



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.
UNAN-LEÓN.

Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades.

Carrera: Comunicación Social.



Tema: Las nuevas tecnologías de la información como herramientas para la proyección y prácticas de la carrera de Comunicación social en la UNAN-León.

Trabajo monográfico para optar al Título de Licenciatura en Comunicación Social.

Elaborado por:

Br. Ada Liz Cruz Laguna.
Br. Brenda Gómez Salgado.
Br. Miurel González Mendoza.

Tutor: Msc. José Ramón Avendaño.

“A la libertad por la universidad”



Dedicatoria

A Paula, mi madre.
Brenda.

A mi madre Verónica González.
Miurel.

A: Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres por darme la vida, quererme mucho, creer en mí y porque siempre me apoyaron, gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto se lo debo a ustedes.

A mi familia por quererme y apoyarme siempre, en especial a mi tía Johanna por su apoyo incondicional, gracias, y a mi hermana Marcela para que veas en mí un ejemplo a seguir.

Ada Liz.

A Alma Ligia Delgado Dolmus, por fundar esta carrera.
Brenda, Miurel y Ada Liz.



Agradecimientos

A nuestro profesor y tutor Msc. José Ramón Avendaño, por dedicarnos su tiempo y apoyo a lo largo de este trabajo, por alentarnos y ser parte de este proyecto; por los conocimientos compartidos, por darnos su espacio y crearnos condiciones para echar a andar esta aventura. Por ver ese potencial en nosotras y llenarnos de confianza cuando no la encontrábamos.

A todos los que participaron en esta iniciativa:

Maynor, William, Donald, Pablo, Erick, Alexis, Emilio, Soledad, Christopher, Euclides, Carlos, Manuel, Ileana y Marcia Montes Sandino.

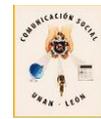
Gracias.

“Toda idea nueva pasa inevitablemente por tres fases:
Primero es ridícula, luego es peligrosa, y después... ¡todos
la sabían!”
PROVERBIO TURCO



INDICE

| | Páginas. |
|-------------------------------------------------------------|----------|
| Introducción | 1 |
| Capítulo I. “El problema de Investigación” | 3 |
| 1.1 Antecedentes | 3 |
| 1.2 Justificación | 7 |
| 1.3 El Problema | 9 |
| 1.4 Hipótesis | 10 |
| 1.5 Objetivos | 10 |
| 1.5.1 Objetivo General | 10 |
| 1.5.2 Objetivos Específicos | 11 |
| Capítulo II. “Marco Teórico” | 12 |
| 2.1 Paradigmas de investigación | 12 |
| 2.1.1 Diferencia entre los paradigmas | 14 |
| 2.2 ¿Qué es la Investigación Acción? | 17 |
| 2.2.1 Características de la Investigación Acción | 19 |
| 2.3 Nuestro modelo de Investigación | 21 |
| 2.4 Breve reseña histórica de la televisión a nivel mundial | 21 |
| 2.4.1 La televisión por cable | 25 |
| 2.4.2 Digitalización de la televisión | 26 |
| 2.4.3 Nuevas formas de ver televisión | 28 |
| 2.5 Televisión en Nicaragua | 31 |
| 2.6 Importancia de las prácticas profesionales | 35 |
| Capitulo III. Diseño metodológico | 46 |



| | |
|--------------------------------------------------------|----|
| Capítulo IV. Diagnóstico del área problemática | 48 |
| 4.1 Encuestas a los estudiantes | 48 |
| 4.2 Entrevistas a los profesores | 60 |
| 4.3 Resumen de la entrevista al Director de la carrera | 64 |
| 4.4 Triangulación de la información | 66 |
| | |
| Capítulo V. Plan de Acción | 71 |
| 5.1 Resultados de la acción | 75 |
| 5.2 Desarrollo de los programas | 78 |
| | |
| Capítulo VI. Conclusiones y Recomendaciones | 88 |
| 6.1 Conclusiones de la acción | 88 |
| 6.2 Recomendaciones | 89 |
| Bibliografía | 90 |
| | |
| ANEXOS | |



Introducción

La carrera de comunicación social que se imparte en la Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades, se inició a partir del año 2007 en la modalidad regular, con una duración de cinco años. La carrera en un inicio fue impartida por profesores de la facultad que tenían alguna afinidad con ésta, luego se fueron integrando comunicadores que han quedado como profesores horarios de la carrera. La formación profesional se definió como componentes teóricos-prácticos, teniendo un currículo por competencias.

Las prácticas profesionales en medios de comunicación de la carrera de comunicación social, se realizan a partir del segundo semestre de 4to año, y mediante estas prácticas se pretende que el estudiante adquiera las habilidades propias de un comunicador, además de un acercamiento a la realidad social de su carrera. Somos parte de la primera generación y en nuestra experiencia nos dimos cuenta que no siempre se cumplen con los objetivos de los programas; nuestro trabajo es aportar para que estas prácticas sean más efectivas, por esta razón elegimos la Investigación Acción Práctica para que haya una cooperación entre los investigadores y participantes y asegurarnos de que las acciones serán las correctas.

Nuestra Investigación está compuesta de seis capítulos. En el primero, describimos el diagnóstico situacional, el porqué de este trabajo, antecedentes, justificación, el problema así como la hipótesis y los objetivos que se persiguen.

El segundo, corresponde al Marco Teórico en el que se abarca primeramente los distintos paradigmas y los modelos dentro de cada uno, para especificar nuestra elección por el modelo de Investigación Acción Práctica, también en este capítulo presentamos una breve reseña de la televisión y su evolución, hasta las nuevas formas en que actualmente consumimos este medio, precisamente así llevamos a cabo nuestra Acción, mediante un canal en línea; por último, este capítulo contiene La importancia de las prácticas profesionales y diversas perspectivas alrededor de éstas.



En el tercero se describe el diseño metodológico, y el modelo que usamos para nuestra Investigación Acción. El cuarto corresponde al Diagnóstico del área problemática, el cual incluye encuestas a los estudiantes y entrevistas a profesores y al director de la carrera y la triangulación de toda esta información. El quinto capítulo contiene, las conclusiones y recomendaciones.

Esperamos que nuestro trabajo sea el primero de varias iniciativas para contribuir a mejorar la educación de todos aquellos que buscan soluciones creativas a la falta de recursos.



Capítulo I. El problema

1.1 Antecedentes

La carrera cumplirá siete años de haber sido fundada, nosotras tres, somos parte de la primera generación de egresados y sabemos lo difícil que es iniciar una carrera sin los elementos necesarios para nuestra formación. Por esta razón queremos intervenir para aminorar esta carencia, proponiendo a las autoridades y maestros un trabajo en conjunto para lograr este objetivo.

Hay muchas plataformas gratuitas en Internet para el campo o especialidad que más guste -Radio, Televisión, Prensa escrita- y nuestra carrera aún no está haciendo uso de estas herramientas, o al menos no como se debería.

Las instituciones no están teniendo esta visión de futuro y son siempre los grandes medios los que usan estas herramientas, el caso más emblemático a nivel mundial es la BBC, cadena inglesa que desde la aparición masiva del Internet a mediados de los 90 tomó presencia en este medio y en los primeros años de esta década actual ha sido pionera emitiendo noticias valiéndose de videos, convirtiéndose también en un canal multimedia, aquí el visitante encuentra texto, audio, y por supuesto videos, galerías de fotos, todo en un mismo sitio. Otro ejemplo importante es el de RTVE, Radio y Televisión Española, que si bien son muchas las radios y canales que alberga, cada uno tiene su propia programación diferenciada en la red.

Euronews, otra gran cadena que apostó por la red y desde hace algunos años presenta sus noticias en videos y escritos, aprovechando una doble convergencia en la red. Al tener contenidos en Internet, esta cadena puede ser vista por usuarios del mundo entero, razón por la cual muestra sus contenidos en 6 diferentes idiomas, teniendo también como diferenciación que tiene transmisiones en vivo y su galería de videos albergados en su web. Como último ejemplo de grandes televisoras en la red, tenemos a la colombiana RCN News, este espacio dedicado para el público extranjero. Se presentan noticias en inglés en videos sobre Colombia y también se da mucha proyección del país.



Ubicándonos en nuestro país en la red sólo encontramos las transmisiones de las grandes televisoras nacionales, como “Canal 2”, “Viva Nicaragua” Canal 13 que transmite en vivo vía Ustream, “Vos Tv” Canal 14 que transmite vía Livestream, “Canal 4” vía Ustream, “Telenica” Canal 8 vía Livestream, “Canal 10” vía Livestream. El único canal que está aprovechando estas herramienta que ofrece la red es el Canal 15 “100% Noticias”, el cual tiene su mayor audiencia, con casi 3 millones de visitantes tanto nacionales e internacionales, en Internet a través de su transmisión vía Ustream, aquí también encontramos noticias redactadas y un enlace directo a El Nuevo Diario, razón por la cual, su información está constantemente actualizada.

En cuanto a experiencias universitarias en nuestra región encontramos Canal U de Colombia, de la Universidad de Antioquía. Canal local sin ánimo de lucro que desde 1999 produce y emite televisión educativa, científica, investigativa y cultural para Medellín y nueve municipios aledaños, es decir que su señal abierta y gratuita es recibida por más de tres millones de personas, este medio es el único de señal abierta en Latinoamérica conformado por cinco instituciones educativas, públicas y privadas de nivel superior donde los universitarios de diferentes pre-gradados, constituyen una amplia población del público del canal, además de ser sintonizado por otros televidentes como estudiantes de colegios, amas de casa y docentes.

Las instituciones asociadas al canal son:

- Universidad de Medellín
- Universidad Nacional de Colombia – Sede Medellín –
- Universidad Cooperativa de Colombia
- Universidad de Antioquia
- Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA – Regional Antioquia.

Todas estas universidades, ofrecen Comunicación Social y Periodismo.

Otro ejemplo que encontramos en este mismo país, es el Canal Universitario Nacional de Colombia. <http://www.zoomcanal.com.co/>

El Canal Universitario Nacional ZOOM es un medio de comunicación convergente que cuenta con un canal satelital, cuya señal se emite por televisión cerrada en territorio colombiano a través de todos los servicios de cable y canales comunitarios.



El Canal es especializado en la comunidad universitaria y está conformado por cuarenta y nueve universidades colombianas con el apoyo de la Comisión Nacional de Televisión CNTV, los Ministerios de Comunicaciones, Cultura y Educación, Departamento administrativo de ciencias, tecnología e innovación “Colciencias” y el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA.

La programación de ZOOM es 100% producida por instituciones universitarias colombianas, “lo que permite reconocer el entorno regional bajo la mirada globalizadora, inquieta e inteligente del universitario colombiano”¹, como bien lo mencionan. Aclaramos que este es un canal tradicional y sólo transmite su programación en la red, pero su éxito en Internet ha sido masivo que en los buscadores, plataformas y redes sociales aparece como referencia a esa búsqueda del usuario.

En Brasil encontramos el Canal universitario de Vitória. <http://www.cnuvitoria.com.br/>

Vitória Channel es un canal de televisión de la Universidad de Victoria y actualmente consta de dos entidades de educación superior: Universidad Federal de Espírito Santo (UFES) y el Centro Universitario de Vila Velha (UVV)

En febrero de 2001 el canal comenzó su transmisión por el sistema de cable NET a través de la operadora, en el Canal 13, con cobertura en las ciudades de Vitória y Vila Velha.

Con una programación diversificada y basada en entrevistas, debates, documentales, noticias y experimentos de publicidad, el canal se basa en la educación, la difusión, la cultura y la información de la ciudadanía, buscando siempre una relación más estrecha entre las universidades y la comunidad en general. Igual que ZOOM sólo hacen la transmisión de su canal por Internet.

En Argentina localizamos el canal de la Universidad Nacional de Córdoba. <http://www.unc.edu.ar/seccion/multimedia/canal10-en-vivo>, se trata de Canal 10 que integra junto a Radio Universidad AM 580 y 102.3 FM Nuestra Radio, los Servicios de Radio y Televisión de la Universidad Nacional de Córdoba, el principal grupo de medios públicos del interior de Argentina, con una audiencia distribuida en seis provincias.

¹ Canal Zoom. (s.f.). Recuperado el 4 de abril de 2012, de Canal Zoom: <http://www.zoomcanal.com.co/nosotros>



Actualmente, el canal universitario retransmite contenidos educativos y periodísticos de las señales nacionales Canal 7 y Canal Encuentro. Como dato significativo, desde 2009 amplió de 2,5 a 6 la cantidad de horas de programación dedicadas a los servicios informativos de producción propia, gracias a que ha crecido el interés y el apoyo por parte de otras instituciones educativas. Aclaramos que este no es un canal de contenido meramente universitario, posee todas las características de un canal generalista, pero sí, se hacen transmisiones de todas las actividades de la universidad.

Regresando a nuestro país, no encontramos ninguna experiencia universitaria en cuanto a canales tradicionales se refiere, tampoco canales en la red; pero sí existe un espacio de la Universidad Nacional de Ingeniería UNI, llamado UNI TV que se transmite en el canal 12, y se trata de una revista en donde se muestra la vida de los estudiantes y los proyectos e iniciativas de esta universidad.

Otra referencia es un programa que lleva a cabo la Universidad Nacional Agraria UNA, "En la tierra de Xilonen", transmitido en Telenica canal 8, el cual es un programa especializado en el área de agricultura y medio ambiente, dando visibilidad a toda iniciativa y actividades que lleva a cabo su universidad. Este programa cuenta con una página web xilonen.una.ed.ni albergada en la página principal de la UNA. En esta suben la emisión semanal de su programa.

En nuestra ciudad hay un programa "Mi Universidad" que se emite en un canal local, y que toma como fuente nuestra universidad, dando cobertura a algunas actividades, pero esta es una iniciativa privada desvinculada totalmente de la UNAN-León, y en la que no participan profesionales de la comunicación y tampoco estudiantes de ésta. Por lo tanto somos pioneras en la creación de un canal en línea de corte universitario; un canal que beneficiará principalmente a los estudiantes de la carrera de Comunicación Social, ya que aquí podrán iniciar el proceso de familiarización en lo que a televisión se refiere.



1.2 Justificación

Partiendo de la experiencia, como recién egresadas de la carrera y de nuestras propias prácticas, intervenimos para aportar a la mejora de las habilidades y el currículo de los estudiantes, al menos en el componente de Periodismo en Televisión. Cuando nosotras llegamos al canal de televisión donde hicimos nuestras prácticas, no supimos manejar las habilidades básicas de un periodista frente a una cámara de televisión, la gesticulación, entonación -que no es la misma para radio-, técnicas para una entrevista o cómo tratar al entrevistado, ya que en nuestras aulas de clases no hicimos este tipo de prácticas en este componente. Por lo cual, decidimos emprender este proyecto conjunto, integrando a los profesores y valiéndonos de las plataformas gratuitas que se encuentran en la red, para que los estudiantes tengan una preparación previa y evitar que se enfrenten a este tipo de problemas en sus prácticas profesionales.

Se dará un aporte a esta falta de familiarización que tuvimos nosotros como primera generación de la carrera. Tomando también en cuenta la difícil situación por la que atravesaron algunos compañeros, que no se les aceptaba en ningún canal; compañeros que de sus prácticas no sacaron ninguna experiencia de aprendizaje, pues todo el tiempo se sintieron inseguros ya que no tenían esa confianza que se debería adquirir en las aulas de clase.

Nos dimos cuenta en el último período de nuestra carrera, cuando ya estábamos buscando insertarnos en nuestro campo laboral, de que todos los medios de comunicación, tanto escritos como televisivos piden una muestra de trabajos, y de preferencia que hayan sido publicados. Para eso ideamos este canal, para que los estudiantes desarrollen desde la etapa escolarizada sus habilidades y también sea un aval, que al momento de optar por un trabajo demuestren lo que son capaces de desempeñar. Este canal será un archivo del trabajo que los estudiantes han hecho a lo largo de su carrera.

Al ser jóvenes sin recursos, vimos en la web una oportunidad para mostrar lo que puede dar la carrera de comunicación social. Estas herramientas tecnológicas de comunicación (blogs, videoblogs, sumarse a plataformas, crear grupos de discusión, canales y radios gratuitos en línea) son gratuitas y están disponibles hace varios años y no ha habido iniciativas dentro de la carrera para hacer uso de éstas.

Con la creación de este canal los estudiantes podrían dominar y se destacarían en los



diferentes formatos que exige la formación de un comunicador social. Contaremos en nuestra programación con un noticiero, una revista, varios tipos de entrevistas, como semblanzas y entrevistas informativas, opinión, reportajes, cortometrajes y crónica deportiva. Adquiriendo los estudiantes de esta manera, seguridad frente a las cámaras, una buena entonación, gesticulación, creación de escenografías, presentación, vestuario, edición y manejo de cámara, cómo manejar sus fuentes y cómo tratar a los entrevistados así como facilitarles bibliografía.

Este sería un beneficio no sólo para los estudiantes en sí, también viene a ser un beneficio para los profesores. A los profesores les servirá para hacer sus clases más prácticas. Que cada contenido que se vaya enseñando, los trabajos hechos en las aulas de clases podrían ser publicados en el canal, animando a los estudiantes a esforzarse más y que haya una mayor calidad.

Por último viene a ser también un beneficio para la carrera en general, pues se demuestra que se están formando profesionales competentes con las necesidades actuales de la comunicación -apropiación de las nuevas tecnologías, transformaciones en la comunicación²- que desde las primeras etapas de su carrera están asimilando cada contenido, que están saliendo a las calles a investigar, se están dando a conocer e interactúan con la gente, se están creando un estilo propio y la visión que todo comunicador debe tener, de que la gente es la noticia.

² Sánchez, D. A. (2007). Periodismo digital. Antioquía: Corporación Universitaria Lasallista.



1.3 El Problema

El problema, al que se están enfrentando los estudiantes de comunicación social, al momento de hacer sus prácticas, es que se les está enviando a hacer una práctica profesional sin haber tenido una completa familiarización con los medios a los que van, es decir, hay carencia de conocimiento práctico que debe ser llenado con prácticas pre-profesionales.

En nuestro pensum académico se contemplan cuatro competencias- prensa, televisión, radio, divulgación y propaganda – En lo que respecta a Prensa, se nos hacía redactar notas informativas en el aula de clases. En Radio, se nos enseñó a redactar y hablar para este medio, en el componente de Géneros periodísticos en Radio. En lo que es Divulgación hicimos anuncios publicitarios; en cambio en televisión, no consideramos haber obtenido las competencias por las que se nos imparte este componente; más bien se nos desvirtuó y se nos inculcó la idea errada de que la televisión es puro entretenimiento y que por lo tanto el periodista juega nada más este papel, el de entretener. En este componente en el que se nos debió dotar de todos los conocimientos, apropiarnos del lenguaje televisivo, manejar el poder de las imágenes, ayudarnos a encontrar un estilo, se nos envió nada más a hacer una revista, cuando el principal formato debió haber sido el informativo.

A lo largo de nuestra carrera, al visitar diferentes medios de comunicación y el hablar con cualquier persona dentro o fuera de la universidad, nos percatamos que en León existe una subvaloración hacia la práctica periodística, pues se le considera que ésta puede ser desempeñada por cualquiera, independientemente de su especialidad; por eso no es de extrañarnos el encontrarnos con un alto porcentaje de empíricos desempeñándose en los medios, y la carrera no está aportando lo suficiente para cambiar esta impresión en la gente, ya que los estudiantes en un medio demuestran un menor nivel que el empírico al que se supone debería superar. Por eso debe tomarse como problema esta deficiencia en las prácticas profesionales, no sólo para darle un cambio a nuestra carrera sino para demostrar que requiere de conocimientos, carácter, sistematización y metodología específica que los empíricos desconocen aun siendo autodidactas.



Ante la problemática planteada nos hacemos las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Se está cumpliendo con las competencias de los planes académicos en la formación de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social?
2. ¿Con la implementación de actividades coordinadas entre maestros y encargadas de la Investigación Acción, se mejorarán las habilidades prácticas en los estudiantes a través del uso de las herramientas gratuitas que ofrece la red para radio, televisión y prensa?
3. ¿Son importantes las nuevas tecnologías de la información como herramientas para la proyección de la carrera de Comunicación Social?

1.4 Hipótesis

Las prácticas profesionales de los estudiantes de la carrera mejoraran si se trabaja en conjunto (maestros, encargadas de la acción y estudiantes) en un plan de acción donde los estudiantes pongan en práctica sus habilidades haciendo uso de las plataformas gratuitas que ofrece internet, tanto en radio, televisión o prensa escrita.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Mejorar las competencias curriculares en los alumnos de la carrera de comunicación social mediante la práctica constante y la observación directa usando como herramientas las facilidades que ofrece la red.



1.5.2 Objetivos específicos

- Identificar las herramientas tecnológicas de la información existentes para la ejecución de las prácticas profesionales de la carrera de Comunicación Social.
- Desarrollar habilidades en los estudiantes en el área de Televisión.
- Comprobar que utilizando pocos recursos (no tener una cámaras profesional, no contar con trípodes, ni infraestructura) se pueden llevar a cabo acciones que beneficien a la carrera (un canal, una radio, un periódico digital)
- Ofrecer una nueva alternativa gratuita para acceder a informarse y entretenerse.
- Conocer la aceptación del público en general acerca de la viabilidad técnica de este servicio.



Capítulo II. Marco Teórico

Nuestro marco teórico está conformado por algunos aspectos de los paradigmas de investigación, así como una profundización en la investigación acción, esto con el objetivo de documentarnos para emprender el trabajo; también incluimos una breve reseña de la televisión a nivel mundial, en el que se mencionan las etapas de evolución que este medio ha tenido hasta situarnos en el tiempo que actualmente vivimos y las formas en que se consume actualmente este medio, por ultimo agregamos la importancia que tienen las prácticas profesionales para el estudiante.

2.1 Paradigmas de investigación

Thomas Kuhn³, introdujo el término paradigma en la discusión epistemológica, se llama paradigma de una ciencia a una concepción general del objeto de estudio de una ciencia, de los problemas que deben estudiarse, del método que debe emplearse en la investigación y de las formas de explicar, interpretar o comprender, según el caso, los resultados obtenidos por la investigación.

El paradigma reúne y relaciona ejemplos y teorías que se formulan dentro de él. En las ciencias sociales co-existen diversos paradigmas, sin que se pueda reducir unos a los otros. No hay por lo tanto un determinado cuerpo de conocimiento que pueda ser considerado como "verdadera ciencia", como ciencia normal.

Paradigma cualitativo: posee un fundamento decididamente humanista para entender la realidad social de la posición idealista que resalta una concepción evolutiva y negociada del orden social. Percibe la vida social como la creatividad compartida de los individuos. El hecho de que sea compartida determina una realidad percibida como objetiva, viva, cambiante, mudable, dinámica y cognoscible para todos los participantes en la interacción social.

La mayor parte de los estudios cualitativos están preocupados por el contexto de los acontecimientos y centran su indagación en aquellos espacios en que los seres humanos se implican e interesan, evalúan y experimentan directamente. Es más, esta investigación trabaja con contextos que son naturales, o tomados tal y como se encuentran, más que reconstruidos o modificados por el investigador. Lo que la investigación cualitativa hace

³Kuhn, T. (1979). La función del dogma en la investigación científica.



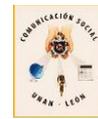
mejor y más esencialmente es describir incidentes, en términos funcionalmente relevantes y situarlos en una cierta relación con el más amplio contexto social.

