperado el 26 de abril de 2014 de http://www.upsin.edu.mx/mec/digital/metod_invest.pdf

Los materiales didácticos en el aula. Recuperado el 05 de marzo 2014 de <http://www2.fe.ccoo.es/andalucia/docu/p5sd6415.pdf>

Igarza, R. (2008) Nuevos Medios: Estrategias de convergencia. Recuperado el 30 de octubre de 2014 de dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3254267.pdf

Miles & Huberman (1994) *Qualitative data analysis* recuperado el 26 de abril de 2014 de http://books.google.com.ni/books/about/Qualitative_Data_Analysis.html?hl=es&id=U4IU-wJ5QEC&redir_esc=y

Padrón, C. (2009). *Desarrollo de materiales didácticos desde una perspectiva basada en modelos*. Recuperado 21 de marzo de 2014 de http://e_archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/5679/Tesis_CL_Padron_Na_poles.pdf?sequence=1

Paoli, J. (2013) Comunicación e información. Perspectiva Teórica recuperado el 30 de octubre de 2014 de http://www.geocities.ws/comunicologia_100libros/Paoli.pdf

Rodrigo, M (2011). *Las Teorías de la Comunicación ante el reto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)* Recuperado el 26 de mayo de 2014 de http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/59_esp.pdf

Tejedor Calvo, S. (2006). *La enseñanza del ciberperiodismo en las licenciaturas de periodismo en España*. Bellaterra, enero 2006. Recuperado el 27 de junio de 2013 de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4188/stc1de1.pdf>

Tejedor Calvo, S. *Ciberperiodismo y universidad: La inclusión curricular del periodismo On-line*. Recuperado el 05 de marzo 2014 de http://fama2.us.es/fco/digicomu/37_24.pdf

Tejedor, S & Lozano, E. La alfabetización ciberperiodística en la enseñanza universitaria recuperado el 30 de marzo 2014 de http://www.revistalatinacs.org/11SLCS/actas_2011_IICILCS/052_Esquivel.pdf

Tejedor, S. (2006) Enseñanza del ciberperiodismo en las licenciaturas de periodismo en España recuperado el 30 de marzo 2014 de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4188/stc1de1.pdf?sequence=1>

Tejedor, S. (2006) Enseñanza del ciberperiodismo hacia una transversalidad mixta. Recuperado el 05 de marzo 2013 de www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdts/zera-24-tejedor.pdt

Uso pedagógico de materiales y recursos educativos de las TIC: Sus ventajas en el aula. Recuperado 21 de marzo de 2014 de http://www.eygfere.com/TICC/archivos_ticc/AnayLuis.pdf

Universidad Nacional Tres de Febrero (UNTREF): Teorías de la comunicación recuperado el 30 de octubre de <http://loginbp.untrefvirtual.edu.ar/archivos/repositorio/1000/1170/html/Unidad1/archivos/pdf/unidad1.pdf>

Anexos



Universidad Centroamericana
Facultad de humanidades y comunicación
Departamento de Ciencias de la comunicación



Universidad Jesuita

Nombre del Producto: Diseño de Aplicación Web como propuesta para material complementario para el desarrollo de las asignaturas de cibercomunicación

Anexo 1- Entrevista con especialista o docente de la asignatura de cibercomunicación.

Objetivo: Validar la importancia de la asignaturas de cibercomunicación en la enseñanza de los estudiantes de Comunicación Social a través de los docentes de la misma

Guía para entrevista

1. ¿Qué tan importante es la enseñanza de la cibercomunicación?
2. ¿Qué ventajas tiene un periodista que domina el área de la cibercomunicación?
3. ¿La asignatura están enfocadas a dotar a comunicadores de herramientas que cubran las necesidades del campo laboral?
4. ¿Está completo el contenido actual de dichas asignaturas?
5. ¿Considera necesario abrir un tercer curso o bastaría con modificar el contenido actual?
6. ¿Qué parte sería? ¿Cuáles contenidos?
7. ¿Cuáles cree usted que son las áreas más vitales de la cibercomunicación?



Universidad Centroamericana
Facultad de humanidades y comunicación
Departamento de Ciencias de la comunicación



Universidad Jesuita

Nombre del Producto: Diseño de Aplicación Web como propuesta para material complementario para el desarrollo de las asignaturas de cibercomunicación

Anexo 2- Entrevista con empleadores.

Objetivo: Identificar las exigencias y/o requerimientos de los empleadores en los conocimientos y habilidades con los que debe contar un comunicador para colaborar en su empresa.

