



UTPL
La Universidad Católica de Loja

Modalidad Abierta y a Distancia

Prácticum 4.1: Examen Complexivo

Guía didáctica



Facultad de Ciencias Sociales, Educación y Humanidades

Departamento de Ciencias de la Comunicación

Prácticum 4.1: Examen Complexivo

Guía didáctica

| Carrera | PAO Nivel |
|----------------|-----------|
| ▪ Comunicación | VII |

Autor:

Maldonado Vivanco Juan Carlos



P E R I _ 4 0 5 5

Asesoría virtual
www.utpl.edu.ec

Universidad Técnica Particular de Loja

Prácticum 4.1: Examen Complexivo

Guía didáctica

Maldonado Vivanco Juan Carlos

Diagramación y diseño digital:

Ediloja Cía. Ltda.

Telefax: 593-7-2611418.

San Cayetano Alto s/n.

www.ediloja.com.ec

edilojacialtda@ediloja.com.ec

Loja-Ecuador

ISBN digital - 978-9942-39-425-5



**Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)**

Usted acepta y acuerda estar obligado por los términos y condiciones de esta Licencia, por lo que, si existe el incumplimiento de algunas de estas condiciones, no se autoriza el uso de ningún contenido.

Los contenidos de este trabajo están sujetos a una licencia internacional Creative Commons – **Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 (CC BY-NC-SA 4.0)**. Usted es libre de **Compartir** – copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato. **Adaptar** – remezclar, transformar y construir a partir del material citando la fuente, bajo los siguientes términos: **Reconocimiento**– debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciatante. **No Comercial**-no puede hacer uso del material con propósitos comerciales. **Compartir igual**-Si remezcla, transforma o crea a partir del material, debe distribuir su contribución bajo la misma licencia del original. No puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Índice

| | |
|---|-----------|
| 1. Datos de información..... | 7 |
| 1.1. Presentación de la asignatura | 7 |
| 1.2. Competencias genéricas de la UTPL | 7 |
| 1.3. Competencias específicas de la carrera..... | 7 |
| 1.4. Problemática que aborda la asignatura..... | 8 |
| 2. Metodología de aprendizaje..... | 8 |
| 3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje..... | 11 |
| | |
| Primer bimestre | 11 |
| Resultado de aprendizaje 1 | 11 |
| Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje | 11 |
| | |
| Semana 1 | 11 |
| | |
| Unidad 1. Lineamientos generales | 11 |
| 1.1. Introducción al componente Prácticum 4.1 EC..... | 12 |
| 1.2. Qué es el examen complexivo | 12 |
| 1.3. Lineamientos generales..... | 13 |
| 1.4. Periodismo y narrativas comunicacionales..... | 15 |
| | |
| Semana 2 | 16 |
| | |
| Unidad 2. Bloque temático de periodismo..... | 16 |
| 2.1. Importancia de los Géneros periodísticos..... | 16 |
| Actividades de aprendizaje recomendadas | 19 |
| Autoevaluación 1 | 20 |
| | |
| Semana 3 | 22 |
| | |
| 2.2. La cultura digital | 22 |
| | |
| Semana 4 | 24 |
| | |
| 2.3. Periodismo en la era digital | 24 |
| | |
| Semana 5 | 27 |
| | |
| 2.4. El derecho a la información y la comunicación..... | 27 |
| 2.5. Resolución de caso | 28 |

| | |
|--|---------------|
| Actividades de aprendizaje recomendadas | 29 |
| Autoevaluación 2 | 30 |
| Semana 6 | 35 |
| Unidad 3. Bloque temático de Investigación en Comunicación..... | 35 |
| 3.1. La importancia de la investigación en comunicación | 35 |
| Semana 7 | 39 |
| 3.2. La importancia de la educomunicación y la sociología..... | 39 |
| 3.3. La sociología | 41 |
| Actividades de aprendizaje recomendadas | 42 |
| Actividades finales del bimestre..... | 43 |
| Semana 8 | 43 |
| Segundo bimestre | 44 |
| Resultado de aprendizaje 1 | 44 |
| Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje | 44 |
| Semana 9 | 44 |
| Unidad 4. Bloque temático de audiovisual | 44 |
| 4.1. El mundo de la información y el entretenimiento..... | 46 |
| Semana 10 | 49 |
| 4.2. La imagen y el lenguaje audiovisual | 49 |
| Semana 11 | 51 |
| 4.3. Lenguaje radiofónico | 51 |
| Semana 12 | 56 |
| 4.4. Nuevas narrativas audiovisuales..... | 56 |
| Semana 13 | 59 |
| 4.5. El Cine | 59 |

| | |
|--|-----------|
| Semana 14 | 62 |
| 4.6. El Comunicador actual..... | 62 |
| Actividades de aprendizaje recomendadas | 64 |
| Autoevaluación 3 | 66 |
| Semana 15 | 68 |
| Unidad 5. Resolución de casos | 68 |
| 5.1. Estudios de caso | 69 |
| 5.2. Parte escrita | 70 |
| 5.3. Parte Oral | 70 |
| 5.4. Elaboración y aplicación del examen complexivo | 72 |
| 5.5. Casos de estudio..... | 73 |
| 5.6. Contextos..... | 75 |
| 5.7. Proyectos | 75 |
| 5.8. Ensayos | 75 |
| 5.9. Diseño de los recursos y materiales del examen complexivo | 76 |
| Actividades finales del bimestre..... | 77 |
| Semana 16 | 77 |
| 4. Solucionario | 78 |
| 5. Referencias bibliográficas | 81 |
| 6. Anexos | 84 |



1. Datos de información

1.1. Presentación de la asignatura



1.2. Competencias genéricas de la UTPL

- Orientación a la innovación y a la investigación.
- Pensamiento crítico y reflexivo social.

1.3. Competencias específicas de la carrera

- Gestiona información para ser publicada en medios de comunicación masiva con el fin de informar a la sociedad.
- Participa en los procesos de acceso y democratización de la información a través de medios de comunicación convencionales y digitales.
- Emplea las metodologías de investigación para la búsqueda y procesamiento de la información que el comunicador proporciona a la comunidad.

- Contribuye a la construcción de la sociedad del conocimiento a través de los procesos de investigación y gestión de la información en medios públicos, privados y comunitarios.

1.4. Problemática que aborda la asignatura

Las carreras de la facultad de Ciencias Sociales, Educación y Humanidades, de la que es parte Comunicación, han establecido el Examen Complexivo para que los estudiantes puedan desempeñarse de forma óptima en el desarrollo de esta opción de titulación. El mismo posee un alto nivel de complejidad y exigencia académica, que le permiten a usted validar los conocimientos, habilidades y aprendizajes que durante toda su formación en la universidad le fue transmitida por sus docentes, y que se establecen dentro de su perfil de egreso.



2. Metodología de aprendizaje

El prácticum 4.1: Examen complexivo está destinado para preparar a los estudiantes en para una evaluación integral de conocimientos, habilidades y actitudes desarrolladas a lo largo de su formación; esta evaluación tiene un carácter contextual, se basa en estudios de caso y resolución de problemas, en la reflexión-acción y propuestas alternativas para atender determinados escenarios que, en la práctica cotidiana se enfrenta un comunicador.

La guía didáctica: es la herramienta base que el alumno va a utilizar durante todo el ciclo académico. Es una guía digital interactiva, que utilizando un lenguaje sencillo y claro va abordando de forma estructural los temas propuestos. Tiene como propósito apoyar, orientar y potenciar el aprendizaje de todos los estudiantes. Está estructurada en cuatro capítulos que orientan al estudiante en el desarrollo de esta opción para la aprobación de esta opción de titulación.

El plan académico este es el instrumento en el cual se detalla todas las actividades por cada semana propuestas por el docente, las mismas que

usted debe cumplir y desarrollar, es importante que al iniciar la materia usted realice una revisión del mismo, en él constan, las tareas síncronas y asíncronas, las competencias que usted va a alcanzar al desarrollar la presente asignatura.

La asignatura tiene como objetivo principal que usted conozca y se prepare para de la manera adecuada en esta opción de titulación que brinda la carrera para obtener su título profesional. Las carreras de la facultad de Ciencias Sociales, Educación y Humanidades, de la que es parte Comunicación, han establecido el Examen Complexivo para que los estudiantes puedan desempeñarse de forma óptima en el desarrollo de esta opción de titulación. El mismo posee un alto nivel de complejidad y exigencia académica, que le permiten a usted validar los conocimientos, habilidades y aprendizajes que durante toda su formación en la universidad le fue transmitida por sus docentes, y que se establecen dentro de su perfil de egreso.

La presente guía académica es el instrumento que contiene una serie de indicaciones para apoyar el desarrollo de su opción de titulación.

El Examen Complexivo está diseñado para los estudiantes que están culminando su malla de estudios y está dividido en Prácticum 4.1 EC. y Prácticum 4.2 EC., en esta primera parte se abordan 3 campos temáticos que son: Bloque Temático Periodismo: Géneros periodísticos, Ética Periodística, Periodismo narrativo, Periodismo digital, Comunicación digital, Derecho a la Comunicación a la Información; el Bloque Temático de Investigación en Comunicación que abarca: Métodos y técnicas de la investigación, educomunicación y sociología; y el Bloque Temático Audiovisual que comprende: Televisión, Radio, Diseño de la comunicación visual, Semiótica, Cine y Tendencias de la comunicación 2.

En ese contexto, para cada uno de los resultados se plantea como primera instancia la reflexión-acción, la misma que tiene como fin brindar al estudiante espacios de comprensión de la realidad a partir la confrontación con sus propios paradigmas y aquellos apropiados durante su carrera, para que, a la luz de la teoría pueda realizarlos y transformar su propia realidad. La idea fundamental es que emplee la reflexión como un medio de mejoramiento de su propia práctica docente para que trascienda como persona y profesional.

Finalmente, en el contexto de metodologías problematizadoras no podía faltar el diálogo, las situaciones generadoras, el debate y discusión para, de manera respetuosa y con humildad intelectual, intercambiar ideas, saberes, opiniones y experiencias a través del chat y videocolaboraciones por medio de las cuales usted tendrá la oportunidad participar e interactuar con sus compañeros y docente; además, semanalmente se destina un encuentro vía Zoom para aclarar dudas, cumplir los objetivos y arribar a conclusiones generalizables.

Así mismo le invitamos a participar de manera activa en todas las actividades desarrolladas las que han sido construidas para que usted fortalezca las competencias que necesita para su formación.



3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje



Primer bimestre

Resultado de aprendizaje 1

- Sistematiza los contenidos de la carrera que serán evaluados en el examen complexivo de grado.

Los procesos de titulación son un conjunto de normas, políticas y procedimientos que establece la Universidad para el correcto desarrollo de las actividades académicas, en función de la Ley de Educación Superior y el Reglamento de Régimen Académico de cada universidad.

El presente resultado de aprendizaje está orientado a recapitular los conocimientos adquiridos durante su formación académica.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



Semana 1

Unidad 1. Lineamientos generales

La comunicación data desde principios de la humanidad, los seres humanos por naturaleza tenemos la necesidad de comunicarnos siempre. La escritura acompaña al hombre desde hace cinco mil años, esta ha ayudado a preservar la historia de los orígenes del mundo y ha sido fundamental en la transformación del ser humano. La comunicación implica una fuerte carga procesual, la inserción de pleno derecho del informado en el proceso infinito de reproducción del acto comunicativo. (Carrera, 2017, p. 17)

Las décadas finales del pasado milenio supusieron una transformación radical de la comunicación humana, con la incorporación de nuevas tecnologías de enormes potencialidades informativas. Sin embargo, pese a los avances, la cultura y la información siguen estando amenazadas por un proceso compulsivo de mercantilización y concentración multimedia, sometidas casi sin límite a la lógica del lucro y la pseudo-cultura (Alejandro, 2007).

1.1. Introducción al componente Prácticum 4.1 EC.

Iniciamos recordando la importancia del componente que se empieza a estudiar en este ciclo académico.

La Universidad Técnica Particular de Loja, dando cumplimiento a la Disposición Transitoria Quinta del Reglamento de Régimen Académico (RRA) expedido por el CES el 21 de noviembre de 2013, aprobó la creación de la Unidad de Titulación Especial en la que se detallan las opciones de titulación determinadas para cada titulación. (Universidad Técnica Particular de Loja [UTPL], 2018)

La Unidad de Titulación Especial está vigente desde el 21 de mayo de 2015, con resolución Nro. 015.015.2015. Su aplicación rige para las carreras vigentes y no vigentes habilitadas para el registro de títulos.

Los estudiantes que concluyan sus estudios en las carreras nuevas o rediseñadas se titularán a través de la Unidad de Titulación.

Los contenidos teóricos, saberes y herramientas de la profesión necesarios para el desarrollo de la opción de titulación, estarán a cargo de un docente responsable de la asignatura.

1.2. Qué es el examen complexivo

El examen complexivo o de grado guarda relación con el perfil de egreso, las competencias específicas de la carrera y a las competencias genéricas de la Universidad. El proceso de titulación es un conjunto de normas, políticas y procedimientos que establece la Universidad para el correcto desarrollo de las actividades académicas, en función de la Ley de Educación Superior y el Reglamento de Régimen Académico de las Universidades.

En el caso específico de la carrera de Comunicación en el componente Prácticum 4.1 EC, se abordan 3 campos temáticos que son: Bloque Periodismo: Géneros periodísticos, Ética Periodística, Periodismo narrativo, Periodismo digital, Comunicación digital, Derecho a la Comunicación a la Información; el bloque Investigación en comunicación que abarca: Métodos y técnicas de la investigación, educomunicación y sociología; y el bloque Audiovisual que comprende: Televisión, Radio, Diseño de la comunicación visual, Semiótica, Cine y Tendencias de la comunicación 2.

Una de las ventajas pedagógicas del estudio de caso a nivel de grado, es que esta metodología permite medir la capacidad de los estudiantes para usar el conocimiento adquirido durante todo el proceso de formación autónoma y estratégicamente. Con la resolución del estudio de caso la evaluación no se concentra únicamente en la medición de la transmisión de los conocimientos preestablecidos, sino en la búsqueda y análisis de problemas y en la aplicación de medios conceptuales, técnicos y operativos para su resolución; de esta forma se logra evaluar los resultados de aprendizaje, tanto generales como específicos, del programa académico de la carrera de comunicación.

1.3. Lineamientos generales

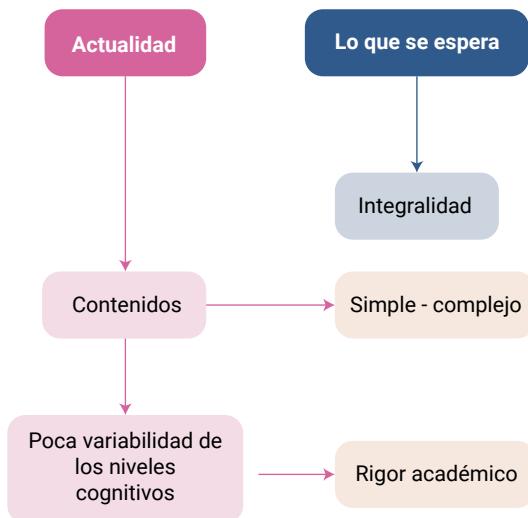
El examen complexivo, como opción de titulación, ha sido implementado en la UTPL desde la puesta en vigencia del Reglamento de Régimen Académico 2013; esta práctica ha tenido su evolución en cuanto al enfoque del diseño de los recursos materiales e instrumentos de evaluación. En la actualidad, considerando lo que determina el [Reglamento de Régimen Académico 2020](#), el examen complexivo es una opción para aprobar la Unidad de Integración Curricular.

- a. Analizada la práctica de esta opción de titulación, con la participación de equipo tanto de directivos como docentes, se determina que:
- b. Esta normada a través de la Unidad de Titulación Especial (UTE)- RRA 2013.
- c. Existe la declaración como opción de Unidad de Integración Curricular (UCI)-RRA 2020.

- d. Las carreras han venido trabajando la estructuración de los planes docentes, guías didácticas, aulas virtuales e instrumentos de evaluación.
- e. En la mayoría de casos la planificación se ha realizado considerando los contenidos de las asignaturas que integran la malla curricular de cada una de las carreras.

Estas afirmaciones se expresan en el siguiente gráfico.

Figura 1.
Experiencias en el examen complejivo



Fuente: Vicerrectorado Académico MAD

Además, se debe considerar lo siguiente:

- La evaluación del examen complejivo se enfoca la evaluación de las competencias específicas declaradas en el perfil profesional de egreso de la carrera, considerando como campo conceptual, las unidades de cada competencia: saber conocer, saber hacer y saber ser.
- La metodología que se aplique para la elaboración de los instrumentos de evaluación cada carrera la seleccionará entre: estudio de casos, contextos, proyectos, ensayos y artículos.
- Los materiales y recursos educativos serán elaborados, en cuanto a su estructura, bajo los criterios que emita la Dirección de materiales y recursos educativos.

- La organización o distribución del prácticum es responsabilidad de la carrera.
- La parte escrita observará la evaluación de los niveles cognitivos de: conocimiento, comprensión y aplicación, considerando la Taxonomía de Bloom.
- Para la evaluación de la parte escrita se planificarán varios casos o contextos con sus respectivas preguntas, así se tendrán diversas versiones.
- La parte oral estará centrada en la sustentación que pueda evidenciar los niveles de conocimiento de forma integral, en especial aquellos de aplicación, evaluación y creatividad misma que contempla la Taxonomía de Bloom.
- La sustentación se realizará ante un tribunal de al menos dos profesores. Se utilizará una rúbrica y el tiempo de sustentación estará entre 20 y 30 minutos.
- El estudiante para aprobar debe alcanzar el 70% para la aprobación.

1.4. Periodismo y narrativas comunicacionales

En los primeros ciclos de su carrera conoció acerca del periodismo y las narrativas comunicacionales, donde se habla de la importancia de la escritura y narración de buenas historias, aquí empieza a determinar su estilo periodístico. En este contexto le presento algunos aspectos, con la finalidad que recuerde conceptos e identifique sus inicios en este proceso de formación.

El periodismo narrativo es buena literatura de los hechos. Es decir, traslada la literatura al escenario periodístico y la compromete con la realidad. Se puede decir también que parte del diálogo entre una sociedad y sus medios (Herscher, 2012) y es el faro y, a la vez, el espejo de esta sociedad. Su propósito principal es crear una narración emocionante, un sello propio, algo distinto y memorable para los lectores dentro del corriente informativo.

El periodismo narrativo, cuenta y explica. Las historias que refleja son reales y se centran en las preguntas cómo y por qué. Los temas que aborda

son variados, abarcan desde la recuperación de historias, leyendas y se extienden hasta la investigación completa de un tema.

Para ampliar sus conocimientos sobre el nuevo periodismo y sus representantes, lea en el siguiente enlace “El Nuevo Periodismo”. [El periodismo narrativo](#) Fuente: <https://bit.ly/3H3Wv4V> <http://www.scielo.org.co/pdf/aner/v9n18/v9n18a04.pdf>



Hemos iniciado bien. Está avanzando con éxito. Recuerde ingresar al chat de tutorías y consultas semanalmente.



Semana 2

Unidad 2. Bloque temático de periodismo

2.1. Importancia de los Géneros periodísticos



Continuando con el estudio de esta unidad, es muy importante recordar este componente que es clave en la formación profesional de un comunicador. Aquí empiezan las bases del periodismo como tal, recomiendo revisar todos los archivos adjuntos a este texto.

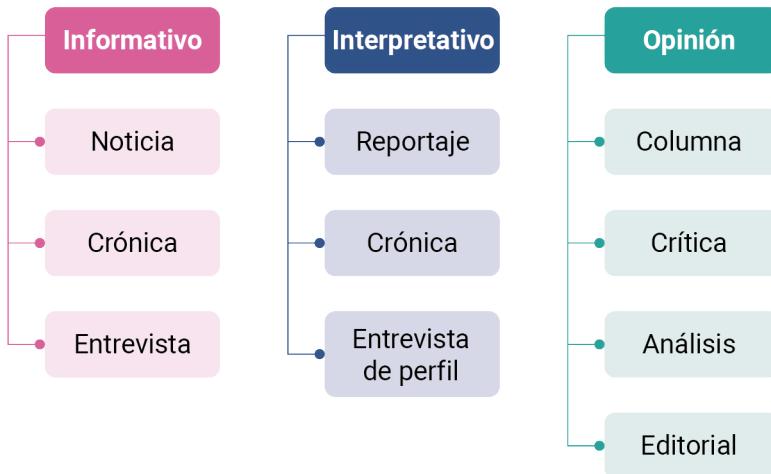
Podrían definirse los géneros periodísticos como las diferentes modalidades de la creación literaria destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de difusión colectiva” (Martínez Albertos, 1983, p. 272) Por otra parte, José Javier Muñoz, dice: “Son las diversas modalidades de creación lingüística que se caracterizan por acomodar su estructura a la difusión de noticias y opiniones a través de los medios de comunicación social”. Los géneros periodísticos son los modos más comunes de captar y traducir la realidad, son la base del periodismo como tal.

Estimados estudiantes, para recordar esté apartado, se recomienda revisar el capítulo II del Manual de Géneros Periodísticos “Una aproximación a los géneros periodísticos”, el mismo que se encuentra en la bibliografía complementaria como REAS. [Manual de Géneros Periodísticos](#)

2.1.1. Clasificación de los géneros periodísticos.

Figura 2.

Clasificación de los géneros periodísticos



Géneros informativos: tienen como función básica el relato de los hechos, reflejándose de la manera más fría posible, sin añadir opiniones y permitiéndose solamente la presencia de algunos datos de consenso. Incluye la nota o noticia, la crónica, la entrevista y el perfil.

Géneros de opinión: este género se utiliza para dar a conocer ideas y opiniones en contraposición con el reflejo de los hechos. Las opiniones pueden estar ancladas en los valores, ideas y sentimientos del autor de los textos, y no necesariamente en los hechos. Están incluidos en este los siguientes: el editorial, la columna o artículo, la caricatura de opinión, el comentario la crítica o reseña y la carta.

Géneros interpretativos: se ubica en posición equidistante entre el género informativo y la opinión. Si bien no incluye opiniones subjetivas, sí presenta enfoques y visiones específicos de los temas. Ofrece una gran cantidad de datos de contexto y visiones contrapuestas para luego ofrecer conclusiones y dar los elementos suficientes para que el lector entienda los hechos. Incluye las siguientes clasificaciones: análisis y reportaje.

Géneros de entretenimiento: busca precisamente entretener, es decir provocar solaz y espaciamiento. Su función, a diferencia de los otros géneros, no es la de difundir el relato de un hecho y su valoración, sino la de divertir y distraer. En este género están incluidos las tiras cómicas y las

caricaturas (que no valoren la actualidad o a un personaje), además de crucigramas, juegos, horóscopo, etc. (Peñaranda, 2012: s.p.)



Estimados estudiantes se recomienda revisar el siguiente documento [La traducción y los géneros periodísticos](#), aquí usted encontrará más detallada la clasificación de los géneros periodísticos.

Continuemos con el aprendizaje mediante la revisión de la siguiente presentación denominada [Géneros Periodísticos](#)

2.1.2. El Storytelling

Storytelling, es la manera de contar una historia usando lenguaje sensorial presentado de tal forma que transmite a los oyentes la capacidad de interiorizar, comprender y crear significado personal de ello, es decir se trata de contar una buena historia que despierte una emoción en las personas inspirándoles a tomar una acción. La transmisión de historias es una práctica habitual en las comunidades sociales. Las paráboles, cuentos y canciones han sido utilizados tradicionalmente para transmitir de generación en generación distintos relatos. Por lo tanto, podríamos decir que contar historias no es algo nuevo. Homero y Sófocles ya empleaban en sus escritos el relato como medio para transmitir hechos históricos reales y mitos universales, con los que transmitían diversas lecciones (Salmon, 2008).

El *storytelling*, se ha trasladado al campo educativo, la mayoría de educadores e instituciones han tomado como modelo esta forma diferente de llegar a sus alumnos. Teniendo en cuenta que la educación se basa en un proceso de comunicación en el que el *storytelling* (relato) es un recurso con enorme potencial didáctico, lo que aporta la nueva perspectiva para recuperar la idea del relato y la narrativa como un recurso para potencial en el aula.

2.1.3. Actividades recomendadas de desarrollo de caso

Continuemos con el aprendizaje mediante su participación en el siguiente caso que se describe a continuación:



Actividades de aprendizaje recomendadas

- Lea el siguiente caso [Tema_Quito ensucia mucho y recicla poco y](#) desarrolle la siguiente autoevaluación.



Autoevaluación 1

1. Para introducir el tema principal anunciado en el título, el autor Xavier Gómez Muñoz ofrece:
 - a. **Un panorama mundial.**
 - b. Una cita directa.
 - c. Un resumen de la realidad nacional.
 - d. Datos biográficos de sus fuentes.
2. Para obtener más claridad el autor ha utilizado una de las típicas estructuras del periodismo narrativo y ha dividido el texto:
 - a. **Por bloques temáticos, utilizando ladillos.**
 - b. Por horas en orden cronológico.
 - c. Por días en orden cronológico.
 - d. Según la importancia de las fuentes.
3. Según las estadísticas citadas en el artículo, los países que más basura generan son:
 - a. Los países de América Latina.
 - b. **Los países más ricos del mundo.**
 - c. Los países asiáticos.
 - d. Los países africanos.
4. Para reforzar el texto el autor ha utilizado el siguiente recurso:
 - a. Solamente testimonios de fuentes documentales.
 - b. Comparaciones entre Quito y Guayaquil.
 - c. **Testimonios de fuentes personales y documentales.**
 - d. Solamente testimonios de fuentes gubernamentales.

5. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones coincide con la información del artículo?
 - a. Guayaquil es la ciudad más poblada del país y es la que más basura genera.
 - b. Guayaquil es la ciudad más poblada del país, pero genera menos basura que Quito.
 - c. Quito es la ciudad más poblada del país, pero genera menos basura que Guayaquil.
 - d. **Quito es la ciudad más poblada del país y es la que más basura genera.**
6. Del siguiente listado de titulares escoja uno que tenga más elementos informativos, argumentativos y de contexto.
 - a. La basura de la capital es un problema global.
 - b. **2.200 toneladas de basura produce Quito.**
 - c. Emaseo no puede controlar la basura en Quito

[Ir al solucionario](#)



Estimado estudiante, está avanzando con éxito. ¡Recuerde ingresar al chat de tutorías y consultas semanalmente! Estaré presto a resolver todas sus dudas e inquietudes.



2.2. La cultura digital

Con la aparición de las tecnologías de la comunicación e información (TIC), han logrado un gran impacto en la sociedad. Por lo tanto, la Cultura Digital, es todo aquel cambio que está siendo generado por la tecnología o Internet, lo cual, en tan solo pocos años ha transformado al mundo y la forma como interactuamos en él. Las sociedades sufren grandes cambios y transformaciones, donde la Cultura Digital emerge con novedosas prácticas sociales que reestructuran la mayoría de los aspectos de nuestras vidas.

La definición de la cultura digital también puede entenderse desde el mismo término cultura, que la Real Academia Española RAE (2021), señala como el “conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.” (párr.3), esta definición, llevada al contexto digital permite establecer la relación y el alcance que tienen las TIC en la cotidianidad de las personas, incluso en escenarios virtuales donde se desarrolla la convivencia.
(González et al, 2021)

La Cultura Digital tiene ciertos aspectos que están en constante transformación:

World Wide Web (WWW): es la forma como se distribuyen sistemáticamente, archivos, documentos, imágenes, entre otros, con la utilización o no de Internet. Es decir, es un servicio que se basa en los hipervínculos para navegar, estas pueden ser:

- Páginas web
- Navegadores
- Vínculos
- HTML

Internet: es el conducto por el cual viajan los datos alrededor de todo el mundo, es decir es aquello que vincula los ordenadores a una red global. Hay que tener en cuenta que a este lo utilizamos con distintos servicios, como:

- Facebook
- WhatsApp
- Juegos en línea
- Buscadores entre otros.

Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC): son aquellas herramientas tecnológicas que hacen fluir la información desde cualquier parte del mundo, ofreciendo nuevos servicios y productos, nombra algunos que seguro los conoces:

- Pizarras digitales
- Dispositivos móviles
- Tablets
- Correo electrónico

Redes sociales: consiste en una estructura que facilita la interacción e intercambio de información entre individuos en todo el mundo. Entre las principales tenemos:

- Facebook
- Instagram
- Snapchat
- Twitter
- YouTube
- TikTok



Nota. Upklyak|freepik.com

2.2.1. Características de la cultura de la sociedad digital

Continuemos con el aprendizaje mediante la revisión del siguiente documento: [Características de la cultura de la sociedad digital](#)



Estimado estudiante Para reforzar estas ideas, le sugiero la lectura del artículo “[Sociedad de la Información, Sociedad Digital, Sociedad de Control](#)” de Polo (2020):



Semana 4

2.3. Periodismo en la era digital

Con el avance tecnológico y la revolución de Internet, se han presentado múltiples transformaciones en distintos ámbitos, uno de ellos es el de la comunicación, dada la vinculación con las tecnologías de la información y comunicación (TIC), que a partir de aquello se expande el fenómeno de la comunicación digital, rompiendo el paradigma de los medios tradicionales y haciendo más partícipe al usuario o consumidor.

El ciberperiodismo o periodismo digital se puede determinar como la mezcla de varios medios de comunicación, teniendo a Internet como entorno principal de desarrollo. Este nuevo periodismo utiliza todos los recursos tecnológicos para desarrollar de manera constante noticias e información actualizada.

2.3.1. Los medios de comunicación en la era digital

Como se comenta anteriormente, con la llegada de las TIC, los cambios suceden en todos los ámbitos de desarrollo, y en materia de comunicación, a más de modificarse el modelo tradicional, también se presentan cambios en los mecanismos y medios de comunicación tradicionales, ampliando las opciones de difusión, los soportes, las audiencias, las formas de comunicar y la generación de contenidos comunicacionales en general.



Estimado estudiante, para ampliar esta temática, se recomienda revisar el apartado 1.2 del texto base del componente Comunicación digital donde se detallan los diferentes avances tecnológicos sucedidos a lo largo de la historia y que han permitido consolidar la actualidad de los medios de comunicación en la era digital.

Una vez revisado este apartado cronológico, como lo establece el docente del componente, corresponde ampliar los argumentos relacionados con el desarrollo de los medios de comunicación en la era digital, que según Jódar (2010) surge en el encuentro de estos con la tecnología, estableciendo “un nuevo modelo económico, productivo y social” (p. 4), además de lo antes referido, en cuanto a los perfiles profesionales y sus rutinas, así como a los modelos económicos no conocidos antes de la llegada de la Internet.

En el mundo de la Web 1.0, los periodistas y los medios solo competían con otros periodistas y medios por el contenido final e inmutable de sus publicaciones. Sin interacción alguna entre los periódicos impresos y los digitales y como en una carrera atlética, cada uno iba por su carril y cada tanto podía echar un vistazo al anillo de al lado para saber si estaba siendo superado y debía esforzarse más o mantener el ritmo para seguir liderando. (Bermúdez, 2013, p.3)

Continuemos con el aprendizaje mediante la revisión del siguiente documento [Periodismo digital](#)

2.3.2. Modelos de comunicación en el ecosistema digital

Al continuar con este estudio y conocer más acerca del mundo digital nos adentramos a conocer conceptos más específicos del tema, considerando que los modelos de comunicación han cambiado mucho de lo tradicional a lo digital, que presenta una dinámica bidireccional y sobre todo participativa o con retroalimentación de los usuarios.



Nota. storyset|freepik.com

La incidencia de estos modelos en la actualidad se puede evidenciar en la usabilidad que presentan, por lo que he considerado pertinente incluir la descripción correspondiente, a la vez que le invito a investigar sobre cada uno y su papel en el ecosistema digital (González, 2021).

Sitios Web

Es el lugar donde normalmente se alojan las páginas web, accesibles a través de internet, conectándose de diversas formas con una finalidad en concreto. Están identificadas por una dirección URL.

Redes Sociales

Cuando hablamos de redes sociales, en el mundo virtual, se considera a sitios o aplicaciones que operan en diferentes sectores, como el profesional, amistad, entre otros, pero siempre permiten el intercambio de información entre personas o empresas.



Para conocer más sobre los ecosistemas digitales te recomiendo revisar el siguiente Blog: [¿Qué es el ecosistema digital?](#)

2.3.3. El Big Data

El big data se refiere al gran volumen de datos, estructurados y no estructurados, que son imposibles procesarlos con métodos tradicionales. En ese contexto surge un concepto conocido como Big Data, entendido como la opción de almacenamiento, tratamiento y gestión de un importante número de datos existentes en el ciberespacio (Hernandes, et al. 2017).



Estimado estudiante, para entender más sobre este tema, te invito a visualizar el siguiente recurso audiovisual: [Documental "Big Data: el valor de nuestra información" de Modesto Sierra.](#)



2.4. El derecho a la información y la comunicación

Como cita (Suing, 2021) en la guía de la asignatura Derecho a la información y la comunicación, es necesario recordar que en 1980 el irlandés Sean MacBride, fundador de Amnistía Internacional y premio Lenin y Nobel de la paz, [junto a un equipo de expertos] preparó la propuesta denominada Informe MacBride con el fin de estudiar los principales problemas de la comunicación y que fue aceptado por consenso en la Conferencia General de la UNESCO, en Belgrado. Durante el proceso de gestación del Informe MacBride, la UNESCO fue escenario de fuertes tensiones entre países partidarios y detractores por intentar promover políticas nacionales de comunicación, hasta el extremo de convertirse en un factor clave para comprender la posterior salida de los Estados Unidos y el Reino Unido de la UNESCO. Estas posiciones se aglutinaron en relación con dos conceptos antagónicos durante décadas y continúan hasta la actualidad: Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) vs. Libre Flujo de la Información (free flow of information) (Esteinou, 2004).



Para conocer más sobre este tema, recomiendo revisar el apartado que corresponde a [Chasqui](#), Revista Latinoamericana de comunicación Nº 1 II época, año 1981, de la página 6 a la 11.

La palabra comunicación tiene la misma raíz de “comunidad” e incluye de modo inmediato la invitación a la acción. La *comunicación*, término esencial para la edificación social, tiene en el latín y el griego su profundo significado etimológico: en latín *comunicación* significa **poner en común, compartir y hacer común**, y en griego *comunicación* tiene como raíz la palabra *koinoonía* que significa a la vez **comunicación-comunidad**, con la expansión de las redes y su efecto dominante, se imponen las lenguas de los grandes países (el inglés por destacar una), mientras que otras lenguas corren el peligro de verse excluidas. (Aguirre, 2013). Ramonet (2002) afirma que en la era de la globalización, la característica principal de la información es que funciona como una mercancía que circula siguiendo las leyes del mercado, por lo tanto, se rige por las leyes de la oferta y la demanda. De acuerdo al autor la información como todo producto de la cultura de masas se rige por ciertas

características que la banalizan. Resulta paradójico e inconsistente que la globalización del orden mercantil y de los avances tecnológicos logre homogeneizar al mundo, acortando las diferencias y las distancias (García Canclini, 2004). En Ecuador la Constitución de la República en su artículo 18 señala que

Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.
2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información. (Constitución 2008).



Recuerde revisar el video “[La censura en internet](#)”. Le aportará en su formación.



Estimado estudiante está avanzando muy bien. Recuerde que permanentemente estaré guiando y asesorando en todo este proceso.

Con estas actividades ha culminado la unidad uno, no olvide resolver la Autoevaluación para corroborar sus logros en el aprendizaje.

¡Felicitaciones!

2.5. Resolución de caso

Continuemos con el aprendizaje mediante su participación en el siguiente caso que se describe a continuación:



Actividades de aprendizaje recomendadas

- Lea el siguiente caso *Tema_Contexto global “Infodemia durante la pandemia COVID-19”* y desarrolle la siguiente autoevaluación:



Autoevaluación 2

Preguntas Componente: Comunicación Digital.

- El actual ecosistema mediático, caracterizado por la superabundancia de información que proviene principalmente del prosumo, entendido como la capacidad de consumir y crear contenidos propios (Jenkins, 2006), ha propiciado diversas formas de desinformación que ponen en peligro los sistemas sociales, económicos, políticos y de salud a escala global.
- La emergencia sanitaria por la pandemia COVID-19 ha sido uno de los detonantes para la proliferación de las *fake news*, desde rumores e interpretaciones sesgadas sobre el virus, hasta piezas audiovisuales con teorías sobre su origen, síntomas, curas, acciones del gobierno y otras.

Estos fenómenos han provocado repensar en la empresa de comunicación, y concentrar sus esfuerzos en presentar contenidos de calidad. Con este antecedente presentamos el siguiente caso de reflexión:

La empresa de comunicación que se presenta a continuación está analizada bajo la matriz FODA. Observe, analice y conteste a las interrogantes.

Tabla 1.
Matriz FODA

| Fortalezas | Oportunidades |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">▪ Realiza productos de alta calidad.▪ Medio local.▪ Cubre contenidos locales.▪ Cuenta con alianzas estratégicas.▪ Personal joven.▪ Capacitación constante.▪ Cuenta con página web. | <ul style="list-style-type: none">▪ Varias plataformas y herramientas para crear diferentes narrativas.▪ Mercado en constante innovación.▪ Oportunidad de crecimiento.▪ Usuarios que buscan contenidos de calidad. |

| Debilidades | Amenazas |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Falta de posicionamiento. ▪ Poco personal. ▪ Concepto de marca poco entendido por la empresa. ▪ No está indexado en Google. ▪ No cuenta con redes sociales. ▪ El contenido multimedia tiene una carga lenta, en especial las imágenes por su tamaño. ▪ Enlaces rotos. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grandes empresas de comunicación e información. ▪ Poca inversión en publicidad. ▪ Competencia. ▪ Nuevos emprendimientos. ▪ La emergencia sanitaria por la pandemia causada por la COVID-19. ▪ Superabundancia de información. |

Con todas estas características de empresa de comunicación, es necesario pensar en una propuesta de plan de comunicación estratégica 360° que pueda enfrentar a la desinformación con información seria, veraz, precisa, oportuna, vigente, entre otras.

1. Luego de analizar la matriz FODA de la empresa de comunicación, escoja tres opciones en las que debería centrar su atención esta empresa de Comunicación Digital.
 - a. Redes sociales.
 - b. Blog y de la página web de la empresa.
 - c. Aplicaciones móviles.
 - d. Publicidad BTL.
 - e. Poca visibilidad en el contenido.
 - f. Centrar su atención en los medios de masas tradicionales.
2. Dentro de las estrategias SEO ¿cuáles son las características que este medio debería tomar en cuenta? Específicamente tres opciones.
 1. Rediseño de la arquitectura web.
 2. *Keywords* para posicionamiento.
 3. Crear un solo blog.
 4. Optimización de contenido multimedia.
 5. Establecer una sola red social.
 6. Redireccionamientos engañosos.

3. Escoja tres opciones que se puedan aplicar para este sitio. Dentro de la estrategia SEM, lo que debe tomar en cuenta este sitio de comunicación es:
1. Google Ads.
 2. Estrategia SEO.
 3. Pago por clic.
 4. Captación de *leads*.
 5. Pago en medios tradicionales.
 6. Posicionamiento orgánico del sitio web.
4. Relacione cada palabra con la definición que se establece en la asignatura.

| Nº. | Términos | Descripción |
|-----|---|--|
| 1 | <i>Engagement</i> | Es el compromiso que se crea entre la marca y el consumidor, esta fidelización puede estar determinada, por ejemplo, por el número de publicaciones compartidas por los usuarios, me gusta, reacciones, menciones y comentarios. |
| 2 | <i>Storytelling</i> | Puede ser colocado en diferentes canales de distribución, y además, puede contar historias aprovechando cada uno de los medios y soportes. |
| 3 | <i>Medios pagados</i> | Son medios o canales de terceros pagados por la marca para publicar sus anuncios. |
| 4 | <i>Medios propios</i> | Son aquellos medios o canales creados por la propia marca para acercarse a sus clientes y ganar otros nuevos. |
| 5 | <i>Marketing dinámico</i> | Medios de comunicación de contenidos digitales e interactivos en el punto de venta y en lugares públicos, a través de la emisión en pantallas , proyectores, tótems o paneles táctiles. |
| 6 | <i>Redes sociales verticales</i> | Son conocidas también como redes especializadas y permiten que los usuarios se agrupen por intereses comunes o temáticas específicas. |

Preguntas Componente: Periodismo Digital.

5. Los medios de comunicación en línea (migrantes y nativos) para afianzar su rol frente a la “infomedia COVID-19”, deben:
 1. Verificar cada hecho informativo previo a su publicación.
 2. Compartir los hechos que provienen de diversas fuentes de Internet en sus redes sociales.
 3. Publicar la información apenas los prosumidores lo entregan en su web.
 4. Los cibermedios no necesitan afianzar su rol frente a este tema.
6. En la difusión de las *fake news* se emplean medios de comunicación como:
 - a. Medios tradicionales.
 - b. Cibermedios.
 - c. Redes sociales de cibermedios.
 - d. Medios sociales creados por ciudadanos.
7. Los medios digitales han encontrado nuevas plataformas y canales para la difusión de información, en este sentido, en la “era de la infodemia”, el sistema de mensajería que ha sido empleado por los usuarios para la emisión de las *fake news* es:
 - a. Facebook: estar en contacto con sus afectos.
 - b. Telegram: compartir información oficial.
 - c. WhatsApp: difundir información sin verificación.
 - d. TikTok: información de entretenimiento.
8. En Periodismo Digital sabemos que existen diversos usuarios y diversas audiencias, por lo que “el confinamiento obligatorio al que se vio sometida la población mundial obligó a las personas a concentrar su atención en Internet...”, en tal sentido, el ciudadano puede optar seguir siendo:
 - a. Consumidor.
 - b. Productor.
 - c. *Prosumer*.
 - d. Consumidor, productor o *prosumer*, según se adapta a su rol.

Componente: Derecho a la Comunicación e Información.

9. Las noticias falsas alejan a los ciudadanos del derecho a la comunicación, en el sentido de impedirles contar con información verificada que les permita tomar decisiones adecuadas, porque se basan en:
- Hechos.
 - Rumores (correcto).
 - Testimonios.
 - Leyes.
10. Tres de los principios que justifican la regulación en comunicación son proteger a los grupos vulnerables (niños, niñas, adolescentes), evitar la información/publicidad engañosa y el fomento de la creatividad local, por lo expuesto la proliferación de las *fake news* durante la pandemia demanda se revisen las leyes y reglamentos sobre la libertad de expresión y comunicación para que:
- Las personas encuentren publicaciones útiles sobre la COVID-19 en el momento oportuno (correcto).
 - Las personas encuentren publicaciones útiles que les indiquen cómo mantenerse inmunes a la COVID-19.
 - Las personas encuentren publicaciones útiles sobre el movimiento antivacunas en el momento oportuno.
 - Las personas encuentren publicaciones útiles que les indiquen cómo mantenerse libres de la COVID-19.

[Ir al solucionario](#)



Muy bien. Está avanzando correctamente y con esto culminamos la primera unidad Recuerde ingresar al chat de tutorías y consultas, lo esperamos



Unidad 3. Bloque temático de Investigación en Comunicación



Estimados estudiantes, llegamos a la unidad 2 que aborda el bloque Investigación en comunicación, el mismo que recuerda a las asignaturas: métodos y técnicas de la investigación, educomunicación y sociología, recuerde que sobre este eje temático se evaluará esta unidad.

3.1. La importancia de la investigación en comunicación

La investigación científica es, en esencia, como cualquier tipo de investigación, solo que más rigurosa, organizada y se lleva a cabo cuidadosamente, es sistemática, empírica y crítica. Esto se aplica tanto a estudios cuantitativos, cualitativos o mixtos.



Nota. rawpixel.com|freepik.com

Aprender investigación es más fácil de lo que pudiera creerse. Es como empezar a utilizar la computadora y navegar en internet. Basta conocer ciertas cuestiones. La investigación de la comunicación es una actividad científica que con base en una perspectiva epistemológica, un cuadro teórico metodológico y una secuencia metódica de tareas racionales y empíricas, estudia y sistematiza los procesos sociales de producción,

intercambio y utilización de sentidos o algunas de sus manifestaciones concretas en contextos históricos concretos y determinados, con el fin de comprenderlos conceptualmente y hallar solución a problemas comprensivos y/o prácticos relevantes. (Torrico, 1997)

Según Sampieri 2014, señala en el texto metodología de la investigación sexta edición, los mitos que pueden existir al momento de hacer investigación.

Primer mito: la investigación es sumamente complicada y difícil. Durante años, algunas personas han dicho que la investigación es muy complicada, difícil, exclusiva para personas de edad avanzada, con pipa, lentes, barba y pelo canoso, además de desaliñado, propia de "mentes privilegiadas"; incluso, un asunto de "genios". Sin embargo, la investigación no es nada de esto. La verdad es que no resulta tan intrincada ni difícil. Cualquier ser humano puede hacer investigación y realizarla correctamente, si aplica rigurosamente el proceso correspondiente. Lo que se requiere es conocer dichos procesos y sus herramientas fundamentales.

Segundo mito: la investigación no está vinculada al mundo cotidiano, a la realidad. Hay estudiantes que piensan que la investigación científica es algo que no tiene relación con la realidad cotidiana. Otros alumnos consideran que es "algo" que solamente se acostumbra a hacer en centros muy especializados e institutos con nombres largos y complicados. En primer lugar, es necesario recordar que la mayor parte de los inventos y tecnologías en el mundo, de una u otra forma, son producto de la investigación. Creaciones que, desde luego, tienen que ver con nuestra vida diaria: desde el proyector de cine, el nailon, el marcapasos, la aspiradora, el motor de combustión, el teléfono celular o móvil y el CD; hasta la electricidad, computadoras, naves espaciales, medicamentos, vacunas, cohetes, juguetes de todo tipo y prendas de vestir que utilizamos cotidianamente.

Gracias a la investigación se generan procesos industriales, se desarrollan organizaciones y sabemos cómo es la historia del universo y la humanidad, desde las primeras civilizaciones hasta los tiempos actuales. Asimismo, podemos conocer desde nuestra propia estructura mental y genética, hasta cómo impactar un cometa en plena trayectoria a millones de kilómetros de la Tierra, además de explorar el espacio.

Incluso, en la investigación se abordan temas como las relaciones interpersonales (amistad, noviazgo y matrimonio, por ejemplo), la violencia,

los programas de televisión, el trabajo, las enfermedades, las elecciones presidenciales, los deportes, las emociones humanas, la manera de vestirnos, la familia y otros más que son habituales en nuestras vidas.

Entonces, la investigación científica es un proceso ordenado y sistemático de indagar en el cual, con la aplicación rigurosa de un conjunto de métodos y criterios, se persigue el estudio o análisis en torno a un asunto o tema, con el objetivo de aportar, ampliar o desarrollar el conocimiento que se tiene del mismo, siendo su principal objetivo, buscar soluciones a problemas específicos.

3.1.1. El proceso científico de la investigación

El hombre parece haber estado siempre preocupado por entender y desentrañar el mundo que lo rodea, por penetrar en sus conexiones y en sus leyes, por atisbar hacia el futuro, descubriendo las relaciones y el posible sentido de las cosas que existen a su alrededor (Sabino 1992).

A lo largo de la historia de la ciencia han surgido diversas corrientes de pensamiento (como el empirismo, el materialismo dialéctico, el positivismo, la fenomenología, el estructuralismo) y diversos marcos interpretativos, como el realismo y el constructivismo, que han abierto diferentes rutas en la búsqueda del conocimiento (Sampieri, 2014). De acuerdo a lo establecido por Díaz (2009):

La primera función que la ciencia atiende, es describir la realidad, la cual consiste en la aplicación de métodos y técnicas que se emplean con el objeto de recopilar datos y hechos, y para establecer generalizaciones empíricas. Una segunda función de la ciencia es explicar la realidad. Es decir, reflejar mediante generalizaciones teóricas (principios, leyes, conceptos) las propiedades de los fenómenos, así como de los factores causales que los determinan. Finalmente, la ciencia cumple la función de transformación de la realidad en correspondencia con las necesidades y demandas de la sociedad. Es justamente esta última función la que determina y justifica la existencia y desarrollo de la ciencia como forma especial de conocimiento (p. 29).

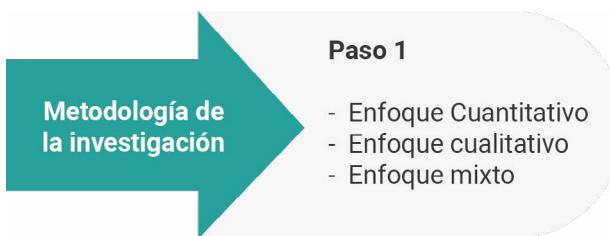
Según Forteza y Ramírez (2017) la estructura de la ciencia está conformada por:

- Objeto de estudio. Comprende el hecho o fenómeno de naturaleza física o social, el cual debe estar bien identificado, ser concreto y circunscribirse en la realidad.
- Campo de acción. Es el marco de referencia de la ciencia. Cada uno de los campos científicos debe respetar sus correspondientes áreas de estudio.
- Método de trabajo. Constituye el conjunto de procedimientos y técnicas aplicados para descubrir y explicar la verdad.
- Teoría del lenguaje. Hace referencia a la forma lógica de expresar la ciencia. Está conformado por las teorías, principios, postulados, leyes, entre otros.

3.1.2. Métodos y técnicas de investigación

Los métodos o enfoques cuantitativos, cualitativos y mixtos constituyen posibles elecciones para enfrentar problemas de investigación y resultan igualmente valiosos. Son, hasta ahora, las mejores formas diseñadas por la humanidad para investigar y generar conocimientos.

Figura 3.
Metodología de la investigación



Fuente: Samperi 2014

Recuerde que la investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema. Para entender de mejor forma los enfoques cualitativos, cuantitativos y mixtos, se resume en la siguiente tabla, recuerde revisar el recurso [opinión de los investigadores](#).



Así mismo recomiendo revisar el siguiente enlace para completar el estudio: [Investigación científica](#)

Continuemos con el aprendizaje mediante la revisión de la siguiente presentación sobre los métodos y técnicas de investigación.

Métodos y técnicas de investigación



Muy bien. Está avanzando con éxito. Recuerde ingresar al chat de tutorías y consultas, ¡lo espero semanalmente!



Semana 7

3.2. La importancia de la educomunicación y la sociología

3.2.1. La educomunicación

La educomunicación es un campo de estudios interdisciplinar y transdisciplinar que aborda las dimensiones teórico-prácticas de dos disciplinas: la educación y la comunicación, actualmente está marcada por las TIC (Tecnologías de la Comunicación y la Información). Sus orígenes se remontan a Freinet, quien introdujo por primera vez en la historia un medio de comunicación en el ámbito escolar, el periódico escolar, así como a la publicación Culture and Environment de Leavis y Thompson, en la que se reclamaba un cambio de práctica educativa para preservar los valores culturales tradicionales en un contexto donde el cambio por los mass medias era evidente.