Por tal razón, rara vez asignan valores numéricos a sus observaciones sino que prefieren registrar sus datos en el lenguaje de los sujetos, lo que en investigación se conoce como posición emic. Considera que las auténticas palabras de éstos resultan vitales en el proceso de transmisión de los sistemas significativos de los participantes, que eventualmente se convierten en los resultados o descubrimientos de la investigación. La insistencia en la proximidad a los mundos cotidianos de las personas y en captar sus acciones proporciona un refuerzo sólido a las explicaciones que finalmente desarrolle la investigación. En realidad tales aclaraciones se explican o tienen sentido en razón del hecho mismo de que fueron generadas a través de un proceso que tomó en cuenta las perspectivas de los participantes.

Paradigma cuantitativo: Utiliza la recolección y el análisis de los datos para contestar preguntas de investigación y probar las hipótesis establecidas, confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de estadísticas para establecer con exactitud, patrones de comportamiento en una población.

Se basa en el tipo de pensamiento deductivo, es decir va desde lo general a lo particular. Desde un conocimiento extenso de una generalidad, para luego deducir el comportamiento acotado de una particularidad individual. Se basa en un modelamiento que define cómo se hace cada cosa, transformándolo en un enfoque más rígido, enmarcado en una cierta forma de hacer las cosas.

Se caracteriza por observar las relaciones causales entre fenómenos sociales desde una perspectiva mecanicista. Los investigadores asumen una postura objetiva, separando su postura con respecto a los participantes en la investigación y la situación. Dentro de este paradigma se asume que la realidad social es relativamente constante y adaptable a través del tiempo, por lo tanto esta realidad es analizada descomponiéndola en variables.



2.1.1 Diferencia entre los paradigmas

Para comprender mejor la diferencia entre estos dos paradigmas, es necesario saber la relación entre el sujeto, quien investiga y el objeto, lo que se investiga, que tienen cada paradigma, así como el método que cada uno utiliza.

En el paradigma cuantitativo, el sujeto de la investigación es un ser capaz de despojarse de sus sentimientos, emociones, subjetividad, de tal forma que se pueda estudiar el objeto, la realidad social y humana desde afuera. La relación entre el sujeto y el objeto de investigación es de independencia. Aún cuando se investiga sobre aspectos humanos como motivación, actitud, intereses, se percibe al objeto social como algo que no es directamente observable, que es real pero que existe independientemente del pensamiento.

Desde la perspectiva del paradigma cualitativo, es inaceptable desligar pensamiento y realidad, y se tiene la convicción sobre una realidad modelada y construida por los pensamientos, en donde se investigará de acuerdo a como se forme parte de esa realidad y desde la perspectiva y posibilidad para conocerla.

El objeto en sentido proposicional, de la investigación cualitativa es un "objeto que habla" (en palabras de Bourdieu)⁴. El hecho social adquiere relevancia en su carácter subjetivo y su descubrimiento se realiza a través de lo que piensa el sujeto que actúa. Entre el sujeto de la investigación y el objeto que habla se establece una relación de interdependencia e interacción.

La metodología cuantitativa trata de entender los hechos desde una perspectiva externa: establece objetivos separados y definidos y evita toda clase de rasgos. La metodología cualitativa por el contrario considera primordialmente la experiencia de primera mano: es necesario entonces observar y hablar con los sujetos que la poseen, para buscar internamente datos significativos. Quienes realizan investigaciones cualitativas se involucran en las situaciones y tratan de darle sentido a lo que observan.

La metodología cuantitativa busca hechos que no cambian y acumula datos y causas del comportamiento. La metodología cualitativa se preocupa por la naturaleza cambiante y dinámica de la realidad.

⁴ Bourdieu, P. y Otros. (1987) El oficio del sociólogo. Siglo veintiuno.

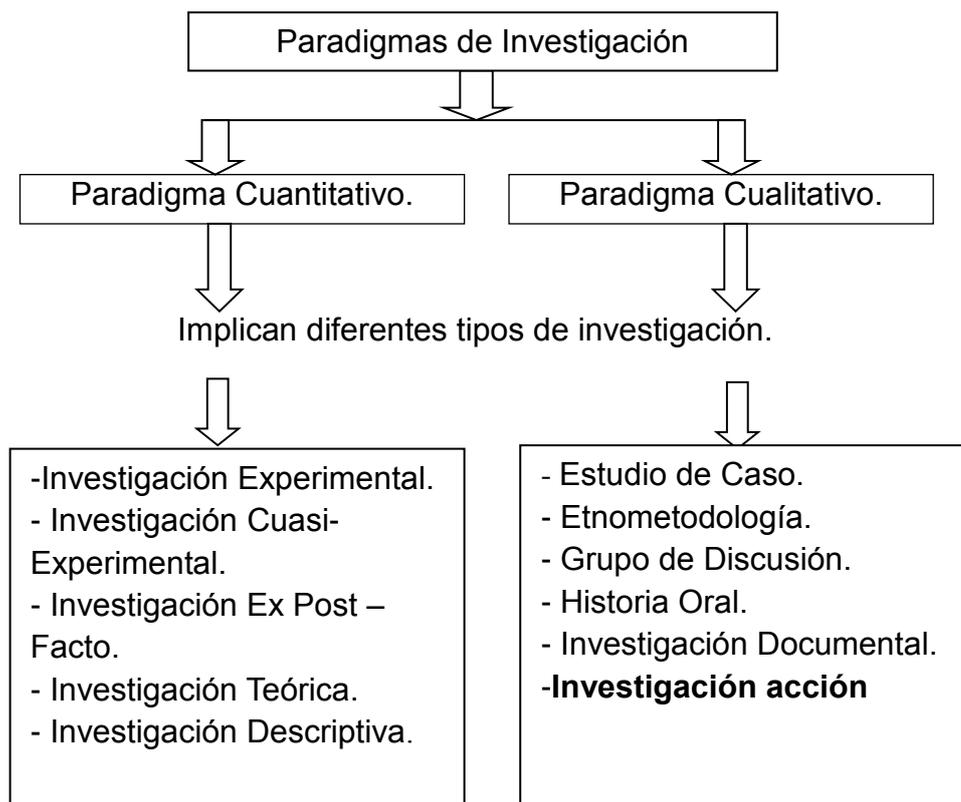


El enfoque de la metodología cuantitativa es particularizante: se identifican y aíslan variables, se controlan eventos, se construyen hipótesis que se contrastan frente a la realidad con instrumentos de medida específicos. En contraposición, el enfoque de la investigación cualitativa trata de obtener una visión holística y completa, empleando un abanico amplio y flexible de elementos: datos, documentos, grabaciones, observaciones, entrevistas, historias de casos, incluso utiliza datos cuantitativos.

Los procedimientos de la investigación cuantitativa son muy estructurados, se diseñan para verificar hipótesis predeterminadas dentro de la menor flexibilidad. Los procedimientos de la investigación cualitativa son flexibles y están orientados a la exploración y el descubrimiento. Durante el transcurso de la investigación es posible añadir y cambiar tipos y fuentes de datos en procura de un entendimiento más profundo. Con mucha frecuencia esto se hace sin un programa definido de observación porque el objetivo no es comprobar determinados comportamientos sino, con lógica inductiva, percibir e interpretar los existentes.

Los datos de la investigación cuantitativa se expresan con números y se procura, con lógica deductiva, que sean objetivos e independientes de los sentimientos y pensamientos de los investigadores. En la investigación cualitativa se trata de encontrar el significado que las personas dan a los hechos: se busca, por consiguiente, datos subjetivos que están en las mentes y que pueden expresarse con palabras. Este estudio es interpretativo, busca significados; con lógica inductiva, el investigador cualitativo obtiene datos ricos, reales y profundos para evitar la incidencia de las variables no deseables, la metodología cuantitativa recoge sus datos en situaciones controladas. La metodología cualitativa permite que operen todas las variables del contexto natural y observa de qué manera inciden los datos.

El énfasis de la investigación cuantitativa se concentra en la confiabilidad dada por la consistencia, estabilidad y capacidad de replicación. La investigación cualitativa se centra en la validez, es decir que los datos sean representativos de una imagen verdadera, coherente, útil y completa de lo que investiga:



Por el carácter y los objetivos de nuestra investigación, nos situamos dentro del paradigma Cualitativo y de los modelos de este paradigma elegimos Investigación-Acción Práctica, ya que, además de llevarnos a una reflexión crítica, mejora la disposición hacia el desarrollo del conocimiento; “guía la creación de formas sociales alternativas” (POPKEWITZ, 1988).

Como grupo de investigación vimos un área problemática y quisimos buscarle alguna solución mediante el trabajo conjunto con estudiantes y maestros, vimos en la investigación acción esta posibilidad. Queremos lograr un cambio, porque los demás modelos sólo detectan el problema y este modelo da una solución a las problemáticas.

Elegimos este modelo precisamente por una de sus características, que es un proceso cíclico, es decir que los avances de este proyecto estarán sujetos a una constante planificación, reflexión y principalmente acción, que en definitiva es lo que queremos lograr, que se dispongan mecanismos de evaluación formativa a lo largo de éste, además de “incluir cambios que afectan a las personas” (LATORRE, 2003)⁵ además de “mejorar la situación en la que tiene lugar la práctica”⁶ (Kemmis y McTaggart, 1988).

⁵ Latorre, Antonio. (2003). La investigación acción: Conocer y cambiar la práctica educativa. Madrid. Grao.

⁶ Kemmis, S, S., McTaggart, R, R. (1988). El planificador de la investigación acción.



Podemos resumir nuestra decisión en un análisis del libro *Contra el Método* de Paul Feyerabend, en el que reivindica la posibilidad de la investigación y del conocimiento desde proposiciones fenomenológicas, participativas y observacionales, en propuestas que se centran más en la sensibilidad del sujeto y en las reconstrucciones a posteriori, que en el uso a ultranza de la razón instrumental.

2.2 ¿Qué es la investigación Acción?

Al tratar de responder esta pregunta, nos encontramos con múltiples respuestas, con diversas definiciones y con una gran variedad de formas de aplicar la Investigación Acción. La frase de Investigación-Acción se utiliza con variedad de usos y sentidos, no disponiendo de criterios concretos para delimitar las numerosas orientaciones metodológicas que la reclaman como propia de su campo.

La Investigación Acción se utiliza para describir una serie de acciones que se realizan con el fin de: Un desarrollo curricular, autodesarrollo profesional, mejora de programas educativos, sistemas de planificación o políticas de desarrollo. Estas actividades tienen en común la identificación de estrategias de acción que son implementadas y más tarde sometidas a observación, reflexión y cambio. Se le considera como un instrumento que genera cambio social y conocimientos sobre la realidad social y educativa. Proporciona autonomía y da poder a quienes lo llevan a cabo.

El término “Investigación Acción” proviene del autor Kurt Lewis y fue utilizado por primera vez en 1944, para hacer referencia a una forma de investigación que podía ligar el enfoque experimental de la ciencia social con programas de acción social que respondiera a los principales problemas sociales de entonces. Mediante la Investigación Acción, Lewis argumentaba que se podía lograr de forma simultánea avances teóricos y cambios sociales.

La Investigación Acción hace referencia a una amplia gama de estrategias realizadas para mejorar el sistema educativo y social. Existen diversas definiciones de Investigación Acción según las líneas que siguen y recogen algunas de ellas.

John Elliott, el principal representante de la investigación-acción, desde un enfoque interpretativo, define la investigación-acción como «un estudio de una situación social con



el fin de mejorar la calidad de la acción dentro de la misma»⁷. La entiende como una reflexión sobre las acciones humanas y las situaciones sociales vividas que tiene como objetivo ampliar la comprensión (diagnóstico) de sus problemas prácticos. Las acciones van encaminadas a modificar la situación una vez que se logre una comprensión más profunda de los problemas.

Con Kemmis la investigación-acción no sólo se constituye como ciencia práctica y moral, sino también como ciencia crítica. Para este autor la investigación-acción es: “una forma de indagación autorreflexiva realizado por quienes participan (profesorado, alumnado, o dirección por ejemplo) en las situaciones sociales (incluyendo las educativas) para mejorar la racionalidad y la justicia de: a) sus propias prácticas sociales o educativas; b) su comprensión sobre los mismos; y c) las situaciones e instituciones en que estas prácticas se realizan”^{8*} (aulas o escuelas, por ejemplo).

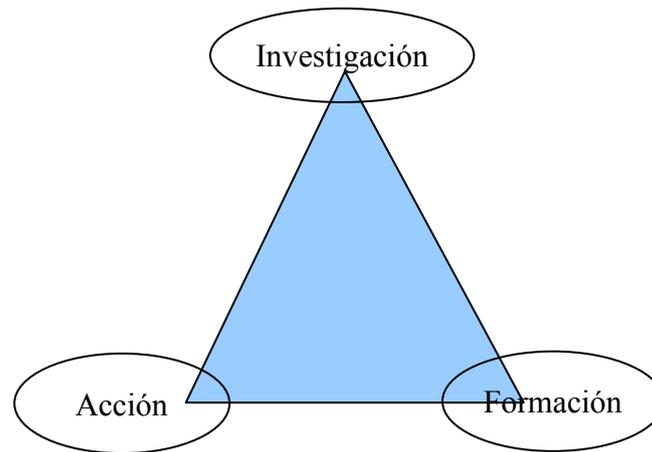
Lomax (1990) define la investigación-acción como «una intervención en la práctica profesional con la intención de ocasionar una mejora». La intervención se basa en la investigación debido a que implica una indagación disciplinada.

Para Bartolomé (1986) la investigación-acción «es un proceso reflexivo que vincula dinámicamente la investigación, la acción y la formación, realizada por profesionales de las ciencias sociales, acerca de su propia práctica. Se lleva a cabo en equipo, con o sin ayuda de un facilitador externo al grupo»*.

Lewis (1946)* contempla la necesidad de la investigación, de la acción y de la formación como tres elementos esenciales para el desarrollo profesional. Los tres vértices del ángulo deben permanecer unidos en beneficio de sus tres componentes.

⁷ Elliott, J. (1990). Investigación acción en educación. España. Ediciones Morata.

⁸ *Bisquera, R. (2009). Procesos de investigación. Madrid. La Muralla.



Según este autor la investigación acción tiene un doble propósito, de acción para cambiar una organización o institución, y de investigación para generar conocimiento y comprensión. La investigación-acción no es ni investigación ni acción, ni la intersección de las dos, sino el bucle recursivo y retroactivo de investigación y acción.

2.2.1 Características de la Investigación Acción

Kemmis y McTaggart⁹ han descrito con amplitud las características de la investigación-acción. Las líneas que siguen son una síntesis de su exposición. Como rasgos más destacados de la investigación-acción reseñamos los siguientes:

- Es participativa. Las personas trabajan con la intención de mejorar sus propias prácticas.
- La investigación sigue una espiral introspectiva: una espiral de ciclos de planificación, acción, observación y reflexión.
- Es colaborativa, se realiza en grupo por las personas implicadas.
- Crea comunidades autocríticas de personas que participan y colaboran en todas las fases del proceso de investigación.
- Es un proceso sistemático de aprendizaje, orientado a la praxis (acción críticamente informada y comprometida).
- Induce a teorizar sobre la práctica.
- Somete a prueba las prácticas, las ideas y las suposiciones.

⁹ Kemmis, S, S., McTaggart, R, R. (1988). El planificador de la investigación acción



- Implica registrar, recopilar, analizar nuestros propios juicios, reacciones e impresiones en torno a lo que ocurre; exige llevar un diario personal en el que se registran nuestras reflexiones.
- Es un proceso político porque implica cambios que afectan a las personas.
- Realiza análisis críticos de las situaciones.
- Procede progresivamente a cambios más amplios.
- Empieza con pequeños ciclos de planificación, acción, observación y reflexión, avanzando hacia problemas de más envergadura; la inician pequeños grupos de colaboradores, expandiéndose gradualmente a un número mayor de personas.

Otros autores ven la investigación-acción como enfoque alternativo a la investigación social tradicional, se caracteriza por su naturaleza:

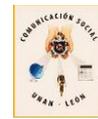
Práctica. Los resultados y percepciones ganados desde la investigación no sólo tienen importancia teórica para el avance del conocimiento en el campo social, sino que ante todo conducen a mejoras prácticas durante y después del proceso de investigación.

Participativa y colaborativa. Al investigador no se le considera un experto externo que realiza una investigación con personas, sino un co-investigador que investiga con y para la gente interesada por los problemas prácticos y la mejora de la realidad.

Emancipatoria. El enfoque no es jerárquico, sino simétrico, en el sentido de que los participantes implicados establecen una relación de iguales en la aportación a la investigación.

Interpretativa. La investigación social no asume los resultados desde la visión de los enunciados del investigador positivista basados en las respuestas correctas o equivocadas para la cuestión de investigación, sino en soluciones basadas sobre los puntos de vista e interpretaciones de las personas involucradas en la investigación. La validez de la investigación se logra a través de estrategias cualitativas.

Crítica. La comunidad crítica de participantes no sólo busca mejoras prácticas en su trabajo dentro de las restricciones socio-políticas dadas, sino también actuar como agentes de cambio críticos y auto críticos de dichas restricciones. Cambian su ambiente y son cambiados en el proceso.



Para Lewis (1973) el proceso consiste en:

1. Insatisfacción con el actual estado de cosas.
2. Identificación de un área problemática;
3. Identificación de un problema específico a ser resuelto mediante la acción;
4. Formulación de varias hipótesis;
5. Selección de una hipótesis;
6. ejecución de la acción para comprobar la hipótesis
7. evaluación de los efectos de la acción
8. Generalizaciones.

Las fases del método son flexibles ya que permiten abordar los hechos sociales como dinámicos y cambiantes, por lo tanto están sujetos a los cambios que el mismo proceso genere.

2.3 Nuestro Modelo de investigación

Dentro de la investigación acción, hemos elegido la Investigación Acción Práctica. Su principal característica es que confiere un protagonismo activo y autónomo a quién lo realiza, este es quién selecciona los problemas de investigación y lleva el control de la propia acción. En este sentido el proyecto fue emprendido sin contar con la intervención directa de algún experto, lo asumimos de manera autónoma y activa, recurriendo a la literatura para nutrirnos y tener seguridad de que las acciones emprendidas serán las correctas.

Los objetivos que se persiguen a través de este tipo de investigación acción es, la comprensión de los practicantes, la transformación de sus conciencias, que haya una cooperación entre los investigadores y participantes en constante consulta a lo largo del proceso.

2.4 Breve reseña histórica de la televisión a nivel mundial

La televisión es un medio de comunicación muy importante que llega a todos los hogares de todas las clases sociales, el cual tiene una gran influencia en el comportamiento de sus espectadores y su importancia no ha dejado de crecer en el mundo, tanto así que



actualmente en América Latina, casi el 94% de la población posee un televisor en sus hogares, según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL.¹⁰

Su característica principal es que es un medio de comunicación masivo en el que se concentran variados intereses reflejados en la variedad de la programación que transmiten.

Desde su aparición en la década de los años treinta se convirtió en un fenómeno social, la primera emisión regular se dio el 10 de septiembre de 1929 en los estudios BBC de Londres, ya en 1933 Berlín y Londres ofrecían de 4 a 6 espacios por semana. En los años cuarenta hay un decaimiento del medio debido a las dificultades de la guerra, la televisión renace en las décadas siguientes de 1950-1960, convirtiéndose en el mayor medio de presión y de propaganda; Evidentemente, su historia se remonta varias décadas atrás, pero la auténtica revolución, en esos días, no es comparable, con ningún otro.

El nacimiento de la televisión está considerado como uno de los grandes hitos del siglo XX. El poder de la pantalla chica es tan grande que incluso ha llegado a cambiar las costumbres familiares de la mayor parte de las sociedades del mundo, y objetivamente, no es para menos: con su progresivo desarrollo, hemos podido vivir en directo algunos de los acontecimientos más importantes de las últimas décadas.

De alguna forma se puede comparar el nacimiento de la televisión, con todo lo que supuso, con el de Internet, que quizás sea el único competidor con ciertas garantías de llegar a alcanzar o incluso superar al complejo mundo de la televisión.

La historia del desarrollo de la televisión ha sido en esencia la historia de la búsqueda de un dispositivo adecuado para explorar imágenes. El primero fue el llamado disco Nipkow, patentado por el inventor alemán Paul Gottlieb Nipkow en 1884. Era un disco plano y circular que estaba perforado por una serie de pequeños agujeros dispuestos en forma de espiral partiendo desde el centro. Al hacer girar el disco delante del ojo, el agujero más alejado del centro exploraba una franja en la parte más alta de la imagen y así sucesivamente hasta explorar toda la imagen. Sin embargo, debido a su naturaleza mecánica el disco Nipkow no funcionaba eficazmente con tamaños grandes y altas velocidades de giro para conseguir una mejor definición.

¹⁰ <http://websie.eclac.cl/infest/ajax/cepalstat.asp?carpeta=publicaciones>



Los primeros dispositivos realmente satisfactorios para captar imágenes fueron el iconoscopio, que fue inventado por el físico estadounidense de origen ruso Vladimir Kosma Zworykin en 1923, y el tubo disector de imágenes, inventado por el ingeniero de radio estadounidense Philo Taylor Farnsworth poco tiempo después. En 1926 el ingeniero escocés John Logie Baird inventó un sistema de televisión que incorporaba los rayos infrarrojos para captar imágenes en la oscuridad. Con la llegada de los tubos y los avances en la transmisión radiofónica y los circuitos electrónicos que se produjeron en los años posteriores a la I Guerra Mundial, los sistemas de televisión se convirtieron en una realidad.

Las primeras emisiones públicas de televisión las efectuó la BBC en Inglaterra en 1927 y la CBS y NBC en Estados Unidos en 1930. En ambos casos se utilizaron sistemas mecánicos y los programas no se emitían con un horario regular. Las emisiones con programación se iniciaron en Inglaterra en 1936, y en Estados Unidos el día 30 de abril de 1939, coincidiendo con la inauguración de la Exposición Universal de Nueva York. Las emisiones programadas se interrumpieron durante la II Guerra Mundial, reanudándose cuando terminó.

En España, se fundó Televisión Española (TVE), hoy incluida en el Ente Público Radiotelevisión Española, en 1952 dependiendo del ministerio de Información y Turismo. Después de un período de pruebas se empezó a emitir regularmente en 1956, concretamente el 28 de octubre. Hasta 1960 no hubo conexiones con Eurovisión. La televisión en España ha sido un monopolio del Estado hasta 1988. Por mandato constitucional, los medios de comunicación dependientes del Estado se rigen por un estatuto que fija la gestión de los servicios públicos de la radio y la televisión a un ente autónomo que debe garantizar la pluralidad de los grupos sociales y políticos significativos.

A partir de la década de 1970, con la aparición de la televisión en color los televisores experimentaron un crecimiento enorme lo que produjo cambios en el consumo del ocio de los españoles. A medida que la audiencia televisiva se incrementaba por millones, hubo otros sectores de la industria del ocio que sufrieron drásticos recortes de patrocinio. La industria del cine comenzó su declive con el cierre, de muchos locales.



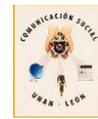
En México, se habían realizado experimentos en televisión a partir de 1934, pero la puesta en funcionamiento de la primera estación de TV, Canal 5, en la ciudad de México, tuvo lugar en 1946. Al iniciarse la década de 1950 se implantó la televisión comercial y se iniciaron los programas regulares y en 1955 se creó Telesistema mexicano, por la fusión de los tres canales existentes.

Televisa, la empresa privada de televisión más importante de habla hispana, se fundó en 1973 y se ha convertido en uno de los centros emisores y de negocios más grande del mundo, en el campo de la comunicación, ya que además de canales y programas de televisión, desarrolla amplias actividades en radio, prensa y ediciones o espectáculos deportivos. A partir de 1984, la utilización por Televisa del satélite Panamsat para sus transmisiones de alcance mundial, permite que la señal en español cubra la totalidad de los cinco continentes. Hispasat, el satélite español de la década de 1990, cubre también toda Europa y América.