Guía para entrevista

1. ¿Qué importancia tiene para la comunicación actual el uso y empleo de la cibercomunicación?
2. ¿Qué herramientas espera que domine un comunicador social en cuanto a la temática de cibercomunicación?
3. ¿Cuáles considera son las deficiencias de los comunicadores en esta temática? ¿En qué área se debería profundizar más?
4. ¿Qué recomendaciones haría usted para mejorar la enseñanza de los jóvenes estudiantes de comunicación en esta temática?
5. ¿Están las empresas actualmente invirtiendo en el desarrollo e implementación de comunicación digital?
6. ¿De qué manera están aportando a la enseñanza de esta área?



Nombre del Producto: Diseño de Aplicación Web como propuesta para material complementario para el desarrollo de las asignaturas de cibercomunicación

Anexo 3- Guía para grupo focal

Objetivo: Valorar la perspectiva de estudiantes de 4to año de comunicación social al respecto de la asignatura de cibercomunicación

Presentación del conductor:

Buenos días/tardes, nosotros somos Lawrens Salazar Medrano e Italo Arias Martínez y estamos realizando este grupo focal como parte del diagnóstico de la investigación para la creación del diseño de una aplicación web como material complementario para la asignatura de cibercomunicación.

Este producto creativo corresponde a nuestro trabajo de culminación de estudios, cuyo propósito es presentar e incluir temáticas no impartidas en las clase de cibercomunicación. Ustedes al igual que nosotros, han recibido esta asignatura por lo que nos gustaría conocer su opinión y valoración al respecto de la misma.

Agradecemos su tiempo en contestarnos las siguientes preguntas.

1. ¿Qué importancia tiene para la comunicación actual el uso y empleo de la cibercomunicación?
2. ¿Cuáles cree usted que son las áreas más vitales a trabajarse en la cibercomunicación?
3. ¿Cuáles considera son las deficiencias de los comunicadores en esta temática?
4. ¿Como parte de su autoestudio, con qué otras herramientas o insumos se está capacitando o agregando conocimiento a su formación en cibercomunicación? (Libros, internet, dossiers, discos etc...)
5. ¿están ustedes satisfechos con las temáticas impartidas en esta

60

asignatura? 6. ¿Qué propuesta harías para mejorar la enseñanza de los jóvenes estudiantes de comunicación en esta temática? ¿Qué cambios sugieren?

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES (Producto Creativo I y II)

No.	ACTIVIDADES	MAYO		JUNIO			JULIO				AGOSTO			AGOSTO Y SEPT	SEPTIEMBRE		OCTUBRE				NOVIEMBRE				DIC			
		1	2	3	4	5	6	7	8	Vacaciones	9	10	11	12	Vacaciones intercuatrimestrales	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
		24 y 26 may	30 may. 2 jun	6 y 9 de jun	13,16 y 17 de jun	23,24 y 25 de jun	30 jun 1,2 jul	4 y 5 jul	8,9,10 y 11 jul	13 al 20 jul	25,26,27 y 28 jul	4 y 5 de agos	8,9,10 y 11 agos	15,16,17 y 18 agos	18 agos al 8 sept	19,20,21 y 22 sept	26,27,28 y 29 sept	3,4,5 y 6 oct.	13,14 y 15 oct	17,18,19 y 20 oct	24.25 y 27 oct	31 oct 3,4 y 5 nov	7y 10,11,12 nov	14,15,16,17,18,19 y 20 nov	24 y 25 nov	27 y 28 nov	###	
1	Revisión de protocolo	x	x	x																								
2	Diseño de instrumentos			x	x	x																						
3	Pilotaje de instrumentos						x	x																				
4	Aplicación de instrumentos parcialmente													x														
5	Procesamiento de información													x														
6	Análisis de la información													x														
7	Organización y presentación de resultados													x														
8	Discusión de resultados														x	x	x											
9	Elaboración de conclusiones y recomendaciones																x	x	x									
10	Elaboración de informe final																	x	x	x	x							

11	Elaboración final de producto																	x	x	x		
12	Ajustes al documento final y Predefensa																				x	
13	Aval del profesor																					x
14	Entrega de documentos y productos para enviarlos al Comité Evaluador																			x	x	
15	Disertaciones																					### ##

Presupuesto

Items	Precio Unitario	Cantidad	Costo
Viáticos de Alimentación	50	10	500
Viáticos de transporte	18	8	144
CreacionHtml y contenidos	7800	1	7800
Hosting	1560	1	1560
Diseño	2600	1	2600
Revisión documento (Docente de español)	300	1	300
Grabadora	2000	1	2000
Baterías	25	4	100
Impresión documento final	132	4	528
Empastado	300	1	300
		Total	15,832 Córdobas 604.27Dolares