Los estudios de las imbricaciones entre comunicación y educación se han interesado, por un lado, en el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en la educación, la alfabetización digital, el acceso a la información, los nuevos entornos de aprendizaje y, por otro, en una

valoración más profunda del potencial cultural, pedagógico, humano y de construcción del conocimiento que se evidencia en distintos procesos, entornos y actores educativos-comunicativos (Narvaez y Catellanos, 2018).

Valderrama (2000), sintetiza los aportes de varios autores al campo de interacción comunicación y educación, menciona que para Jorge Huergo “como campo puede ser atravesado a partir de tres tipos de relaciones: instituciones educativas y horizontes culturales, educación y medios de comunicación, y educación y nuevas tecnologías”; William Fernando Torres quien la asume como “un campo estratégico del conocimiento que posibilita construir saber experimental y transdisciplinario con el fin de proponer políticas para la construcción del sujeto”; Ismar de Oliveira por su parte considera este campo desde cuatro áreas de intervención social: “educación para la comunicación, mediación tecnológica en la educación, gestión de la comunicación en la educación, y el área de la reflexión epistemológica” (Oliveira, 2009, p. 205).



Para entender el concepto de educomunicación, les invito a visualizar el siguiente video: [“Educomunicación: El maestro es fundamental para la transformación educativa desde el aula”](#).

Características de la sociedad actual que afectan especialmente a la Educomunicación:

- La Interactividad.
- La cultura de la participación.
- La cultura de la convergencia.
- La cultura móvil.

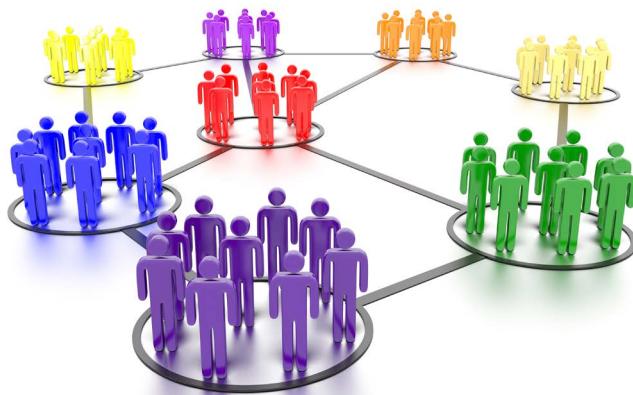
Para que la educomunicación sea participativa se debe resaltar el carácter democrático de la educación y la comunicación, en la cual los participantes deben tener una actitud colaborativa en sus intervenciones en donde exista participación. Los códigos lingüísticos son los medios de conexión en la relación entre pensamiento y mundo y estos, por cuanto permiten expresarnos a través del lenguaje verbal y convierten a la comunicación en el medio entre individuos y la sociedad.



Nota. Monkey Business Images|shutterstock.com

3.3. La sociología

La sociología es la ciencia que estudia el ser humano y su comportamiento en la sociedad, es la única ciencia que engloba a todas las actividades realizadas por los seres humanos, convirtiéndose en un campo muy amplio.



Nota. QStock|shutterstock.com

Se podría decir que la sociología existe desde mucho tiempo antes que se desarrollará como ciencia o que se delimitará su objeto de estudio.

En el siglo V antes de Cristo, Heródoto se dedicó a realizar completas descripciones de las costumbres y los rituales de diversos pueblos. Auguste Comte, por su parte, fue el encargado de dar forma al concepto de sociología, cuando en 1838 presentó su Curso de Filosofía Positiva. La sociología se consolidó como una ciencia autónoma recién a mediados del siglo XIX.



Para entender el concepto de sociología, les invito a visualizar el siguiente video: [¿Qué es la Sociología?](#)

La sociología puede ser estudiada a partir de distintos métodos: el cualitativo, que incluye descripciones y explicaciones detalladas de conductas, situaciones y sujetos, y que además puede incluir el relato de los participantes contado por ellos mismos; el método cuantitativo, que se encarga de las variables que pueden ser representadas por valores numéricos (cifras) y que permiten buscar posibles relaciones a través del análisis estadístico.

Le invito a profundizar sus conocimientos acerca de estructura de la sociología revisando la siguiente infografía.

Estructura de la sociología



Para complementar el aprendizaje, recomiendo revisar el siguiente enlace: [Mapa conceptual de sociología](#)



Actividades de aprendizaje recomendadas

Para completar los conocimientos en torno a estos componentes, debe revisar los enlaces recomendados y revisar su material de apoyo de cada asignatura.



Muy bien. Está avanzando con éxito. Recuerde ingresar al chat de tutorías y consultas, lo esperamos.



Actividades finales del bimestre



Semana 8

Revisión de las unidades 1, 2 y 3

Actividad:



Revise sus anotaciones respecto de cada uno de los temas tratados en las unidades uno y dos, destaque mediante términos claves lo esencial en cada uno de ellos. Revise también los procedimientos que utilizó para su desarrollo y sintetícelos en un organizador gráfico (mapa conceptual, gráfica, cuadro sinóptico, mapa mental, etc.) esto le servirá de ayuda para su estudio y preparación de la evaluación.



Segundo bimestre

Resultado de aprendizaje 1

- Sistematiza los contenidos de la carrera que serán evaluados en el examen complejivo de grado.

Los escenarios y contextos son un pilar fundamental en la formación integral e identidad de las personas, a partir de las experiencias vivenciales como base para la valoración y reflexión de los estudiantes y la interacción educativa, con estas actividades se pretende reforzar los conocimientos adquiridos durante su etapa estudiantil.

Al iniciar este segundo bimestre es importante indicar que el bloque audiovisual sobre el cual se evaluará está conformado por distintas asignaturas que ustedes ya aprobaron, sin embargo se orienta con algunos contenidos mínimos para que se prepare de mejor manera, fortaleciendo así, la innovación de la práctica educativa, elementos que permiten la transformación de los modelos de aprendizaje, con esto se pretende recuperar conocimientos en investigación para el análisis de problemáticas que se plantearán con los casos a evaluar.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



Semana 9

Unidad 4. Bloque temático de audiovisual

Los seres humanos somos por naturaleza seres visuales, desde muchos años atrás vivimos en un mundo de imágenes. Nuestros países, nuestra cultura y nuestra sociedad han estado siempre acompañadas de pantallas (análogas y digitales). Al parecer siempre han estado, sin embargo, la historia de la producción audiovisual es relativamente corta; sobre todo si la comparamos con otras disciplinas como la pintura, la escultura o la literatura.

Cinematografía deriva sus siglas de la palabra “Cine” que proviene del griego κίνη (kine) que significa “movimiento” y de la palabra “grafos”, que a su vez se deriva del griego γραφός (grafos) para hacer mención a “imagen en movimiento” (Treacey, 2016). Por lo tanto, la humanidad desde hace miles de años ha tenido la necesidad de plasmar imágenes, por ejemplo las antiguas civilizaciones pintaban sobre las rocas.

La industria audiovisual o de los medios de comunicación, es un sector crecientemente internacional, con productos que tienen una llegada cada vez más amplia. A fines de los años ochenta, y durante los noventa, la competencia y las nuevas tecnologías llevaron a las empresas de medios nacionales a formar parte de corporaciones globales para beneficiarse de las economías de escala y de enfoque. Dentro de las estrategias de diversificación geográfica la exportación de contenidos a otros mercados ha sido percibida por muchas empresas del sector como una de las mejores formas de recuperar la inversión cuando el producto ha sido exitoso.



Nota. macrovector|freepik.com

El sector audiovisual es un sector complejo en el que intervienen una diversidad de actores e intereses, creadores, productores, distribuidores y exhibidores que desde inicios, conformaron el esquema clásico de la industria cinematográfica, que establece los sectores de fabricación de producto, distribución, exhibición y consumo (Martínez y Fernández 2010: 49).

La televisión es el primer sistema verdaderamente democrático, el primero accesible para todo el mundo, y completamente gobernado por lo que quiere la gente. Lo terrible es, precisamente, lo que quiere la gente. Clive Barker

Empiezo la introducción a la materia de televisión haciendo referencia a la cita de Clive Barker, destacado escritor, director de cine y artista audiovisual, espero esta frase nos lleve a la reflexión de no ver a la televisión como un medio de comunicación maléfico como muchos nos la pintan, sino más bien como la oportunidad para transmitir al espectador lo que debe ver, no lo que quiere ver, esa es la tarea del comunicador actual, de ustedes señores estudiantes que pronto serán los creadores, directores, productores, de los diferentes medios de comunicación, entre estos los canales de televisión y tendrán esa ardua tarea de crear programas que la gente necesita ver, que los ayude a formarse de manera integral.

4.1. El mundo de la información y el entretenimiento

La televisión ha alcanzado enorme implantación en todo el mundo, que se la puede considerar el medio más universal, son pocos los hogares que no disponen de un televisor. En países ricos como Estados Unidos la televisión sigue siendo el medio con mayor implantación a pesar de la gran competencia de los llamados “nuevos medios”.

En países en vías de desarrollo o terceramundistas como también se los denomina, la televisión es uno de los medios con más penetración, sin importar edad, género o distinción de clases sociales. Así también se convierte en una gran ventana para exponer formas y estilos de vida.

4.1.1. Funciones de la televisión

Las funciones principales de la televisión que según se le atribuyen al fundador de la BBC, John Reith son “informar, educar y entretener” quien señaló estas funciones como principios orientadores de las radios públicas británicas a finales del siglo veinte.

La importancia de estas funciones fue variando, en muchos casos de televisoras que creían que lo más importante era mantener informados antes que educar y entretener. En otros países varía este orden.

4.1.2. El impacto de la era digital

Las técnicas de producción audiovisual han avanzado junto con la industria audiovisual. En la misma medida, los avances de las TIC y equipos de producción, así como la rápida implementación de Internet también han modificado tanto la forma de producir como de consumir contenidos audiovisuales. En los últimos años, hemos experimentado numerosos cambios, algunos de ellos ligados al creciente uso de herramientas, como el ordenador, el teléfono móvil, las tabletas y otros dispositivos digitales, así como el aumento de los canales de televisión o la digitalización de numerosos medios comunicativos, el gran desarrollo de las startup, entre otros servicios y aplicaciones de Internet.

En este sentido, las narrativas, deben ser entendidas en este contexto socioeconómico, pues la participación de la audiencia en la mayoría de las ocasiones invierte la razón capitalista dado que el propósito primario por parte de los usuarios, no es la obtención de beneficios económicos. Valores relacionados con la justicia social, el reconocimiento de la comunidad, la democracia o el hartazgo hacia las élites políticas y judiciales son algunas de las causas que explicarían la movilización de la audiencia (García-Jiménez y Sánchez, 2017, p.29).

4.1.3. Programación de calidad

Este es un tema muy recurrente cuando hablamos de televisión o producción de contenidos audiovisuales, ¿qué calidad vemos y consumimos?, ¿es buena o mala?

Siempre relacionamos con este gráfico cuando nos referimos a calidad; en televisión o contenidos audiovisuales debemos relacionar con el siguiente gráfico.

Figura 4.

Programación de calidad



Es verdad que no hay una herramienta que mida la calidad, sobre todo desde el punto de vista que se la vea, por ejemplo si hablamos de televisión comercial posiblemente el indicador de calidad sea el rating de un programa de televisión; pero si lo vemos desde el punto de vista académico de formación, el rating no es un indicador de calidad, sino más bien el contenido que un programa tenga. En comunicación, la pregunta clave es en torno a la calidad que el empresario ha de responder de acuerdo a los contenidos que quiera ofrecer, y a la identidad y misión que distinguen a la empresa de las demás.

Para determinar la calidad inciden varios factores:

- El público/usuario
- La competencia
- Los productores de contenidos
- Los entes reguladores
- La academia
- El estado



Para entender de mejor manera la importancia de la calidad, le invito a revisar el artículo Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar de Omar Rincón:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3639917>



4.2. La imagen y el lenguaje audiovisual

Hemos llegado a uno de los temas más apasionantes en la producción audiovisual, me refiero precisamente a conocer sobre la composición de imagen, planos, encuadres, en fin toda la parte técnica que usted debe conocer para empezar a producir contenidos audiovisuales, ahora que usted tiene las bases y conceptos claros sobre televisión, está listo para conocer cómo se realiza el proceso de creación de un producto audiovisual, que al igual que cualquier otra actividad artística es crear, componer, empieza con la idea inicial y termina con la difusión del producto realizado.

Para entender el poder de la imagen, les recomiendo revisar el recurso relacionado al estudio de la [semiótica](#)

4.2.1. Equipos de producción

Siempre existe un gran equipo humano detrás cámaras de un producto audiovisual, cada uno trabaja en el campo en que es experto (dirección, producción, sonido, iluminación, cámaras, escenografía, realización, maquillaje, etc.) a este se le denomina equipo humano o de producción, cada uno trabaja en su área, pero es necesario puntualizar que cuando se trabaja en una obra audiovisual el trabajo es de todo el equipo, depende de todos para lograr buenos resultados.



Nota. prostooleh|freepik.com

Como se puede apreciar en la imagen existe un gran número de recursos tanto humanos como técnicos detrás de una producción audiovisual. A continuación, se detalla la función de los dos principales equipos en una producción. [Roles de producción](#)

a. Producción

El equipo de producción está presente en todas las etapas del proceso de producción. Martínez y Fernández, 2010 en el libro Manual del productor audiovisual señalan “el equipo de producción es el primero que se incorpora en marcha de un proyecto y el último que lo abandona”.

b. Dirección y realización

La parte creativa y puesta en imagen de un trabajo audiovisual depende del equipo de dirección y realización respectivamente.

Dependiendo de la magnitud del proyecto audiovisual que se pretende producir, se conforma un equipo de dirección, que generalmente está integrado por el director, subdirector (que en ocasiones puede ser el coordinador de escenografía) y algún ayudante o auxiliar. El director depende del productor ejecutivo, porque sus decisiones en cuanto a la tarea creativa siempre implican un costo económico. “Una de las principales funciones consiste en decidir, sobre los contenidos, intérpretes y presentadores convirtiéndose en la figura que coordina las diferentes aportaciones que convergen en el diseño y realización del programa.” (Martínez y Fernández, 2013, p. 45)

c. Fases del proceso de producción

Como se mencionó anteriormente, en el proceso de producción se ven implicados varios aspectos, es complicado estandarizar un proceso de producción, esto por la variedad de formatos y géneros que hay en la televisión, pero se pueden resumir en estos grupos:

- Desarrollo del proyecto
- Producción, que se compone a su vez de:
 - Preproducción
 - Producción, grabación o rodaje
 - Postproducción.
- Cierre o difusión de la producción

4.2.2. El lenguaje audiovisual

El lenguaje audiovisual se integra por un conjunto de símbolos y normas de utilización, que hacen posible esta particular manera de comunicar. Es una forma de expresión que integra el **lenguaje verbal** (escrito y hablado), el lenguaje visual de las **imágenes estáticas** en sus distintos grados de iconicidad y todos los elementos del **lenguaje sonoro**, aportando además las convenciones propias del lenguaje de las **imágenes en movimiento**. La producción audiovisual es el arte de crear un producto para medios de comunicación audiovisuales, como el cine o la televisión o medios digitales.

Continuemos con el aprendizaje mediante la revisión del tema: [El lenguaje audiovisual](#)

Le invito a profundizar sus conocimientos acerca de: [Lenguaje audiovisual](#)



Muy bien. Está avanzando con éxito. Con este interesante tema terminamos esta semana. Recuerde ingresar al chat de tutorías y consultas, lo esperamos.



Semana 11

4.3. Lenguaje radiofónico

Las sociedades se rigen siempre de la existencia de un lenguaje y este trae consigo un conjunto de normas y reglas que dan sentido a ese lenguaje, sin esto no podríamos hablar de comunicación y sería imposible entablarla si no existen canales conductores que posibiliten o permitan esta comunicación. La radio, al igual que en los otros medios de comunicación, convergen todas y cada una de las condiciones necesarias para hacer de la comunicación una realidad.



Nota. prostooleh|freepik.com

El lenguaje radiofónico combina recursos sonoros y no sonoros a través de la voz, la música, los efectos de sonido y hasta el silencio. Todos estos elementos dependen del proceso técnico-expresivo que se combinan y también depende de la percepción sonora e imaginativa de los receptores.

4.3.1. Características del lenguaje radiofónico

La radio al igual que la televisión hay que considerar mucho la parte de la fugacidad del mensaje o contenido. El periodista radiofónico debe ser consciente que el oyente no puede volver a escuchar lo que se está contando, no puede comprobar si ha entendido bien la información, en este sentido se puede considerar lo siguiente:

- Claridad: se trata de hacer asequible la expresión porque existe el riesgo de interrumpir la recepción mental de los mensajes si se adoptan códigos que requieren esfuerzos reflexivos.
- Lo concreto, en forma activa y presente. Cuando hacemos radio son necesarias las formas que más “vitalizan” las imágenes y los relatos.
- Brevedad. Las exigencias del tiempo, la necesidad de facilitar la asimilación y la fugacidad del mensaje obligan a la radio a construir

mediante períodos y frases breves que aseguren la comprensión total del mensaje.

4.3.2. El guion radiofónico

La radio es improvisación, pero al igual que en televisión, la buena radio, se basa en un guion, texto en el que se sustenta y desarrolla la idea documentada por el autor. Salvo en espacios dramáticos, el guion radiofónico, debe ser un documento abierto a la improvisación y al saber hacer del profesional de la radio que puede reconducirlo en función de la evolución de los acontecimientos o de los datos aportados por la retroalimentación del medio radiofónico (Yaguana, 2021).

El guion es el principal elemento para estructurar el lenguaje radiofónico y, a la vez, sincronizar a locutores y técnicos a la hora de ejecutar una idea. La radio es palabra, música, efectos y silencio, emitidos de forma ordenada y cada uno a su tiempo y en su plano sonoro. Cuando hacemos la elaboración de un guion radiofónico hay que tener en cuenta que no es una tarea complicada. Sin embargo, sí lo es su concepción, es decir, pensar en todo aquello que se va a transmitir a través de las ondas y, lo que es más importante, en cómo se va a hacer. Al momento de redactar un texto para el medio radiofónico debemos de prestar gran importancia al hecho de que estamos escribiendo para ser oídos, es decir, el mensaje debe crear la sensación de ser contado, no de ser leído y llegar de manera clara al oyente. Para ello, es necesario un cambio de mentalidad a la hora de elaborar el mensaje radiofónico.



Para entender de mejor manera, los invito a revisar el siguiente video: [Cómo hacer un Guion Radiofónico](#)

4.3.3. El podcast

Las nuevas tecnologías han incidido notoriamente en todos los soportes y los medios tecnológicos con los que se cuenta para hacer comunicación. Hay que tener en cuenta que estas herramientas tecnológicas facilitan de generación de contenidos audiovisuales en general.

McClung y Johnson (2010), definen a los podcasts como archivos de audio y video que pueden ser descargados a un escritorio de computadora, iPod u otros soportes portables de reproducción. Los

podcasts permiten a los usuarios ahorrar tiempo, elegir qué escuchar y cuándo hacerlo, además suscribirse a ciertos alimentadores que descargan automáticamente podcast cuando éstos están disponibles.

Figura 5.

Origen etimológico del podcast



Fuente: Yaguana, 2021

Para tener claro, los podcasts son una serie de episodios grabados en audio y transmitidos *online* realizados o reproducidos en diferentes herramientas y soportes digitales. Pueden ser grabados en diferentes formatos, los más comunes son entrevistas (invitado y presentador) y grabaciones individuales donde el presentador (o presentadores) comenta sobre un tema en específico; informativos. En este formato la idea es transmitir alguna información al oyente.



Para entender de mejor manera lo que es un podcast, les invito a revisar el siguiente enlace: [¿Qué es un podcast?](#)

El profesor Hernán Yaguana, docente titular del componente de radio en la carrera, señala algunas recomendaciones que las cito textualmente:

Antes de la locución

1. Pierda el temor al error, debemos partir comprendiendo que somos humanos, si me equivoco, no pasa nada, hay que volverlo a intentar hasta que salga bien. Tenga confianza en sí mismo. Todas las personas tenemos dotes de grandeza que a veces no las sacamos a flote. El miedo sólo está en la mente de cada uno, pero la convicción es superior.

2. Cuando padezca alguna anomalía en su cuerpo (dolor de cabeza, dolor de estómago, fiebre, gripe, etc.) en lo posible no intente practicar la locución. No olvide que, a través del micrófono además de emitir ondas hertzianas, también se envían vibraciones de estado de ánimo.
3. Acostúmbrese a realizar ejercicios de respiración en la mañana al despertarse y en la noche antes de dormir, hágalo en un lugar libre de interrupciones. Es un buen ejercicio para respirar correctamente, además que armoniza el cuerpo de forma total.
4. Cuide sus cuerdas vocales, por la mañana realice enjuagues muy suaves, su práctica le ayudará a fortalecer la vocalización, además de proveer una higiene bucal.
5. Comience a leer en voz alta, juegue al locutor en vivo, haga de cuenta que está al aire en su estación favorita y que usted es la estrella. Lea una noticia, recite un poema, improvise una nota sobre el tema que usted más sabe, haga una narración deportiva, etc. Es decir, suelte su voz, grábela, luego escuche como suena; así descubrirá cuáles son sus defectos, cuáles son sus virtudes.

Locución en vivo

6. Antes de iniciar, realice ejercicios de calentamiento de su aparato fonador, pronuncie las vocales una a una abriendo bien la boca, luego haga lo mismo con las consonantes. Si tiene tiempo lea trabalenguas.
7. Previo a realizar la locución en vivo, no beba agua fría, ni ingiera alimentos en demasía; entorpecen el buen desempeño de su organismo, tanto de las cuerdas vocales como del estómago.
8. En el estudio de grabación siéntese de forma correcta, procurando que su espalda esté recta, deje que sus posaderas reciban todo el peso de su cuerpo, así liberará al diafragma para que cumpla su cometido. Relaje todo su cuerpo, trate de armonizar la columna con el cuello y la cabeza, no los tense jamás.
9. Al momento de acercarse al micrófono, evite en lo posible no pegarse mucho, ni tampoco se aleje, lo recomendable es una cuarta entre su boca y el micrófono. Si le piden probar sonido no golpee el micrófono con su mano, simplemente lea o hable tal como si estuviera en vivo.

10. Si le dan la señal que está en vivo, deje uno o dos segundos y empiece a hablar.
11. Pronuncie correctamente cada palabra, aplicando todo lo visto capítulo, con ello tiene el éxito garantizado.
12. Si se equivoca al pronunciar una palabra o al dar una idea, tiene dos opciones, la primera volverla a repetir, diga perdón se debía decir así. Y la segunda, deje que pase. Lo que no debe hacer es que su cerebro se atormente y siga pensando en el error todo el tiempo.
13. Mover las manos es muy importante en la locución en vivo, hágalo siempre. La gesticulación ayuda para que el cuerpo se relaje y no esté tenso, practique continuamente.
14. La locución en vivo exige del emisor tanta espontaneidad aun si está leyendo, si lo hace, trate de no parecerlo. Lo ideal es que todo fluya de manera natural, como una conversación entre amigos. Por tanto, siempre es necesario que el locutor sepa del tema que va a tratar; incluso es aconsejable llevar un pequeño guion.
15. No hable con la garganta, si lo hace en poco tiempo su voz se debilitará, deje que sea el aparato resonador el que proyecte su voz.

Continuemos con el aprendizaje mediante la revisión del tema: [La radio](#)



No olvide ingresar al chat de tutorías y consultas, que su tutor estará listo para resolver sus dudas.



Semana 12

4.4. Nuevas narrativas audiovisuales

En este mundo se inscriben los trabajos de los lectores (fanworks), instancias de participación a las que aún actualmente, el carácter editorial, centralizado y meritocrático de los contenidos, brinda a su potencia creativa y colaborativa una tímida motivación. Estos fenómenos complejos de tan enriquecedora alternancia entre consumir y producir en la se entraman

asistemáticamente los contenidos en la intersección de lo individual y lo colectivo, suelen ser escasamente revelados por la mirada encuestadora, atrapada en la encerrona cuantitativa muchas veces de corte mercantil. (Igarza, 2017, p. 16) En este contexto, las experiencias narrativas de ficción y de no ficción asumieron formas transmediales de comunicación (Lovato, 2017).

Las nuevas narrativas hablan de creación de contenidos audiovisuales trabajados desde la hipertextualidad, los relatos multitramas, el salto de los videojuegos a otras plataformas, a la realidad aumentada a lo crossmedia y transmedia. De ahí que podemos hablar de una forma novedosa de producir un relato, que se justifica por la evolución de los consumidores que cada vez más requieren de nuevas formas de ver un producto audiovisual, a lo que llama Scolari (2017) los “translectores” usuarios multimodales que dominan diferentes lenguajes y sistemas semióticos, capaces de moverse en redes textuales complejas.

Según Boj y Díaz (2013):

La posibilidad de acceder a las historias en cualquier momento directamente a través del teléfono móvil personal abre una nueva época en la historia del desarrollo de las narrativas vinculadas a lugares tanto desde el contexto del arte y la experimentación artística como desde posiciones más cercanas a la industria del entretenimiento, los videojuegos y el mercado de los medios de comunicación, la publicidad y el *marketing*. (134).