En 1983, en España empezaron a emitir las cadenas de televisión privadas TELE 5, Antena 3 y Canal +. A finales de los años ochenta, había en Estados Unidos unas 1.360 emisoras de televisión, incluyendo 305 de carácter educativo, y más del 98% de los hogares de dicho país poseía algún televisor semejante al nivel español. Hay más de 8.500 sistemas ofreciendo el servicio de cable, con una cartera de más de 50 millones de abonados. En la actualidad en todo el mundo, la televisión es el pasatiempo más popular; el 91% de los hogares españoles disponen de un televisor en color y el 42%, de un equipo grabador de vídeo. Los ciudadanos españoles invierten, por término medio, unas 3,5 horas diarias delante del televisor, con una audiencia de tres espectadores por aparato.

Durante los años inmediatamente posteriores a la II Guerra Mundial se realizaron diferentes experimentos con distintos sistemas de televisión en algunos países de Europa, incluida Francia y Holanda, pero fue la URSS, que comenzó sus emisiones regulares en Moscú en 1948, el primer país del continente en poner en funcionamiento este servicio público. Cerca del 98% de los hogares en la URSS (3,2 personas por receptor) y en Francia (2,5) posee televisor, siendo el porcentaje de 94 en Italia (3,9) y 93 en los hogares de Alemania (2,7).¹¹

¹¹ Romero, M. (2004). Historia de la televisión. Caracas. Ediciones Centro Gurrilla.



2.4.1 La televisión por cable

Los comienzos de la televisión distribuida a través de sistemas de cables tuvieron su origen hacia finales de la década de 1940 en EEUU. El objetivo inicial era hacer llegar las imágenes televisivas a aquellas localidades que por cuestiones topográficas se quedaban sin acceso a la difusión de las estaciones hertzianas.

En la televisión por cable es el televidente quién paga por la instalación del sistema, además de pagar una cuota mensual por el acceso al servicio. Dicho pago se incrementa si el suscriptor desea recibir otras señales catalogadas como Premium (películas de estreno, espectáculos deportivos o musicales, etc.).

Suelen distinguirse tres fases en el desarrollo de la televisión por cable:

Primera fase: el cable coaxial se utiliza como prolongación y mejora de las emisiones hertzianas de televisión; varía cronológicamente según los países pero genéricamente llega hasta finales de la década de 1960. Se trata de operadores unidireccionales, emplazados en áreas rurales y ciudades pequeñas, que garantizan la recepción de algunas señales de televisión.

Segunda fase: iniciada durante los primeros años de la década de los 70, se caracterizó por la especialización de la oferta (largometrajes, música, noticias, etc.) y porque las emisoras de cable se ven obligadas a producir programación propia (en los EEUU) y a pagar derechos de transmisión de los programas de televisiones internacionales (Europa). Paulatinamente el cable va expandiéndose entre ciudades densamente pobladas.

Un cambio de singular importancia en la historia del desarrollo de la televisión por cable se produjo en septiembre de 1975 cuando Home Box Office (HBO), alquiló una conexión con el satélite Satcom I, lo que indirectamente permitió dejar de pensar en el cable como parte de la iniciativa local de televisión y comenzar a hablar de una nación cableada. Mediante esta operación HBO se colocó a la altura de las tres grandes cadenas estadounidenses y se convirtió en el modelo a seguir por otras compañías a nivel mundial.

Tercera fase: desde mediados de los años ochenta hasta la actualidad, la relación entre emisoras, a través de su oferta de programas y servicios, y audiencias se está volviendo cada vez más interactiva (acceso de banda ancha a Internet, elección de idiomas, etc.).



Esta novedosa relación es posible gracias a la digitalización, parcial o total de la red, en gran parte posible a partir de la incorporación del cableado con fibra óptica. Asimismo, se produce una complementariedad, ya presente en la etapa anterior, y, en algunos casos, una asociación entre los operadores de televisión por cable y los operadores de televisión por satélite.

Actualmente, en EEUU hay unos 73 millones de hogares abonados a empresas de televisión (un 70 %). Por su parte, Japón cuenta con unos 15 millones de suscriptores, una penetración sobre el 30 por ciento de los hogares. Mientras que en la UE son más de 50 millones los abonados, con penetraciones en los respectivos mercados que van desde cifras cercanas o superiores al 90 por ciento en países como Bélgica, Holanda o Luxemburgo.

2.4.2 Digitalización de la televisión

La generalización de los satélites de difusión directa (DBS) y de la televisión por cable (CATV) en vastas regiones del mundo, unida a la digitalización de las señales y de los servicios ofrecidos por ambos soportes, ha producido un nuevo escenario televisivo con posibilidades no imaginadas años atrás: la enorme multiplicación de señales, la fragmentación de audiencias y el surgimiento de nuevas formas de financiación, por ejemplo: como el pago mensual o el pago por visión.

A este nuevo escenario se vino a añadir, desde la segunda mitad de los años 90, el debate acerca de los cambios que traería la denominada televisión digital hertziana o televisión digital terrestre (TDT). Actualmente la televisión se encuentra ante el proceso de transición tecnológica más importante desde sus comienzos, hace algo más de medio siglo, puesto que a partir de la digitalización total de los sistemas de televisión (producción, emisión y recepción de programas) emerge una serie de posibilidades que puede llegar a terminar con la televisión hasta hoy conocida.

La digitalización permite ofrecer una amplia gama de posibilidades que va desde la difusión de televisión de alta definición (el formato que ofrece la mejor calidad de imagen hasta hoy conocida) hasta la interactividad. En síntesis podemos decir que la televisión digital terrestre permitirá, entre otras cosas:



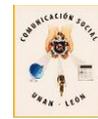
- ✓ Incrementar notablemente el número de programas, servicios y señales actualmente disponibles.
- ✓ Mejorar la calidad de las imágenes y del sonido de las transmisiones y de las recepciones televisivas.
- ✓ Establecer servicios personalizados e interactivos (relación de la empresa televisiva con su audiencia) de radiodifusión y telecomunicaciones.
- ✓ Facilitar la convergencia entre el sector audiovisual, las telecomunicaciones y la informática.

Desde comienzos de este nuevo siglo, ya son varios los países que han comenzado a implementar planes de migración de la televisión analógica a la televisión digital. Sin embargo, esta migración exige una compleja coordinación entre programadores, fabricantes de equipos receptores y operadores de redes, como cuantiosas inversiones tanto de la industria como del público televidente.

Actualmente se encuentran en juego tres normas de transmisión de televisión digital terrestre. Elaboradas por empresas estadounidenses, japonesas y europeas, estas normas -como ocurriera décadas atrás con los sistemas de televisión a color concebidos en EEUU, Francia y Alemania- compiten entre sí con la finalidad de captar la mayor cantidad de mercados posibles.

Si bien la mayor parte de los planes gubernamentales situó como fecha límite para que tenga lugar el “apagón analógico”, según los países, entre los años 2006 y 2012, un importante grupo de analistas del sector televisivo califica a estas estimaciones demasiado optimistas y considera que la realización efectiva del “apagón” demandará un plazo mínimo de entre 15 y 20 años (Bustamante, 2003).¹²

¹² Bustamante Newball, J. (2006). La investigación de la televisión digital desde la realidad y las perspectivas de América Latina. Venezuela. Universidad de Los Andes.



2.4.3 Nuevas formas de ver televisión

Desde finales de la década de 1990 asistimos a la creciente relación que establecen los sistemas de televisión digital con Internet. En el marco de esta relación los televidentes se convierten cada vez más en usuarios consumidores que pagan distintos servicios interactivos; entre éstos, actualmente, los más importantes son: el video bajo demanda, los videojuegos en red y la telecompra. Miles de emisoras de televisión y productoras se han volcado a crear sitios web en la red. Existe una gran variedad de tipos de sitios que van desde simples páginas institucionales hasta puntos a partir de los cuales se puede acceder a la emisión en vivo o a determinados programas de archivos. Muchas emisoras que emiten a través de Internet sólo existen en la red. En el marco de una red que se ha ido expandiendo y comercializando rápidamente en los últimos años, las empresas de televisión y las del mundo virtual se han ido relacionando a través de alianzas y fusiones. Por otro lado, es posible observar cómo algunas televisiones o plataformas digitales de televisión enriquecen sus canales y servicios con elementos interactivos, por ejemplo los SMS, y ahora la interactividad a través de las redes sociales, o programas que son incorporados en el desarrollo del mismo como aplicaciones para diferentes dispositivos electrónicos.

Internet está revolucionando la manera de ver la televisión, por ejemplo los usuarios pueden seguir sus series preferidas por medio de páginas web o plataformas en donde es posible descargarse los episodios directamente del país de origen antes de que estas lleguen a las cadenas de televisión del país del televidente, de esta manera no es de extrañar que existan personas que ya hayan visto una temporada entera antes de que se haya estrenado en las cadenas de su país. Así mismo si el fan decide seguir la serie por medio de los canales de su país y se pierde un episodio puede estar tranquilo que es muy probable que lo pueda conseguir mediante la red. Las cadenas de televisión cada vez más conocen de estas prácticas y ofrecen a sus telespectadores la oportunidad de poder ver el programa o episodio que se hayan perdido.

Otra de las nuevas prácticas de los televidentes es, el no resignarse por no haber visto un momento puntual de un programa de televisión, antes si la respuesta era negativa sólo quedaba la opción de que se retransmitiera, ahora con la misma respuesta negativa hay la opción de que ese fragmento haya sido colgado en alguna web. La práctica de ver videos colgados por internet es cada día más popular, de tal manera que cada vez más gente y sobre todo jóvenes prefieren ver fragmentos de programas de televisión usando



internet a modo de zapping que ver la televisión en sí misma. Esto nada más en cuanto a entretenimiento televisivo se refiere.

También en la comunicación pueden notarse estos cambios, pues Internet ha trastocado gran parte de los paradigmas que hasta ahora nos ayudaban a comprender los procesos de comunicación pública en medios masivos.

Los rasgos que ya se visualizan en la televisión en internet es en primer lugar la interactividad, frente al modelo unidireccional de la televisión convencional, la red genera un modelo bilateral, debido a su arquitectura cliente-servidor, que en cierta forma es inverso al anterior. La interactividad se cristaliza en sistemas de feedback más dinámicos, inmediatos y globales, que paulatinamente se transforman en mecanismos de encuestas en línea, ya utilizados para orientar el sentido de sus perfiles de programación o el desarrollo de las tramas y la evolución de los personajes en las series de entretenimiento.

Otro aspecto que ha cambiado es que con la televisión en internet se habla de una televisión personalizada. Este tipo de canales no sólo se orientan a targets con perfiles demográficos, profesionales o económicos similares, sino que se orientan a individuos, ya que la red permite responder a las demandas de información específicas de cada usuario en particular, en la red se crean canales de acuerdo a diversos temas y especialidades, hay una marcada segmentación y especificidad en los contenidos que se encuentran según el tipo de necesidades y gustos del usuario, tecnología, cultura, ecología o medio ambiente, mundo animal, medicina, musicales, etc.

Otra característica que ofrece la red y está siendo usado como nueva forma de consumo televisivo es que en las diversas plataformas se permite la integración de todos los formatos de información, texto, audio, video, gráficos, animaciones, todo en un mismo lugar. Este carácter multimedia permite la convergencia de los diversos medios de comunicación en Internet, diarios, revistas, emisoras de radio, canales de televisión y hasta películas de cine se han integrado en un mismo soporte, junto a multitud de nuevos servicios de información, diseñados originalmente como recursos multimedia.

La hipertextualidad es otra característica de la red y quizá su más grande ventaja frente a los otros medios de comunicación, en el caso de la televisión, en la televisión tradicional impera el modo lineal o secuencial de programación, que ordena la estructura del discurso que ofrece el canal, los canales digitales en cambio permiten un modelo de construcción narrativa caracterizado por la distribución de la información en unidades,



(está siempre presente la producción en la red) y su articulación mediante órdenes de programación (enlaces, y como los videos están colgados y archivados en las páginas, el espectador elige lo que quiere ver, en el momento que lo quiere ver, las veces que lo quiere ver). La hipertextualidad permite también a través de palabras claves o tags el poder acceder a otra información relacionada con lo que hemos buscado de principio, las informaciones se enlazan, desapareciendo el paradigma lineal, y con él desaparece la unidad, la autonomía, la estructura y a veces hasta la coherencia y el sentido propios de los textos escritos y audiovisuales.¹³

Son muchas las ventajas que se pueden tener pero no se puede hablar de la sustitución sino de complementariedad y de suplir necesidades vigentes, como la ocasión para redefinir el perfil y las exigencias profesionales de los comunicadores, así como los contenidos y los procedimientos de su formación académica. Para comunicación los soportes utilizados dejan de ser el factor distintivo de la profesión, radio para el periodismo radial, la televisión para periodismo televisivo, la prensa para la prensa escrita, en la red todos los soportes se funden, y una vez más emergen los contenidos como factor diferencial de identidad y calidad.¹⁴ Corresponde un poco a los comunicadores, con urgencia, hacerse cargo de la complejidad, transformar la información en conocimiento y aprovechar toda esta información que se puede encontrar en la red y gestionar el conocimiento y responder de un modo más efectivo a un público que puede de ir a la deriva; Comprender de que el comunicador debe aprender a navegar y ayudarle al público a navegar. A navegar en la información.

¹³ Cerezo, J., Zafra, J. (2003). El impacto de internet en la prensa. España. Fundación Aúna.

¹⁴ Rost, A. (2006). La interactividad en el periodismo digital. Tesis doctoral. Universidad de Barcelona.



2.5 Televisión en Nicaragua

1950

- ❖ 1956-Primeras transmisiones de Televisión de Nicaragua S.A, canal 8, primer y único canal.
- ❖ 1957-Aparición del segundo canal en el país, canal 6
- ❖ Nace una competencia entre radio y tv por la inmediatez de las noticias.
- ❖ Primeras transmisiones en vivo.

1960

- ❖ Emisión de los primeros programas de producción nacional.
- ❖ 1965-Marzo, aparición de Televicentro canal 2.
-Agosto, aparición de Televisión Comercial canal 12.

1970

- ❖ 1970-Aparece Telecadena nicaragüense, canal 4.
- ❖ 1972- Se forma la cadena Centroamericana de televisión, con el objetivo de promover la cultura nicaragüense.
- ❖ 1973-Primeras transmisiones a color.

1980

- ❖ La tv desempeña un rol importante e influyente en su labor educativa y de creación ideológica, sensibilización en cuestiones de salud.
- ❖ Centralización de la tv con la creación del Sistema sandinista de televisión SSTV.
- ❖ Retroceso tecnológico debido al bloqueo comercial.
- ❖ Incremento de la programación y producción nacional (surge la Asociación de cinematografía ANCI).



1990

- ❖ Se deja de lado las producciones nacionales y la tv se torna meramente comercial, creándose una “cultura de imitación”.
- ❖ Incurción de la televisión por cable y satelital.
- ❖ 1997- Aparición del canal 10.

2000

- ❖ Auge de la televisión por cable.
- ❖ Los canales nacionales siguen ofreciendo el mismo tipo de contenido, comercial y enlatados.
- ❖ Apertura de nuevos canales nacionales y locales ofertados sólo por la señal de cable.

2010

- ❖ Desde 2010 Nicaragua está en la transición a la tv digital.*1
- ❖ Los grandes canales empiezan a hacer transmisiones en sus páginas en internet vía Ustream, Livestream.*2
- ❖ Canal 100% Noticias adquiere el primer transmisor con tecnología digital en Nicaragua.
- ❖ 2011-Aparición de 3 nuevos canales en señal abierta, canal 9, Tv Red canal 11, Viva Nicaragua canal 13.

*1 Desde 2010, Nicaragua está en la transición hacia la tv digital, es un proceso lento ya que los canales abiertos deben ir cambiando sus viejos aparatos por equipos digitales para transmitir su señal a diferentes puntos.

(La tv digital se diferencia de la tv analógica, en que ésta permite transmitir audio e imagen de alta fidelidad, transmitir a internet, mayor interacción con los televidentes y permite a los dueños de canales saber cuánta gente los ve).

*2 Los canales actualmente sólo retransmiten vía Ustream y Livestream su programación habitual en sus páginas oficiales, no tienen una diferenciación en sus contenidos para la red.



Con más de medio siglo de televisión en Nicaragua, la aparición de nuevas tecnologías y la innovadora convergencia que esta representa -Radio, Televisión y Prensa en un mismo sitio- se hace necesario plantear nuevas líneas de futuro y actualización en la forma de informarnos. Debido a esta necesidad de cambio es necesario también un cambio en la enseñanza.

En este trabajo, adoptamos aquellos principios generales de la Teoría de la comunicación que pueden servir y ser aplicados a nuestros objetivos. Los adoptamos pero críticamente. En la mayoría de los casos, los adaptamos; los reelaboramos para su aplicación a una comunicación Educativa de proyección social e incorporamos otros principios nuevos, que no están en los textos clásicos y que son, no sólo distintos sino a veces incluso opuestos a los que se encuentran en los manuales corrientes. Porque estamos buscando una educación y una comunicación diferente. Estamos buscando un modelo de acuerdo a nuestra realidad. Se ha descartado principalmente la teoría de la educación vertical, la cual contempla como ideas verdaderas únicamente las del profesor y aparta la experiencia de vida de los estudiantes, se desvaloriza, por tanto el alumno se habitúa a la pasividad y no desarrolla su propia capacidad de razonar, ni su conciencia crítica.

Se pretende que el proyecto sea trabajado por todas las autoridades de la carrera para que el estudiante encuentre mayor disposición y atracción en el mismo. Además de presentar un proceso educativo transformador ya que al hacer una comunicación educativa, estamos siempre buscando, de una u otra manera, un resultado formativo. Pero para que esto tenga mejores efectos es bueno saber qué concepción subyace en nuestras prácticas y el ejercicio de comunicación de nuestros docentes, así como la del director. Conocer cómo se están auto informando, si lo hacen, si lo hacen constantemente, en qué ponen énfasis, qué proyectos van a ofrecer para garantizarles mejores alternativas de proyección a sus estudiantes, qué prioridades dan a los aspectos mencionados anteriormente, y con estas maneras participativas y comprometidas se desprenderán modelos nuevos e innovadores de educación y comunicación.



Aunque este resultado puede ser cuestionado, una de las realidades es que, generalmente el estudiante no aprende sino que memoriza, repite y luego olvida; no asimila, porque no hay asimilación sin participación, sin el ejercicio de la Teoría-Práctica, que dentro de las aulas de clase maestro y estudiante tienen que desarrollar y el director tiene el compromiso de percatarse que esto se está cumpliendo.

De lo contrario no se estará dando un intercambio de ideas. No hay debate, discusión de temas. Se impone una orden que el alumno no comparte por ende no se acopla a este modelo. No se le ofrece medios para pensar auténticamente porque al recibir la información sólo la guarda, no la incorpora, porque la incorporación es el resultado de la búsqueda de algo que se exige por parte de quién intenta un esfuerzo de re-creación, de quién busca los medios para garantizar una mejor educación a sus estudiantes pese a las enormes necesidades dentro de la carrera, es la exigencia de un comunicador comprometido, un sujeto que está dispuesto a tomar medidas de invención.

Resaltamos entonces las palabras esfuerzo, re-creación e invención. Porque es ahí donde está el resultado, el impacto que para nosotras esto ha significado, ya que el enfoque o clave importante de nuestro trabajo ha sido que el comunicador vuelva y retome el cargo de educador en la sociedad, queremos lograrlo incorporando herramientas tecnológicas como medios y así lograr una estimulación a los alumnos desde su base formadora.

Parecerá que en nuestra sociedad estos tipos de modelo “autoritarios” no tienen lugar, sin embargo, la concepción comunicacional está tan incorporada a la misma, que parece tan corriente y natural, que tal vez, sin que seamos conscientes de ello, sigue influyendo con fuerza en nosotros. ¹⁵

En base a este concepto se desarrolla el siguiente cuestionamiento: ¿Se ha tratado de ir suscitando en los alumnos un proceso personal de formación? Si ello no es así y todavía se sigue sujeto a esos principios, entonces los docentes en las distintas áreas no han sabido encontrar y crear otras maneras de educar. ¹⁶

Conscientes de la importancia de viejas teorías pero críticas a lo que mencionan ya que algunas son limitantes para el conocimiento de los estudiantes, simpatizamos con nuevos planteamientos que sería adecuado implementar, ya que permiten que los alumnos puedan buscar y encontrar nuevas respuestas a sus inquietudes, generando además,

¹⁵ Berelson, B. y Steiner, G. (1988) Estudios sobre la comunicación.

¹⁶ Kaplún, M. (1998). Una pedagogía de la comunicación.



autonomía en su enseñanza puesto que, podrán buscar y encontrar nuevas respuestas a sus inquietudes. Logrando así tener aprendizajes más significativos y así mejorar la educación. “El individuo además tiene total libertad de acceso a las opciones posibles que le permitan alcanzar el conocimiento, es decir, desarrollarles la idea de que cualquiera puede encontrar respuesta a algo”¹⁷

2.6 Importancia de las prácticas profesionales

La comunicación no sólo debe verse como una profesión y un medio de vida sino como “algo más”¹⁸ como un servicio a la sociedad, por ende una práctica profesional no sólo requiere conocer y dominar los recursos mediáticos, necesita sustentarse en una pedagogía comunicacional y es dentro de las aulas de clase que se logra ese primer propósito, el de aclarar conceptos que se describen teóricamente; y mostrar cómo se aplican y para qué sirve conocerlos. Además, es compromiso del director intervenir en las estrategias necesarias para abrirles un nuevo mundo a sus estudiantes y docentes, cambiarles los esquemas, llevarlos a revisar la manera convencional en que se comunicaban con sus destinatarios y a encontrar formas más efectivas de llegar a ellos y de comunicarse.

Al revisar el programa para la realización de todas las prácticas profesionales de la carrera de comunicación social de la UNAN-León, encontramos que muchos puntos del programa no se cumplen, y que muchas de las competencias que este contempla no se están adquiriendo durante la formación de manera completa; además de inculcar conceptos errados que de permanecer en el programa serán un problema para los estudiantes, por ejemplo, el de la improvisación, cuestión que se tiene como prohibida en el periodismo, ya que el periodista debe mostrar su preparación para informar, sin embargo en el programa de prácticas de la carrera se estipula que “Se pretende que los estudiantes a través de ella conozcan y dominen aparatos/equipos y recursos técnicos, ejerciten la redacción y la voz haciendo locución e improvisen al hacer intervención ante los micrófonos ya sea en animación, entrevista en vivo o pregrabada.”

Párrafos después se vuelve a hacer hincapié en la improvisación “El objetivo final es lograr el buen manejo de la locución, la improvisación, la cobertura periodística, la redacción de notas informativas para radio, TV y Prensa Escrita”; este es un concepto que no debería promoverse dentro de nuestra carrera; dice Juan Cantavella que la base del

¹⁷ Feyerabend, P. (2003). Tratado contra el método. Madrid. TECNOS.

¹⁸ Renau, E. (2009). La práctica de las prácticas. Barcelona. Grupo Educa.



éxito está en la documentación “no existe la improvisación sino el guión abierto y la clave de un guión acertado es la preparación previa”¹⁹ y que “no se puede ir a una cita (programas-entrevistas en radio, tv) sin una buena preparación”, “si es grave este descuido cuando se trabaja para la prensa, lo es mucho más si estamos entrevistando o transmitiendo por tv, donde no podemos transformar nuestra ignorancia en sabiduría al escribir, en tv aparecemos tal cual somos”, según Edda Cavarico²⁰ no se puede improvisar la madurez intelectual, sin una previa preparación, siempre se denotará cierto infantilismo y falta de documentación.

Todos los autores coinciden en que no se puede hablar de improvisación sino de autodomínio y preparación previa, estudiar los temas del día, estudiar a la persona que se va a entrevistar y desarrollar técnicas sencillas como la “Escucha Empática”, en donde se escucha atentamente al interlocutor con la intención de comprender lo que nos están diciendo; la mayoría de periodistas no escuchan con la intención de comprender al entrevistado o compañero de locución, sino que sólo están tratando de recordar o leyendo la siguiente pregunta o intervención; al estar en conducción o en una entrevista es necesario el desarrollo de esta técnica pues poco a poco se va adquiriendo el don de la oportunidad. Para saber preguntar hay que conocer los temas en profundidad, y así con seguridad se sabrá cuándo intervenir y plantear cuestiones en el momento adecuado. Todo esto puede lograrse con un plan abierto, lo que significa que se debe adaptar a la evolución del programa o conversación pero nunca improvisar.

Claro, si no hay preparación, el periodista no podrá interrelacionar temas, no sabrá el significado de los hechos y no podrá transmitir nada al público que le ve, además que, tampoco podrá contextualizar, esto le hace incapaz de hacer un análisis profundo, quitándole la oportunidad al espectador de un mayor entendimiento de lo que sucede. Las participaciones o apariciones de este comunicador no tendrán intensidad, nunca se irá más allá, ni será original en la forma del planteamiento de cualquier cuestión.

Otra técnica, no menos importante que debería enseñársele al estudiante para que este vaya perdiendo el miedo a quedarse sin palabras, es el de aprender a tener el control de “las líneas de tiempos”, por un lado el control del “Tiempo Real”, que es el tiempo que se designa para el programa, segmento o participación del periodista; y por otro lado adquirir el control del “Tiempo Sentido”, el que está condicionado por la sensación interior del

¹⁹ Cantavella, J. (2010) Manual de la entrevista periodística. Barcelona. Ariel Comunicación.

²⁰ Cavarico, E. (2006). Manual de periodismo contemporáneo. USA. Universidad de Texas.



conductor-presentador del programa. Es el que Monserrat Roig opta por llamar el “Tiempo en tensión”, estrechamente vinculado a factores como la relación con el invitado clima de la conversación y los temores interiores del periodista como el temor al enmudecimiento, a no ser capaz de llenar con palabras el tiempo asignado; por eso el conductor-entrevistador debe aprender a manejar el entorno y ser capaz de integrarlo con naturalidad a sus dotes comunicativas para guiar la conversación, no sólo quedarse ensimismado y rígido, apegado nada más a su guión, esto es algo que en periodismo se llama sentimiento de globo/escafandra o burbuja (dependiendo del autor), una vez superados estos temores el estudiante será capaz de conducir-entrevistar de una forma intuitiva como cuando se aprende a andar en bicicleta o se aprende a conducir un vehículo.

La práctica constituye parte de la columna vertebral de la educación superior y, por lo tanto, de toda profesión universitaria; le caracterizan una formación particular y un conjunto de conocimientos que capacitan para el ejercicio laboral. Su importancia reside en que permite al estudiante comprender el sentido que tiene su carrera dentro del contexto social donde se desarrolla.

Hay un consenso generalizado en considerar que las prácticas en la formación profesional y en la formación universitaria son oportunas para mejorar las habilidades y las competencias laborales de los estudiantes. Las prácticas son un “requisito imprescindible y un factor de diferenciación entre centros de estudios” ²¹

La universidad está para aportar las competencias básicas y específicas necesarias para desarrollarse personalmente y profesionalmente. La enseñanza para comunicación nunca debe ser meramente teórica, debe pensarse siempre como si tal se estuviese en el ambiente de trabajo.

La práctica tiene que hacerse dentro de la misma formación a través de la investigación, el trabajo con los demás y el contacto temprano con algunas estructuras administrativas, la información directa en los archivos y fuentes, la presencia en los tribunales, despachos, instituciones, etc. que es donde el estudiante puede proyectar lo que va aprendiendo desde el periodo escolarizado en el momento en que va adquiriendo los conocimientos.

²¹ Renau, E. (2009). La práctica de las prácticas. Barcelona. Grupo Educa.



Corresponde a la universidad atender, revisar y proponer alternativas que resuelvan el problema de la calidad de la práctica profesional; que la falta de ésta no se convierta en un obstáculo para que se ejerza. “Más precisamente es responsabilidad del director de carrera establecer los contactos con las empresas, medios de comunicación, los servicios en los que los estudiantes podrán practicar sus conocimientos profesionales; en efecto, el director de la carrera es un conocedor del medio, es un profesional del área de estudio que dirige”.²²

Debe haber una coherencia entre lo que se enseña y lo que desempeñará el estudiante en un futuro. Que el estudiante practique de todo -producción informativa, investigación, manejo de fuentes, redacción, maquetación, locución, manejo de cámara, fotoperiodismo, realización, post-producción, edición e infografía- es lo ideal, porque a veces se practica en un sector y puede terminar trabajando en cosas que no aprendió. Se supone que prueban sus conocimientos, habilidades, sectores de actividad en los que les interesaría trabajar, etc.

En el capítulo del programa de prácticas profesionales de la carrera, dedicado a las competencias, que se supone adquiere el estudiante con las prácticas: “Desarrollo de la práctica profesional como un vínculo bidireccional entre teoría y práctica y se asimilan mutuamente, concretándose, dando lugar a la enseñanza aprendizaje en base al dominio tecnológico para ejercitar la redacción, locución e improvisación en TV y Radio y edición de notas informativas u otros géneros periodísticos” (Segunda competencia del programa de prácticas), no se puede hablar de dominio tecnológico, ya que la carrera no tiene siquiera un laboratorio de informática y el estudiante no está adquiriendo ninguna habilidad técnica que le pueda hacer competitivo en un medio de comunicación (Manejo de programas de edición o manejo de cámara y otros elementos).

En este programa de prácticas de Comunicación Social, se da por hecho que el estudiante debe dominar equipo técnico, pero en el medio de comunicación donde el estudiante practica no se le enseñará esto, se supone que se llega a poner en práctica lo aprendido en la Universidad. “Las/os estudiantes, conocen la teoría y al mismo tiempo elementos prácticos que desarrollarán con mayor énfasis en la radio, la TV y la Prensa Escrita”, y en las aulas de clase no se están enseñando estos conocimientos, primero por no contar con bibliografía especializada, cuando se resalta entre los grandes estudiosos

²² Parent Jacquening, J. et al. La práctica profesional una función indispensable. Congreso: Retos y expectativas de la Universidad Autónoma de Coahuila. Febrero 25-28, 2004. Coahuila, México.



de la comunicación que “sin esta mínima base (la teórica) difícilmente se logra una comunicación eficaz.”²³ ; Y en segundo lugar la carrera no cuenta con equipo técnico y tampoco se está haciendo uso de las nuevas tecnologías de comunicación para aminorar esta carencia.

En otras universidades que ofrecen esta carrera, tienen materias específicas para desarrollar en sus alumnos este tipo de habilidades tan necesarias, ya que durante la formación no sólo se debe preparar para estar delante de las cámaras porque en periodismo no es sólo eso, detrás de la información hay un gran trabajo de producción que el periodista debe ser capaz de manejar. La enseñanza debe también adaptarse a las nuevas tecnologías por lo tanto las universidades están en la obligación de renovarse y renovar sus planes de estudios de manera que satisfagan las nuevas necesidades a las que se enfrentan y se enfrentarán sus estudiantes.

Como referentes hemos tomado universidades tanto nacionales como extranjeras, dentro de las nacionales (se tomó como referencia a las universidades que ofrecen su plan académico en sus páginas web), la Universidad Centroamericana, UCA²⁴, que oferta Comunicación Social, Universidad de Ciencias Comerciales UCC²⁵, que aunque oferta Comunicación Empresarial y no comunicación social, el principal perfil laboral que desarrollan en sus alumnos es el de periodista, productor y presentador/conductor de

programas de radio y t.v, cronista deportivo, seguido de director de medios de comunicación, administrador de medios de comunicación, investigador de la comunicación, director de divulgación y prensa, director del departamento de medios de agencias de publicidad, director de campañas publicitarias.

Ambas universidades han adaptado sus planes de estudio con relación a las nuevas tecnologías comunicacionales, por su parte, UCA imparte el componente de Cibercomunicación - el que en sí es un concepto nuevo ligado precisamente a la aparición de las nuevas tecnologías de la comunicación - los alumnos son capaces de generar información y esta puede ser captada por infinidad de usuarios de la red, por su parte la UCC imparte una asignatura sobre Tecnología de la información y la comunicación (TIC), en la que adquieren no sólo conocimientos teóricos de estas nuevas posibilidades en internet sino que también están haciendo uso de ellas, pues actualmente la carrera de

²³ Kaplún, Mario. (1998). Una pedagogía de la comunicación.

²⁴ <http://pregrado.uca.edu.ni/index.php/component/k2/item/131-licenciatura-en-comunicaci%C3%B3n-social>

²⁵ <http://ucc.edu.ni/carreras/1678-comunicacion-empresarial-y-relaciones-publicas.html>



Comunicación Empresarial tiene su propio radio en línea “Radio UCC” , así como una revista informativa digital “UCC en la Noticia” y ofrecen para el público la oportunidad de mantenerse informado con el envío de un boletín informativo a través de correo electrónico con sólo suscribirse y brindar una dirección de e-mail.

Tomamos como referencia a nivel internacional, la Universidad de Costa Rica UCR²⁶, la que ofrece una licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva, esta universidad apuesta por la enseñanza investigativa y sobretodo producción de la información y contenidos, además de contar con un canal de t.v tradicional desde 1982, el que con los años ha aumentado su cobertura pues al principio sólo abarcaba la ciudad universitaria Rodrigo Facio y ahora se puede ver en todo el territorio costarricense a través de cable, llegando a compartir contenidos con diversos canales regionales y convenios con cadenas internacionales como Deutsche Welle (DW), Discovery Channel, National Geographic y BBC, así como el canal cultural de la Universidad Nacional Autónoma de México TVUNAM.

Otra referencia internacional es la Universidad de Santiago de Compostela²⁷, España, la que está apostando por la modernidad y ya enseña Periodismo Multimedia, sus técnicas, teorías y aplicaciones, sin dejar de lado la enseñanza práctica de Técnicas y tecnologías para los medios de comunicación, como son el dominio del proceso de toma de imágenes y captación de sonido, así como iluminación en televisión, en componentes como estos los alumnos son capaces también de usar las tecnologías aplicadas a la post-producción: edición y montaje audiovisual, en fin el estudiante adquiere el dominio en el uso de aparatos para un buen trabajo audiovisual. Pero en cuanto a televisión se refiere esta universidad también forma a sus estudiantes para desarrollarse en todos los medios de comunicación, por ejemplo el Diseño y composición visual para prensa escrita, en dicha materia se estudian las técnicas y procesos de materialización de la información en soportes y medios escritos.

En la tercera competencia del programa de práctica, “Guía y supervisa el desarrollo de las prácticas donde se ponen en juego los conocimientos adquiridos durante el proceso formativo del estudiante, el que permite concretizar teorías aplicándolas a situaciones problemáticas reales a través de la lectura y análisis de los informes.” no nos queda

²⁶ www.eccc.ucr.ac.cr/

²⁷ www.usc.es



totalmente claro a quien se refiere, si al estudiante o tutor, se supone que estas son las competencias que debe adquirir el estudiante en el desarrollo de sus prácticas.

“Elabora la memoria escrita, de audio y video dejando en evidencia la realización de las prácticas como estudiantes de Comunicación Social en las emisoras, televisoras u otros medios e instituciones las cuales serán presentadas ante los tutores de la carrera quienes evaluarán haciendo análisis locales, regionales o nacionales donde han desempeñado su práctica profesional”. Esto es algo que por experiencia propia sabemos que no se cumple, y se están desperdiciando todos estos trabajos, ya que con todo este material, que se supone debe recolectar el tutor, tendríamos una videoteca y se podría mejorar el papel de los estudiantes en los medios con la visualización y análisis de este material.

“Evalúa la acción directa que realizan los estudiantes de Comunicación Social en las emisoras con coberturas locales, regionales o nacionales donde han desempeñado su práctica profesional.” Al leer esto se pensaría que el tutor hace visitas a los medios donde los estudiantes están llevando a cabo sus prácticas, pero el resultado de las encuestas nos dice que no es así, los tutores no están monitoreando el trabajo de sus alumnos en los medios, su desempeño y lo que está llevando cabo, por lo que no se está cumpliendo tal “evaluación directa”, la única evaluación que se está teniendo son las cartas que envían los directores de los canales, en las que se hace constar que el estudiante estuvo en ese medio sin más detalles.

También se contempla en este programa otro apartado dedicado a las subcompetencias: “Comprende los elementos generales del contenido de las prácticas profesionales en el medio de comunicación e institución en base su política editorial lee y analiza, emite opiniones” (1ra Subcompetencia).

“Se adapta a las normas a seguir durante las prácticas profesionales como medida disciplinaria y respeto apegándose al reglamento interno del medio de comunicación e institución y de la universidad.” (2da Subcompetencia). Consideramos que siempre en primer lugar deben ir las capacidades y experiencias académicas que adquirirá el estudiante y no cuestiones de reglamentos, ya que se trata de cosas perceptivas que el estudiante sabe o supone teniendo conocimiento del medio al que va.

Como facultad y universidad se debe ser consciente de la proyección laboral que pueden llegar a suponer unas prácticas profesionales adecuadas y de calidad para nuestros alumnos de la Licenciatura de Comunicación Social; el graduado debe estar dotado de



unos conocimientos teóricos integrales en su campo, así como de una previa experiencia, familiarización que le confieran un alto nivel de cualificación y que en el medio al que llegue se le presente la posibilidad de ser contratado²⁸.

La práctica debe ser entendida como un compromiso con la comunidad y no sólo como una exigencia académica para llenar el currículo escolar. Pero a veces a los profesionales les falta este compromiso ya que en su etapa universitaria nunca tuvieron ese contacto que se debe hacer desde principios de su formación, cuando a un estudiante se le pone en contacto desde temprano con su realidad, será una persona que pueda llegar a generar cambios, innovar los viejos métodos, técnicas o formas de pensar, aprende a abordar temas con otros puntos de vista, cada vez es más eficiente en la elaboración de sus trabajos, desarrolla ese sentido social de la comunicación, será capaz de enseñar a otros y profundiza él mismo sus conocimientos; pero todo esto sólo se logrará cuando se entienda que la práctica es otro aspecto de la vida universitaria y no sólo tiene que quedar relegada a los últimos semestres de la formación.

En Nicaragua no se le ha dado la importancia académica y social que merecen las prácticas profesionales escolarizadas, éstas no se encuentran ampliamente difundidas; de manera que buena parte de los jóvenes que están egresando de las universidades no han penetrado aún en el terreno concreto de su profesión. Todo esto ha devaluado la imagen de un profesional universitario, superado muchas veces por la experiencia práctica de los empíricos, a como afirmó Alfonso Malespín, periodista y académico, en una entrevista²⁹, “hay empíricos de empíricos, pero precisamente porque han dedicado toda su vida a estar leyendo y además saben escribir bien”. Esta falta de habilidades es debido a que en las aulas de clase no se está mandando al estudiante a leer, contextualizar, analizar la realidad que lo rodea; a lo que Malespín agrega, “Para mí la labor del comunicador, necesita de algunas herramientas básicas que son las mismas de todos los tiempos, que lea en puta, que sepa escribir y que sepa investigar, eso es lo básico, de nada te sirve tener una cámara muy bonita, un montón de micrófonos de última generación si la persona habla mal, si la persona escribe mal, al final lo que vaya a salir por cualquier canal es lo que uno es, yo no puedo dar cultura si yo no tengo cultura, no puedo dar una buena dicción si yo no hablo bien, yo no puedo darle a la gente un escrito si yo no sé escribir, yo creo que las universidades tienen que enfatizar en eso en la escritura y si es

²⁸ Renau, E. (2009). La capacitación y empleabilidad de los profesionales. Barcelona. Grupo Educa.

²⁹ Anexo #6



posible escritura creativa, muchísima capacidad de investigación y luego escribir bien o escribir bonito y hay otras cuestiones que son un poco más avanzadas pero eso, es lo básico”.

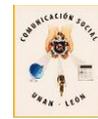
“Para la práctica profesional no existen caminos únicos”³⁰. La sociedad, la educación, están en constante movimiento y por lo tanto en constante cambio y se tiene la obligación de re definirse y re ubicarse de acuerdo a los cambios, nuestra profesión se enfrenta claramente a los cambios tecnológicos y a cambios culturales en las sociedades, como las nuevas formas de informarse, las nuevas formas de ver televisión, las audiencias cada vez más se están yendo a la red y por lo tanto los medios también deben mudarse y crear este tipo de productos, periódicos, canales, revistas en línea, etc.

“Resulta difícil adoptar un patrón o tipología de práctica profesional, importándola de otras disciplinas o profesiones” (Parent Jacquening, 2004). No se puede hacer esto ya que todas las carreras tienen distintas naturalezas, aunque en el fondo se persiga el mismo objetivo de tratar de transformar el mundo; sin embargo cada profesión tiene a su vez un objetivo específico y al momento de enseñar a los estudiantes no se puede ignorar esto adoptando patrones para prácticas que no van con este objetivo. Las prácticas profesionales son indispensables y no deben ser sustituidas pues marcan a los estudiantes el camino a seguir, por eso es conveniente examinar la pertinencia de los conocimientos que se están transmitiendo a los futuros profesionales, y si se están logrando los objetivos y se está realmente satisfecho con lo que hasta el momento se ha logrado y pensar en posibilidades de mejorar en el futuro³¹.

“La práctica ofrece y facilita al profesionista lo que al niño el gatear, la exploración paciente y laboriosa del mundo que lo rodea” (Parent Jacquening, 2004), esta metáfora nos dice que se debe abarcar todo el conjunto de conocimientos posibles que nos pueda ofrecer ese “mundo”, abriendo experiencias nuevas y aprender de las experiencias que se van obteniendo. Cada profesión tiene su propio ritmo y diferentes caminos, se tiene que agudizar los sentidos según los requerimientos de sus saberes y de los problemas que se tienen que enfrentar.

³⁰ Parent Jacquening, J. et al. La práctica profesional una función indispensable. Congreso: Retos y expectativas de la Universidad Autónoma de Coahuila. Febrero 25-28, 2004. Coahuila, México.

³¹ Colegio de periodistas de Cataluña. (2009). Criterios de buenas prácticas profesionales.



La práctica al igual que su enseñanza debe ser una cadena de acciones en las que el estudiante demuestre sus cualidades como ser humano, capacitado para resolver problemas de otros seres humanos. Cada eslabón de la cadena debe ser el nivel de conocimiento que los estudiantes van adquiriendo a lo largo de su estancia en la universidad hasta llegar al último eslabón de la cadena; el primer eslabón que debe pasar el estudiante es poseer los valores que requiere su profesión, pasión por informar y querer un cambio en esos sectores de la sociedad que más lo necesitan, y sobretodo saberse dirigir a las personas que le rodean y a las cuales pretende ayudar.

Todo universitario debe tener como meta la realización, de la realización de todo lo aprendido depende su éxito como estudiante y su éxito como futuro profesional. Y esta realización sirve para medirse a sí mismo, gracias a la supervisión de una persona competente, que sea capaz de notar y hacerle notar al estudiante los errores que comete, una autoridad que sea capaz de enseñarle al estudiante todo el ajetreo de un medio de comunicación, que le enseñe que a donde vaya debe respetar pero no volverse un sumiso, que se olvida del compromiso que tiene con su comunidad y sociedad en general. Así también el estudiante necesita que se le inculque la seriedad por este trabajo, el amor y el gusto por un buen periodismo, los beneficios que trae la credibilidad de hacer trabajos profundos y con profesionalismo. Es también esta persona quien debe dar al estudiante todos los conocimientos que lo avalan.

La exigencia en las aulas de clase, es algo que se nota cuando se hacen prácticas, pues un estudiante que ha aprendido a ser responsable, lo será al integrarse en un medio, es un estudiante que no entregará trabajos inconclusos o de poco valor periodístico, rayando la mediocridad; el maestro y tutor debe tener siempre un sentido de justicia y usar esta virtud para la difícil tarea de evaluar a sus alumnos sin hacer valoraciones apresuradas o basadas en otros aspectos ajenos a los académicos. Desde la facultad las autoridades deben estar en constante monitoreo de la demanda de las empresas y de los propios alumnos.



Capítulo III. Diseño Metodológico

El diseño que seguimos en nuestra investigación es el proceso de investigación acción que propone Lewis (1973).

Para Lewis el proceso consiste en:

1. Insatisfacción con el actual estado de cosas.
2. Identificación de un área problemática;
3. Identificación de un problema específico a ser resuelto mediante la acción;
4. Formulación de varias hipótesis;
5. Selección de una hipótesis;
6. Ejecución de la acción para comprobar la hipótesis
7. Evaluación de los efectos de la acción
8. Generalizaciones.

Siguiendo este modelo de investigación nos hemos propuesto los siguientes pasos:

1. En relación a la Insatisfacción con el actual estado de cosas: el grupo de investigación percibió problemas con las prácticas profesionales, es decir, que las prácticas no están cumpliendo en su totalidad con la adquisición de sus competencias y para aportar a éstas dirigimos nuestro trabajo de investigación en este sentido.

2. Para la Identificación de un área problemática en las prácticas profesionales que se realizan en Prensa, Radio, Televisión y Divulgación, se realizó un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas a 120 estudiantes de la carrera de Comunicación Social, desde 3ro hasta 5to año y 15 alumnos egresados (véase anexo #12), así como entrevistas a profesores de los diferentes componentes (Formulación y evaluación de proyectos, Prácticas de divulgación, Publicidad y propaganda, Cátedras abiertas, Taller de fotografía, Semiótica en televisión, Periodismo en del discurso periodístico, Legislación nicaragüense, Derecho internacional, Periodismo en prensa) que se impartieron en el primer semestre del año lectivo 2012 y al director de la carrera.

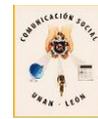


3. La Identificación de un problema específico a ser resuelto mediante la acción, el área que presentó mayores problemas es la que fue objeto de nuestra propuesta de mejora.

4. Formulación de la hipótesis: el grupo de investigación tiene la concepción de que las nuevas tecnologías de la información pueden ser aprovechadas para mejorar las prácticas profesionales de los estudiantes de comunicación. En ese sentido se actuaría sobre el área que resultara más afectada trabajaremos, usando las facilidades que ofrece internet. Como se contempla en el capítulo I. El problema de investigación, en donde planteamos nuestra hipótesis.

5. Ejecución de la acción para comprobar la hipótesis, para la intervención en el área problemática se elaboró un plan de trabajo. Que contempló que en el caso de Radio la creación de una emisora en línea, de ser televisión un canal en línea, en prensa un periódico digital, y en divulgación una revista digital de corte empresarial.

6- Generalizaciones: Obtuvimos de la acción aquellos aspectos comunes tanto positivos como negativos que se pueden aplicar al mejoramiento de todas las prácticas profesionales.