4.4.1. Tendencias de la comunicación audiovisual

La sociedad del conocimiento está en constante transformación, los modelos comunicacionales evolucionan con los años, los profesionales en formación deben estar al tanto de dichos cambios y mantenerse actualizados. Saber comunicar a un público es vital en tiempos actuales, conocer el manejo de herramientas digitales que faciliten la interacción entre el creador de contenidos y el usuario es fundamental en esta asignatura.



Con el objetivo de aportar al logro de los resultados aprendizaje, las TIC contribuyen al desarrollo de la creatividad y la inventiva en los estudiantes, competencia importante en un comunicador que desarrolla sus saberes en una sociedad del conocimiento digital. Las herramientas tecnológicas, en la actualidad son un instrumento para participar en las experiencias educativas, comunicativas y relaciones de la humanidad contemporánea.

Los medios tradicionales han tenido que ir evolucionando a la par de nuevos sistemas de comunicación audiovisual como Internet, aplicaciones móviles, comics, videojuegos y realidad aumentada. La variedad de contenidos es muy amplia, de gran variedad y accesibilidad, lo que produce una diferencia notable entre el lenguaje audiovisual del siglo pasado a través de los medios clásicos y la actual época.

El consumidor de producción tradicional adopta un papel de espectador que recibe contenidos creados. El consumidor actual combina el consumo con la creación asumiendo un nuevo rol de distribuidor. La evolución del desarrollo audiovisual no solo se debe a los avances tecnológicos sino también al desarrollo cultural y movimientos sociales, esto sumado a las nuevas tecnologías de la información, el desarrollo artístico ha permitido mayor participación de diseñadores, animadores o ilustradores en los productos audiovisuales que han hecho posible las ilusiones visuales en el cine para luego adaptarse a la televisión, videojuegos, *streaming* y otros formatos (Jenks, Ford y Green, 2015).

Internet no ha dejado de desarrollarse desde el año de 1993, en esos primeros años el marco de la innovación fue esencialmente técnico, pero rápidamente se delineará una nueva industria de contenidos, centrada en tres polos:

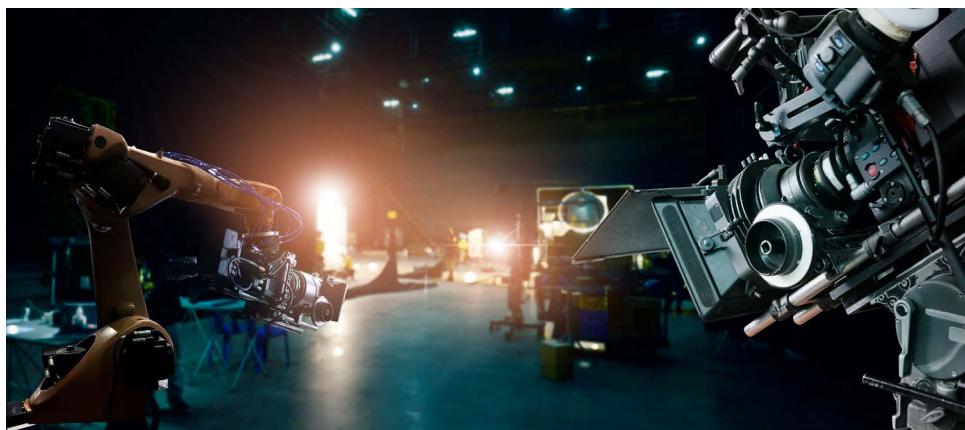
- La interactividad, relación entre el sujeto y su entorno
- La hipertextualidad, el almacenamiento de datos y entrega de contenidos
- La conectividad, las redes generando un nuevo espacio: el ciber, lo virtual. (Escudero, 2019)



Semana 13

4.5. El Cine

El Cine es un medio de expresión y comunicación que tiene una narrativa y un lenguaje específico, es la principal plataforma de cultura del mundo ya que el cine construye la identidad de una sociedad. El estudiante tendrá las herramientas para hacer una narración sólida con un lenguaje cinematográfico el mismo que aporte a la creación de nuevas maneras de ver y hacer cine (González, V. 2020).



Nota. PopTika|shutterstock.com

En toda realización de las obras cinematográficas interviene un grupo importante de técnicos o personas encargadas de diferentes tareas como:

- Dirección
- Producción
- Guion
- Edición
- Manejo de cámaras
- Sonidistas y muchos más.

Continuemos con el aprendizaje mediante la revisión del tema: [La narración cinematográfica](#)

4.5.1. Historia del cine.

Cinematografía deriva sus siglas de la palabra “Cine” que proviene del griego κίνη (kine) que significa “movimiento” y de la palabra “grafos”, que a su vez se deriva del griego γραφός (grafos) para hacer mención a “imagen en movimiento” (Treacey, 2016). Por lo tanto, la humanidad desde hace miles de años ha tenido la necesidad de plasmar imágenes, por ejemplo, las antiguas civilizaciones pintaban sobre las rocas.

a. El comic.

Es el que da inicio a la producción audiovisual, prácticamente nace con el cine (*Storyboard cinematográfico*) en el año de 1895 con su primera producción denominada: [The Yellow Kid](#), al igual que el cine quien se reconoce como tal en ese mismo año, cuando los hermanos Lumiere, comenzaron a reproducir sus películas en el salón Indien de París, con su primera obra “La llegada de un tren a la estación Closat”. Es un medio visual de narración verbo-íónica que comunica historias de uno o varios personajes. Se trata de una “narración secuencial mediante imágenes fijas” (Castillo, 2004, p. 248), es decir se trata de una sucesión de imágenes que se pueden complementar con textos.

b. El cine mudo

La era del cine mudo duró aproximadamente tres décadas, comenzando en la de 1890 y culminando a finales de la de 1920. Durante este tiempo, las películas mudas fueron evolucionando y pasaron de ser una novedad en ciernes a convertirse en uno de los pilares fundamentales del arte y el entretenimiento. La era de oro del cine mudo fue también muy importante desde el punto de vista técnico: nuevas técnicas de iluminación, el primer plano, el paneo y el montaje invisible.

Las características del cine mudo varían según el director o incluso según su actor protagonista, por ello desarrollaremos más abajo las **características propias del cine de Chaplin, Keaton y Lloyd**:

- Calidad de la imagen
- Intertítulos
- Música en vivo y otros tipos de acompañamiento sonoro
- Personajes
- Temáticas

c. **El cine sonoro:**

Después de la era del cine mudo, la cual fue un auge para esa época, los cineastas comenzaron a introducir sonido a sus películas, querían algo diferente a lo que venían haciendo durante tanto tiempo, empezaron incorporando música instrumental y a partir del año 1923 a los actores que hacían parte del film era posible escuchar su voz (Mariño, 2008).

d. **El cine digital**

La tecnología sigue marcando cambios significativos a nivel de producción audiovisual, actualmente, el cine se apoya de las computadoras para poder proyectar en una pantalla la versión computarizada de la película, con una alta resolución de imágenes del brillo y color, en vez de que sea la emulsión química del celuloide tradicional. Con el Cine digital se genera un avance en la técnica, en cuanto a la colorimetría durante el proceso de producción; un film con tecnología digital cuenta con pintura, procesamiento de la imagen, composición, animación por ordenador 2-D y animación por ordenador 3-D, entre otros factores.



Les invito a revisar el siguiente enlace: [El cine en la era digital](#)

4.5.2. Géneros cinematográficos

Con el desarrollo de la ficción cinematográfica, algunas películas mostraron similitudes argumentales o formales. Esto permitió agruparlas en diferentes géneros. Los más comunes actualmente son:

- Cine documental. Aquel que no emplea la ficción, sino que aspira a mostrar eventos reales del mundo.

- Cine animado. Sus imágenes no son captura de un movimiento real, sino cuadros dibujados y reproducidos según el mismo sistema del cine, dando vida a personajes de caricatura.
- Cine de terror. En general son obras de ficción que utilizan efectos especiales para simular escenas perturbadoras, impresionantes o atemorizantes.
- Comedia romántica. Un género centrado en las relaciones interpersonales y amorosas de los seres humanos, que suele culminar con la realización de la pareja y con finales felices.



Semana 14

4.6. El Comunicador actual

La comunicación es un campo de estudio interdisciplinario, que investiga la información y la expresión, así como los medios de comunicación masivos además de las industrias culturales. Sus conceptos teóricos nacen principalmente de la sociología, antropología, psicología, pedagogía, biología seguidos del periodismo, la filosofía, y las artes. A decir de Jesús Martín-Barbero, la comunicación ha expandido sus fronteras al pasar desde el ámbito de la información a un nuevo mapa de fenómenos en que hay espacio para los sujetos y para las temporalidades sociales, lo que la convierte en un lugar estratégico desde donde pensar la sociedad. Para este autor, el comunicador debe “propender por la constante conformación de contexto histórico y una distancia crítica que le permita comprender, y hacer comprender a los demás, el sentido y el valor de las transformaciones que estamos viviendo” (Martín-Barbero, 2002, p. 212).



Nota. Freepik.com

El reto de todo comunicador en la actualidad, es hacer frente al avance tecnológico y digital. Para ello, tiene que aprender a usar las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). La sociedad actual se encuentra inmersa en constantes cambios tecnológicos, donde lo analógico queda cada vez más atrás y lo digital se impone, planteando nuevos retos a las personas que se involucran en el proceso de creación, edición y publicación de material a través de las tecnologías y actualmente de las redes sociales. Se ha modificado el panorama de las comunicaciones, y con ello los contenidos que nutren a los medios y la información. El profesional de las comunicaciones y el ciberusuario son ahora algunos de los intermediarios entre los hechos y la sociedad (Cebrián, 2001).

Los objetivos de la comunicación, se alcanzan cuando se ha elaborado una planificación estratégica previa, determinando los diferentes públicos objetivos, elaborando los mensajes y eligiendo estratégicamente los mejores canales de comunicación para llegar al usuario.

El perfil del comunicador social, tiene algunas características, tales como:

- Desarrollar herramientas para analizar la realidad política, económica, social y cultural de un determinado lugar.
- Capacidad lingüística para comunicar en los diferentes medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales.
- Manejar las técnicas de las relaciones públicas, los espacios publicitarios con la finalidad de subsistir.

- Capacidad científica o de investigación y técnica para desempeñar diferentes áreas (investigación, búsqueda de la información).
- Conciencia ética, moral y respeto a la profesión, el valor humano y social de los periodistas o comunicadores.

Aquí cito algunas de las actividades que desempeña un comunicador o periodista:

- Elaborar hechos noticiosos o de opinión previa investigación.
- Manejar y procesar información adecuadamente.
- Desempeñar funciones de reportero, diseñador, fotógrafo, gerente de información, presentador de noticias, camarógrafo, etc.
- Elaborar la planificación y ejecución de proyectos de Marketing y Publicidad.

Actualmente, el reto de todo comunicador es hacer frente a la evolución tecnológica, a todas las actualizaciones digitales que a diario tenemos para hacer frente a los retos profesionales, basados en las herramientas tecnológicas. Por lo tanto, es importante estar en constante actualización y aprender a usar las TIC, que nos acompañan desde hace algunos años.



Estimados estudiantes, es importante que como comunicadores conozcamos las leyes que nos rigen, una de ellas es la [Ley orgánica de Comunicación \(LOC\)](#).

Le invito a profundizar sus conocimientos acerca de: [El comunicador actual](#)



Actividades de aprendizaje recomendadas

Estimados estudiantes, al finalizar el bloque audiovisual, es importante que usted pueda desarrollar un ejemplo de resolución de casos similares a los que se aplicará en la evaluación:

Caso: [Bloque Audiovisual Televisión y tendencias de la comunicación 2](#)

Planteamiento y resolución del caso

Actualmente, el audiovisual, es uno de los formatos más populares y utilizados en el mundo, con el avance tecnológico se ha vuelto más común su utilización en diferentes campos del conocimiento. De allí la importancia que los comunicadores puedan conocer todas sus bondades y su correcta utilización en cuanto al contenido y técnica empleada para la producción.

A continuación, responda a las siguientes preguntas.



Autoevaluación 3

1. El audiovisual es utilizado como recurso en la educación, históricamente se lo ha empleado como instrumento para:
 - a. Apoyar a los educandos de una forma más directa en las enseñanzas más complejas y abstractas.
 - b. Crear representaciones en las aulas de clase donde el alumno y profesor podrían participar.
 - c. Contar experiencias de los alumnos desde la visión del profesor y así lograr una enseñanza eficaz, basada en la experiencia previa.
2. Relacione los términos según corresponda.
 1. Narrativa *crossmedia*
 2. Narrativa *transmedia*
 3. Narrativa *multiplataforma*
 - a. Se basa en adaptar el mismo relato o historia a los diferentes medios o soportes, como redes sociales, televisión, radio.
 - b. Consiste en contar una historia utilizando piezas independientes con un orden espacio-temporal alterado y en ocasiones desde diferentes puntos de vista.
 - c. Al igual que la narrativa audiovisual transmedia, divide una historia en diferentes piezas, pero con la particularidad de que para entender del relato global es necesario ver cada una de estas piezas, sea una en el móvil y otra en la radio, por ejemplo.

Opciones de respuesta:

- a. 1-a; 2-b; 3-c.
- b. 1-c; 2-b; 3-a.
- c. 2-a; 2-c; 3-b.

3. Si usted va a realizar una producción audiovisual acerca de la realidad de las cárceles ecuatorianas, ¿qué tipo de narrativa utilizaría?
- Crossmedia.*
 - Transmedia.*
 - Multimedia.*

Justifique su respuesta y dé algunos ejemplos de recursos a crear.

.....
.....
.....

4. En relación a la imagen fotográfica y audiovisual, se puede decir que:
- Permiten que el espectador genere una ilusión en su mente acerca de lo que está observando.
 - Ayudan a descubrir colores, formas, secuencias y movimientos y al mismo tiempo que comunican mejor los mensajes o sentimientos.
 - Dan siempre una representación fiel de la realidad.
5. La descripción verbal ayuda a:
- Mejorar la capacidad de observación visual.
 - Mejorar la interpretación del contenido.
 - Interpretar la realidad que intenta transmitir el periodista.
6. El lenguaje audiovisual se constituye en la principal herramienta al momento de elaborar contenidos audiovisuales. El plano es la unidad básica en la narración, a continuación describa ¿qué grupo de planos se constituyen en expresivos?
- Plano entero, plano detalle y gran plano general.
 - Primer plano, primerísimo primer plano y plano detalle.
 - Plano americano, plano entero y plano medio.

[Ir al solucionario](#)

Bibliografía

Barros Bastida, Carlos, & Barros Morales, Rusvel. (2015). Los medios audiovisuales y su influencia en la educación desde alternativas de análisis. Revista Universidad y Sociedad, 7(3), 26-31. Recuperado en 13 de septiembre de 2021, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202015000300005&lng=es&tlng=es.

Cantalapiedra, M. y M. Del Hoyo (1998), El futuro está en la interactividad, disponible en: <http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/congresos/14/14073076.pdf>

López, P. 2017. Análisis de los programas virales de radio en las redes sociales en España disponible en: http://www.revistalatinacs.org/16SLCS/2017_libro/092_Lopez.pdf

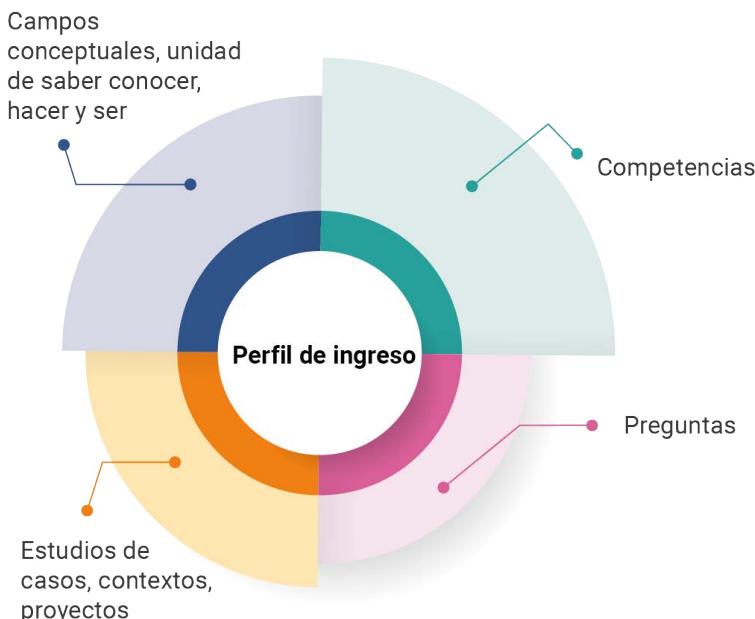


Semana 15

Unidad 5. Resolución de casos

El examen complexivo, al ser una evaluación escrita y oral, contempla la medición y valoración de las competencias específicas de la carrera. Todas las unidades de las competencias declaradas en el perfil de egreso son: el saber conocer, el saber hacer y el saber ser que todos los estudiantes a nivel de grado han desarrollado de manera integral durante el transcurso de su formación de la carrera. El término complexivo hace referencia a la complejidad que debe implicar una ruta de salida a los procesos de formación. Es un examen teórico-práctico que debe guardar correspondencia con los resultados de aprendizaje definidos en el perfil de egreso de los estudiantes. La finalidad del examen es la demostración de las capacidades para resolver problemas haciendo uso creativo y crítico del conocimiento, por tanto, el examen no debe convertirse en una medición del nivel de memorización de cada estudiante.

Figura 6.
Elementos que integran el examen complexivo



Fuente: Vicerrectorado Académico MAD.

Una de las ventajas pedagógicas del estudio de caso a nivel de grado, es que este enfoque permite medir la capacidad de los estudiantes para usar el conocimiento adquirido durante la etapa de formación, de forma autónoma y estratégica. Con el estudio de casos la evaluación no se concentra únicamente en la medición de la transmisión de los conocimientos preestablecidos, sino en la búsqueda y análisis de problemas y en la aplicación de medios conceptuales, técnicos y operativos para su resolución, de esta forma se pretende lograr a evaluar los resultados de aprendizaje, tanto generales como específicos, del programa académico.

5.1. Estudios de caso

Son estudios que se realizan con el método comparativo haciendo uso de sistemas conceptuales con el fin de analizar y establecer parámetros o nodos de comparación que definen una estructura comparativa, que puede ser aplicada en objetos de estudio. La generación de un estudio de caso, parte de la descripción de los ejes o nodos comparables, el análisis e interpretación de las posibles relaciones de dichos ejes.

5.2. Parte escrita

La metodología para evaluar las competencias, contempla: contextos, estudios de casos, proyectos, ensayos y pequeños artículos. La evaluación de la parte escrita se realizará considerando las unidades de las competencias a través de contextos, o casos de los cuales se derivarán un conjunto de preguntas objetivas de opción múltiple de respuesta única y con cuatro opciones de respuesta (a-b-c-d). Los niveles cognitivos de las preguntas se enmarcan en la Taxonomía de Bloom en el conocimiento, comprensión y aplicación, buscando siempre presentar los ítems de forma gradual, es decir ir desde lo simple a lo complejo.

Figura 7.
Taxonomía de Bloom



Tomada de: <https://www.campuseducacion.com/blog/recursos/articulos-campuseducacion/taxonomia-de-bloom/>

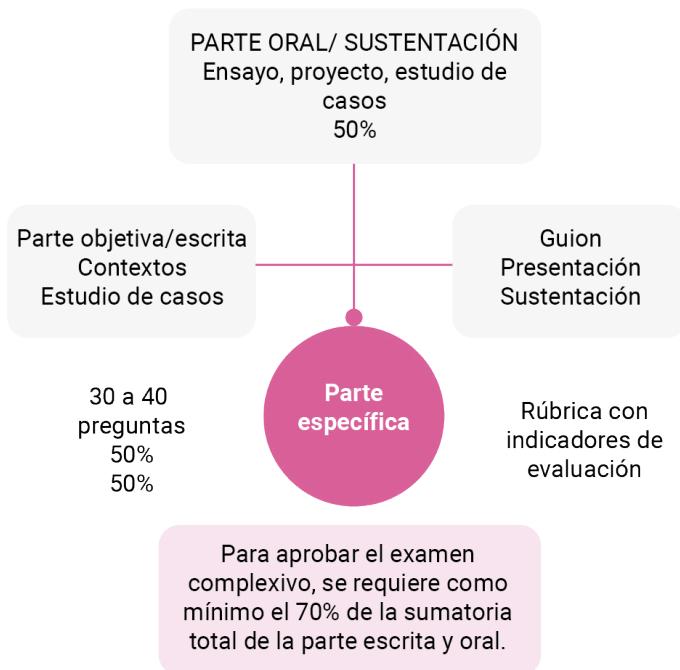
5.3. Parte Oral

La parte oral estará orientada a resolver casos y problemas vinculados con las unidades de las competencias del perfil de egreso que permitan sustentar estos resultados frente a un tribunal, quien evaluará al estudiante con el debido rigor académico. Para esta parte del examen complejivo se

evaluará de manera integral los niveles cognitivos con énfasis en el nivel de aplicación, evaluación y creatividad.

El examen complexivo como opción de aprobación de la Unidad de integración Curricular, teniendo en cuenta la estructura académica, la parte oral podrá estar conformada por: redacción de un ensayo sobre un tema en concreto, planificación de un proyecto, análisis y resolución de casos, o por la estructuración de un artículo sobre algunos fundamentos teóricos acerca de un tema concreto. Finalmente, para el proceso en la evaluación de sustentación se realizará con base en rúbricas e indicadores.

Figura 8.
Estructura del examen complexivo.



Fuente: Vicerrectorado académico MaD.



5.4. Elaboración y aplicación del examen complexivo

El examen complexivo para la carrera de comunicación será oral y escrito y se receptará en la sede o en los centros universitarios a nivel nacional e internacional. Según las fechas establecidas por la Universidad, las mismas que se realizarán únicamente en función del calendario académico.

No existe la posibilidad de solicitar cambios de fecha. Si usted, estimado alumno, no pudo rendir el examen complexivo repreuba y deberá tomar nuevamente el componente.

La metodología que se aplique para la elaboración de los instrumentos de evaluación cada carrera la seleccionará entre: estudio de casos, contextos, proyectos, ensayos y artículos. La organización quedará por parte de la carrera. La evaluación del examen complexivo tendrá una parte oral y una parte escrita y el peso de cada la parte será de 50% cada una.

La parte escrita observará la evaluación los niveles cognitivos de: conocimiento, comprensión y aplicación, considerando la Taxonomía de Bloom, para la evaluación de la parte escrita se planificarán varios casos o contextos con sus respectivas preguntas, así se tendrán diversas versiones y la parte oral estará centrada en la sustentación que pueda evidenciar los niveles de conocimiento de forma integral, en especial aquellos de aplicación, evaluación y creatividad misma que contempla la Taxonomía de Bloom.

5.5. Casos de estudio

La resolución o [estudio de caso](#), es una investigación empírica aplicada que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto real, en la que los límites entre el fenómeno y el contexto no son claramente visibles, y en la que se utilizan distintas fuentes de evidencia.

En el proceso educativo, la representación de una situación de la realidad como base para la reflexión y el aprendizaje ha sido utilizada desde tiempos remotos, el planteamiento de un caso es siempre una oportunidad de aprendizaje significativo y trascendente en la medida en que quienes participan en su análisis logran involucrarse y comprometerse tanto en la discusión del caso como en el proceso grupal para su reflexión. Se centra en el detalle de la interacción con sus contextos, la singularidad y la complejidad de un caso particular para llegar a comprender su actividad en circunstancias importantes.

La técnica del caso tiene ya una larga historia en la enseñanza. Si se considera a la palabra “caso” en su sentido amplio, se puede afirmar que en la educación siempre se ha utilizado en forma de ejemplo o problema práctico. La casuística, por ejemplo, típica de la filosofía escolástica medieval, no es sino la aplicación del caso para resolver problemas morales o religiosos, pero sin entrar en el análisis de la situación social o psicológica previa (López, 1997).

Crespo (2000) sostiene que la discusión del caso es una mezcla de retórica, diálogo, inducción, intuición y razonamiento: la recreación, en suma, de la metodología de la ciencia práctica. Explica este autor que :

“la racionalidad de las tareas administrativas es una racionalidad práctica que utiliza instrumentos técnicos y estima con prudencia su validez y factibilidad, teniendo en mente las circunstancias culturales e históricas concretas y, sobre todo, la personalidad de quienes componen la firma. De allí que el método del caso aparezca como un procedimiento extremadamente apropiado para su enseñanza.” (Crespo, 2000).

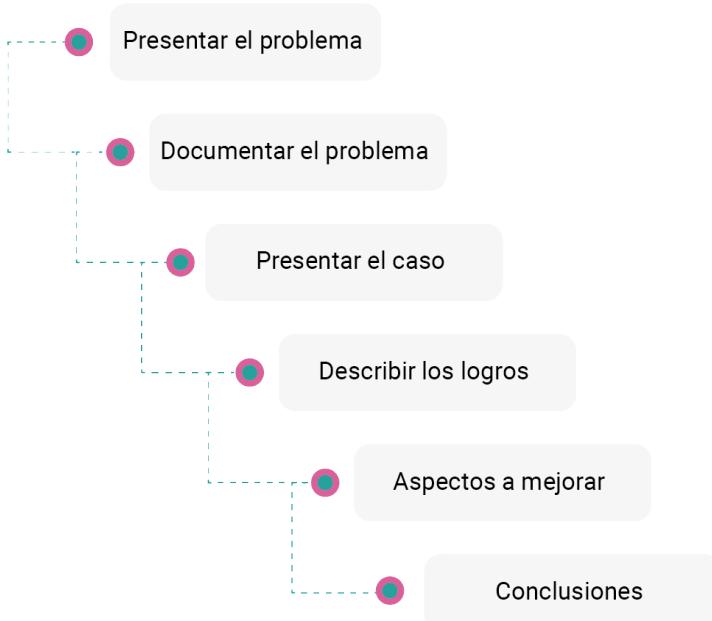
Un estudio de caso pretende elaborar hipótesis, explorar, explicar, describir, evaluar o transformar. Así mismo puede producir conocimientos o confirmar teorías que ya están desarrolladas. Es una estrategia o herramienta inductiva, que va de lo particular a lo general.