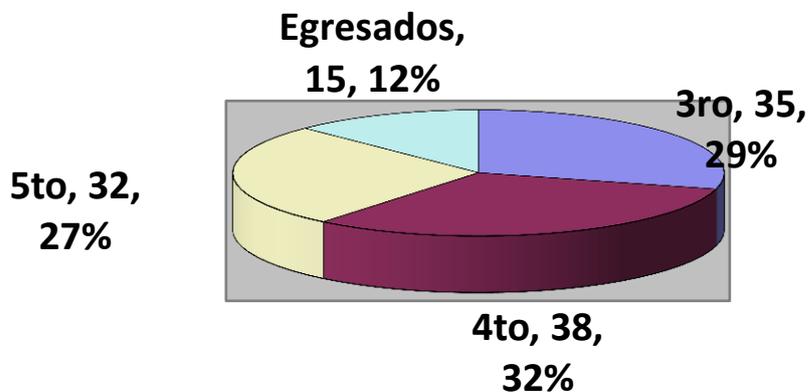


Capítulo IV. Diagnóstico del área problemática

Para diagnosticar el área problemática entrevistamos a los profesores de la carrera que imparten los componentes de: Formulación y evaluación de proyectos, Cátedras abiertas, Prácticas de divulgación, publicidad y propaganda, Taller de fotografía, Semiótica del discurso periodístico, Legislación nicaragüense, Derecho internacional, Periodismo en televisión y Periodismo en prensa; así como al director, también realizamos una encuesta a 120 alumnos de los años 3ro, 4to, 5to y egresados de la carrera. Los principales resultados son los siguientes:

4.1 Encuestas a los estudiantes

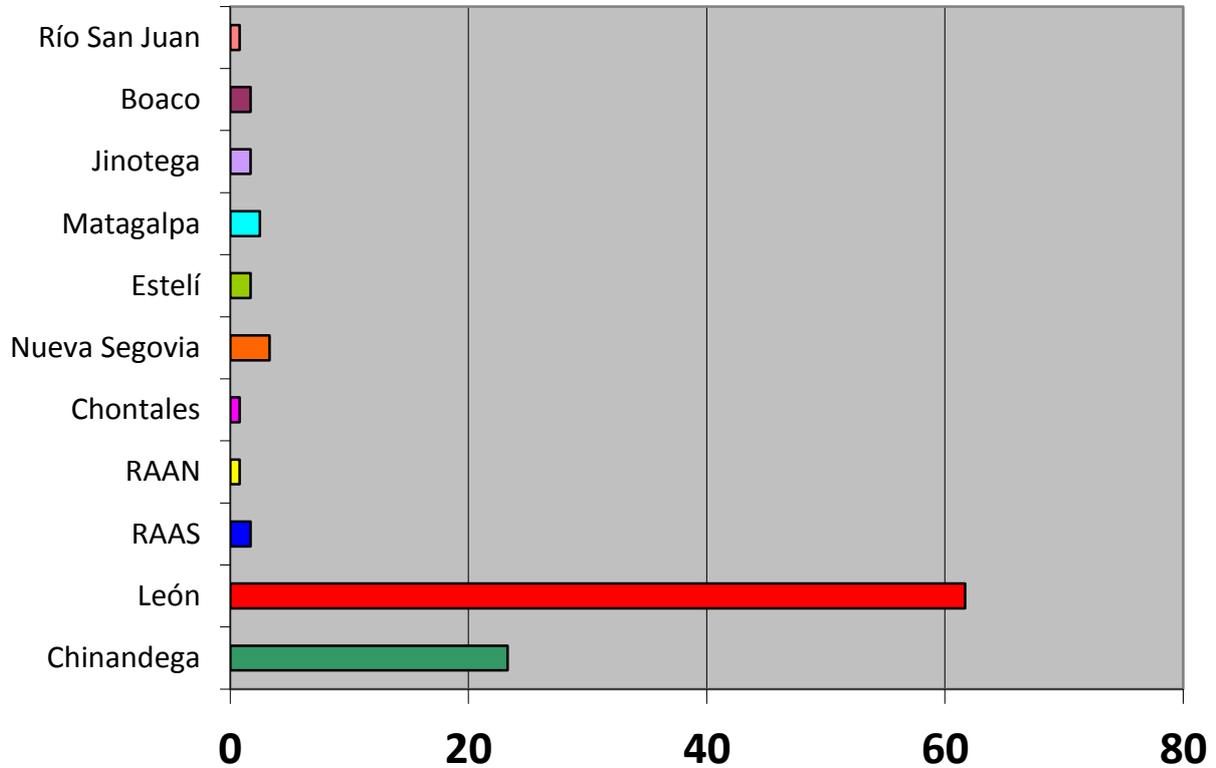
Gráfico # 1
Nivel Académico de los estudiantes.



La gráfica muestra que el mayor porcentaje de alumnos se encuentra en 4to año, siendo este el período donde inician las prácticas profesionales.



Gráfico # 2
Procedencia de los estudiantes por departamentos

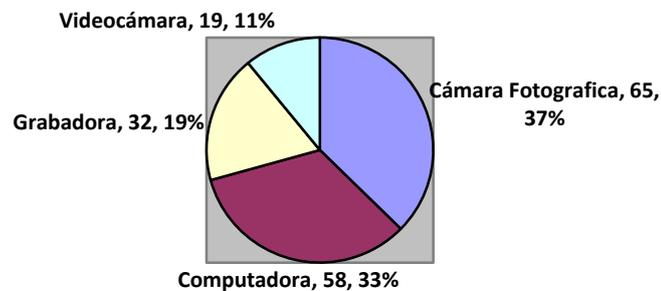


El mayor porcentaje de estudiantes son procedentes de las ciudades de León y Chinandega. Por lo que no hay mayor dificultad al momento de ubicarlos en sus prácticas a esa mayoría. Los demás estudiantes procedentes de otros departamentos se están quedando en la ciudad a hacer sus prácticas. Por lo que se están desaprovechando los convenios con medios de comunicación en los demás departamentos.



Gráfico # 3

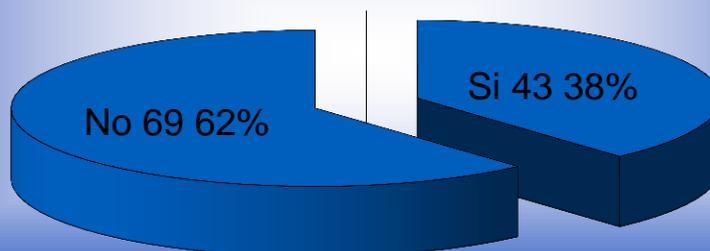
Medios audiovisuales de los estudiantes que pueden ser aprovechados en la carrera de Comunicación Social



Existe una gran cantidad de materiales dentro del estudiantado, más de 65 alumnos poseen una cámara fotográfica. Se están desaprovechando 19 videocámaras, 58 computadoras y 32 grabadoras, que si bien estos materiales no son propiedad de la facultad, probablemente los estudiantes los compraron con la finalidad de practicar.

Gráfico # 4

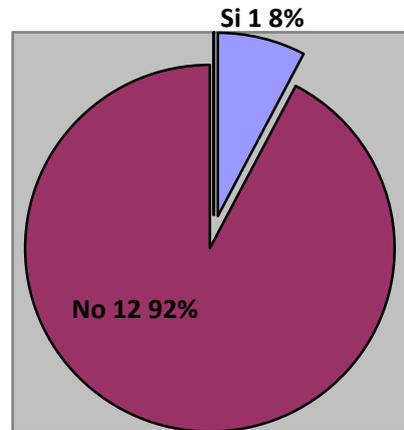
Información estudiantil sobre su familiarización con los Medios de Comunicación



El 62% de los estudiantes afirma no haber tenido ninguna familiarización previa a sus prácticas profesionales, lo que significa que más de la mitad de los alumnos están yendo a los canales de televisión sin los conocimientos requeridos para este tipo de práctica por lo que su desempeño podría no ser el acertado.

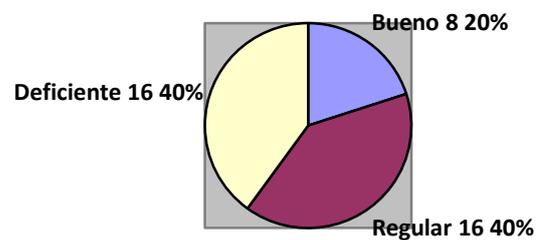


Gráfico # 5
Información estudiantil sobre su familiarización en televisión.



Solo el 8% de los estudiantes afirman haber tenido previa familiarización en televisión, frente a un 92% que afirma no haber recibido familiarización, lo que indica que no hay supervisión dentro de la carrera para asegurar que todos los alumnos hagan estas actividades.

Gráfico # 6
Valorización del estudiante sobre su etapa de familiarización en T.V.

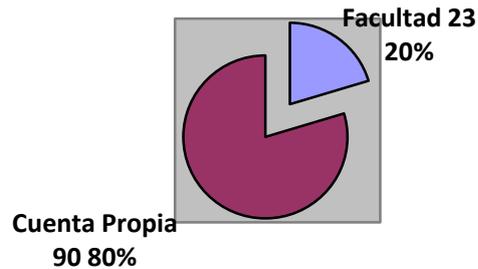


El 40% de los alumnos considera deficiente la etapa de familiarización en el componente de televisión, el mismo porcentaje de alumnos califican esta etapa como regular y sólo un 20% lo considera bueno.



Gráfico # 7

Información estudiantil sobre la creación del vínculo para su ubicación en las prácticas profesionales



Se preguntó a los estudiantes que si la facultad los había puesto en contacto con algún medio de comunicación, un 20% contesta de manera afirmativa, mientras que 80% de los estudiantes dice que la facultad no los ha puesto en contacto con los medios; la siguiente interrogante es, Sí la facultad no los puso en contacto ¿lo hicieron por cuenta propia? A lo que un 42% de los estudiantes afirma de que no, frente al 58% que afirma de que si y de este porcentaje sólo el 22% se puso en contacto con un canal de televisión, lo que deja ver que la mayoría de los estudiantes están gestionando por su propia cuenta la ubicación en los medios de comunicación. Y si la carrera tiene convenios con los medios de comunicación, estos no se están aprovechando o no están siendo suficientes para toda la población estudiantil.

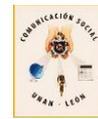
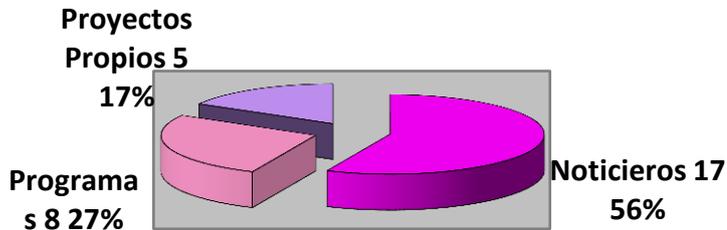
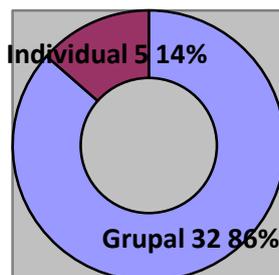


Gráfico # 8 Información que da el estudiante acerca de sus Prácticas en televisión



El 56% de los estudiantes dice haberse integrado a los noticieros ya existentes en los canales. Mientras que el 27% responde que se integró a otro tipo de programas en el canal y solo el 17% desarrolló proyectos propios, lo que significa que no se le está dando la confianza al estudiante de emprender proyectos independientes o tal vez el estudiante no está siendo propositivo en este aspecto.

Gráfico # 9 Forma de trabajo de los estudiantes



El 86% de los estudiantes trabajó en grupo y un 14% trabajó de manera individual. Lo que nos indica que este asunto se está manejando de manera incorrecta ya que al alumno se le tiene que calificar sus habilidades prácticas de manera individual.

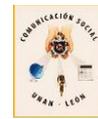
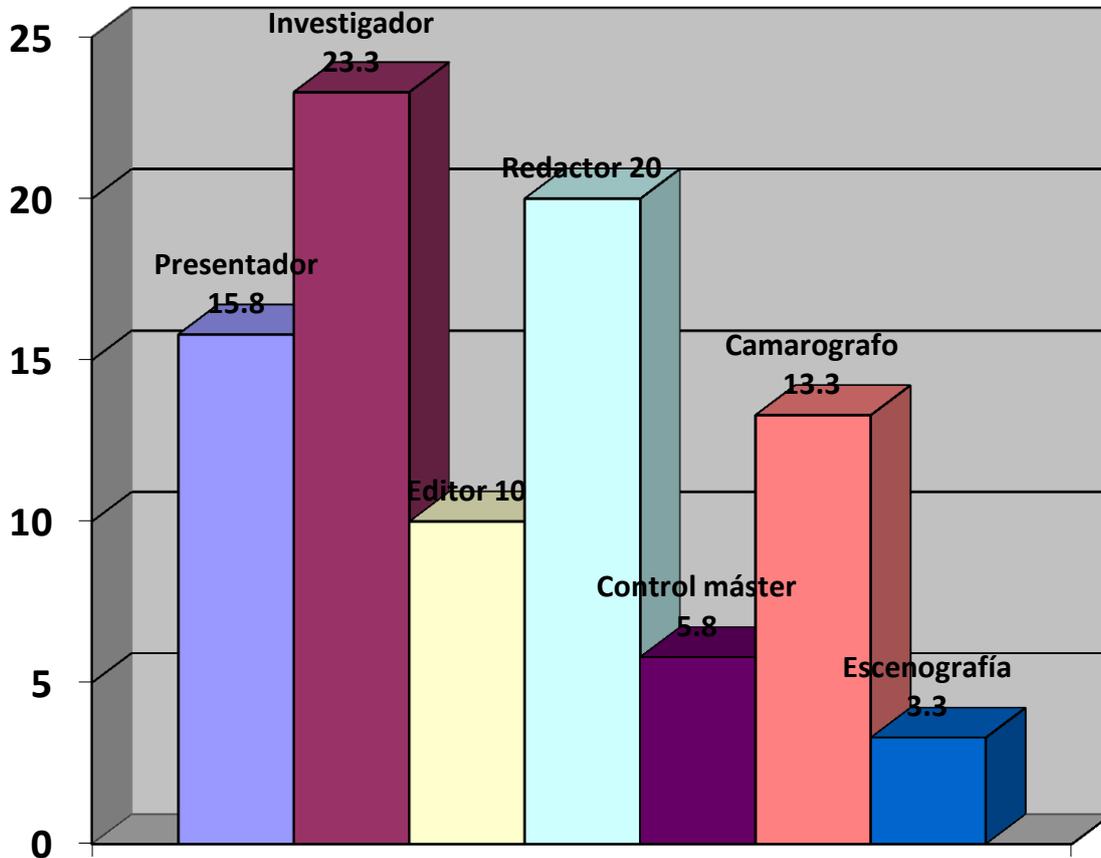


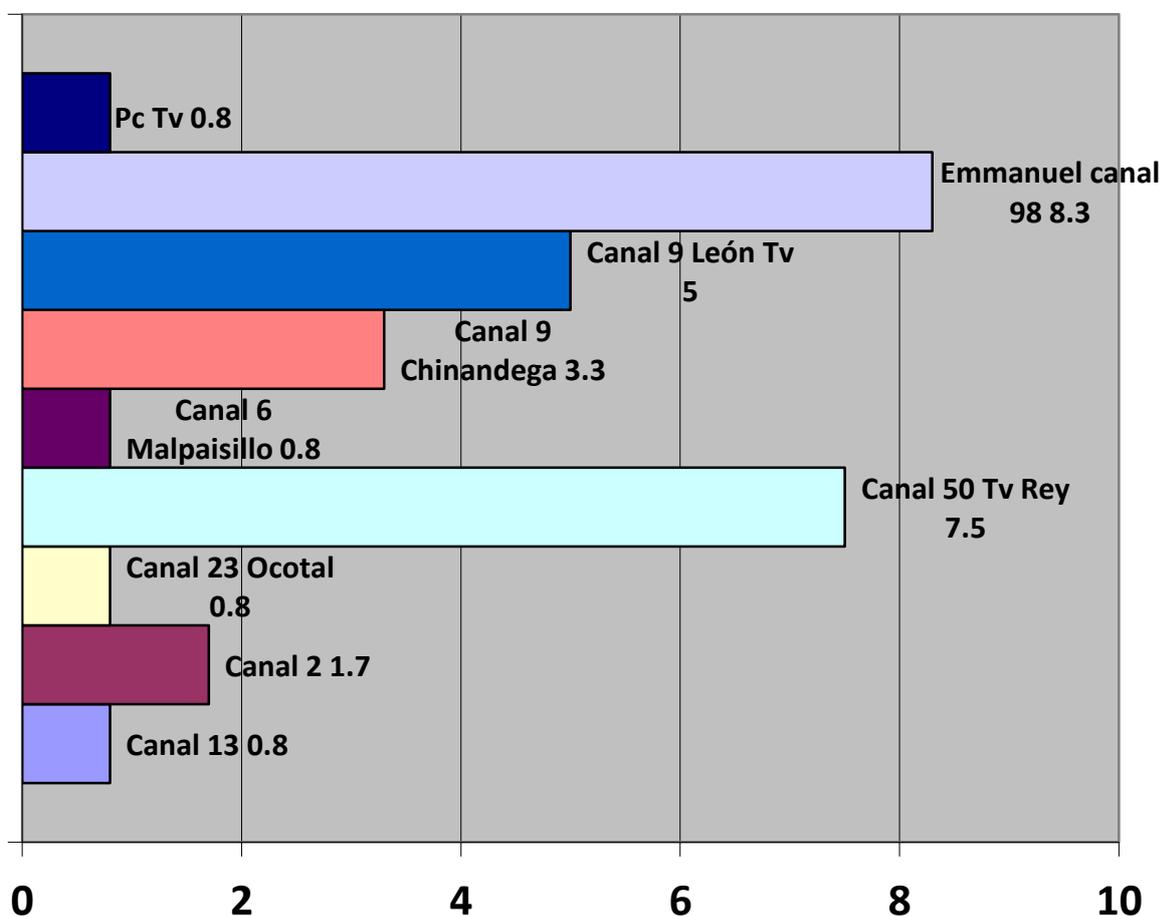
Gráfico # 10
Porcentaje del Papel de los alumnos en los canales de T.v



Los trabajos que más están realizando los alumnos en sus prácticas profesionales es el de investigadores con un 23.3% seguido de redacción con un 20%, como presentadores el 15.8%, camarógrafos el 13.3%, edición 10%, área técnica 5.8% y escenografía el 3.3%. Lo que indica que los estudiantes no están desarrollándose en todas las áreas por igual, ni siquiera la mayoría está desarrollándolas todas al mismo tiempo. Lo que significa que no están siendo monitoreados.



Gráfico # 11
Canales donde se están haciendo prácticas



El canal que está albergando el mayor número de estudiante es Emmanuel canal 98 con un porcentaje del 8.3% de la población total de estudiantes, es decir 10 alumnos. Seguidamente el canal Rey TV con un 7.5% siendo un total de 9, canal 9 de Telecable León con un 5% lo que se traduce 6 practicando en este medio, canal 9 de Telecable Chinandega representa el 3.3% ósea 4 estudiantes practicando, canal 2 tiene el 1.7%, 2 estudiantes ubicados. Siguen canal 23 de Ocotlán, canal 13, canal 6 de Malpaisillo y PCTV, cada uno con un 0.8% ósea 1 estudiante en cada uno de estos canales.

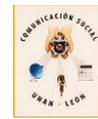
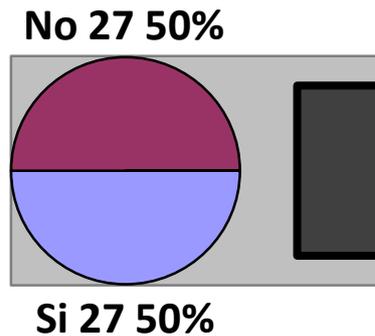


Gráfico # 12

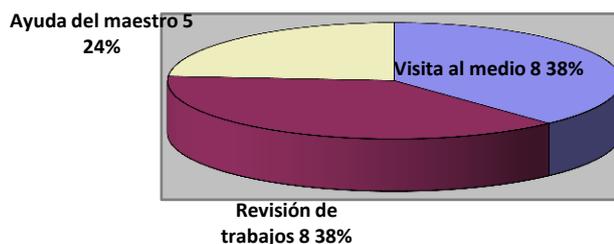
¿Hay suficientes espacios en León donde el estudiante pueda hacer sus prácticas de T.v?



Los estudiantes están en un claro desacuerdo en la respuesta a esta interrogante, el 50 % afirma de que si y el 50% opina de que no.

Gráfica # 13

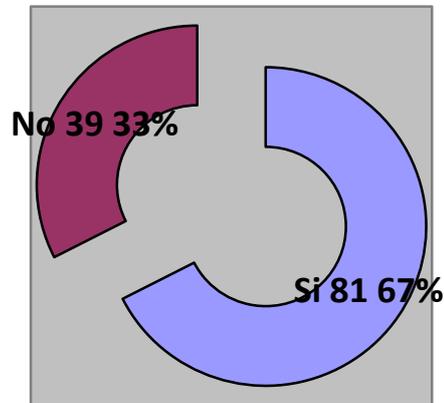
Percepción del estudiante acerca del seguimiento a sus prácticas en televisión



El 38% ósea 8 estudiantes aseguran haber sido visitados al canal donde realizan sus prácticas, igual número afirmo haber tenido revisión de sus trabajos, mientras un 24% equivalente a 5, dice haber tenido ayuda por parte del maestro. Significa que no se está haciendo un seguimiento completo a todos los estudiantes practicantes.

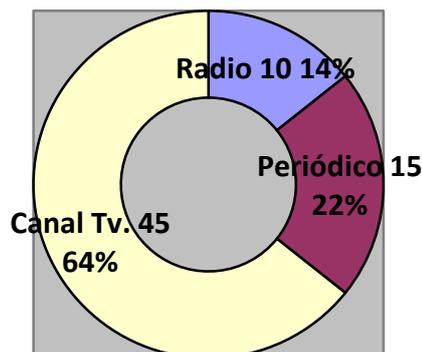


Gráfico # 14
¿Considera necesaria la creación de un medio en la facultad?



Le planteamos a los estudiantes si consideraban necesaria la creación de un medio en su facultad donde pudieran hacer sus prácticas profesionales, a lo que el 67% de los estudiantes contestó que sí era necesario, frente a un 33% que no respondió a esta interrogante posiblemente porque no lo considera necesario.

Gráfico # 15
Medio que el estudiante considera más necesario



El medio que el estudiante ha considerado como el más necesario ha sido un canal de televisión con un 65%, seguido de un periódico con un 21% y por último una radio con un 14%. Estos son datos que se deberían de tomar en cuenta para emprender futuros proyectos que respondan a las inquietudes y necesidades de los estudiantes.

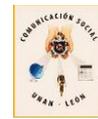
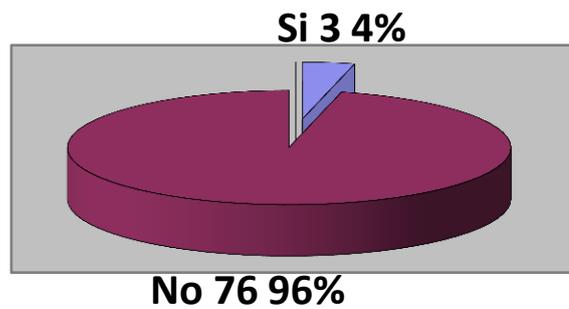


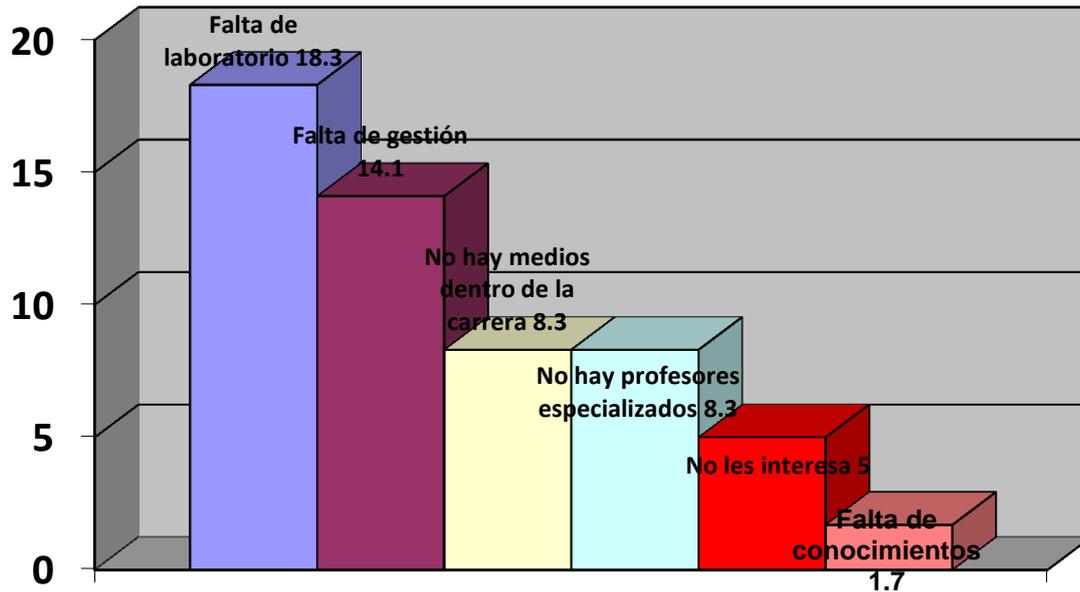
Gráfico # 16
Percepción estudiantil sobre el uso de las nuevas tecnologías de la información en la carrera.



El 96% que es el equivalente de 76 estudiantes considera que la carrera no está haciendo un buen uso de las nuevas tecnologías de la comunicación, frente a un 4% equivalente a 3 alumnos que considera de que sí se está haciendo un buen uso de estas herramientas.



Gráfico #17
Percepción estudiantil de porqué no se está haciendo uso de las nuevas tecnologías de la información dentro de la carrera



El gráfico corresponde a una pregunta abierta dirigida a los estudiantes con el propósito de sondear porqué ellos creen que la carrera no está haciendo el debido uso de las nuevas tecnologías



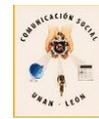
4.2 Entrevista a profesores de la carrera

Este cuadro recoge los principales puntos tratados en estas entrevistas.

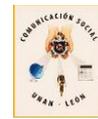
| Componentes | Competencia | Recursos Técnicos | Recursos Humanos |
|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Formulación y evaluación de proyectos. | Desarrollar la habilidad de formular proyectos sociales. | <ul style="list-style-type: none">✓ Falta de un banco de proyectos.✓ Mala infraestructura.✓ Falta de laboratorio multimedia.✓ Acceso limitado al data show. | <ul style="list-style-type: none">✓ Falta de gestión para la ejecución de los proyectos.✓ No se aprovechan los convenios que tiene la UNAN-León. |
| Prácticas de Divulgación, publicidad y propaganda. | Que el estudiante asimile conceptos y determine los parámetros para trabajar en un medio de comunicación. | <ul style="list-style-type: none">✓ No se hace uso del internet.✓ Falta de material bibliográfico.✓ Falta de medios en la facultad donde se pueda desarrollar la práctica. | <ul style="list-style-type: none">✓ Falta de tutores.✓ Falta de coordinación maestro-alumno.✓ No hay un registro de visitas del tutor.✓ No hay un registro del trabajo que hacen los alumnos. |
| Cátedras abiertas. | Que el estudiante asimile conceptos y determine los parámetros para trabajar en un medio de comunicación. | <ul style="list-style-type: none">✓ No hay uso de las tecnologías de la comunicación. | <ul style="list-style-type: none">✓ La carrera no está creando vínculos con la sociedad.✓ No hay preparación previa en las aulas de clase.✓ No se incluyen temas de actualidad y de interés general. |
| Taller de fotografía. | Que el estudiante domine el equipo, las diversas técnicas | <ul style="list-style-type: none">✓ Falta de una cámara profesional.✓ Falta de | <ul style="list-style-type: none">✓ La clase no la imparte alguien con conocimientos de fotografía. |



| | | | |
|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | de fotografía así como teoría de la fotografía digital. | laboratorio multimedia. | ✓ El contenido de la materia no está adecuado a la realidad de la carrera. |
| Semiótica del discurso periodístico. | Despertar el interés en el aprendizaje y desarrollo de su futura profesión y elaboración de prácticas profesionales. | <ul style="list-style-type: none">✓ Mala infraestructura.✓ Acceso limitado al data show.✓ Falta de medios en la facultad donde se pueda desarrollar la práctica.✓ Falta de laboratorio multimedia. | <ul style="list-style-type: none">✓ Desmotivación de los alumnos.✓ Falta de gestión para ubicar a los alumnos en las distintas entidades de comunicación de la UNAN-León. |
| Legislación nicaragüense. | Que los estudiantes se involucren en el ambiente jurídico, conozcan su proceso y lenguaje. | <ul style="list-style-type: none">✓ Falta de bibliografía.✓ Falta de laboratorio multimedia.✓ Dificultad de traslado a las diferentes instituciones. | ✓ No hay apoyo a nuevas iniciativas. |
| Derecho internacional. | Conocer, analizar e interpretar las relaciones que hay entre los estados como personas jurídicas. | <ul style="list-style-type: none">✓ Falta de bibliografía.✓ Dificultad de traslado a las diferentes instituciones. | ✓ Falta de apoyo por parte de las autoridades. |
| Periodismo en Televisión. | Conoce y domina la historia de la televisión en Nicaragua, | ✓ No hay una cámara profesional de televisión dentro de la carrera. | <ul style="list-style-type: none">✓ Muestra un desánimo hacia el componente.✓ No hay prioridad de contenidos. |



| | | | |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | comprende, conoce y domina la diferencia entre televisión como medio de comunicación masiva y la diferencia entre radio y prensa. | <ul style="list-style-type: none">✓ Falta de laboratorio multimedia.✓ Falta de programas para editar.✓ Falta de una memoria para que el maestro archive los trabajos. | <ul style="list-style-type: none">✓ Menosprecia su componente.✓ Muestra desconocimiento del componente.✓ Se autolimita. |
| Periodismo en Prensa. | Despertar el interés en el aprendizaje y desarrollo de su profesión y prepararlos para la elaboración de prácticas profesionales. | <ul style="list-style-type: none">✓ Falta de laboratorio multimedia.✓ Acceso limitado al data show.✓ Falta de medios en la facultad donde se pueda desarrollar la práctica. | <ul style="list-style-type: none">✓ Desmotivación de los alumnos.✓ Falta de gestión para ubicar a los alumnos en las distintas entidades de comunicación de la UNAN-León. |



Análisis de las entrevistas realizadas a los profesores de Comunicación Social

De sus respuestas notamos que algunos tienen una visión pesimista de la situación actual de la carrera; al no haber medios se autolimitan no buscando posibles soluciones a estas carencias. Por la falta de presupuesto es imposible que se construyan laboratorios para cada componente pero no se están creando soluciones creativas y artesanales.

Otro aspecto que se refleja en estas respuestas es la falta de gestión tanto de maestros como de las autoridades. Muchos mencionan la falta de un laboratorio que sea multiuso para todas las asignaturas, cuando dentro de nuestra investigación nos hemos dado cuenta de que se puede gestionar el uso de laboratorios existentes en la facultad de Humanidades y demás facultades de la UNAN-León, incluso se podría –si se gestionan– a disposición un maestro de la facultad de Ciencias y Tecnología que enseñen el manejo de programas de edición, tanto en radio, prensa y televisión a los estudiantes de la carrera.

Una de las principales interrogantes fue como se garantizaba que el alumno adquiere las competencias del componente que se imparte, la mayoría no supo responder a esta pregunta, las respuestas fueron nada más divagaciones, sus respuestas muestran un carácter contradictorio, ya que algunos profesores exponen técnicas para lograr sus objetivos pero luego se contradicen, y mencionan no poder desarrollar su materia por falta de medios.

También se percibe en algunos maestros un menosprecio hacia el componente, se refieren a este no como un componente curricular sino como algo superfluo, “sólo un acercamiento”, “nada más una noción”, como “nada especializado”.

Algunos se desligan de sus responsabilidades, delegándolas a otros, dependiendo del carácter de la materia.

Algunos profesores muestran cierto desconocimiento del área que imparten.



4.3 Resumen de la entrevista al director de la carrera

En cuanto a las competencias que se están desarrollando en la carrera de Comunicación Social, se centra en el aprendizaje del idioma Inglés y las áreas científicas de la comunicación. Obviando las otras competencias que son esenciales en la carrera, señala que cada uno está compuesto de dos bloques, el teórico y el práctico.

Respecto a la garantía de la adquisición de competencias responde no poder asegurar que se logren adquirir, pues no se practica en todas las aulas de clase y estas competencias se van a adquirir durante las prácticas profesionales, aun sabiendo de que en los medios no se está delegando a los estudiantes funciones de comunicadores sino como él afirma “de mandaderos”.

También planteó que actualmente se están haciendo alianzas con periodistas y diputados cuando se debió haber gestionado desde los inicios de la carrera, pues afirma haber enviado a la primera generación de alumnos a los medios sin tener un plan estructurado para las prácticas profesionales.

Sobre el funcionamiento de prácticas, nos explica una variación respecto al año anterior y es que ahora los estudiantes pueden hacer sus prácticas profesionales a lo largo del plan de estudio, mientras que antes el estudiante sólo debía practicar en el semestre en que correspondía.

¿La facultad garantiza que se hagan esas prácticas o la buscan los alumnos? A esta pregunta contestó “Hay de las dos maneras, porque hay alumnos que ya llegan al año y tienen algunas conexiones y tienen alguna experiencia a que se haga de manera empírica, o tienen algunos familiares o sus padres se dedican a eso entonces ellos piden que se les ubique”. Pero ahora se ha implementado la entrega a los alumnos de cartas de intención, las que son firmadas por los dueños de programas y los periodistas ellos la ven y si ellos la ven bien la firman o pueden agregar otras acciones que ahí aparecen, según él, la facultad desde la dirección de la carrera asegura ciertas ubicaciones.

Hay un responsable de prácticas profesionales, el profesor, agrega que hay dos profesores más que atienden prácticas, entonces hay tres y por lo general son unos treinta y ocho estudiantes en prácticas, dando abasto en este sentido y como ahora las prácticas se realizan a lo largo de la carrera no se tiene la misma presión que en 2010.



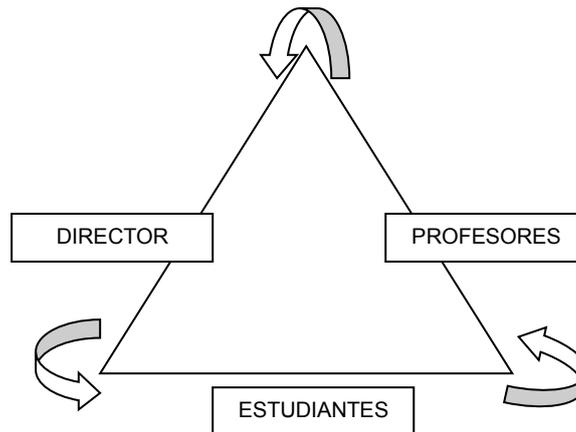
La especialidad con la que cada profesor cuenta, “Hay uno que está recibiendo una maestría en comunicación a nivel lineal ósea por internet, hay otro que tiene además de tener la licenciatura en Comunicación Social maneja inglés y eso le permite también a gestionar información”.

Los problemas a que se enfrentan para la realización de prácticas profesionales, en palabras del director, “a veces los dueños de programas, de medios donde van hacer las prácticas los muchachos como que, no le tienen mucha confianza al inicio a los muchachos y en vez de que se desarrollen dónde deben desarrollarse para adquirir esas competencias a veces los ocupan como mandaderos, como cuestiones así, pero bueno de alguna manera deben de empezar, a veces los muchachos se enojan porque los mandan de reporteros porque los mandan a las calles, pero eso es parte de eso también, pero sí que les vallan a hacer café, que vallan hacer tal cosa eso sí creo que no se puede hacer, por eso en las cartas de intenciones se especifican lo que ellos están mandados a hacer ahí y con mucho respeto nosotros lo hacemos, a veces hago algunas visitas a algunos lugares también para ver cómo se están dando”.

Por ultimo explica la evaluación de las prácticas profesionales, que es una nota que valora el tutor de las prácticas o el encargado del medio, y otra nota el tutor de prácticas profesionales de la carrera.



4.4 Triangulación de la información



Para mayor validez contrastamos nuestras tres fuentes, encuestas a los estudiantes, entrevistas a los maestros y la entrevista al director de la carrera.

Dentro de la carrera se contempla que hay una división teoría/práctica en sus componentes curriculares, cuestión que afirma el director de la carrera, pero en la encuesta hecha a los estudiantes se evidencia de que esta aseveración no está siendo llevada a cabo por los maestros en las aulas de clase, al preguntársele a los estudiantes si están recibiendo alguna familiarización antes de ir a los medios de comunicación, la respuesta ha sido negativa, el 62% responde de que no, frente a un 38% que opina de que sí (gráfico #4, pág. 51), en cuanto a los maestros, estos respondieron de que no pueden desarrollar muchas veces el aspecto práctico de su materia debido a la falta de herramientas que tiene la carrera; y específicamente en el área de televisión los resultados son iguales, un 92% de estudiantes dice no tener ningún conocimiento práctico antes de ir a los canales a hacer sus prácticas profesionales (gráfico #5, pág. 51).

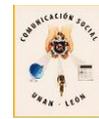
La Dirección de la carrera y el profesor del componente de televisión, aseguran que se tienen convenios con los medios de comunicación en León pero el 80% de los estudiantes dice no haber sido puesto en contacto con un medio de comunicación (gráfico #7, pág. 52), en este gráfico también se evidencia que es el estudiantes el que está gestionando sus propias prácticas profesionales. Al parecer no se está haciendo el uso debido de estos convenios, perdiéndose también la posibilidad de extender estos a otros departamentos, ya que casi un 20% de estudiantes provienen de otras ciudades del país (gráfico #2, pág. 49).



Se preguntó a estudiantes, profesores y al director de la carrera, si consideraban necesaria la creación de un medio de comunicación dentro de la Facultad a lo que los estudiantes respondieron, un 67% considera que es necesaria la creación de un medio de comunicación dentro de la facultad (gráfico # 14, pág. 57), un 65% considera necesario un canal de televisión (gráfico #15, pág. 57), el director de la carrera no fue concluyente en su respuesta, los profesores cuyos componentes están ligados directamente con medios de comunicación, respondieron de que no hace falta ningún medio de comunicación en la carrera, mientras que sólo dos profesores que imparten Formulación y evaluación de proyectos y otro Derecho constitucional, mencionan necesaria la creación de un banco de proyectos y una radio. Es curioso que los maestros cuyos componentes deben llevar una carga bastante práctica sean los que no consideren necesario un medio, lo que es contradictorio a la respuesta de no desarrollar las suficientes clases prácticas porque no hay recursos ni medios dentro de la carrera, pero al plantearseles la posibilidad de un medio de comunicación donde los estudiantes practiquen dicen que no es necesario, resulta contradictorio también el hecho de que los estudiantes sí quieren practicar y estos profesores no estén conscientes de esta necesidad en la formación de los estudiantes.

Como ya mencionamos anteriormente los estudiantes dicen no tener familiarización con los medios de comunicación (gráfico #4). Al preguntar a maestros y director de carrera (entrevistas a maestros y director de la carrera) de cómo están asegurando que los estudiantes adquieran las competencias, ambas fuentes coinciden que no lo pueden asegurar, los maestros dicen que es por la falta de medios y el director dice que es porque no en todas las clases se practica, y que se adquieren una vez que llegan a los medios de comunicación, pero él mismo es consciente de que en los medios de comunicación los estudiantes no están desempeñándose en las actividades que deberían, pues él mismo dice que “los agarran como mandaderos”. En las aulas de clase no existe ese carácter práctico, los maestros mencionan la falta de medios pero es paradójico que se diga que no necesitan ninguno dentro de la facultad; otra incongruencia es que el director de la carrera diga que se adquieren competencias al llegar a los medios de comunicación cuando los estudiantes llegan sin ninguna preparación previa y no le sacarán el máximo provecho a esta experiencia pues le servirá como familiarización y esta familiarización la debió tener en su Facultad, y al medio llegaría sólo a hacer una reafirmación de lo que ha venido haciendo en su etapa de aprendizaje.³²

³² Renau, E. (2011). La capacitación y empleabilidad de los profesionales. Barcelona. Grupo Educa.



La creación de un medio de comunicación tradicional, con las debidas instalaciones y equipos, es algo que requiere de una gran inversión y posiblemente la Facultad no cuenta con eso, pero tampoco se están buscando soluciones por parte de las autoridades correspondientes, maestros y estudiantes, hay un desánimo generalizado, preocupación expuesta por un profesor; todos dicen que la carrera no tiene medios económicos pero los estudiantes están adquiriendo herramientas que deben ser aprovechadas en las aulas de clases. En toda la carrera hay un total de 65 cámaras fotográficas, 32 grabadoras, 19 videocámaras y 58 computadoras (gráfico #3), estas son herramientas que deben ser explotadas al máximo, muy útiles para clases prácticas y para que los estudiantes salgan a recopilar información tanto gráfica, en video o audio, pues dichos materiales los adquieren con el fin de practicar.

En cuanto al seguimiento de las prácticas profesionales de los estudiantes, un 38 % dice que se les revisaba su trabajo, otro 38% dice haber sido visitado en el medio, y un 24% dice haber recibido ayuda del profesor (gráfico #13), pero al preguntársele al profesor encargado de prácticas, este no es categórico en su respuesta, sólo dice visitar al tutor en el medio, ya que supuestamente se asigna un tutor dentro del medio de comunicación, pero no supo especificar lo que están haciendo los estudiantes. El profesor de prácticas de divulgación dice que un sólo tutor no es suficiente y tal vez por eso no se da el debido monitoreo, pero el director de la carrera dice tener 3 profesores encargados para esto y que incluso él mismo hace visitas a los medios. Con la respuesta de los estudiantes se puede deducir que se les da seguimiento a su trabajo en los medios, pero en las entrevistas a los profesores y al director vimos una contradicción en lo que ellos dicen y lo dicho por los estudiantes, por lo que no queda claro si se están asegurando de que el estudiante en realidad está adquiriendo las competencias correspondientes de una práctica profesional, con la declaración del director de la carrera de que los estudiantes muchas veces sirven como mandaderos en los medios de comunicación, no se les está teniendo confianza a los estudiantes, es evidente que hay problemas en la realización de las prácticas.

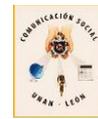
Dos profesores y el director de la carrera aseguran que se tienen convenios con los canales locales de televisión y que es en estos donde están haciendo los estudiantes sus prácticas; al preguntar a los estudiantes podemos notar que la mayoría ni siquiera está haciendo sus prácticas en León sino en un canal de corte religioso-evangélico de la ciudad de Chinandega, llamado Emmanuel que es el que alberga el mayor número de



practicantes (gráfico # 11). Lo que podría indicar que dichos convenios no están funcionando o tal vez no existen.

En cuanto al uso de nuevas tecnologías de la información, los estudiantes respondieron, un 96% opina que la carrera no está haciendo uso de éstas, solo un 4% opina que sí se hace uso en las aulas de clase. Todos los maestros dicen haber usado nada más un datashow, de forma limitada, y el profesor del componente de televisión que hace hincapié en el uso de un parlante, aunque estas son herramientas útiles, no se les puede agrupar dentro de las TIC, estas son herramientas que se están desperdiciando o no se les está aprovechando de la forma que se debería, ya que hay una gran facilidad de uso habiendo internet gratuito en la universidad, cuya cobertura llega a todas las aulas de clases. En internet hay todo un mundo de información que los profesores están desperdiciando, además de una infinidad de plataformas en donde los estudiantes se pueden albergar y así difundir sus trabajos o bien mostrar presencia en la red, cuestión muy importante para una carrera de comunicación porque éstas son las formas en que nos comunicamos actualmente los individuos, la comunidad, empresas, etc. Por lo tanto esta presencia da un cierto grado de competitividad a los estudiantes y representa un plus en su educación, y a mayor educación mayor competitividad se tiene, tanto como persona, carrera, facultad y universidad.

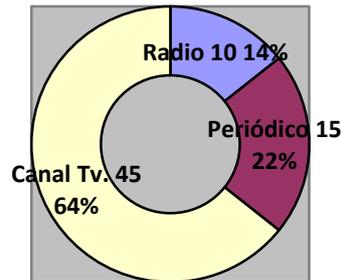
De todo lo anterior se puede concluir que en la carrera se puede mejorar, la parte práctica de las materias, sobre todo las que lo ameritan en mayor grado como son los componentes específicos de la carrera: Periodismo en Televisión, Periodismo en radio, Periodismo en prensa, Taller de radio, televisión y prensa escrita, Divulgación, publicidad y propaganda. Cambiando el formato de entrega de trabajos, aprovechando la interactividad de la red, crear sus propios espacios de forma digital, blogs, videoblogs, radios, canales, revistas, periódicos, etc. En vista a las entrevistas, todo parece indicar que algunos profesores no están claros en lo que son las TIC, que apenas se están adaptando a estas tecnologías y los estudiantes a veces tienen una mayor habilidad. Se debería de aprovechar eso, crear una simbiosis entre el alumno y el maestro, entre lo tradicional y lo digital. La implementación de este tipo de metodología ayudaría también a que el estudiante se vaya familiarizando con las presiones que se tienen en los medios de comunicación antes de llegar a estos a hacer prácticas profesionales, así el estudiante mostraría mayor capacidad y óptimo desempeño lo que podría traducirse en mayores oportunidades de un futuro empleo.



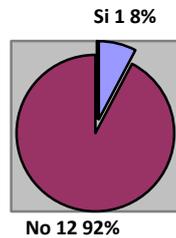
Conclusión de la elección de televisión

La creación de un canal digital obedeció a la elección que hicieron los estudiantes, al darles la opción de cuál era el medio de comunicación que ellos consideraban más necesario dentro de la Facultad, preferencia que se evidencia en la siguiente gráfica.

Medio que el estudiante considera más necesario



Información estudiantil sobre su familiarización en televisión.





Capítulo V. Plan de Acción

Este plan de Acción está pensado a desarrollarse en tres meses, 30 de abril-30 de julio, en este tiempo se desarrollarán ocho programas en distintos formatos televisivos. Orientados a mejorar las capacidades de los estudiantes antes de sus prácticas en televisión: seguridad ante las cámaras, que el estudiante investigue y gestione su propia información, cree vínculos tempranos con las fuentes informativas, mejore su lenguaje oral y corporal, maneje el uso de programas de edición, así como las técnicas de captación de imágenes y sonido. Que el estudiante esté siempre al corriente del acontecer en su ciudad, supere la rigidez y tartamudeos continuos en presentaciones en vivo³³.