El estudio de caso cumple una metodología rigurosa:

- En la resolución de caso, una metodología, es adecuada para investigar fenómenos en los cuales se busca dar respuesta al cómo y por qué ocurren.
- Permiten estudiar un tema determinado.
- Es ideal para el estudio de temas de investigación en los que las teorías existentes son inadecuadas.
- Permite estudiar fenómenos desde múltiples perspectivas y no desde influencia la influencia de una sola variable.
- Permite explorar en forma más profunda y obtener un conocimiento más amplio sobre cada fenómeno, lo cual permite la aparición de nuevas señales sobre los temas que emergen.

En sí el estudio de casos facilita demostrar hechos en donde se evidencie la presentación de un problema y la forma de cómo aportar a la solución, con ello, se permite comprender el abordaje de un problema en un caso concreto. Para el desarrollo de este tipo de evaluación se requiere:

Figura 9.
Resolución de casos



5.6. Contextos

Cuando nos referimos a los contextos, nos referimos a los entornos, ambientes, macrosituaciones y ámbitos en los cuales se desenvuelve la persona o la sociedad que le rodea, como por ejemplo contexto local, social y global. Al momento de evaluar se toma en cuenta las competencias o abordar las características particulares que aborda cada contexto. De esta manera los estudiantes asumen una interpretación propia de los contextos, de las situaciones y de las experiencias con las cuales se relacionan y ponen en juego sus capacidades como el saber ser, el saber hacer y el saber conocer, generando de esta manera actuar de acuerdo a cada contexto.

5.7. Proyectos

La realización de proyectos es un elemento clave para la parte técnica del examen complexivo; estará enfocado a que los estudiantes puedan abordar un problema del contexto de la carrera y en su desarrollo se articulará el saber conocer, hacer, ser y convivir. Un proyecto es un conjunto ordenado de actividades con el fin de satisfacer ciertas necesidades o resolver problemas específicos. Un proyecto es un plan de trabajo. En este caso se puede contemplar 1. Planificación y 2 Exposición verbal.

5.8. Ensayos

Cuando nos referimos a los ensayos, la escritura de estos exige interpretar y seleccionar la información pertinente, priorizar los criterios, relacionar los conceptos, categorías y procesos, organizar las ideas en argumentos sólidos y presentarlos con debida coherencia y cohesión. Por ello, a la hora de la evaluación, es importante destinar un espacio a este instrumento que permite privilegiar la reflexión y poner a prueba las capacidades del estudiante, comprobando el nivel de desarrollo de sus competencias cognitivas.

Figura 10.

Estructura de un ensayo



5.9. Diseño de los recursos y materiales del examen complexivo

Los recursos y materiales para esta asignatura se encuentran declarados desde los Vicerrectorados Académicos y de Modalidad Abierta y a Distancia.

Estimado estudiante, a continuación les invito a revisar y resolver los casos que a manera de ejemplo usted puede desarrollar.

Estimados estudiantes con esta unidad llegamos al final de la revisión de contenidos del componente académico espero que con estas indicaciones generales puedan tener claro el proceso de la estructura del componente Prácticum 4.1

No olvide ingresar al chat de tutorías y consultas, que su tutor estará listo para resolver sus dudas.

Con estas actividades ha culminado la unidad cuatro, no olvide resolver la Autoevaluación para corroborar sus logros en el aprendizaje.

¡Felicitaciones!



Actividades finales del bimestre



Semana 16

Revisión de contenidos de las unidades 4 y 5 segundo bimestre.

Actividad:

Revise todas las anotaciones respecto a cada uno de los temas tratados en las unidades tres y cuatro, destaque los contenidos más relevantes repáselos nuevamente. Revise también los procedimientos que utilizó para su desarrollo y sintetícelos en un organizador gráfico, cuadro sinóptico, mapa interactivo, etc. Le serán muy útiles para su estudio y preparación de la evaluación.



4. Solucionario

| Autoevaluación 1 | | |
|------------------|------------|-------------------|
| Pregunta | Respuesta | Retroalimentación |
| 1 | Literal a. | |
| 2 | Literal a. | |
| 3 | Literal b. | |
| 4 | Literal c. | |
| 5 | Literal d. | |
| 6 | Literal b. | |

Ir a la
autoevaluación

| Autoevaluación 2 | | |
|------------------|---------------------------------|-------------------|
| Pregunta | Respuesta | Retroalimentación |
| 1 | Literal a., b. y c. | |
| 2 | Literal 1., 2. y 4. | |
| 3 | Literal 1., 3. y 4. | |
| 4 | 1-b; 2-d; 3-e; 4-f; 5-a; 6-c | |
| 5 | Literal 1. | |
| 6 | Literal d. | |
| 7 | Literal c. | |
| 8 | Literal d. | |
| 9 | Literal b. | |
| 10 | Literal a. | |

Ir a la
autoevaluación

| Autoevaluación 3 | | |
|------------------|------------|-------------------|
| Pregunta | Respuesta | Retroalimentación |
| 1 | Literal a. | |
| 2 | Literal b. | |
| 3 | | |
| 4 | Literal b. | |
| 5 | Literal a. | |
| 6 | Literal b. | |

Ir a la
autoevaluación



5. Referencias bibliográficas

Altamirano, V., y otros. (2016). *Trabajo de Titulación (Prácticum 4) Examen Complexivo o de grado. Guía Didáctica.* Loja, Ecuador: Ediloja

Aguirre Alvis, J. 2013. El derecho a la comunicación base para la construcción de la comunidad. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762013000200008

Busquet, D., Medina, A. (Coords). (2017). *La investigación en Comunicación. ¿Qué debemos saber? ¿Qué pasos debemos seguir?*. Editorial UOC. <https://url2.cl/KFDb7>

Consejo de Educación Superior (2015). *Unidad Curricular de Titulación.* <https://www.ces.gob.ec/doc/2-seminario/unidad-de-titulacion.pdf>

Forteza, A., & Ramírez, E. (2017). Teoría, Metodología y Planificación del Entrenamiento: De lo ortodoxo a lo contemporáneo. Madrid: Wanceulen Editorial

González, M. 2021. Comunicación Digital

García Canclini, Néstor (2004). Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad, Buenos Aires, Gedisa.

González, Ma. Luján. 2010 Ética Periodística y el autocontrol: convergencias de cinco países andinos. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/5582/3/RFLACSO-CH111-14-Gonzalez.pdf>

García-Jiménez, L., Sánchez, J. (2017). Teoría de la comunicación digital transmediática: Una aproximación a partir de la posmodernidad tardía. En S. Torrado, G. Ródenas y J. Ferreras. (Eds.), *Territorios Transmedia y Narrativas Audiovisuales* (21-37). Barcelona, España: UOC.

Herrscher R. (2011). Por qué el periodismo narrativo es necesario. Recuperado de: <http://www.periodismocultural.es/2011/conferenciantes/roberto-herrscher/>

Hernández, E., Duque, N., y Moreno, J. (2017). Big Data: una exploración de investigaciones, tecnologías y casos de aplicación. *Tecnológicas*, 20(39). <https://bit.ly/2Mb9I4j>

Jódar, J. (2010). *La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. Revista razón y Palabra*, (71).

Jenkins, H. (2003). Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. *Technology Review*, 15 enero. Recuperado de <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>

Escudero, L. (2019). Cibercultura. Historia de un concepto. *deSignis*, (30), 9-11). doi: 10.35659/designis.i30p9-11

López, A. (1997): Iniciación al análisis de casos, una metodología activa de aprendizaje en grupos. Ediciones Mensajero, S. A. Bilbao, España. http://sitios.itesm.mx/va/dide2/tecnicas_didacticas/casos/casos.pdf

Martínez, J. & Fernández F. 2010. Manual del productor Audiovisual. Editorial UOC.

Oliveira, I. (2009). Caminos de la educomunicación: utopías, confrontaciones, reconocimientos. *Revista Nómadas*, (30), 194-207. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/noma/n30/n30a15.pdf>

Peñaranda, R.(2012).«Géneros periodísticos: ¿Qué son y para qué sirven?». Redacción Periodística UNDAV.[En línea]. <http://redaccionperiodisticaundav.blogspot.com.es/2012/08/que-son-los-generos-periodisticos.html>

Pérez, J. (2005). *El futuro de la sociedad digital y los nuevos valores de la educación en medios. Comunicar*. 25, 247-258. <https://www.revistacomunicar.com/ojs/index.php/comunicar/article/view/C25-2005-035>

Ramonet, Ignacio (2002). Comentarios formulados en la Conferencia: "Democratización de las comunicaciones y de los media" que se realizó el 3 de febrero 2002, en el II Foro Social Mundial, disponible en: http://www.movi.org/foro_comunicacion/show_text.php3?key=1000

Rodríguez, C. (2021). Análisis de las piezas gráficas y visuales en la comunicación del documental transmedia. Casos de estudio: Mujeres en venta y Tras los pasos de El Hombre Bestia. (Spanish)

Samperi, R. 2014. Metodología de la Investigación. Sexta edición

Salema, V. Otros. 2017 Periodismo narrativo. Reflexiones sobre su aplicación en la prensa escrita ecuatoriana

Salmon, C. (2008). Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes. Barcelona: Atalaya

Suing, A. 2021 Derecho a la información y la comunicación

Texto científico". En: Significados.com. Disponible en: <https://www.significados.com/texto-cientifico/> Consultado: 5 de agosto de 2021, 11:02 am

Vella, M.; Martínez, A. B. (2012).«Análisis de estrategias y procedimientos traductológicos utilizados por “El País”en la traducción de títulos de prensa del español al inglés». Sendebar.Nº23. Universidad de Granada, 1-30.[En línea].<http://revistaseug.ugr.es/index.php/sendebar/article/view/35>

Valderrama, C. E. (2000). Comunicación-Educación: coordenadas, abordajes y travesías. Santa Fe de Bogotá, Colombia: Editorial. Siglo del Hombre.

Yaguana, H. 2018 El Ecosistema Radiofónico: de la Radio Tradicional a las Pantallas.

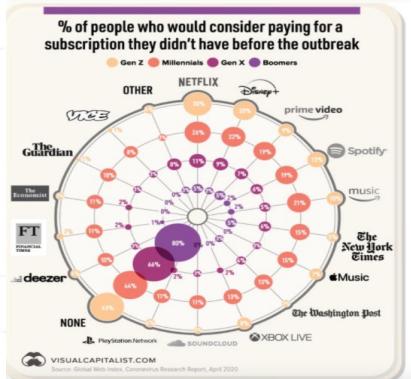


6. Anexos

Géneros Periodísticos

The image shows the front cover of a book titled "Géneros Periodísticos". The cover has a dark blue background with a pattern of white circles and dashed arcs. In the top left corner, there is a logo consisting of a shield with a crown on top and the letters "UTPL" next to it, with the text "La Universidad Católica de Loja" underneath. A yellow horizontal bar across the middle contains the title "Géneros Periodísticos" in blue. At the bottom left, the author's name "Autora: Ma. Isabel Punín Larrea" and the adapter's name "Adaptación: Juan Carlos Maldonado" are written. In the bottom right corner, there is a yellow square containing the text "soy+ utpl".

Nuevos tiempos para el periodismo: ¿Malos tiempos para el periodismo?



garciamedia

No es sorprendente que , **68% de los consumidores están constantemente buscando noticias sobre la epidemia Covid-19** más que ninguna otra información.

soy+ utpl

Trazado de la cancha y las reglas del juego

- **Periodismo:** Visión del oficio y la profesión, nuevas funciones.
- **Géneros de Información:** Noticia, entrevista, reportaje.
Elementos narrativos.
- **Géneros de opinión:** Responsabilidad de la opinión, géneros opinativos y argumentativos.

soy+ utpl

1. Periodismo: Visión del oficio y la profesión

¿Qué es un periodista?

- El Periodismo es el oficio/ profesión que tiene como fin la búsqueda exhaustiva y la producción de noticias que informen a la sociedad sobre su contexto inmediato.
- Periodismo como un servicio social
- Evolución del concepto del cuarto poder

soy+ utpl

El peso de la historia y las fuentes

EL TIMES

No estás sola, abuela

Juntos en la distancia.

EN ESPAÑOL | No estás sola, abuela



soy+ utpl

Diferencias IMPORTANTES

- Periodismo
- Relaciones Públicas
- Marketing

soy+ utpl

REDACCION CLUENCA.OL

Entre el 16 de marzo y el pasado 25 de abril, el servicio de telemedicina de la UTIM en Ecuador UTIM recibió 1 169 consultas de pacientes que la empresa implementó su servicio dentro del marco de la cuarentena con el objetivo de ayudar a manipacientes que no podían salir de sus hogares.

De acuerdo a comunicaciones este periodo, el 32% fue atendido en línea, el 30% por teléfono y el 38% en persona, mientras que el 60% restante hasta el momento se realizó en videoconferencia. Adicionalmente, de la totalidad de las consultas realizadas durante este periodo, 143 fueron tratadas como consultas de urgencia, 100 como clínicas y siete como emergencias. Una cifra que muestra que la mayor cantidad de atenciones fueron realizadas por el médico de guardia de niños y, en tercer lugar, alergólogo. De acuerdo a la información de UTIM, cuentan con más de 20 especialidades médicas y de otras especialidades, así como con la presencia de profesionales a cargo de las unidades de enfermería, nutrición y soporte en todas las atenciones requeridas por los pacientes.

Telemedicina y visitas en los domicilios son su oferta

Utim Esta empresa implementó su servicio denominado telemédico. Durante la cuarentena aumentó la demanda.



Comunico UTIM

783
PACIENTES

que fueron atendidos tienen problemas respiratorios

respiratorios de los pacientes, mientras que el 33% ha sido por enfermedades de salud mental. Para acceder al servicio de telemedicina es necesario solicitar un turno a través de www.utim.com.ec. Una vez que se establece un trámite automatizado mediante una serie de preguntas para poder determinar si la patología que reporta el paciente puede ser tratada por este medio.

Si califica, la atención ingresa

Gabriela Guzmán: "Estoy lista para emprender"

POR NEIL LAGO - GUAYASOL | EL 12 MAY 2020 / 21:58 H.



Durante la cuarentena, la presentadora del programa 'Forro dulce', de Canal Uno, le mostró a sus seguidores la faceta de reina de coto y mujer de negocios. (Crédito)

soy+ utpl

Ser periodista

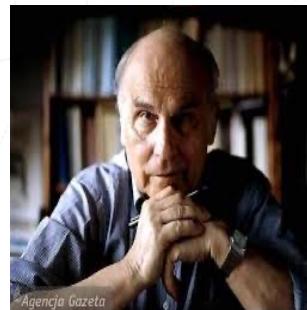


soy+ utpl

Cinco sentidos

Periodismo para todos los sentidos

- Estar
- Ver
- Oír
- Compartir
- Pensar



Agencia Gazzetta

soy+ utpl

Fotógrafo v.s Ser Humano



soy+ utpl

Periodismo

- Entendemos al periodismo como una profesión de **servicio social**, en la cual el periodista es una persona que interpreta la realidad, es decir, busca, descubre, selecciona acontecimientos que más tarde se convierten en noticia gracias a la vigencia e impacto de los medios de comunicación.
- Un trabajador al servicio de la sociedad/ética-moral

soy+ utpl

Ejercicio periodístico en Ecuador

- Prima el oficio
- El multi-empleo
- Estructura de la empresa periodística
- Desarrollo digital empírico
- Menos medios más propaganda
- “Estado de propaganda”
- Irrelevancia de opinión pública

soy+ utpl

“El obstáculo más serio para la práctica del periodismo en Ecuador es que todos los medios están en manos de personas vinculadas con la élite comercial y política del país. (...). Los dueños de los medios ecuatorianos no actúan como garantes del orden democrático. Usan los medios para proteger sus intereses” ..

Mary Walton y Charles Layton
Fundación Knight (2011)

soy+ utpl

Lo que no cambio. DINERO COMO NEGOCIO

- El periodismo es un negocio
- Las noticias se venden como un producto cualquiera
- Las noticias deben ser rentables. Empresa periodística
- El usuario debe pagar por la información. Prosumidor
- Un servicio público. Necesario pero no único
- Tiene unos costos asociados: Metamorfosis del periodismo
- El infierno de la prensa.

<https://www.youtube.com/watch?v=0nzFm7BqUJo>

soy+ utpl

¿Géneros Periodísticos Qué son y para qué sirven?

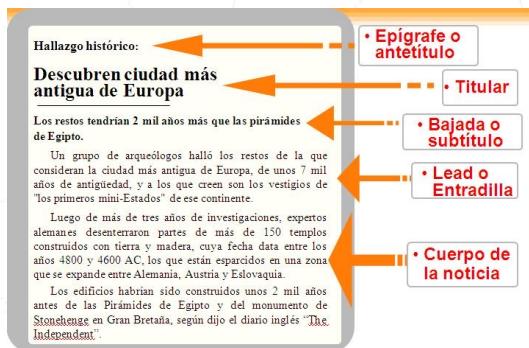
Clasificación



soy+ utpl

Titular Periodístico

- Prima el oficio
- El multi-empleo
- Estructura de la empresa periodística
- Desarrollo digital empírico
- Menos medios más propaganda
- “Estado de propaganda”
- Irrelevancia de opinión pública



soy+ utpl

Noticia

Modelo y estructura de la noticia



soy+ utpl

Proceso de valoración de la noticia

- Prominencia
- Proximidad
- Impacto
- Rareza



soy+ utpl

Proceso de valoración de la noticia

Prominencia:

- Elevado, importante, superior
- Importancia del personaje involucrado
- La dignidad que representa
- El protagonista del suceso

soy+ utpl

Elementos de la noticia

Prominencia



soy+ utpl

Impacto

- Un suceso que cambio el desarrollo normal de la sociedad
- Un hecho imprevisto pero de enormes repercusiones
- Catástrofes, movimientos sísmicos, terremotos
- Decisiones de orden político que afectan a gran parte de la población. Ejemplo: Anunció eliminación de los subsidios
- Estados de excepción

soy+ utpl

Elementos de la noticia

Coronavirus en Ecuador: la mujer de 74 años a la que dieron por muerta pero estaba viva



Redacción
BBC News Mundo

0 26 abril 2020

f t e m Compartir



soy+ utpl

Elementos de la noticia

Proximidad:

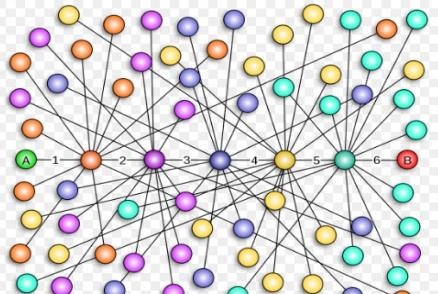


| Nombre |
|-----------------------|
| Enner Valencia |
| Luis Antonio Valencia |
| Christian Noboa |
| Jefferon Montero |
| Felipe Caicedo |
| Jaime Ayovi |
| Juan Cazares |
| Frickson Erazo |
| Joaqín Rojas |
| Michael Arroyo |
| Renato Ibarra |
| Joaqín Plata |

soy+ utpl

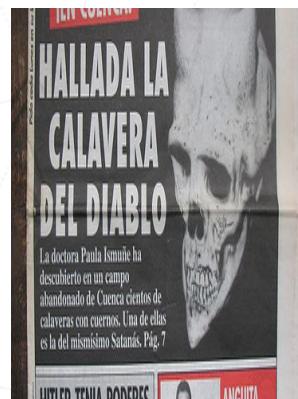
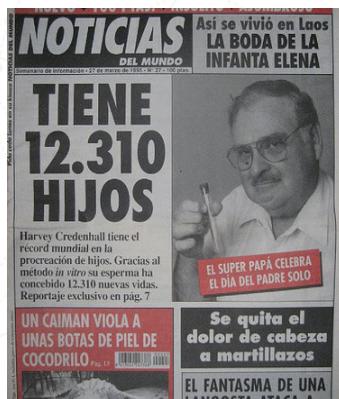
Proximidad:

- Geográfica
- Afectiva
- Posicionamiento
- Intereses
- + Teoría de los seis grados de separación (el problema del mundo pequeño)



Elementos de la noticia

Rareza



Guayaquil, el gran 'cementerio'

REDACCIÓN EXTRAS - GUAYAQUIL - [1] 02 MAY 2020 / 19:33 H.



Farándula

La actual Miss Ecuador, Leyla Espinoza, hizo llorar a su papá

Farándula

Lenín Artieda no oculta su amor por una comunicadora

Actualidad

Narco se hacía cirugías para eludir a la policía, pero fue 'pillado'

soy+ utpl

Todos los elementos

- Rosario Murrillo. 65 años, madre de 10 hijos.
- Tuvo más del 85% de aceptación
- Forbes, 50 mujeres más poderosas de América Latina



soy+ utpl

Todos los elementos

Por qué los países liderados por mujeres parecen haber respondido mejor a la crisis del coronavirus

Alemania, Taiwán, Nueva Zelanda y varios de los países nórdicos. ¿Hay un rasgo común en las mujeres a la hora de gestionar la pandemia?



soy+ utpl

Entrevista

- Diálogo
- Intercambio, exposición
- Conversación íntima con fines divulgativos (J. Halperin)
- Tres momentos claves de la entrevista
- Tipos de entrevistas
- Diferencias entre noticia y la entrevista



soy+ utpl

3 momentos claves

- **Antes de la entrevista:** Selección del personaje
- **Durante la entrevista:** Técnica, estrategia, guion
- **Después del encuentro:** Edición, limpieza del texto

soy+ utpl

Cero improvisación



soy+ utpl

¿Qué es un reportaje?

- Es el género maestro de la información.
- Su esencia es su investigación.
- Puede prolongar la vida de una noticia
- Narra, interpreta y contextualiza un hecho
- Le ayuda al lector (consumir) a entender la coyuntura social

soy+ utpl

Periodismo de varias velocidades

garciamedia



soy+ utpl

garciamedia
y hoy.....



soy+ utpl

Géneros de opinión

- Clasificación: Cuáles son los géneros de opinión
- Funciones básicas del editorial
- Diferencias entre el editorial y la columna
- En resumen: Distinguir un género de otro

soy+ utpl

Hibridación de géneros

- Nuevas tendencias periodística . Brazo humano extendido
- Convergencia mediática (Jenkins, 2007). Prosumidor
- Nuevo Periodismo (Wolfe,1960). 360, Facebook life, etc
- Periodismo ciudadano (Gillmor, 2000)
- Redacción Transmedia (Scolari, 2016)
- Sociedad Liquida (Bauman, 2007)

TEMA: Quito ensucia mucho y recicla poco



Texto y fotografías: Xavier Gómez Muñoz.

Revista Mundo Diners / Edición 463 – diciembre 2020.

Un problema mundial

La basura es un problema global que aumenta año a año, a medida que crece la población mundial y el consumo. Mientras más poder adquisitivo tienen las personas –o los países–, compran más y, desde luego, también desechan...

... El informe *Los desechos 2.0: un panorama mundial de la gestión de desechos sólidos hasta 2050* dice que la basura que producimos aumentará a 3400 millones en 2050, es decir, 70 % más en los próximos treinta años. Los países más ricos representan apenas el 16 % de la población, pero generan cerca del 34 % de toda la basura. La región de Asia Oriental y el Pacífico produce el 23 %. En América Latina y el Caribe generamos cerca del 11 %...

¿Cómo se gestiona la basura en Quito?

Con sus 2,7 millones de habitantes, el Distrito Metropolitano de Quito es la ciudad más poblada y que más basura genera en el Ecuador. Todos

los días, producimos unas 2200 toneladas de desechos. La recolección de esa basura y limpieza de la urbe está a cargo de la Empresa Pública Metropolitana de Aseo de Quito (Emaseo) y del tratamiento final de los desechos se encarga la Empresa Municipal de Gestión Integral de Residuos Sólidos (Emgirs)...

... En Emaseo —hace números la gerente general Yolanda Gaete— hay 1700 personas, de las cuales 1100 son recolectores, barrenderos, conductores y operarios que trabajan en la calle, los 365 días del año... Quito tiene alrededor de 5300 contenedores. El sistema de recolección no duerme y es poco glamoroso, pero alguien tiene que hacerlo.

Salimos de las instalaciones de Emaseo a las 7:00 para ver el sistema de recolección en la ciudad. Franklin Gualoto trabaja como recolector entre este sector y el extremo norte de Quito. Por tratarse de un sistema mecánico no debería tener contacto con la basura, sin embargo, "hay zonas en las que se meten a dormir en los contenedores y sacan la basura afuera... Además, cuenta que ha encontrado animales muertos y que han hallado cadáveres humanos o partes en descomposición..."

... El sol de Quito arde durante el día y antes de que la orina desprenda un olor fétido, el personal de Emaseo desinfecta el atrio de la Catedral con un camión de hidrolavado y productos químicos...