La programación abarcará todos los formatos televisivos, pretendiendo integrar al mayor número de estudiantes de la carrera. Todos los programas se grabarán simulando un falso directo para que sienta toda la presión que se tiene en un canal de televisión. El primer formato que contemplamos es el informativo, ya que es el formato principal para un comunicador.



| Programa | Contenido | Secciones | Aspectos a evaluar | Duración | Modalidad | # de participantes | Rotación | Total de emisiones |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------------------------------------------|--------------------|----------|--------------------|
| Noticiero | Hechos locales, nacionales e internacionales y principales acontecimientos dentro de la Universidad. | Noticias locales, nacionales, internacional es, UNAN-León | Investigue y redacte sus propias noticias, concrete la información, consulta de fuentes, dicción, elaboración de un guión, jerarquización de la información, seguridad frente a las cámaras, producción y post-producción de sus propias notas | 15 min. | Diaria | 6 estudiantes | Semanal | 65 |
| Revista de entretenimiento | Entretenimiento, actividades, avances y servicios que ofrecen las distintas facultades | De campo, Turismo Express, Consulta Express, Tecnológico, Espacio de letras | Preparación previa, documentación, contextualización, gestión de la información, el lenguaje, el enfoque y tratamiento de la información, originalidad en la forma de presentar sus trabajos, reflexión interacción con su entorno y realidad. | 30-40 min. | 3 veces por semana lunes, miércoles y viernes | 12 Estudiantes | Semanal | 39 |
| Revista Deportiva | Análisis de las diferentes disciplinas deportivas y su acontecer tanto local, nacional e internacional | | conocimientos del acontecer deportivo local, nacional e internacional, puesta en práctica de las características y requerimientos de una crónica deportiva, jerarquización de la información, documentación y presentación de los cronistas, manejo de fuentes, realización del guión | 30 min. | Una vez por semana | 6 estudiantes | Semanal | 13 |



| Programa | Contenido | Secciones | Aspectos a evaluar | Duración | Modalidad | # de participantes | Rotación | Total de emisiones |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|--------------------|------------------------------------------------------|----------|--------------------|
| Reportajes Express | Trabajos ya elaborados en las aulas de clases como asignación en las materias correspondientes. | | Se evaluará la técnica de realización, temática y abordaje | Libre | Una vez por semana | Dos estudiantes que entrevistarán a los realizadores | Semanal | 13 |
| Programa de entrevistas "Semblanzas" | Entrevistas a personajes de nuestra ciudad o región que sean de interés general | | Cuestionario, gestión de la información, el manejo de la entrevista, interacción con el entrevistado, clima de conversación, la preparación y el estudio del entrevistado, dominio de la conversación, presentación. | 20 min | Una vez por semana | Grupos de 4 estudiantes | Semanal | 13 |
| "Producciones audiovisuales" | Trabajos ya hechos con anterioridad en las materias correspondientes. | | Técnica de realización, temática, abordaje, capacidad de síntesis, e innovación. | Libre. | | 2 | Semanal | 13 |
| "Conversaciones literarias": | Análisis de obras literarias, corrientes y exponentes | | Documentación, lenguaje y dominio de los temas y personajes, la preparación, espontaneidad y actitud frente a la cámara. | 20-25 min. | Una vez por semana | 4 | Semanal | 13 |
| "Tribuna Universitaria" | Programa de opinión, que aborda el acontecer de la vida universitaria. | | Capacidad de análisis, opinión, crítica y reflexión, documentación y manejo del contexto, seguridad frente a la cámara, seguridad de la información que transmite, y temática. | 30 min. | Una vez por semana | 3 | Semanal | 13 |



Una vez hecha la captación de estudiantes para el proyecto, nos reuniremos con ellos y se empezarán las gestiones pertinentes para conseguir y acondicionar un estudio de grabación artesanal, para esto pediremos apoyo al director de la carrera y nos reuniremos con los profesores para que colaboren con la organización y conseguir de alguna manera que estas prácticas de familiarización le sean reconocidas académicamente al alumno y esta sea una forma de motivación.

Una vez realizadas estas gestiones se continuará con:

- Asamblea: Debatiremos la programación y escucharemos las propuestas que tengan los alumnos, dejaremos a elección la ubicación en los programas.
- Audición: en esta se pretende que hagan una prueba para ver si cumplen con los requisitos para el programa que han elegido.
- Capacitación y Taller de manejo de equipo técnico: se enseñará el manejo y uso de la cámara, programas de edición, montaje de escenografía, iluminación, tips para presentadores, vestuario, maquillaje, gesticulación, expresión corporal.
- Entrega de material bibliográfico.

Primera emisión: lunes 30 de abril, durante esta primera semana tenemos estipulado emitir el piloto de cada programa.

Para medir la efectividad que van a tener estas prácticas, llevaremos a cabo una evaluación conjunta entre miembros del proyecto y alumnos, valiéndonos de un diario de campo, grabaciones de videos y audios.

Elaboramos también un plan de evaluación, en el que se toma en cuenta principalmente la opinión del estudiante. Anotaremos nuestras observaciones y se las haremos saber una vez terminada la grabación. Siguiendo este formato:

| Estudiantes /Año | Programa/ Asignación | Observaciones | Opinión del estudiante | Programa/ Asignación | Observaciones | Opinión del estudiante |
|------------------|----------------------|---------------|------------------------|----------------------|---------------|------------------------|
| | | | | | | |



5.1 Resultados de la Acción

Estos resultados los fuimos recogiendo a lo largo del proyecto a través de un diario de campo, observaciones durante las grabaciones y por último entrevistas a los que participaron en Expreso Tv, tal como estaba previsto en el plan de acción.

- Para el desarrollo del plan de acción, se tuvo una reunión con el director de la carrera, profesores y el presidente de la Asociación de estudiantes de la facultad, en ese entonces, para dar a conocer y pedir apoyo para el proyecto. Los profesores se comprometieron a apoyar en cualquier situación y animar a la participación de los estudiantes desde las aulas de clases. Del presidente de la asociación no obtuvimos ningún compromiso pues no se quedó hasta el final de la reunión. El director de la carrera se comprometió a ayudarnos en la gestión de la búsqueda de un espacio para un estudio de grabación artesanal, enviando cartas para que se nos cediera una parte dentro del salón de estudios de la facultad o bien un sitio, que en ese momento se encontraba desocupado, perteneciente a Bienestar Estudiantil; y facilitarnos los recursos que dispone la carrera (trípodes).

Nosotras también hicimos las gestiones necesarias para encontrar un lugar donde ubicar el estudio de grabación artesanal, al no tener respuesta de parte de la dirección de la carrera, hablamos directamente con el encargado de Bienestar Estudiantil, y afirmó no poder cedernos el espacio.

Al quedarnos sin la posibilidad de que se cediera un lugar aceptamos la propuesta del tutor de monografía para llevarlo a cabo en su cubículo en el Departamento de Matemáticas, a pesar de las limitaciones de espacio, iluminación y ruido, aquí se llevaría a cabo el canal EXPRESO TV.

- Como parte del plan, se visitaron las aulas de clases para plantearles la propuesta de participar en el proyecto; se levantó lista, saliendo un total de 61 estudiantes de los tres años. Tercer año: 23, cuarto año: 20, quinto año: 18. A todos ellos se les capacitaría en una futura asamblea.
- La asamblea de capacitación se efectuó en el salón de estudio de la facultad de humanidades, de todos los estudiantes anotados sólo asistieron 15, se planteó la programación y se dejó como estaba contemplada, pues ninguno propuso

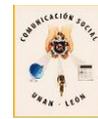


iniciativas alternas. Luego eligieron el programa en el cual querían iniciar. También se tomó lista de los voluntarios para la realización de la escenografía de los respectivos programas.

- La escenografía se creó sin la participación de ningún estudiante, se crearon 5 sets de televisión movibles que consistían en telas trabajadas a mano, con temas relacionados a los programas que se iban a presentar, usando materiales sencillos y accesibles, que cualquier estudiante puede adquirir, como periódicos, cartón-cartulina, papel lustrillo, poroplast, silicona líquida, manilas, hilo de cocer, tijeras, cúter, chinches y la creatividad para hacer los diseños. Estos fondos se moverían de acuerdo al programa que se iba a grabar ya que sólo se contaba con un espacio de 2.5m x 3m.
- Durante las audiciones para elegir quienes realizarían cada programa, se percibió que los estudiantes tenían una concepción equivocada de lo que sería el canal. Aun sabiendo que no se cuenta con espacios disponibles en la facultad, que no se puede construir algún estudio de grabación y no se cuenta con cámaras profesionales, no vieron más allá de esto. Cuando actualmente la red ha trascendido en diferentes escenarios, un caso conocido es el blog de la activista Yoani Sánchez, el alcance de las redes sociales para materializar las revoluciones árabes, las manifestaciones del 15M, la gran documentación que hay de las protestas en España por la facilidad que se tiene de transmitir desde el lugar de los hechos por los protagonistas. O el caso de Nicaragua en donde uno de los periódicos que está teniendo mayor crecimiento es precisamente un medio que se inició en la web www.confidencial.com.ni

Se presentaron a la audición 14 personas pero sólo audicionaron 8, de estas, 7 cumplieron con los parámetros (Expresión oral y corporal, actitud frente a la cámara).

- Con los seleccionados en la audición, posteriormente se pasaría a una capacitación, pero ninguno se presentó a ésta, donde se enseñaría a editar y aspectos básicos de televisión. Además se les proporcionaría material bibliográfico, como material de apoyo antes de las grabaciones. Aunque no se efectuó en este momento se realizó directamente previa a las grabaciones.



De todos los que se anotaron para participar, sólo se quedaron trabajando ocho: Cinco de 3er año que realizaron la revista deportiva “Pitazo Inicial”. Dos más de 3er año que ayudaron en la realización del noticiero “Noticias Express” y uno de 5to año que realizó el programa de opinión “Tribuna Universitaria”.

- La implementación del canal no fue a como se tenía contemplado. Una variante fue la revista, ya que sus segmentos se realizaron como programas independientes, como es el caso de “Turismo Express” y “Tecno Express”.

Los programas “Reportajes Express” y “Semblanzas” donde los estudiantes presentarían sus trabajos ya elaborados en las aulas de clases como asignación en las materias correspondientes; se llegó a realizar pero sin la colaboración de estos: los reportajes fueron hechos por las responsables del proyecto.

- Sólo el programa “Producciones Audiovisuales”, no llegó a realizarse, pues ninguno se animó a presentar sus trabajos. En cambio, se produjeron otros programas que no estaban dentro de la programación. Iniciativas de alumnos de otras facultades, que al enterarse del canal, quisieron participar en el proyecto: “Ventana al inconsciente”, que fue realizado por dos estudiantes de Psicología y en el que trataban temas y mitos acerca de esta profesión. Y “Temporal” elaborado por un par de estudiantes de Odontología, los que abordaban problemas de salud bucal y oral.

La duración del proyecto que estaba estipulado para un período de tres meses, se extendió a seis, dando espacio a que los estudiantes se integraran al ver que el canal estaba funcionando con buenos resultados, mas no fue así, hubo varias propuestas posteriores de programas alternativos pero no se llegaron a materializar.

Todos los programas se grabaron con una sola cámara, sin usar trípode y aunque gestionamos un par de reflectores en la vicerrectoría, los usamos sólo dos veces, ya que la dirección de la carrera nos limitó el acceso a estos y tampoco nos prestó los trípodes con los que cuenta la carrera. Por la falta de espacio grabar era un poco difícil, quien grababa debía hacerlo sobre un escritorio para lograr un mejor ángulo y mayor movilidad con la cámara y así obtener el enfoque de presentadores e invitados. El mobiliario que se usó fue: el escritorio del tutor, sillas en desuso por no tener paletas que recogimos de diversos puntos de la Facultad, los objetos de decoración eran propiedad nuestra.



5.2 Desarrollo de los programas

- “Noticias Express”: No se lograron las 65 emisiones que se habían contemplado, pues el noticiero no se realizó diariamente, sólo contábamos para esto con la participación de dos estudiantes y éstos no fueron suficientes para lograr los objetivos pero aun así se logró influir de manera positiva en las capacidades de los participantes.

Se alcanzó a grabar 15 noticieros, en los que se abordaron temas como: Los principales acontecimientos y actividades en la ciudad, el centenario del Patronato de La Merced, la declaración de su Santuario como Patrimonio Nacional, las obras de ornato en el parque Central y La Merced, la inconformidad de los vendedores y artesanos con su traslado a la cancha 23 de Julio; se abordaron problemáticas sociales, la petición de los adultos mayores de su pensión, protestas y tranques de los cañeros en Chichigalpa, falta de energía eléctrica en algunos barrios de la ciudad de León, seguridad alimentaria en las escuelas; se abordaron aspectos propios de la vida universitaria, celebraciones en conmemoración al día de los estudiantes, Premiación a los mejores alumnos, regreso de las brigadas de alfabetización, superpoblación en las aulas de la Facultad de Humanidades, visita de representantes de INETER a esta facultad, así como las elecciones estudiantiles y del personal administrativo; en el ámbito internacional, las elecciones presidenciales en México, cumbre antidrogas en Lima, Perú, inundaciones en Rusia, brote de cólera en Cuba. Todo esto dándoles un mayor conocimiento del acontecer tanto nacional como internacional.

De principio se mostraron nerviosos, eran un poco rígidos y les faltaba espontaneidad; además de manejar la teoría de forma errada, por ejemplo, confusión entre métodos de investigación y requerimientos de una noticia (mencionaban las 6W como método de investigación, cuando estos son el requerimiento de una noticia). Uno de los estudiantes tenía una locución más enfatizada a radio, tenía problemas de dicción posiblemente por la inseguridad ante la cámara, en la investigación de noticias hacía entrevistas demasiado extensas y demasiados minutos en imágenes de recursos para una sola nota. Después de dos emisiones el estudiante fue mejorando estos aspectos, se le aconsejó ser más



concreto en las entrevistas (estas duraban casi 30 min reduciendo este tiempo a aproximadamente 10 min), que jerarquizara la información; apego al guión en el momento de presentar el noticiero. Ellos mismos aseguran haber tenido una evolución a lo largo de este período. Ambos participantes dicen haber perdido el miedo ante la cámara, haber adquirido mucha experiencia y el canal fue un lugar donde poder demostrar sus capacidades.

Alcanzó un promedio de 300 visitas por semana, siendo un buen rating, para un canal que no tuvo una masiva publicidad, ya que sólo se promocionó a través de 400 volantes en toda la ciudad y una manta en la entrada principal de la facultad. Se mantuvo una interacción con nuestro público nacional e internacional, logrando comentarios y pláticas positivas. [Juan Bibian](#) nos comenta: “Me parece interesantísimo, Brenda, muy buen trabajo, nosotros tenemos una emisora de radio y una revista y una pequeña sala de montaje en un barrio degradado de Barcelona. Sé de qué va el tema y me gusta mucho lo que hacéis, conozco casi todo Centroamérica, no Nicaragua, sé que tendréis mil dificultades, mucho ánimo amiga. Para ti, los alumnos, todos. ¡Suerte!”

[Alejandra Irias](#): “Este noticiero es una buena alternativa, me alegra que sean jóvenes los que lo hagan.”

[Antonio Oyaga](#): (Bilbao) “Aunque no soy nicaragüense, me han gustado la información que hay dentro del noticiero. Ahora paso a ver el reportaje que habéis prometido.”

[Sergio Cárdenas](#): “Me gustó mucho de que hayan ido los dos días a la colecta de un techo para mi país, lo presentaron mejor que en estos canales de León.”

Nunca recibimos ningún comentario negativo lo que significa que la audiencia estaba conforme con la calidad de la información y el profesionalismo con el que se hacía.

- “Tribuna Universitaria”: El número de emisiones planeadas para este programa eran 13, llegándose a completar cinco, ya que sólo participó un estudiante. Los temas que se debatieron fueron: El problema de la sobrepoblación en la universidad, la falta de bibliografía para Comunicación Social, día internacional del periodismo, los estudiantes ante los movimientos telúricos, mala distribución de las



becas, premiación a los mejores alumnos, elecciones estudiantiles y del personal administrativo, alumnos que desaprovechan la oportunidad de estar en la universidad, obligatoriedad de los estudiantes becados en las actividades del CUUN, COMPDES, falta de disponibilidad por parte de los representantes estudiantiles para debatir, mal comportamiento de los estudiantes en las bibliotecas, desánimo de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social, etc. Lo que observamos en la primera grabación fue nerviosismo, inseguridad ante la cámara llegando a tartamudear. Las correcciones que llegamos a hacerle era que hablara pausado y de forma natural mantuviera las conversaciones, él comenta siempre sentirse nervioso pero después del primer programa lo maneja mejor y dice ya estar acostumbrado, agrega que además de la experiencia le queda un “buen gusto” de haber participado en el proyecto porque ahora se siente más relajado al momento de grabar, estudia más los temas que abordará en el programa desarrollando un mayor dominio en la expresión y el lenguaje.

Este programa fue uno de los más vistos, llegando a tener más de 400 visitas cada emisión. Logró mucha atención que se llegó a retransmitir en dos ocasiones en la “Radio Redel 94.1” y en el canal “Jalapa Visión”, ambos medios locales de Jalapa. Además de comentarios se llegaron a recibir denuncias para ser debatidas en el programa. [Fernando Zarate](#) escribió: “Estimados amigos de Tribuna, les escribo para manifestarme ya que en un año de Actuariales se reciben laboratorios. Hace poco a un grupo de 11 estudiantes de mi año nos sacaron del laboratorio por no alcanzar máquinas, le dijimos a la profesora que no era justo pero ella dijo que no era su problema que no hubieran las computadoras suficientes. Me gustaría que hablaran de este problema porque tampoco es culpa de nosotros y hay estudiantes de pocos recursos que no cuentan con una computadora.”

[Lety Altamirano Padilla](#): “Muy bueno chavalos ya era tiempo de que se escuchara a los estudiantes y que alguien hable de esos corruptos de las asociaciones.”

[Néstor Martínez Rizo](#): “Yo me tuve que venir ayer de mi casa sino perdía la beca y lo peor que se la daban sólo a los que ellos veían.”

[Guillermo Blanco Estrada](#): “Ojala llegue de verdad el tal Bering y le pregunten si se pasó a trabajo social sólo para ser presidente porque aquí en veterinaria estaba en quinto año y se salió.”



- “Pitazo Inicial”: Participaron cinco estudiantes. Se realizaron cinco programas de los 13 planeados. Los integrantes analizaron la final de la Copa Libertadores, el desempeño del equipo de León en el campeonato Germán Pomares, Juego de estrellas de la MLB, el campeonato de Wimbledon 2012, finales de la NBA, nuevos fichajes del fútbol europeo, Liga de fútbol universitario, España campeón de la Eurocopa, principales figuras de la Eurocopa, desempeño de Evert Cabrera, Vicente Padilla, Erasmo Ramírez y Winston López en grandes ligas.

Los estudiantes abandonaron el proyecto por falta de organización dentro de su equipo de trabajo, no llegaban a un acuerdo con la fecha de grabación ni con el contenido, pasadas un par de semanas se perdió la continuidad y no volvieron a incorporarse al canal. De ellos observamos que no se mostraban naturales ante la cámara, estaban rígidos y hacían locución más destinada para radio, no miraban hacia la cámara, no se apegaban al guión, la información era demasiada extensa y se quedaban cortos de tiempo, no llegando a desarrollarse el guión completo. Sin embargo aseguran haber aprendido mucho de esta experiencia, uno de los muchachos declaró que, si antes de la participación en el programa se le hubiese propuesto que trabajara en televisión jamás hubiera aceptado, pero si ahora tuviera la oportunidad no lo pensaría dos veces, se sienten seguros, y todos coincidieron en que les hubiese gustado que los profesores mostraran un poco de interés en su programa y proyecto en general.

Este programa superó las 220 visitas, es de los programas que más interacción tuvo en las redes, recibió muchos comentarios positivos sobre el desempeño de los panelistas. [María Fernanda Arauz](#): “¡Ánimo amigos! ¿Para cuándo el próximo?”

[Esther Josoell Estrada](#): “Clase nivel. Qué bonito el programa amigos.”

[Samuel Velásquez Gutiérrez](#): “Me gustaría que hablaran más de otras disciplinas se están quedando muy futboleros.”

[Dennis Ferrufino](#): “Muy bueno lo de la Santander, me gustaría que hablaran de los clásicos argentinos Boca contra River, buen comienzo.”

[Josué Daniel Palacios](#): “Se lucieron locos. ¿Dónde graban? Parecen de espn.

- “Conversaciones Literarias”: Este programa estaba pensado para que se realizara entre dos estudiantes, llegándolo a realizar un alumno egresado. Para este



programa estaban estipuladas 13 grabaciones, grabándose sólo 5. En el que se analizó la obra del escritor Sergio Ramírez, del norteamericano Charles Bukowski, la ópera prima de Fátima Villalta; la influencia de los libros en los lectores y la nueva generación de jóvenes poetas nicaragüenses. La falta de tiempo influyó en este programa, ya que el estudiante trabajaba en su monografía. Aunque él ya había realizado sus prácticas en televisión, todavía se mostraba inseguro ante la cámara, su lenguaje gestual denotaba ese nerviosismo/ miedo escénico. Asegura haber aprovechado mucho esta experiencia, pues lo que aprendió en este período no lo llegó a realizar nunca en sus prácticas profesionales, ya que cuando estuvo en un canal no se le brindó la confianza de realizar ningún programa. Dice ahora sentirse con mayor confianza, más espontáneo, más facilidad para jerarquizar la información al momento de hacer un guión o cuestionario de entrevista.

Este fue el programa con mayor rating, sus visitas superan por mucho los demás programas, alcanzando las 800 visitas, con este programa se llegó a un público más adulto, con inclinaciones literarias, que exaltó y compartió cada emisión, paradójicamente es el único que recibió comentarios negativos y todos provinieron de estudiantes de la carrera de Comunicación Social, quienes lo calificaban como “aburrido” por tratarse de libros, lo que evidencia que los estudiantes no tienen el hábito de la lectura, en una carrera donde, a como nos dijo Alfonso Malespín, una de las principales bases es la lectura. Se tuvo interacción con los escritores que se abordaron en el programa, llenando expectativas del círculo de intelectuales y poetas no sólo de León, Sergio Ramírez lo compartió en su cuenta oficial de Facebook.



Sergio Ramírez: Mil gracias Brenda, mil gracias Maynor. Ya hemos puesto el programa en el Muro, un abrazo, SR

Marcia Lorena Montes: “Los felicito, son admirables... ¡éxitos siempre!!!

Fátima Villalta: “Es un halago para mí, gracias. Hubo cosas que me sorprendieron.

Guillermo Goussen Padilla: “Te felicito Maynor, está muy bien que emprendan proyectos como este”.

Guillermo Rothschuh: “Espero tener la oportunidad de ver sus comentarios sobre mi lectura.”

Arquímedes González: Hola, Brenda. ¿Cómo te va? Gracias por el enlace y por tu gran idea.

- “Turismo Express, Tecno-Express, Reportajes Express”: Son programas que fueron pensados para los estudiantes pero ninguno participó, se tuvieron que realizar por las creadoras del canal EXPRESO TV. Para Turismo Express, visitamos León Viejo, Puerto Morazán, El corredor eco turístico en Lomas de Poneoya, La Calle Real de Tolapa. En Tecno Express, hicimos un reportaje sobre el primer brazo robótico en una universidad nicaragüense, así como el primer laboratorio de energías renovables del país, funcionamiento e importancia de paneles solares, elaboración de biodiesel, videojuegos para niños con autismo (participantes guatemaltecos en el COMPDES),



nuevos y mejores usos de la red. Para Reportajes Express, un reportaje sobre la labor de SONATI en León, primer aniversario del nombramiento de la catedral como patrimonio de la humanidad, murales con materiales reciclados, Feria tecnológica del complejo La Salle, reforestación de manglares en Poneloya, Foro Nacional de Periodismo, ICARO 2012, falta de electricidad en algunos barrios de León.