... Desde que inició el estado de emergencia por la pandemia, a mediados de marzo, se han contagiado 310 trabajadores de Emaseo. "Cuatro personas fallecieron entre abril y mediados de julio, y seis trabajadores más hasta finales de agosto". La gerente explica que la mayoría de los contagiados y fallecidos no han sido —como se pensaría— recolectores, sino conductores que, debido al colapso de los hospitales, no tuvieron acceso al sistema de salud...

... La recolección de basura les costaba a los quiteños 66 dólares por tonelada...

El destino final de los desechos está por colapsar

... En 2013 se hizo un estudio sobre la categorización de la basura en las estaciones de transferencia sur y norte. La basura que más producimos en Quito es orgánica (53,2 %), seguida de plástico (15,5 %), y papel y cartón (12

%). El 25 % del total de desperdicios podría reciclarse, pero solo se recicla el 1,8 %, según la gerente general de Emgirs, Gabriela Dávila...

... Sin embargo, debido a desacuerdos con empresas contratistas, los lixiviados se estuvieron acumulando —sin tratamiento— en El Inga por al menos diez meses (hasta octubre), por lo cual se declaró al relleno en emergencia. Además, la capacidad de almacenamiento del sitio donde se deposita la basura de Quito está llegando a su límite y, si no se busca otro espacio y las autoridades y ciudadanos gestionamos mejor nuestros desechos, pronto será un problema aún más serio. Y eso ya es bastante.

Fuente: <https://revistamundodiners.com/quito-ensucia-mucho-y-recicla-poco/>

Características de la cultura de la sociedad digital

En este primer apartado nuestro estudio se enfocará en las características de la cultura de la sociedad digital, a la que Pérez (2005) se refiere como “sociedad de la información, sociedad del conocimiento o sociedad postmoderna”, a partir de la cual suceden transformaciones, reflejadas en “los modos de vida tradicionales, programas de ajuste económico, cambios industriales, de educación y trabajo” (p. 248), por lo tanto, al igual que las dinámicas que suceden en la sociedad convencional, en la digital estas avanzan con mayor celeridad.

La sociedad que toma forma en el contexto digital, desarrolla características en función de la demanda de los usuarios en los nuevos escenarios y de las constantes transformaciones que se producen de la mano de las TIC. (Polo, 2020), al referirse a los rasgos de la sociedad de la información, sostiene que estas organizan sus relaciones en redes digitales, además de disponer de tecnologías sofisticadas, que permiten gestionar y distribuir información (p. 60), estos comportamientos de los usuarios se traducen en formas de cultura, las cuales caracterizan a la sociedad y sus acciones bajo la influencia de la tecnología.

Al margen de la cultura en la sociedad digital y en relación con la sociedad tradicional, se establecen conceptos como el de las comunidades virtuales 2_) 2), que representan precisamente las nuevas formas de interacción y convivencia (Abril 2016), refiriéndose al trabajo de (Lévy 2007) que enfatiza en las comunidades virtuales, en tanto estas permiten generar acciones a través de la interconexión y el carácter fundacional que puede identificarse en ellas, de eso que él mismo ha llamado la inteligencia colectiva (p.91).

Figura 11.

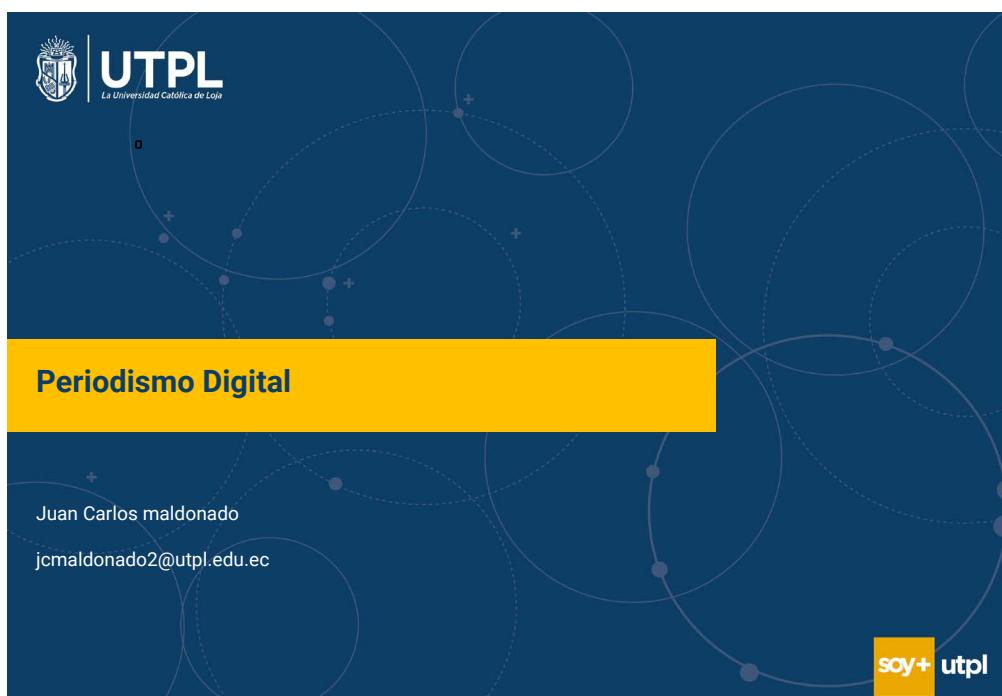
Representación de una comunidad virtual



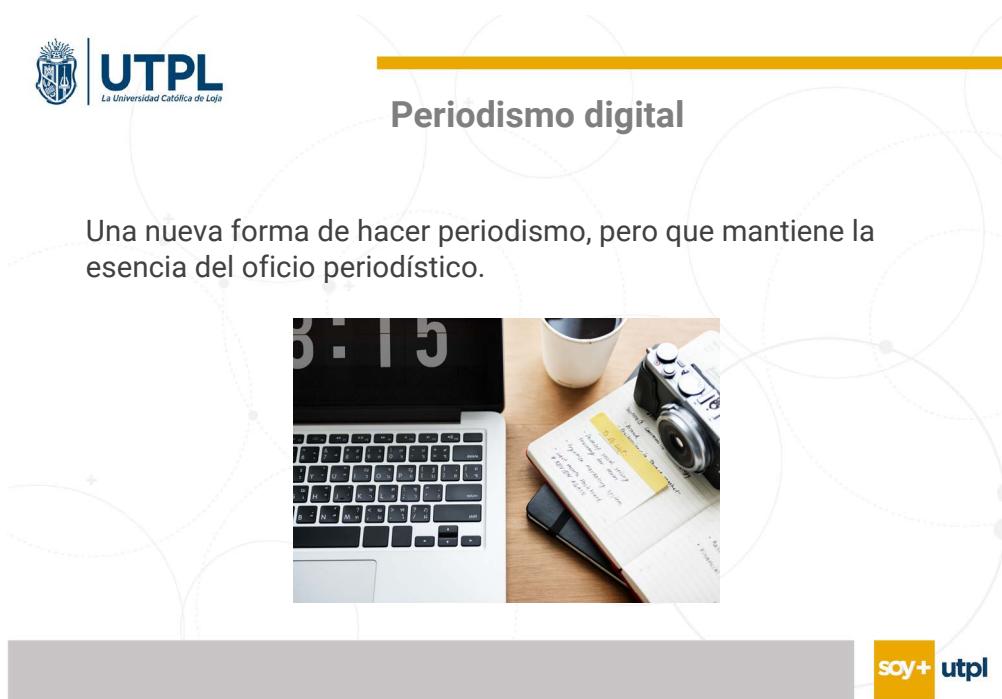
Fuente: <https://cogmisionesvirtuales.blogspot.com/2021/02/que-es-la-comunidad-virtual.html>

Como muestra clara de la conformación de estas comunidades en la virtualidad, se evidencia la interacción en las redes sociales, donde es posible crear grupos cerrados con interés comunes o a su vez formular páginas también denominadas *fan page*, que tienen mayor libertad de socialización, considerando que están abiertas a todos los usuarios y son estos quienes deciden si unirse y seguir el contenido que en ellas se publica.

Periodismo digital



The slide features the UTPL logo at the top left. A yellow horizontal bar across the middle contains the title "Periodismo Digital". Below the bar, the author's name "Juan Carlos maldonado" and email "jcmaldonado2@utpl.edu.ec" are listed. In the bottom right corner is a yellow square containing the text "soy+ utpl". The background is dark blue with a light blue circular network pattern.



The slide features the UTPL logo at the top left. A horizontal yellow bar spans the middle of the slide. Below it, the title "Periodismo digital" is written in a large, dark font. The background is white with a faint, light blue circular network pattern. At the bottom right is a yellow square with the text "soy+ utpl".

Una nueva forma de hacer periodismo, pero que mantiene la esencia del oficio periodístico.



Qué es el periodismo digital

Es la actividad que consiste en la búsqueda de información de interés general con la finalidad de ser difundida a través de un medio de comunicación masivo.



soy+ utpl

Estamos ante una nueva forma de hacer periodismo, pues Internet ha modificado los tres procesos básicos de la labor periodística:

- La investigación
- La producción
- La difusión



soy+ utpl

Perfil y competencias del periodista digital:

El periodismo en Internet, marcado por el avance tecnológico, ha determinado que se produzcan cambios, los cuales se encuentran orientados por el fenómeno de la convergencia periodística.



soy+ utpl

La Convergencia:

Proceso multimedimensional que facilitado por el desarrollo de tecnologías de la comunicación propicia cambios en las rutinas de trabajo de los medios periodísticos.

soy+ utpl

Características del lenguaje en Internet:

- La hipertextualidad: usar enlaces.
- La multimedialidad: pensar no solo en textos, sino también en utilizar audio e imágenes.
- La interactividad: propiciar intercambio de información con los usuarios (foros, enlaces, e-mail) y proporcionar rutas de información

Tema: Contexto global: “Infodemia durante la pandemia COVID-19”

La desinformación es la combinación de intenciones y acciones para distorsionar, engañar y disimular (Martin, 2020), y sus efectos nocivos la han convertido en la preocupación del sector político, educativo, informativo y otros. Una de las formas de desinformación son las mal denominadas fake news o noticias falsas, cuyos contenidos se asemejan a las noticias, pero no lo son, porque las noticias se basan en hechos y las *fake news* en rumores y mentiras (Rodríguez-Hidalgo et al., 2020).

El actual ecosistema mediático, caracterizado por la superabundancia de información que provienen principalmente del prosumo, entendido como la capacidad de consumir y crear contenidos propios (Jenkins, 2006), ha propiciado diversas formas de desinformación que ponen en peligro los sistemas sociales, económicos, políticos y de salud a escala global.

La emergencia sanitaria por la pandemia COVID-19 ha sido uno de los detonantes para la proliferación de *fake news*, desde rumores e interpretaciones sesgadas sobre el virus, hasta piezas audiovisuales con teorías sobre su origen, síntomas, curas, acciones del gobierno y otras.

El confinamiento obligatorio al que se vio sometida la población mundial obligó a las personas a concentrar su atención en Internet para la búsqueda de información, mantener el contacto allegados a través de redes sociales y sistemas de mensajería, y desarrollar actividades de formación y teletrabajo. Sin embargo, este ha sido el espacio donde las *fake news* han cobrado más fuerza, junto a los sistemas de mensajería instantánea como WhatsApp y otros similares.

La proliferación de *fake news* durante la pandemia ha sido calificada a nivel global como infodemia, término que designa a la sobre información que circula en Internet, y que dificulta que las personas encuentren publicaciones útiles sobre la COVID-19 en el momento oportuno (Organización Mundial de la Salud, 2020).

A esto se sumó el desconocimiento generalizado acerca del virus y la ausencia de información exacta por parte de las fuentes oficiales sobre las medidas de cuidado, lo cual propició la expansión de contenidos inexactos, manipulados, complicando la ejecución de medidas de contención por parte

de los gobiernos, y coadyuvando a crear situaciones de miedo y con ello la toma de decisiones equivocadas por parte de las personas.

Algunas de estas decisiones tienen que ver con prácticas nocivas como la ingesta de cierto tipo de productos considerados como curas milagrosas para el virus, o medidas de cuidado extremas que lejos de ayudar a evitar el contagio o curar la enfermedad ponen en riesgo la salud de las personas e incluso pueden provocar la muerte.

Referencias:

- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press. https://www.hse.ru/data/2016/03/15/1127638366/HenryJenkinsConvergence_culture_where_old_and_new_media_collide_2006.pdf
- Martin, I. (2020). Techniques of disinformation: Constructing and communicating “soft facts” after terrorism. *The British Journal of Sociology*, 71(2), 284–299. <https://doi.org/10.1111/1468-4446.12735>
- Organización Mundial de la Salud. (2020). Entender la infodemia y la desinformación en la lucha contra la COVID-19. <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:TSk9dvYD4bUJ:https://www.paho.org/es/file/64245/download%3Ftoken%3DvqDvd7jC+&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>
- Rodríguez-Hidalgo, C., Ramírez-Montoya, M. S., Rivera-Rogel, D., & Aguaded, I. (2020). Media competences in the training of Andean Community journalists: Needs and challenges in the face of misinformation. Eighth International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality, 969–976. <https://doi.org/10.1145/3434780.3436555>

Opinión de los investigadores

Los investigadores opinan



De la concepción tradicional de investigación en psicología a la concepción actual

En las décadas de 1960 y 1970, se consolidó la tradición investigativa en psicología, caracterizada por tres grandes enfoques: clínico, psicométrico y experimental. Esta concepción tradicional fundamentada en el positivismo (sobre todo en los dos últimos enfoques) se concibe la realidad en términos independientes del pensamiento, una realidad objetiva, ordenada por leyes y mecanismos de la naturaleza que poseen regularidades que se pueden explicitar. Para estudiar esa realidad, hay una preocupación por construir instrumentos para estudiar al individuo separado de su contexto. Por tanto se le dio importancia a las medidas estandarizadas de inteligencia, de aptitudes y de conocimientos, y del sujeto en el laboratorio. En una búsqueda de la objetividad como característica de las pruebas, mediante la medida y cuantificación de los datos, que implica la neutralidad del investigador, que adopta una postura distante, no interactiva, como condición de rigor, para excluir juicios valorativos, e influencias en la observación, en el experimento, en la aplicación de las pruebas y en la recolección de la información.

En la década de 1980 se presenta la llamada investigación cualitativa como un concepto alternativo a las formas de cuantificación que habían predominado sobre todo en los enfoques psicométrico y experimental. Se dan cambios en las concepciones ontológicas, de la naturaleza humana, epistemológicas y metodológicas, que tienen que ver con el análisis de las interrelaciones entre los individuos, el estudio de la subjetividad del observado y del observador, de lo particular y del sentido, la historia de las personas y la complejidad de los fenómenos.

La investigación cualitativa que aparece en la década de los ochenta del siglo xx, cambia las relaciones entre los sujetos y el objeto de estudio, donde el conocimiento es una creación compartida en la interacción investigador-estudiado; enfatiza en la complejidad de los procesos psicosociales, involucra a los investigadores que interactúan con otros actores sociales y posibilita la construcción de teorías fundamentadas en la dinámica cultural. Se recupera la subjetividad como espacio de construcción de la vida humana, y se reivindica la vida cotidiana como escenario de comprensión de la realidad sociocultural.

La perspectiva cualitativa está interesada por el estudio de los procesos complejos subjetividad, y su significación, a diferencia de la perspectiva cuantitativa que está interesada por la descripción, el control y la predicción, es induktiva porque se interesa por el descubrimiento y el hallazgo, más que por la comprobación y la verificación; es holística porque se ve a las personas y al escenario en una perspectiva de totalidad; y es interactiva del individuo con su entorno, de visión ecológica y reflexiva de la complejidad de las relaciones humanas. Aumentan las investigaciones sobre las actitudes, los valores, las opiniones de las personas, las creencias, percepciones y preferencias de las personas, incrementándose por tanto, los análisis de contenido de los testimonios de los sujetos, lo mismo que el empleo de las técnicas históricas y etnobiográficas. Se introduce el concepto de la observación

participante que implica tener en cuenta la existencia del observador, su subjetividad y reciprocidad en el acto de observar.

El énfasis en estos momentos se pone a la diferencia, sujetos de diferentes ambientes o estratos sociales son también capaces de tener sensaciones, manifestar sentimientos, formular argumentaciones lógicas y comunicarse. Hay diferencias entre los grupos, entre las culturas, diversidad de historias, y también hay un interés por la búsqueda del sentido, que se presenta en las experiencias subjetivas y afectivas de las personas. Predomina la comprensión de la complejidad de los fenómenos, en una aproximación hermenéutica y no su explicación causal. Teniendo en cuenta la diversidad de componentes de la realidad y de sus interacciones. La comprensión analiza los procesos psicosociales desde el interior.

La perspectiva actual en este siglo xxi, se caracteriza por los siguientes aspectos:

- Hay mayor tendencia a analizar las interrelaciones en función de la situación en la cual se encuentran los individuos, el tipo de interlocutor con el cual se comunica. La investigación está dependiendo de la sociedad en la cual se realiza, de la cultura y la ecología específicas; no hay forma humana definitiva, todo puede cambiar o estar sujeto a cambio.
- Se tiende a rechazar la dicotomía artificial entre sujeto y su contexto social, hay que renunciar a la creencia de la pureza de los géneros, de los conceptos, es evidente que hay cuantitativo dentro de lo cualitativo y viceversa; lo cuantitativo y lo cualitativo como calificativos de técnicas no proporcionan la unidad más relevante para dilucidar los problemas metodológicos en ciencias sociales.
- Existe la tendencia de aliar la explicación causal con la búsqueda de la comprensión, combinar la explicación causal con una aproximación más hermenéutica, más interpretativa. Se conjuga la explicación causal con la interpretación para aumentar la inteligibilidad multirreferencial, que tiene en cuenta la multiplicidad de significados e interacciones.
- Hay una ampliación en la naturaleza de los datos observados. No se ha abandonado la evaluación de tipo cuantitativo, los tests siguen siendo una técnica muy utilizada, pero los investigadores se han abierto al mundo de la subjetividad y de la afectividad de las personas, se interesan por la manera en que los sujetos describen y experimentan los acontecimientos, y las distintas formas de aprender la realidad.
- Se articula la aproximación cualitativa a los fenómenos psicosociales con la aproximación cuantitativa. Se posibilita el uso separado o conjunto de la totalidad de métodos y técnicas disponibles en ciencias sociales.
- Para describir permanencias, identifican contradicciones, estados inestables, se utiliza más a menudo el método de la triangulación donde se obtiene información de diferentes fuentes, y se emplean diferentes teorías y técnicas para recolectar y analizar la información.



Semiotica

Juan Carlos maldonado

jcmaldonado2@utpl.edu.ec

soy+ utpl



soy+ utpl

Estructuras visuales

Las relaciones entre el lenguaje verbal y el visual han caracterizado el estudio teórico de las imágenes durante siglos. Hay diversas corrientes teóricas fundamentadas en un estudio del signo gráfico que utiliza herramientas extraídas de la lingüística general.

Por lo que sabemos, la plasmación gráfica de un lenguaje visual es muy anterior a la aparición de la escritura. Las pinturas rupestres, las decoraciones sobre el propio cuerpo o sobre las primeras herramientas y artefactos serían los primeros testigos formados por marcas esquemáticas, pictogramas o dibujos de representación.

Trasladar literalmente el análisis gramatical del lenguaje verbal al "lenguaje visual" es realmente difícil. Entre otras cosas, porque nuestro cerebro no procesa de la misma manera una imagen que un mensaje escrito o hablado.

El lenguaje verbal y el visual tienen una misma función: comunicar.



soy+ utpl

Perro



soy+ utpl

Estructura visual

Los objetos, las imágenes y los textos, adquieren estructura gracias a la composición.

Espacio.- o aspecto espacial de cualquier composición . Dos factores: colocación y presencia.



Colocación

Es la deposición de los diferentes elementos en la ejecución de un cuadro. Al situar un elemento en la parte superior de la pintura se tiende a idealizarlo, mientras que la parte inferior tiende a ser material, más real. Los elementos que se representan a la izquierda, acostumbran a indicar que se da por sentado. Mientras que los de la derecha tienden a seguir lo nuevo. Al disponer de un elemento en la parte central, es porque se le quiere dar mayor importancia





soy+ utpl



soy+ utpl

La presencia

Por su parte, se crea mediante el uso de las siguientes características al crear un cuadro : proximidad (junto/separado), equilibrio (simetría/asimetría), tamaño (grande/ pequeño), color (vivo/apagado), contraste (fuerte/tenue), detalle (fino/tosco), tono (claro/ oscuro), forma (regular/irregular), textura (áspera/lisa), dinamismo (estático/dinámico) y disposición (organizada/desorganizada). Jugando con estas variantes, podemos llamar la atención (o desviar la atención) hacia distintas partes de la composición.

soy+ utpl



soy+ utpl

El tiempo

O aspecto temporal de la composición presenta dos factores en común con la dimensión espacial : la colocación y la presencia: La colocación temporal se refiere a si una característica se dispone antes o después de otra en una secuencia. Las nociones de "antes" y "después" se usan sobre todo en creaciones tales como las tiras cómicas, los diagramas secuenciales y las pinturas de escenas cambiantes.

soy+ utpl



Trad: laver-comics.com

soy+ utpl

La presencia temporal, por su parte, destaca si los elementos se muestran como situados en el pasado, en el presente o en el futuro. Así por ejemplo, las conferencias sobre arte pueden revelar las actitudes de las culturas del pasado; los libros sobre diseño contemporáneo pueden dar información sobre las tendencias estilísticas del presente y las exposiciones sobre innovaciones tecnológicas pueden ser una especulación sobre el futuro. Los libros, las conferencias, las exposiciones y otros eventos ayudan, en efecto, a dar a los objetos, imágenes y textos las cualidades de anclaje en el pasado, de actualidad o de proyección hacia el futuro según el modo en que éstos se muestran.

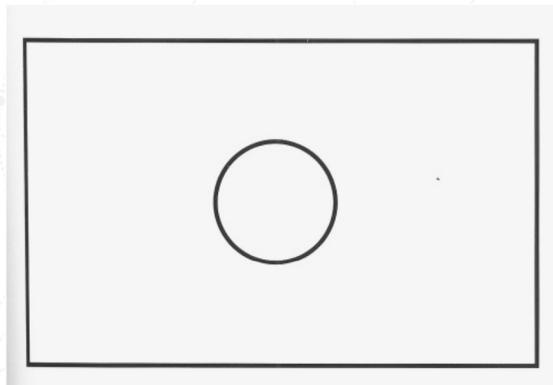
El paso del tiempo puede indicarse mediante artificios tales como la pátina de un objeto, la escena borrosa de una fotografía o la cristalización de un momento fugaz en una pintura.

Conceptos clave :

- proximidad y presencia
- antes y después
- pasado, presente y futuro
- rápido y lento
- espectador e Imagen
- ideal y real
- consabido y nuevo
- centro y margen
- primer plano y fondo

soy+ utpl

Espectador e Imagen



soy+ utpl

Imaginemos que estamos mirando al techo

soy+ utpl

¿Qué parte de este cuadro está idealizada? Ideal y real



soy+ utpl

Consabido y nuevo



¿Es mejor leer esta imagen de izquierda a derecha o de derecha a izquierda?

soy+ utpl

Centro y margen



¿Porqué se colocó a Cristo en el centro de esta escultura?

soy+ utpl

Primer plano y fondo

¿Qué tiene de particular el fondo de esta imagen?



soy+ utpl

Proximidad y presencia



¿Puedes identificar un grupo de dos estrellas y otro grupo de tres estrellas?

soy+ utpl

Antes y después



¿Por qué aparecen más de una vez las figuras del extremo derecho del cuadro?

soy+ utpl

Pasado, presente y futuro



¿Podemos imaginar el futuro?

soy+ utpl



Rápido y lento

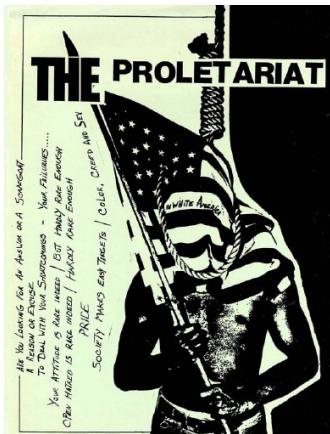


¿Es posible representar el tiempo?

soy+ utpl



Ejercicio



Un volante del
grupo punk
“The Proletariat”

soy+ utpl

Roles de producción



Productor ejecutivo

Obtiene fondos, ordena el financiamiento, diseña herramientas para su producción, contrata al director y maneja contratos de actores, contratos de comercialización, distribución, busca co-productores. Es responsable de la dirección general del proyecto.

soy+ utpl

Jefe de producción

Lleva a la práctica la programación que designe el productor ejecutivo. Contrata personal de apoyo, y servicios como transporte, coordina con proveedores de equipos y servicio, supervisa el presupuesto, se encarga de la nómina.

Coordina el equipo técnico

soy+ utpl

Productor o encargado de locaciones

- Responsable de las locaciones.
- Puede incluir búsqueda, coordinación del transporte.
- Arreglos de hospedaje.
- Permisos y aprobaciones locales

Asistente de producción

- Ayuda al jefe de producción

soy+ utpl

Director

Es el cerebro unificador de la realización; comparable a un director de orquesta. Coordina el proyecto, durante preproducción fija metas específicas para cada escena y para la realización como un todo, define el estilo y la intencionalidad que se dará a cada secuencia.

soy+ utpl

Asistente de dirección

Es el enlace entre el director y el equipo. Nadie le habla directamente al director. Asegura que no haya atrasos, trata de resolver los problemas sin obstaculizar la concentración del director. Se ubica en la zona del set, controla al equipo. Elabora el plan de rodaje.

Segundo o tercer asistente de dirección

Ayuda a coordinar al equipo: dirección de arte, maquillaje, vestuario, etc.

soy+ utpl

Script o continuista

Asegura que haya continuidad entre las tomas de una secuencia. Anota en una hoja de registro (y con una cámara instantánea) el vestuario, maquillaje, situación de personajes, dirección de la luz, utilería, dirección de la mirada, y que no haya omisiones en guion o parlamentos (en caso de que no haya apuntador) y la correcta escritura en la pizarra o claqueta.

soy+ utpl

Operador de cámara

O camarógrafo, acciona la cámara y compone correctamente las tomas.

Asistente de cámara

Revisa y ajusta el foco, verifica posición de los actores y mide distancia de la cámara, limpia lentes, compuerta y cámara, cambia filtros y registra las tomas (pautaje)

Segundo asistente de cámara

Cambia de película la cámara, maneja la pizarra

soy+ utpl



soy+ utpl

GRIPP

Monta los soportes de la cámara, trípode, carro, grúa, etc.

Director de fotografía

Tiene control visual total del producto, mediante control de cámaras e iluminación.

GAFFER

Trabaja directamente con director de fotografía, anticipa instalación de iluminación, dirige equipos eléctricos.



Jefe eléctrico

Monta iluminación de acuerdo con las instrucciones del Director de Fotografía, opera los equipos necesarios para ello.

Director de arte

Es el responsable de la apariencia estética general de la producción. Desarrolla su propuesta a partir del guion y las indicaciones del director, muchas veces su trabajo requiere investigación. Supervisa elección de locaciones, decorados, utilerías, vestuario y maquillaje.



Ambientador

Responsable de ejecutar las orientaciones de director de arte en adquisición de accesorios para estilo propuesto.

Utilero

Está a cargo de manejo de accesorios durante la filmación, permanece en el set.

soy+ utpl

Escenografo

Interpreta orientaciones del director de arte, diseña y dirige construcción de decorados-escenografías necesarias, trabaja con un equipo de construcción.

soy+ utpl



soy+ utpl



soy+ utpl

TRAMOYA

Constructor de escenarios

Diseñador de vestuario

Elabora propuesta del estilo del vestuario de acuerdo al guión y las orientaciones del Director. Crea bocetos, busca materiales, colores, texturas, tratamiento, etc.

soy+ utpl

MAQUILLADOR JEFE

Diseña y elabora propuesta de maquillaje de acuerdo al guión y a la propuesta del director, caracterizaciones, efectos, etc.

Encargado de efectos especiales de maquillaje – Caracterización

Transformación con base en la construcción de prótesis y otro tipo de construcciones que permitan generar una apariencia física radicalmente diferente de un actor o actriz, participa con el equipo de efectos especiales.

soy+ utpl



Peluquero

Puede ser de planta o puede tratarse de un servicio que se contrata en su local. Muchas veces este servicio se presta como canje de publicidad.

Efectos especiales

Diferentes tipos de efectos permiten crear diferentes atmósferas. Existen empresas que se especializan en proveer este tipo de servicios, ya sean digitales o de maquillaje.

También puede ser una persona de planta o todo un equipo.

Foto fija

Saca fotos que se usarán en la publicidad de la producción

Montajista

Selección del material a partir del material bruto o footage las tomas que se utilizarán. Lo prepara para sonorización, doblajes, sincronización del material, interviene en post-producción y eventualmente está durante las grabaciones.

Switcher

Se encarga de hacer las mezclas en el aparato con el mismo nombre. Trabaja en las consolas de audio y video.

Sonidista

Jefe del departamento de sonido. Elabora propuesta, graba y registra el sonido, determina posición de micrófonos, y sistema de grabación

Asistente de Sonido/BOOM

Opera el brazo para suspender el micrófono ambiental arriba de la toma (BOOM), asiste en la grabación del sonido, y coloca micrófonos y equipos.

Definición

- Es una historia ilustrada cuya acción se sucede en diversas viñetas.
- Es un medio expresivo en el que se combinan de manera integrada las imágenes fijas y el texto lingüístico

Origen del Cómic

- En 1895 apareció en el periódico “ New York Journal” un personaje, The Yellow Kid (un chino vestido con un largo camisón amarillo) que sienta las bases de la historieta actual.

Características del Cómic

- Mensaje narrativo
- Lenguaje verbo-ícono
- Uso de códigos específicos
- Medio de comunicación
- Su finalidad es entretener

Elementos de Cómic

- LENGUAJE VERBAL: la palabra signos convencionales.
- LENGUAJE VISUAL: la imagen, el encuadre, los planos, los angulos, el color.
- Signos convencionales.

Figuras o líneas cinéticas

- Ofrecen la ilusión de movimientos a través de la utilización de líneas, nubes, estrellas irregulares, descomposición visual del movimiento

4.2.2. El lenguaje audiovisual

El lenguaje audiovisual se integra por un conjunto de símbolos y normas de utilización, que hacen posible esta particular manera de comunicar. Es una forma de expresión que integra el **lenguaje verbal** (escrito y hablado), el lenguaje visual de las **imágenes estáticas** en sus distintos grados de iconicidad y todos los elementos del **lenguaje sonoro**, aportando además las convenciones propias del lenguaje de las **imágenes en movimiento**. La producción audiovisual es el arte de crear un producto para medios de comunicación audiovisuales, como el cine o la televisión o medios digitales.



Foto tomada proyectos MediaLab UTPL.

Para construir un mensaje, se mezclan nombres, sustantivos, adjetivos, verbos, etc., pero además se necesita seguir normas sintácticas que permitirán crear frases significativas y claras para el usuario. Así mismo para construir un producto audiovisual, existen algunas normas sintácticas que pueden dar forma a nuestro mensaje. Entre las principales tenemos:

- Planos
- Ángulos
- Movimientos de cámara
- Composición
- Profundidad de campo

- Distancia focal
- Continuidad
- Iluminación
- Temperatura de color
- Color

a. El plano

Los planos hacen referencia a la proximidad de la cámara con la realidad cuando se realiza una fotografía o se registra una toma. **Un plano** es una tira continua de película cinematográfica, creada a partir de una serie de fotogramas, que corre por un período ininterrumpido de tiempo. Los planos son generalmente filmados con una simple cámara y pueden ser de cualquier duración.

Entre los principales planos tenemos.

b. Planos descriptivos

Este tipo de planos nos sirve para que el usuario reconozca o se sitúe en el lugar que se muestra (descripción de lugares). Dentro de los planos descriptivos tenemos

- **Gran plano general:** Destaca soledad y pequeñez del sujeto en un entorno, presenta un escenario muy amplio en el que puede haber múltiples personajes. Hay mucha distancia entre la cámara y el objeto que se registra.



- **Plano general:** Espacio amplio, donde se reconocen claramente personajes. Cuando se utilizan planos generales hay que dar tiempo al espectador para que pueda ver todos los elementos que aparecen.



c. Planos narrativos

Estos planos narran la acción que se desarrolla frente a la cámara, adquiere mayor importancia el personaje. El plano entero y americano adquieren mayor poder narrativo.

- **Plano entero:** Es un plano más próximo que se observa al personaje desde los pies hasta la cabeza. Puede tener cierto valor descriptivo ya que permite apreciar las características físicas generales del personaje.



- **Plano americano:** Es un plano medio ampliado que muestra los personajes desde la cabeza hasta las rodillas, por lo tanto, tiene un valor narrativo y también un valor expresivo.



- **Plano medio:** Presenta el personaje de cintura hacia la altura de la cabeza. Aporta sobre todo un valor narrativo, ya que presenta la acción que desenvuelve el personaje.



d. Planos expresivos

Un plano adquiere un **valor expresivo** cuando su función principal es mostrar las emociones de los personajes.

Primer plano: Presenta la cara del personaje y su hombro. El primer plano suele tener una corta duración y se suele intercalar con otros planos, puesto que aporta poca información sobre lo que hace el personaje y sobre el entorno que le rodea.



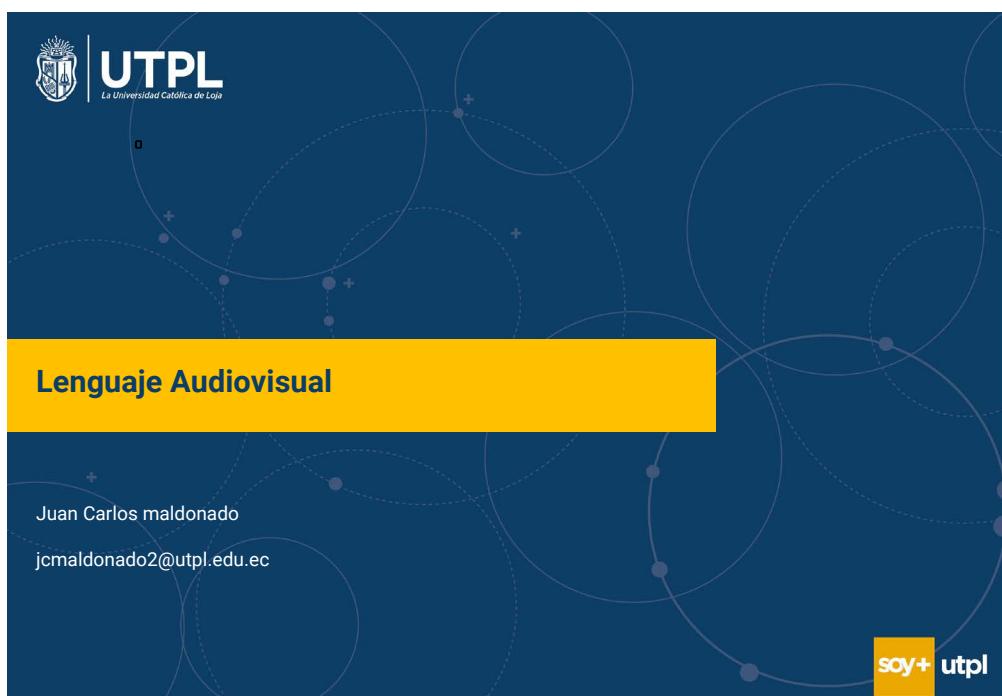
- **Primerísimo primer plano:** presenta al personaje desde la altura de la frente hasta el mentón.



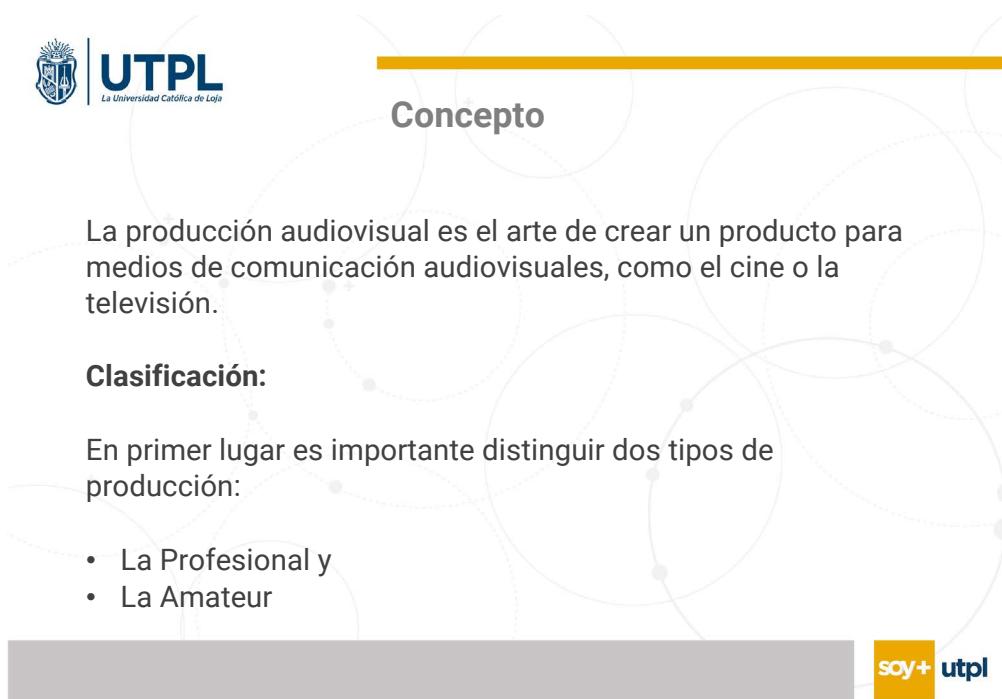
- **Plano detalle:** Muestra un objeto o una parte del objeto o personaje. Los planos de detalle suelen tener también una corta duración y se intercalan con otros planos que aportan más información sobre lo que hace el personaje y sobre el entorno que le rodea.



Plano Detalle



The slide features the UTPL logo at the top left. The background is a dark blue with a light blue circular network pattern. A yellow horizontal bar across the middle contains the title "Lenguaje Audiovisual". Below this bar, on the left, is contact information: "Juan Carlos maldonado" and "jcmaldonado2@utpl.edu.ec". On the right, there is a yellow square containing the text "soy+ utpl".



The slide features the UTPL logo at the top left. The background is a light blue with a white circular network pattern. A thick yellow horizontal bar across the middle contains the section title "Concepto". Below this bar, on the left, is a definition of audiovisual production. On the right, there is a grey horizontal bar at the bottom containing the text "soy+ utpl".

Concepto

La producción audiovisual es el arte de crear un producto para medios de comunicación audiovisuales, como el cine o la televisión.

Clasificación:

En primer lugar es importante distinguir dos tipos de producción:

- La Profesional y
- La Amateur

Profesional

Este tipo de producción es un trabajo complejo que requiere de una cuidadosa planificación, para que en cada una de las etapas del proceso de producción, se alcance el mejor rendimiento.



soy+ utpl

Amateur

Es muy común observar en cualquier lugar a personas grabando y registrando momentos con su celular, tablet o cualquier dispositivo móvil. Este tipo de producciones han estado presentes en la historia del audiovisual, desde la propia fotografía, pasando por el cine y la televisión, ahora tenemos mucha producción de este tipo en Internet.



soy+ utpl

Encuadre / Plano

El encuadre es la selección de la realidad que se quiere registrar. El operador de cámara, artista audiovisual o fotógrafo selecciona detrás del objetivo de la cámara, lo que verá finalmente el espectador de la obra. Según la distancia, la situación y la inclinación de la cámara, se pueden conseguir diferentes expresiones de la realidad.



soy+ utpl

Plano

Plano cinematográfico. Un plano es una tira continua de película cinematográfica, creada a partir de una serie de fotogramas, que corre por un período ininterrumpido de tiempo. Los planos son generalmente filmados con una simple cámara y puede ser de cualquier duración.

soy+ utpl

Composición de imagen

En primer lugar es importante entender, que todo lo que vemos en el cine y la Tv, no es improvisado, todo tiene una razón y un porque. Hay que tener en cuenta ciertos aspectos que son claves cuando vamos a realizar una grabación.

soy+ utpl

EL encuadre

Antes de iniciar la grabación debemos tener en cuanta el encuadre, es decir que se muestre de una manera adecuada lo que deseamos que el televíidente observe.

- Espacio superior
- Espacios laterales
- Espacios frontales
- Clausura

soy+ utpl

Planos y Ángulos

Los planos hacen referencia a la proximidad de la cámara con la realidad cuando realizamos un trabajo visual.

- Planos descriptivos
- Planos narrativos
- Planos expresivos

soy+ utpl

Planos descriptivos

Este tipo de planos nos sirve para que el usuario reconozca o se sitúe en el lugar que se muestra. (descripción de lugares)

soy+ utpl

Gran plano general

Destaca soledad y pequeñez del sujeto en un entorno



soy+ utpl

Plano general

Espacio amplio, donde se reconoce claramente personajes



soy+ utpl

Planos Narrativos

Narran la acción que se desarrolla frente a la cámara, adquiere mayor importancia el personaje

Plano entero

Es un plano más proximo que se observa al personaje desde los pies hasta la cabeza. (características)

soy+ utpl



Plano Entero



soy+ utpl

Plano medio



soy+ utpl

Planos expresivos

Muestra las expresiones de los personajes

- Primer plano
- Primerísimo primer plano
- Plano detalle

soy+ utpl

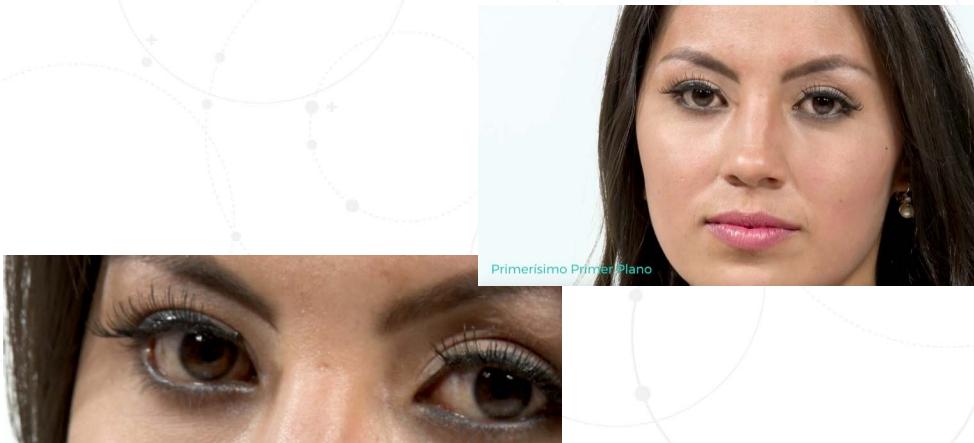
Primer plano



Primer Plano

soy+ utpl

Primerísimo primer plano Plano detalle



soy+ utpl

Story board

El lenguaje descriptivo del guión literario requiere **una traducción a soluciones audiovisuales** muy concretas que se recogerán en el guión técnico. La transformación del guión literario a guión técnico es una tarea propia del director/realizador.

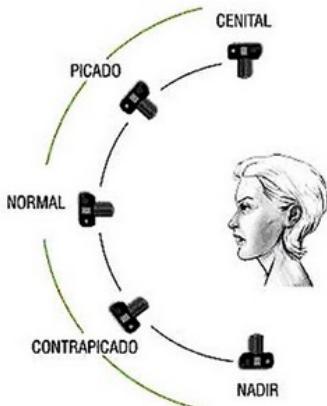


Cámara subjetiva

Consiste en mostrar mediante la cámara lo que ve el personaje, es decir la cámara actúa como los ojos del usuario.



Ángulos



soy+ utpl

Plano secuencia

Un **plano secuencia** es, en el cine y la televisión, una técnica de planificación de rodaje que consiste en la realización de una toma sin cortes durante un tiempo bastante dilatado, pudiendo usar travellings y diferentes tamaños de planos y ángulos en el seguimiento de los personajes o en la exposición de un escenario.

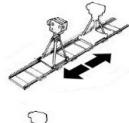
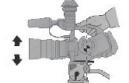
<https://www.youtube.com/watch?v=en7SgGDybnc>

https://www.youtube.com/watch?v=wLS_JmpL_70

soy+ utpl

Movimientos de cámara

| | |
|---|---|
| PANNING (PANEOS) PANORÁMICA HORIZONTAL | Se dice cuando la cámara gira sobre su propio eje, en un movimiento horizontal. Rotación o mirada en derredor. Es como mover la cabeza de derecha a izquierda o al revés. A veces el giro de la cámara es total. Parte de un punto y vuelve a él después de haber descrito una circunferencia. Se llama panorámica de 360°. |
| PANNING LEFT | Movimiento hacia la izquierda. |
| PANNING RIGHT | Movimiento hacia la derecha |
| TIILT PANORÁMICA VERTICAL | Movimiento de la cámara sobre su eje, en forma vertical. |
| TIILT UP | Movimiento hacia arriba. |
| TIILT DOWN | Movimiento hacia abajo. |
| TRAVELING | Movimiento de la cámara sobre una plataforma rodante o rieles. Este movimiento no tiene una dirección determinada. También se utiliza para nombrar el movimiento en círculos que se realiza alrededor de un sujeto. |
| TRAVEL LEFT | Movimiento hacia la izquierda. |



soy+ utpl

Plano contra plano

Nos sirve para grabar diálogos.

Grabación:

Toda la escena en plano general

Plano con un personaje

Plano con 2º personaje

soy+ utpl

Illuminación

La **luz natural** es más barata. De hecho, es gratis. Por contra, es una luz cambiante que no controlamos a nuestro antojo.

La **luz artificial** puede servir como refuerzo de la luz natural, o como fuente única de luz. Es decir, podemos partir de un decorado con luz natural, y añadirle luz artificial para mejorar la iluminación. O también podemos partir de la oscuridad, y construir un set de luz completamente artificial.

soy+ utpl

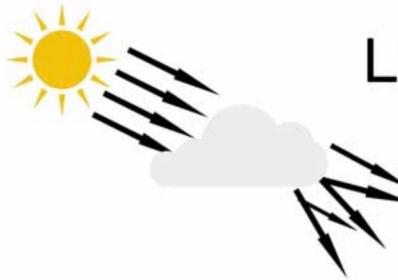
Tipos iluminación



LUZ DURA

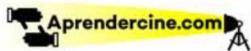
soy+ utpl

Tipos iluminación



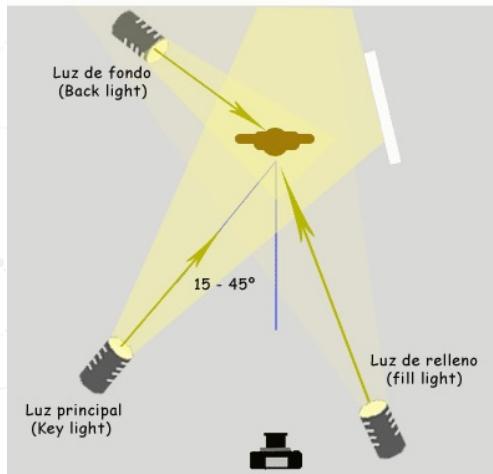
LUZ SUAVE



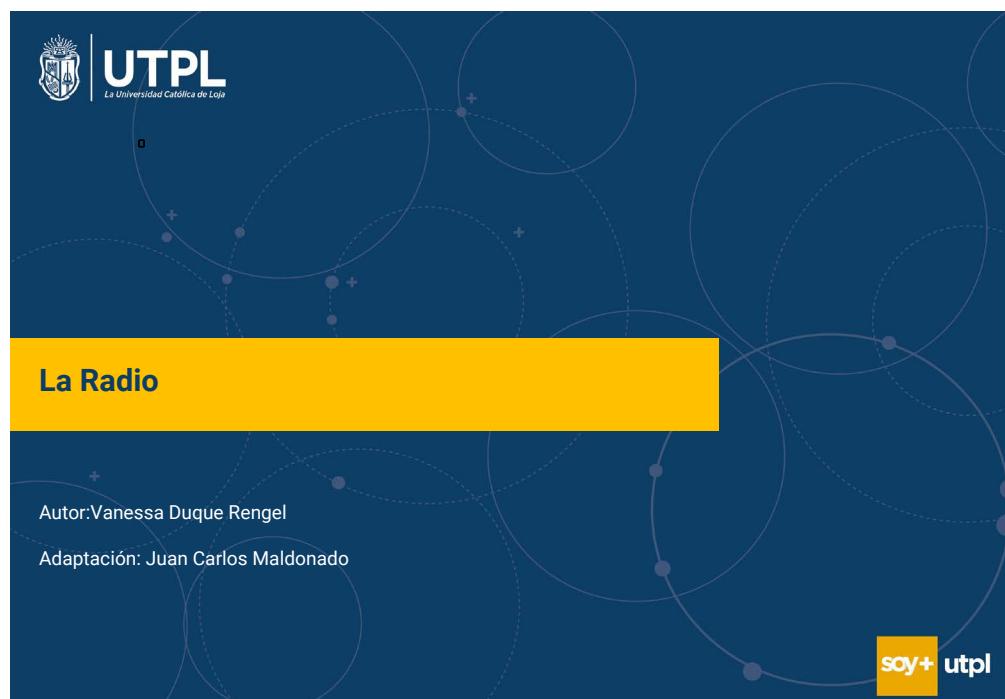


soy+ utpl

Iluminación 3 puntos



soy+ utpl



The background features a dark blue circular pattern with light blue dashed lines and small white dots. In the top left corner is the UTPL logo (a crest with three crowns) and the text "UTPL" with "La Universidad Católica de Loja" underneath. A yellow horizontal bar at the bottom contains the title "La Radio". Below it, author information is listed: "Autor: Vanessa Duque Rengel" and "Adaptación: Juan Carlos Maldonado". In the bottom right corner is a yellow square containing the text "soy+ utpl".



The background features a white circular pattern with light blue dashed lines and small white dots. In the top left corner is the UTPL logo (a crest with three crowns) and the text "UTPL" with "La Universidad Católica de Loja" underneath. A yellow horizontal bar in the middle contains the question "¿Qué es la radio?". Below it is a black silhouette of a vintage portable radio with a dial, speaker, and antenna. In the bottom right corner is a yellow square containing the text "soy+ utpl".

La radio

La radio es un medio de difusión masivo que llega al radio-escucha de forma personal, llega a todas las clases sociales.



soy+ utpl

Historia

**02/11/1920**
02/11/1920

La radiodifusión se materializa en Pittsburgh, EEUU, con la emisión de radio K.D.K.A.

12/06/1929
27/08/1920

La primera emisora oficial de radio que existió en el país en onda corta fue radio El Prado de Riobamba.

En Argentina se difundió la ópera de Parsifal, evento histórico que marcó el inicio de la radiodifusión regular

soy+ utpl

Características de la radio

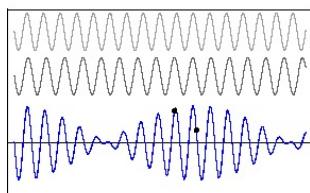
¿Qué es el sonido?

Es una sensación producida en el órgano del oído por el movimiento vibratorio de los cuerpos, transmitido por un medio elástico, como el aire.



soy+ utpl

Cualidades físicas del sonido



| | |
|-------------------------|---|
| Periodo | • Se mide en segundos. |
| Frecuencia | • Su unidad de medida es el hertzio. |
| Longitud de onda | • Se la mide en unidades de distancia, en metros o centímetros. |
| Velocidad | • Se mide en metros por segundo. |

soy+ utpl

Otras cualidades físicas del sonido



Tono

Intensidad

Altura

Duración

Timbre

soy+ utpl

Naturaleza de la radio

La radio

La Unisensorialidad

Activación de un solo sonido (Auditivo)

Inmediatez y actualidad

La radio informa al instante

Popularidad

Acogida entre la audiencia.

Compañía

Su presencia se ve reflejada en la mayor parte de actividades

soy+ utpl

El lenguaje radiofónico

¿Qué es el lenguaje radiofónico?

Los mensajes sonoros de la radio se pueden considerar como una sucesión ordenada, continua y significativa de sonidos elaborados por personas, instrumentos... a pesar de ello, la radio tiene un lenguaje propio y característico formado principalmente por cuatro elementos.



soy+ utpl

Elementos del lenguaje radiofónico



PALABRA



MÚSICA



EFEKTOS

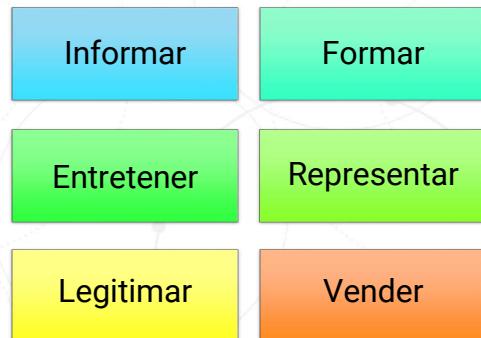


SILENCIO

soy+ utpl

Estructura del relato radiofónico

Las principales funciones que debe cumplir la radio:



soy+ utpl

Voz y locución



La voz

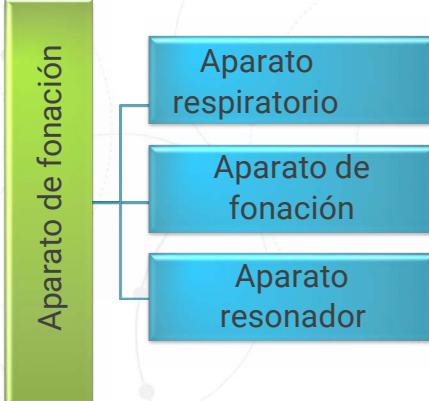
Es preciso recordar que las palabras se edifican a partir de la voz, es ahí donde nacen y toman forma, para luego ser proyectadas. La voz viene a ser el código sonoro más importante que tiene el ser humano para comunicarse, a través del cual expresa sus pensamientos, necesidades y sentimientos.

La educación vocal ayuda a perfeccionar las limitaciones que tenemos en el habla, provocando una mayor claridad y la capacidad de agradar con nuestra voz.

soy+ utpl

Producción de la voz

Fisiológicamente, la voz se genera dentro de la misma estructura corpórea del hombre, el centro de todo es el aparato de fonación.



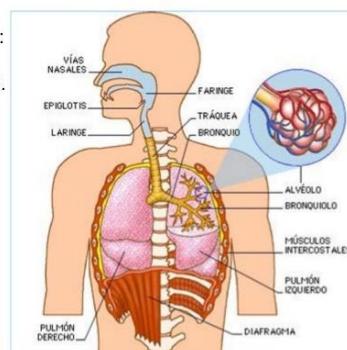
soy+ utpl

Aparato respiratorio

La respiración es uno de los pocos procesos anatómicos que el ser humano puede dominar a su voluntad, es cuestión de práctica.

- ✓ Las vías respiratorias:
 - ❖ Las fosas nasales.
 - ❖ La faringe.
 - ❖ La laringe.
 - ❖ La tráquea.
 - ❖ Los bronquios.
 - ❖ Los bronquiolos.
 - ❖ Los alvéolos.

- ✓ Los pulmones.



soy+ utpl

Aparato de respiración

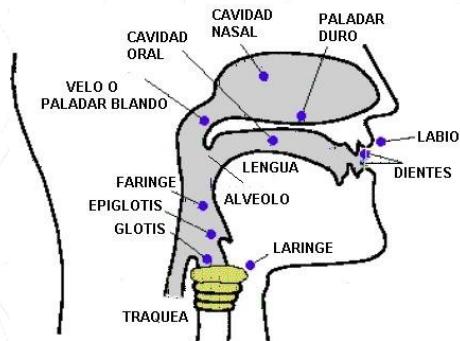
Ejecutar una buena respiración ayudará a realzar la voz, propiciando claridad y elocuencia al momento de proyectarla. Según el profesor Ramón Martínez (2006) existen tres tipos de respiración:



soy+ utpl

Aparato de fonación

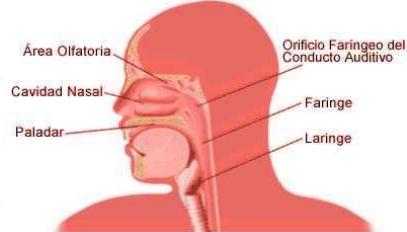
Para la producción de la voz la laringe necesita del aire que le proporcionan los pulmones, y luego de las cavidades de resonancia. Ella es la base y fuente de la voz, sobre su estructura se encuentran las cuerdas vocales.



soy+ utpl

Aparato resonador

El proceso de amplificar la voz se lleva a cabo en las tres cavidades supraglóticas principales: faringe, cavidad nasal y cavidad oral, las que modifican el sonido producido por las cuerdas vocales, dando lugar al timbre de voz, la calidad vocal y el color de la voz característico de cada individuo. Suministra el brillo, la personalidad y la vistosidad de la voz.



Técnicas para proyectar la voz

La voz al ser sonido comparte sus mismas características, por tanto podemos analizarla básicamente desde las dimensiones, como:



Producción sonora

La redacción radiofónica

La clave de la redacción radiofónica está en escribir como quien habla y hablar como el que dice cosas: «Hay que escribir de modo tal que, hasta donde ello sea posible, el encargado de leer pueda leer como quien habla y no hablar como quien lee»

- Puntuación y Unidades fónicas.
- El uso de la palabra.
- El uso de la oración.
- Pronombre.
- Verbo.
- Verbo.
- Adjetivo y el adverbio.
- Preposición.
- Conjunción.
- Interjección.

Guion radiofónico

El guion es el principal elemento para estructurar el lenguaje radiofónico y, a la vez, sincronizar a locutores y técnicos a la hora de ejecutar una idea. La radio es palabra, música, efectos y silencio, emitidos de forma ordenada y cada uno a su tiempo y en su plano sonoro. Es, por lo tanto, un instrumento de trabajo eficaz para una buena realización radiofónica.

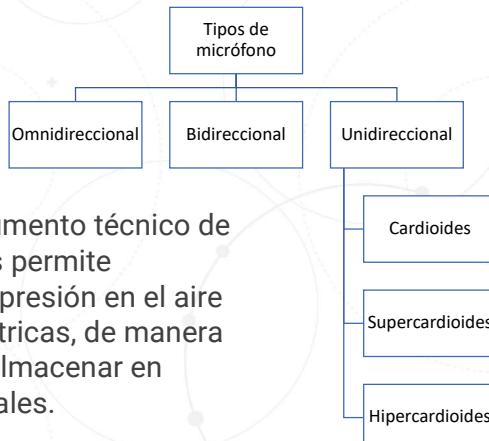
Tipología de guiones

Literario

Técnico

Absolute

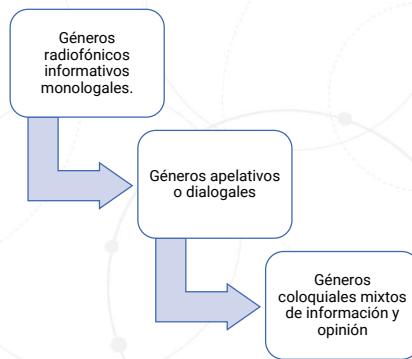
Micrófonos



El micrófono es el primer instrumento técnico de la cadena de sonido, el que nos permite transformar las variaciones de presión en el aire (ondas sonoras) en ondas eléctricas, de manera que las podamos transmitir o almacenar en grabaciones analógicas o digitales.

Géneros y formatos radiofónicos

los géneros «son un principio de orden que facilita el trabajo en común, procura la homogeneidad del tratamiento y agiliza la tarea de elaboración de los productores y de comprensión de los receptores de los mensajes»



Géneros radiofónicos informativos monologales



Géneros apelativos o dialogales

Añaden la presencia de uno o varios contertulios que responden a las preguntas del locutor o argumentan entre sí, estableciendo un diálogo creado para el oyente que escucha en primer plano la conversación generada.



Géneros coloquiales mixtos de información y opinión

Son géneros mixtos de información y opinión, con gran implantación en la radio, que se caracterizan por ser más dinámicos gracias a la participación de los invitados.

Mesa redonda

El debate

La tertulia

La encuesta

soy+ utpl

La radio digital

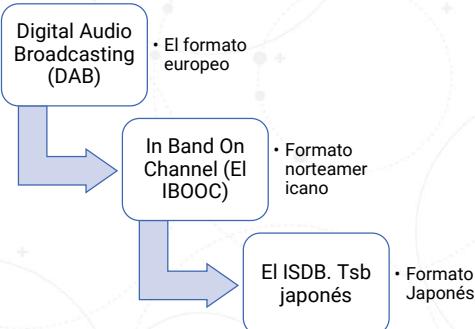
La tercera evolución tecnológica de la radio



El primer gran salto de este constante avance tecnológico de la radio, la comienzos del siglo XX, ha sido el paso de los receptores de galena a la válvula de vacío, que mejoró notablemente la sensibilidad acústica de los primeros aparatos de radio.

soy+ utpl

Estándares de emisión



La radio digital es una realidad incipiente con muchas posibilidades de éxito, que va a mejorar el soporte, pero que tiene por delante grandes retos.

soy+ utpl

Los nuevos contenidos de la radio digital

empresarial, los contenidos multimedia, la especialización, la personalización y la convergencia de soportes, de forma que el profesional de la radio se verá abocado a producir contenidos multiplataforma que, utilizando los lenguajes adecuados, puedan ser distribuidos a través de las ondas, internet, la telefonía móvil, etc.



soy+ utpl

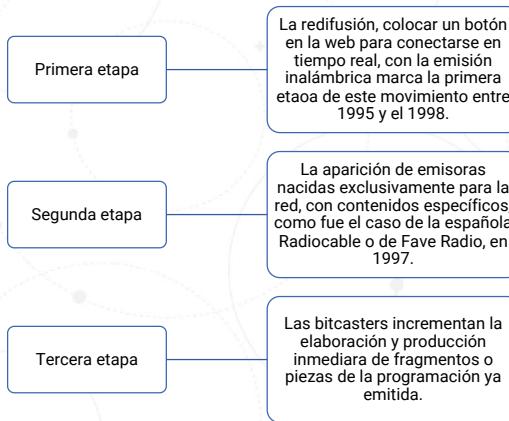
La radio por internet: las Bitcasters o la Radio Global



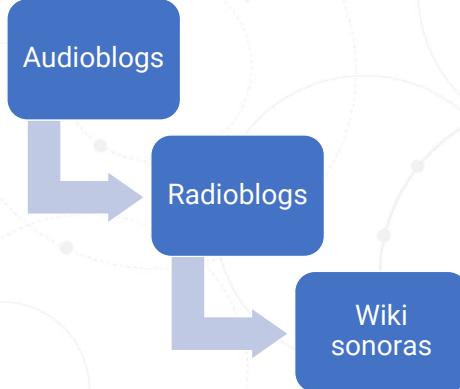
¿Qué es la radio on line?

La radio en internet no es la hermana pobre de la radio, como la FM nunca fue el pariente pobre de la radio en AM, aunque al principio lo podía parecer. La radio en la red es una nueva forma de hacer comunicación través de una potente plataforma en constante evolución, tanto en capacidad como en recursos expresivos, que permite nuevos planteamientos la comunicación radiofónica.

Las etapas significativas de la radio on-line

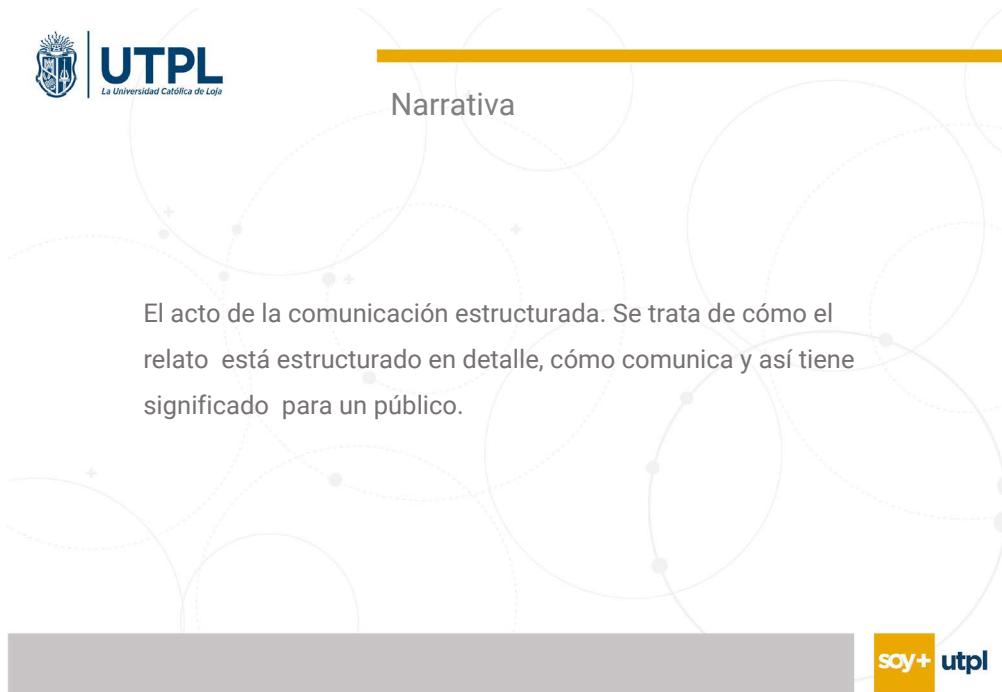


Nuevas formas de presentación de contenidos sonoros



soy+ utpl

La narración cinematográfica



Historia mínima

¿Qué es una historia?

"Una de las claves esenciales que definen una historia como mínima es la presencia de un evento que provoque un cambio en el estado inicial".

Gennette (1998): "desde el momento en el que hay un acto o suceso, aunque sea único, hay una historia, porque hay una transformación, el paso de un estado anterior a un estado posterior y resultante".



- La historia se divide en dos tipos de contenidos:
- Sucesos: acciones y acontecimientos
- Existentes: personajes y escenarios
- "Historia puede ser definida como un suceso, protagonizado por un personaje y que tiene lugar en un escenario determinado"



La narración clásica

- Una **historia** o narración es una serie de acontecimientos, con un **inicio** y un **final**, que transcurren en un **tiempo**, de los que se hace una exposición ordenada con relaciones **causa-efecto**, y que se desarrollan en unas situaciones, en un **espacio**.

soy+ utpl

Paradigma

Exposición – Conflicto - Exposición

Introducción Desarrollo Desenlace

Primer Acto

Segundo Acto

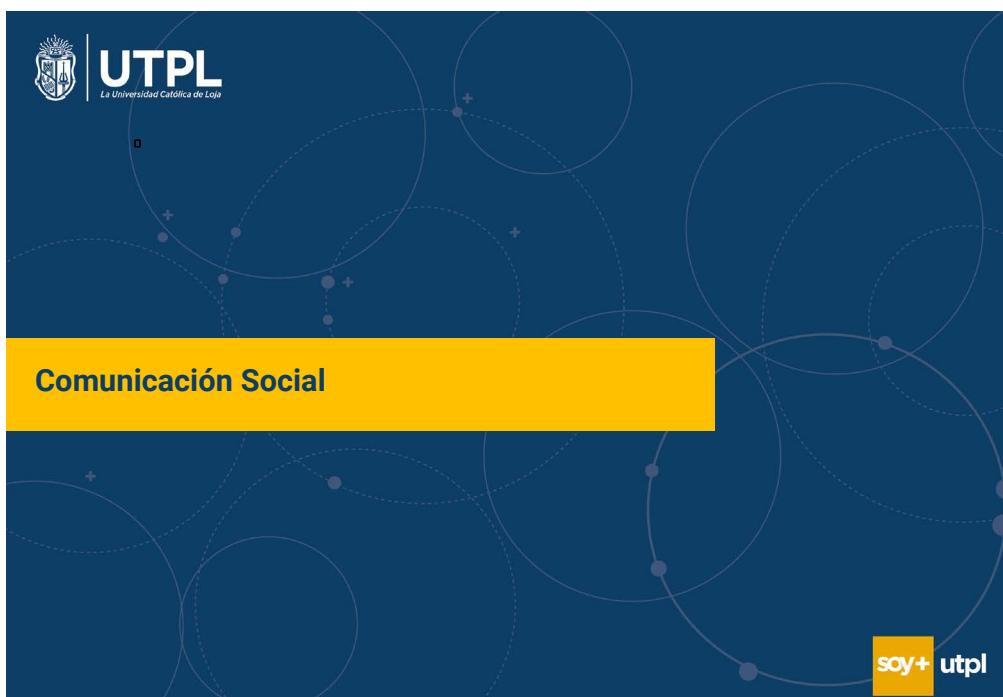
Tercer Acto

Primer punto de giro

Segundo punto de giro

soy+ utpl

El comunicador actual



The background features a dark blue circular pattern with light blue dashed lines and small white '+' symbols. In the top left corner is the UTPL logo (shield and text) and a yellow bar containing the text 'Comunicación Social'. In the bottom right corner is a yellow square with the text 'soy+ utpl'.



Producción audiovisual



Producción audiovisual



soy+ utpl

Producción audiovisual



soy+ utpl

Locución



soy+ utpl

Gracias

soy+ utpl

Introducción

La educación audiovisual nace como disciplina en la década de 1920. Debido a los avances de la cinematografía, los catedráticos y pedagogos comenzaron a utilizar materiales audiovisuales como apoyo para hacer llegar a los educandos, de una forma más directa, las enseñanzas más complejas y abstractas. Durante la II Guerra Mundial, los servicios militares utilizaron este tipo de materiales para entrenar a grandes cantidades de población en breves espacios de tiempo, poniendo de manifiesto que este tipo de método de enseñanza era una valiosa fuente de instrucción que contaba con grandes posibilidades para el futuro. (Barros, C. Barros, R. 2015).

Hoy día no se puede hablar de las tecnologías audiovisuales ligadas a los medios sin referirse a los medios cruzados o multimedia que consisten en el uso simultáneo o sucesivo de varios recursos audiovisuales. El término multimedia se intenta reducir al conjunto de aparatos informáticos que conforman entre ellos una unidad operativa, se restringe así el sentido, se confunde la parte con el todo. Sin olvidar que el término multimedia, utilizado en tratados del año 1965 se refería a cualquier utilización conjunta de medios audiovisuales. Todavía se está lejos de tener en las aulas todos los medios informatizados, se debe recurrir de manera complementaria, tanto a lo analógico como a lo digital. Mientras en muchas aulas existen las pizarras digitales, en muchas más se sigue trabajando con la pizarra tradicional. (Barros, C. Barros, R. 2015)

Según (Barros, C. Barros, R. 2015) Los profesores deben educar para la participación, los medios de comunicación son el apoyo necesario para lograrlo. La cooperación necesita información veraz, amplia de los hechos; la reciprocidad requiere de variedad de opiniones, situaciones, tendencias, creencias, costumbres. Los medios de comunicación, si son verdaderos transmisores, proporcionan a los individuos la posibilidad de conocer problemas de su entorno y crear la sensibilidad necesaria para potenciar la participación.

Interpretar el entorno

En la interpretación connotativa de la realidad entra el análisis y la búsqueda de lo que no se debe apreciar a simple vista, ya sea porque se está orientado en otra dirección o porque se puede ver. La imagen puede ilusionar o engañar. La especie humana siempre ha dado significado a lo que ve, ha clasificado las constelaciones, dándoles nombre, y creando la ciencia desde su propio punto de vista. Se pueden cambiar estas interpretaciones, conjugar la naturaleza desde otra visión, dar otros nombres a los animales y a las cosas, clasificarlos de otro modo, buscar lo oculto, descubrir lo camuflado, observar los detalles, estudiar otras soluciones.

Descubrir las formas y los colores

Es importante descubrir la luz, la forma y el color y también sus relaciones. No es lo mismo ver un paisaje a una hora que a otra, o con un clima que con otro. La vida no es estática, aunque las imágenes algunas veces lo sean. Es conveniente descubrir el lazo de unión entre las situaciones que el ojo no puede muchas veces apreciar, pero el cine sí. La imagen fotográfica y audiovisual ayudan a descubrir colores, formas, secuencias y movimientos y al mismo tiempo comunicar mejor mensajes o sentimientos. La imagen digital permite distinguir hasta los más nimios detalles de una imagen, jugar con ella, analizarla, ampliarla y retenerla para su análisis y utilización en otros medios.

Crear y manipular la imagen fija

Una de las mejores formas de adquirir la capacidad de observación es dibujar las cosas. Dibujar exige mirar cuidadosamente y observar los detalles como las relaciones entre las cosas. El acto de dibujar hace percibir detalles que pasan inadvertidos en una observación superficial.

Gran parte de los profesores soslayan el dibujo porque se sienten inseguros. No es necesario ser un artista para dibujar. Es simplemente querer observar las cosas y plasmarlas como cada cual pueda. La técnica, si es posible, llega con posterioridad.

El dibujo tiene además dos valores a destacar en la formación. El primero, es instrumento esencial del pensamiento ya que obliga al análisis y al detalle; en segundo, es un instrumento evaluador por excelencia, plasma lo que el alumno ha comprendido, analizado y sintetizado.

Por ejemplo: un texto, un letrero, una transparencia, quedan mejor presentadas si se hace en el ordenador. Sin embargo, el aprendizaje de lo manual, fundamenta aprendizajes de procesos básicos, logra mayor adquisición de conocimientos en la memoria a largo plazo, facilita la transferencia del aprendizaje y complementa los productos de las nuevas tecnologías.

Describir verbalmente

La descripción verbal también ayuda a mejorar la capacidad de observación visual al mismo tiempo que disciplina la visión al reunir la búsqueda verbal con la visual y ayuda a valorar lo que se observa, crea nuevas interpretaciones subjetivas de la realidad, de las ideas o de los objetos.

Estas ideas son el preámbulo de todo un estudio que se realiza por los autores a fin de poner a disposición de los académicos un material que muestre la importancia de tener en cuenta aspectos tan relevantes y significativos en la vida de cualquier individuo como es el medio audiovisual y la necesidad de su manejo para el bien educativo de las nuevas generaciones.

El lenguaje audiovisual

Está constituido por las distintas normas y reglas que permiten contar una historia en formato audiovisual, está integrado por un conjunto de símbolos y unas normas de utilización que hacen posible esta particular manera de comunicación. Contiene elementos morfológicos, una gramática particular y determinados recursos estilísticos. Los mensajes audiovisuales facilitan la comunicación, resultan motivadores y aproximan a la realidad a las personas. El plano se constituye la unidad básica en la realización, se los puede agrupar en: planos descriptivos, narrativos y expresivos. Es importante que el realizador audiovisual conozca el lenguaje audiovisual, la intencionalidad y el interés que despierta cada regla utilizada de este lenguaje.

Nuevas narrativas audiovisuales

Estamos frente a las tecnologías a diario, las mismas que nos permiten generar y consumir contenidos digitales. Estas han condicionado nuestros hábitos de consumo de contenidos digitales y con ellos lógicamente las maneras de captar y retener la atención de las personas y los modelos de

negocio. Vivimos en la época en que los relatos y la forma de contarlos se relacionan con nuestras vidas, de ahí el *Storytelling* por ejemplo que se ha convertido en un elemento clave para la comunicación en empresas, cómo transmiten sus valores es tan importante como tenerlos, y en plena digitalización la narrativa audiovisual es uno de los mejores aliados para hacerlo. No cabe duda, por tanto, de que las nuevas formas narrativas surgen de la influencia entre la conversión digital y virtual y de la constante innovación.

A continuación, se explican algunos temas relacionados a las nuevas narrativas y tendencias audiovisuales.

Narrativa crossmedia.- Se basa en adaptar el mismo relato o historia a los diferentes medios o soportes, como redes sociales, televisión, radio.

Narrativa transmedia.- Consiste en contar una historia utilizando piezas independientes con un orden espacio-temporal alterado y en ocasiones desde diferentes puntos de vista.

Narrativa multiplataforma.- Al igual que la narrativa audiovisual transmedia, divide una historia en diferentes piezas, pero con la particularidad de que para entender del relato global es necesario ver cada una de estas piezas, sea una en el móvil y otra en la radio, por ejemplo.