Todo lo anterior representa para nosotras mayor experiencia, ya que el dominio ante las cámaras, del lenguaje, mayor interacción con las personas, seguridad ante el entrevistado, facilidad en el manejo de equipo técnico y edición, no se adquirió durante nuestras prácticas profesionales y lo que ya sabíamos se reforzó con este proyecto. Logramos también crear alianzas con diversas fuentes de información, oficinas, instituciones públicas y privadas, universidades, periodistas independientes dentro y fuera del país.

De estos espacios el que más aceptación tuvo fue Reportajes Express y Tecno Express, el primero con un rating mayor de 500 visitantes, los demás se mantuvieron en 300.

German Segura Val • C.c. moncayo: “¡Desde España de Nora y German!!! ¡Enhorabuena!!! Brenda todos tus esfuerzos han valido mucho y me enorgulleces mucho. En diciembre quiero visitar esos manglares”.

Luciana A. Sánchez Cabrera: “¡Las mejores de las vibras para este proyecto, cualquier cosa en que les pueda apoyar no duden en hacérmelo saber!! Espero ya hayan leído la invitación de Alfonso al foro. Impresionante lo del brazo robótico, ni la UNI lo tiene.

María Orozco: “¡Felicidades Adita, están geniales esos murales!

Úrsula Neilson: (Manchester, UK) “Qué bonito resulta usar la basura para embellecer la ciudad, saludos Miurel el próximo curso lo hare en Sevilla. Besos guapa.

Jaime Saborío Mayorga: (Director del Instituto Politécnico La Salle) “Buen día Srta. Brenda Gómez de Expreso TV, es un gusto saludarle. Hemos visto el reportaje publicado en la web sobre la Feria que recién llevamos a cabo, está muy bueno por lo que le agradezco enormemente. Quisiéramos saber qué es lo que tenemos que hacer para conseguir una copia del reportaje y luego la autorización para subirlo en nuestra web. A espera de sus comentarios. Saludos fraternos”.



Jaime Arellano: “Hola Brenda antes que nada quiero felicitarte por tu iniciativa y decirte que con gusto iría a Poneloya, pueden contar con los que esté a mi alcance de poder ayudarles, Saludes.

Millie Vergara: (Alberta, Canadá) “Que tal Brenda, que lindos tus reportajes, ya se me está haciendo costumbre entrar esta página. Llego en diciembre ya sabes me llevas porque nunca he comido ceviche de raya.

Daisy Yang: (Santiago de Compostela, España) “Este reportaje me dejó con anhelo por esas cálidas latitudes. Enhorabuena Miurel.

- “Temporal y Ventana al Inconsciente”: Fue hecho por estudiantes de Odontología y Psicología. En el programa “Temporal” se abordó la proyección social de su Facultad, la historia de ésta (entrevista al Decano Dr. Humberto Altamirano), hábitos orales asociados a la ansiedad y stress (entrevista a alumnos de Odontología y Enfermería), humanización del profesional odontólogo (entrevista a Jorge Ramón Pichardo), restauración oral (entrevista al conferencista internacional Dr. Carlos Posada), servicios que brinda la Facultad de Odontología a la población.

En “Ventana al Inconsciente”, se debatió, el alcohol como medio de socialización entre los jóvenes universitarios, relaciones de pareja, así como ¿Qué es la Psicología?, su importancia, el papel del psicólogo, trastornos de la conducta alimentaria en los jóvenes y violencia intrafamiliar (entrevista al Dr. Luis Alberto Berrios, primer psicólogo clínico en Nicaragua). Aunque no siendo de la carrera y empezando desde cero en cuestiones de grabaciones los estudiantes desarrollaron seguridad ante la cámara y superaron el miedo escénico que mostraron inicialmente, lograron además, expresarse con un lenguaje sencillo hacia el público; aseguran que esta experiencia les ayudará a ser más cercanos y dirigirse mejor a sus pacientes, además de ser también una gran oportunidad para proyectarse como profesionales. Los estudiantes tuvieron el apoyo de sus maestros e incluso los decanos de sus respectivas facultades; lograron ser constantes con el programa y mantuvieron siempre interés en el proyecto, aspecto que no se logró con los estudiantes, ni autoridades de Comunicación Social. Ambos programas mantuvieron el rating sobre 300 visitas. Algunos comentarios:



Rupi Salinas: “Hola soy nueva fan de la página, el canal y el programa de psicología. Me encanta. Vi temporal y me gustó el tema de hoy... Me gustaría saber si rifarán más entradas para los nuevos admiradores. Gracias y éxito con el canal.”

Fernando González: “hola a todos, estaba muy pendiente del programa anterior. Y pienso q es por los huesos temporales que hay en nuestro cuerpo”

Luisa Isabel Selva Cárcamo: “muy bonito el programa. Felicidades a Ileana y a Manuel.”

Jefry Munguía: “Hola estimados Amigos!!! Me gusta la seriedad de Euclides, sería bueno que pasaran por cable también ventana.”

Gaby Morales: “Es muy cierto eso, mi mamá usa protector dental por las noches por la ansiedad.”

Darcy Brenes: “conozco a muchos que son más sociables con el alcohol y gente que de plano luego no recuerda nada del ridículo que hizo, toquen más temas como este”

Aun con todas las limitaciones de espacio, ruido, iluminación y la poca participación de estudiantes, se logró cumplir con los formatos planeados, aunque no se cumpliera con la cantidad inicialmente establecida, y no se desarrollaran algunos aspectos que considerábamos importantes como: edición, que los mismos estudiantes grabaran sus propios programas, para que estos aprendieran a manipular la cámara y tuvieran nociones de enfoques, encuadres y planos. Tampoco se cumplieron los acuerdos a los que habíamos llegado con los profesores en las reuniones que tuvimos con ellos tanto formales y conversaciones informales, por lo tanto los estudiantes nunca tuvieron esa confianza en el proyecto porque no vieron el apoyo y soporte de los maestros y la dirección de la carrera. Todas las posibilidades que ofrecía el canal fueron desaprovechadas, todos los estudiantes de la carrera hubiesen desarrollado las mismas habilidades que los que participaron del proyecto, ya que la programación era amplia y se rotarían por grupos de manera que ninguno se quedaría sin participar, además que la realización de cada programa involucra a personas tanto frente o detrás de cámara, tanto en producción como postproducción, llegando de esta manera a cubrir la demanda de toda la población estudiantil de Comunicación Social. Como



muestran las encuestas (gráfico #3) el alumno ha adquirido todas estas herramientas con el fin de practicar y estas pudieron ser utilizadas dentro del canal. Pero estas no solo son herramientas exclusivas de televisión; una vez que se dio el paso de crear este canal el siguiente paso pudo haber sido una radio, un periódico, una revista, un semanario, y de esta manera darle uso a todas estos materiales.



Capítulo VI. Conclusiones y Recomendaciones

6.1 Conclusiones de la acción

Nuestras conclusiones parten de los resultados de la acción, contrastando las opiniones que ellos mismos dieron al terminar con el proyecto.

- Es posible crear un canal en línea con pocos recursos, una cámara casera, un pequeño espacio y sets artesanales.
- La puesta en marcha del canal demostró que es posible mejorar las capacidades de los estudiantes, se notó una evolución positiva desde la primera a la última grabación.
- A pesar de que se percibió en todos ellos, miedo escénico, después de dos grabaciones este problema se superó al igual que la mala dicción, los tartamudeos, se logró que se prepararan para hacer sus programas (pues conservaban la idea de que la televisión es sinónimo de improvisación), se logró también que aprendieran a clasificar la información, ser más concretos. Al final se manifestaron ya más confiados, no se intimidaban ante la cámara, tenían un mejor manejo del lenguaje y precisión en la información. Lo que evidencia que sólo las prácticas, las acciones concretas, simuladas o reales, son las que hacen el cambio en los estudiantes.
- Los beneficios y el alcance del canal hubieran sido mayores, con la contribución de los profesores, para aumentar la participación de los alumnos, ya que hubo un desánimo en las aulas de clases, el estudiante se siente inseguro pero tampoco toma iniciativas ni responsabilidades.
- La carrera, la facultad y la universidad, desaprovecharon estos programas para incidir de manera positiva en la juventud -ya que eran contenidos educativos, científicos, culturales, y sociales-, y para divulgar todo el quehacer dentro de la universidad.
- El internet puede ser aprovechado como un medio de enseñanza y lograr un cambio en la educación.
- No se necesitan grandes aparatos, ni un gran local para crear un canal donde los estudiantes practiquen, basta con pocos recursos, una cámara, un trípode, un pequeño espacio donde grabar, crear sets de forma artesanal y por supuesto la disposición y visión de cambio.



- Se está perdiendo la oportunidad de que los alumnos adquieran competencias no sólo en televisión, sino también en radio y prensa ya que internet ofrece esta triple convergencia.

6.2 Recomendaciones

- Que la facultad explore la creación de un canal digital, habilitando un espacio con mejores condiciones y en un futuro lograr una programación constante y completa, hecha por los alumnos de la carrera y así practiquen dentro de la facultad, ya que no hay suficientes canales de televisión en León donde ubicarlos a todos en sus prácticas profesionales.
- Aprovechar las herramientas que posee el estudiante (computadoras) y para los que no tienen, gestionar los laboratorios de informática que hay dentro de la facultad, para que se les enseñe a manejar programas de edición, periodismo multimedia, infografía, e instarlos a crear sus propios medios en la web.
- Antes de incorporar a los estudiantes en los medios de comunicación, se les debería dar una familiarización dentro de la facultad, con las mismas presiones y exigencias que demanda la vida laboral.
- Los estudiantes desde su etapa escolarizada deben mostrar presencia en juzgados, despachos, alcaldías y demás instituciones para crear vínculos con determinadas fuentes, introduciéndolos en su ambiente laboral y crear verdaderas alianzas entre la carrera, medios de comunicaciones e instituciones públicas y privadas.



Bibliografía

- 1- Balsebre, Armand; Mateu, M. (1998) "La entrevista en radio, televisión y prensa." Editorial: Cátedra. Madrid.
- 2- Barroso García, Jaime. (1996) "La realización de los géneros televisivos. Editorial: Síntesis. Madrid.
- 3- Bustamante Newball, Jenny Lynette. (2006) "La investigación de la televisión digital desde la realidad y las perspectivas de América Latina. Universidad de Los Andes, Venezuela.
- 4- Cantavella, Juan. (1996) "Manual de la entrevista periodística."
- 5- Cebrián Herreros, Mariano. (1992) "Géneros informativos audiovisuales." Editorial: Ciencia 3. Madrid.
- 6- Cebrián Herreros, Mariano. (1998) "Información televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación." Madrid, Editorial: Síntesis.
- 7- Cerezo, José, Zafra, Juan M. (2003) "El impacto de internet en la prensa". Editorial: Fundación Aúna.
- 8- Colegio de Periodistas de Cataluña. (2009) "Criterios de buenas prácticas profesionales".
- 9- Cavarico, Edda. "Manual de periodismo contemporáneo".
- 10-Crucianelli, Sandra. "Herramientas digitales para periodistas". Enero 2010. Centro Knight para el periodismo en las Américas de la Universidad de Texas, USA.
- 11-Escámez Bernal, Herraiz, Martínez, et al. "Investigación Acción".
- 12-Feyerabend, Paul. (2003) "Tratado contra el método". Madrid, Editorial: TECNOS.
- 13-García Avilés, José Alberto. "Nuevas Tecnologías en el periodismo audiovisual".
- 14-García Jiménez, J. (1999) "Información audiovisual". Madrid, Editorial: Paraninfo.
- 15-Hernández Sampieri, Roberto. Et al (2005) "Metodología de la investigación". Ediciones: Castillo.



- 16-Kaplún, Mario. (1998) “Una pedagogía de la comunicación”.
- 17-Latorre, Antonio. (2003) “La investigación acción: Conocer y cambiar la práctica educativa.” España, Editorial: Grao.
- 18-Molina Vizcarra, Javier. (2012) “Periodismo Deportivo”. Revista electrónica: Razón y Palabra.
- 19-Parent Jacquening, Juan María, Esquivel Estrada Noé, Heras Gómez Leticia. “La práctica profesional una función indispensable”. Congreso: Retos y expectativas de la universidad. Universidad Autónoma de Coahuila. Febrero 25-28,2004. Coahuila.
- 20-Pérez de Silva, J. (2000) “La televisión ha muerto. La nueva producción televisiva en la era de internet”. Barcelona Editorial: Gedisa.
- 21-Ramírez Robledo, Libia. Et al. (2004) “Paradigmas y modelos de investigación. Guía didáctica y modulo.” Fundación Universidad Luis Amigo.
- 22-Ramonet, Ignacio. (2011) “La explosión del periodismo” Madrid, Editorial: CLAVE INTELECTUAL.
- 23-Renau, Enric. (2009) “La práctica de las prácticas”. Grupo Educa. Barcelona, España.
- 24-Renau, Enric. (2011) “La capacitación y empleabilidad de los profesionales”. Grupo Educa. Barcelona, España.
- 25-Romero, Milagro. (2004) “Historia de la televisión”. Ediciones Centro Gurrilla. Caracas, Venezuela.
- 26-Rost, Alejandro. (2006) “La interactividad en el periodismo digital”, Tesis doctoral, Universidad de Barcelona.
- 27-Rostrán, Tania y Rodríguez Borge, Rodrigo. (2009) “La televisión en Nicaragua: Génesis, desarrollo y actualidad.
- 28-Sánchez, Diego Alonso. (2007) “Una nueva etapa del periodismo moderno. Revista Lasallista de investigación año/vol. 4, numero 001. Antioquía, Colombia. Corporación Universitaria Lasallista.



- 29-Salgado Losada, Alejandro. (2006) “El presentador de noticias: Las cualidades necesarias para una comunicación eficaz”. Huelva, España, Grupo Comunicar.
- 30-Stenhouse, Lawrence. (2007) “La investigación como base de la enseñanza”. Editorial: Morata.
- 31-Terrero Martínez, José. (2006) “Teorías de Comunicación”. Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.
- 32-Villapadierna, Ramiro, González, Enric y Lobo Ramón, et al. (2012) “Queremos saber: Cómo y por qué la crisis del periodismo nos afecta a todos”. Madrid, Editorial: Debate
- 33-Wallace, Arturo. (2008) “The media in Nicaragua: An scape valve for a dysfunctional democracy. Open University Press.



Anexos

Anexo #1 Operacionalización de las variables

| Variables | Definición conceptual de la variable | Indicadores | Posibles respuestas | Instrumentos |
|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Año académico | Niveles en que se mide la enseñanza académica. | Condición observada en el encuestado. | Tercero Cuarto Quinto Egresados | Encuestas. |
| Edad | Tiempo transcurrido desde el nacimiento de un individuo. | Información proporcionada por el encuestado. | Edades entre los 18 y los 30 años. | Encuestas. |
| Sexo | Condición biológica que diferencia a un hombre de una mujer. | Condición observada en el encuestado. | Femenino Masculino | Encuestas. |
| Departamento de Procedencia. | Lugar de origen de una persona, de acuerdo a la división política del país. | Información proporcionada por el encuestado. | León, Chinandega, Matagalpa, Estelí, Nueva Segovia, Chontales, Jinotega, Boaco, Rio San Juan, RAAS, RAAN, Managua. | Encuestas. |
| Medios que el estudiante posee para el trabajo en comunicación social. | Instrumentos que el estudiante posee para el desarrollo, para su carrera. | Posesión de grabadoras, Computadora, cámara fotográfica, videocámara. | Computadora si__ no__ cámara si__ no__ fotográfica si__ no__ grabadora si__ no__ videocámara si__ no__ | Encuestas. |
| Familiarización previa a las prácticas profesionales. | Etapas para la adquisición de competencias: <u>Familiarización previa</u> : Conjunto de competencias que se deben adquirir durante la etapa escolarizada. <u>Prácticas profesionales</u> : conjunto de actividades y quehaceres propios de la formación | Información proporcionada por el encuestado. | Si No | Encuestas. |



| | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| | profesional de toda carrera. | | | |
| Valorización de la familiarización | Calificación que el estudiante da a esta etapa dentro de su carrera para Prensa, Radio, Divulgación y T.v. | Información proporcionada por el encuestado. | Buena Regular Deficiente. | Encuestas. |
| La facultad puso en contacto a los estudiantes con los medios de comunicación | Gestión por parte de la facultad para introducir a los estudiantes dentro de los medios de comunicación. | Información proporcionada por el encuestado. | Si No | Encuestas. |
| Contacto de los estudiantes con los medios de comunicación por cuenta propia. | Gestión que hace el estudiante por su propia cuenta para introducirse en los medios de comunicación. | Información proporcionada por el encuestado. | Si No | Encuestas. |
| Trabajos realizados durante las prácticas en radio. | Ejercicios que el estudiante hizo para adquirir las debidas competencias en este componente. | Información proporcionada por el encuestado. | Separadores/Cortinas Viñetas publicitarias Viñetas corporativas Horas de locución Controles. | Encuestas. |
| Recursos con los que trabajó el estudiante en radio. | Herramientas que utilizó para cumplir con los trabajos asignados en sus prácticas de radio. | Información proporcionada por el encuestado. | Grabadora Computadora Teléfono celular Otros. | Encuestas. |
| Nombre de la emisora donde realizó sus prácticas. | Estación radial donde el estudiante practicó. | Información proporcionada por el encuestado. | Radio Darío Radio Estación de la Amistad. Radio Renovación. Radio Morena. Radio Emmanuel Radio La cariñosa. | Encuestas. |
| Trabajos realizados durante las prácticas en prensa. | Ejercicios que el estudiante hizo para adquirir las debidas competencias en este componente. | Información proporcionada por el encuestado. | Entrevistas Reportajes Artículos Noticias redactadas | Encuestas. |
| Recursos con los que trabajó el estudiante en prensa. | Herramientas que utilizó para cumplir con los trabajos asignados en sus prácticas de | Información proporcionada por el encuestado. | Grabadora Computadora Teléfono celular Otros. | Encuestas. |



| | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| | prensa. | | | |
| Nombre del diario/revista donde el estudiante realizó sus prácticas. | Medio escrito donde el estudiante practicó. | Información proporcionada por el encuestado. | Periódico Hoy. Diario La Prensa. El Nuevo Diario. Revista Universitaria. Revista Fragua. | Encuestas. |
| Trabajos realizados durante las prácticas de divulgación. | Ejercicios que el estudiante hizo para adquirir las debidas competencias en este componente. | Información proporcionada por el encuestado. | Publicidad Propaganda interna/externa Divulgación de las actividades de la empresa/institución. | Encuestas. |
| Tipo de divulgación que el estudiante realizó. | Diferentes tipos de trabajos que se hacen como trabajo de divulgación. | Información proporcionada por el encuestado. | Ambiental Productos Servicios Educación Institucional Otros. | Encuestas. |
| Medios en los que el estudiante publicaba sus trabajos de divulgación. | Los diferentes medios de comunicación que el estudiante usó para anunciar el trabajo que realizó. | Información proporcionada por el encuestado. | Impresos On-line Radiofónicos Televisión Internamente (dentro de la empresa/institución) | Encuestas. |
| Trabajos realizados durante las prácticas de televisión. | Ejercicios que el estudiante hizo para adquirir las debidas competencias en este componente. | Información proporcionada por el encuestado. | Noticias Reportajes Documentales Cortometrajes Horas de presentación. | Encuestas. |
| Integración del estudiante en el canal de televisión. | Espacio proporcionado al estudiante dentro del canal para realizar su práctica. | Información proporcionada por el encuestado. | Noticiero Programa Proyecto propio. | Encuestas. |
| Roles que desempeñó el estudiante. | Diferentes funciones que se le asignaron dentro del canal al estudiante. | Información proporcionada por el encuestado. | Presentador Investigación Edición Redacción Área técnica/control máster Cámara Escenografía. | Encuestas. |
| Nombre del canal donde el estudiante realizó sus prácticas de televisión. | Canal de televisión donde el estudiante practicó. | Información proporcionada por el encuestado. | Canal 9 Telecable Chinandega/León. Canal 50 Rey Tv. Canal 29 Chinandega Canal 48 León. | Encuestas. |



| | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------|------------|
| | | | Viva Nicaragua canal 13 | |
| Valoración de existencias de medios suficientes para la realización de prácticas profesionales en comunicación. | Espacios que cubran la demanda total de estudiantes de la carrera. | Información proporcionada por el encuestado. | Si No | Encuestas. |
| Seguimiento a las prácticas profesionales | Revisión que hace el tutor de prácticas al desempeño de los estudiantes en el medio de comunicación. | Información proporcionada por el encuestado. | Visita del profesor al medio. Revisión de cada trabajo. | Encuestas. |
| Valoración de la necesidad de la creación de un medio dentro de la facultad. | Medios para que el estudiante practique dentro de la facultad. | Información proporcionada por el encuestado. | Radio Periódico Canal. | Encuestas. |
| Consideración del estudiante sobre el buen uso de las nuevas tecnologías de la información por parte de la carrera. | Valorización que hace el estudiante sobre el uso que se le está dando a las nuevas tecnologías de la Información proporcionada por el encuestado. | Información proporcionada por el encuestado. | Si No ¿Por qué? | Encuestas. |



Anexo #2 Encuesta a estudiantes

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.
UNAN-León.
Facultad de Ciencias de la educación y humanidades.
Comunicación social.

Encuesta.

Somos estudiantes egresadas de la carrera de comunicación social, la presente encuesta trata de recoger información acerca de tus prácticas profesionales, ya que nuestra monografía tiene como objetivo mejorar nuestra formación práctica y técnica a través de un proyecto televisivo, te pedimos la mayor objetividad y neutralidad en tus respuestas, de esto dependerá el éxito de nuestro trabajo, de antemano agradecemos tu participación.

Datos generales.

Año _____ Edad _____ Sexo _____ Procedencia _____ Interno _____
Viajes diario _____
Posees: Cámara fotográfica _____ Grabadora _____ Computadora _____
Videocámara _____

- ¿Recibiste alguna familiarización de parte de la carrera antes de hacer tus prácticas profesionales?

Sí _____ No _____

Prensa _____ Radio _____ T.V _____ Divulgación _____

Personalmente, ¿Cómo valorarías esta etapa de familiarización?

| | | | |
|--------------|-------------|---------------|------------------|
| Prensa: | Buena _____ | Regular _____ | Deficiente _____ |
| Radio: | Buena _____ | Regular _____ | Deficiente _____ |
| T.V: | Buena _____ | Regular _____ | Deficiente _____ |
| Divulgación: | Buena _____ | Regular _____ | Deficiente _____ |

9. ¿La facultad te puso en contacto con algún medio de comunicación?

Sí _____ No _____

10. Si la facultad no te puso en contacto, ¿lo hiciste por cuenta propia?

Si _____ No _____ Radio _____ Prensa _____ T.V _____ Divulgación _____

Radio

Durante tus prácticas de radio ¿Cuántos trabajos realizaste?

- Separadores/cortinas _____
- Viñetas publicitarias _____
- Viñetas corporativas _____
- Horas de locución _____
- Controles _____

¿Te integraron en algún programa ya existente en la radio?

- Si _____ No _____ Dinos el formato _____



¿Trabajaste en grupo o individual?

Grupo _____ Individual _____

¿Se te dificultaba entender lo que se te orientaba?

Sí _____ No _____

¿Por qué?

¿Lograbas cumplir con el trabajo que se te asignaba?

Sí _____ No _____

¿Por qué?

¿Con qué recursos trabajaste?

- Grabadora propia _____ Del medio _____
- Computadora propia _____ Del medio _____
- Teléfono celular _____
- Otros _____
- Nombre de la emisora donde practicaste _____

Prensa

Durante estas prácticas, ¿Cuántos trabajos realizaste?

- Entrevistas _____
- Reportajes _____
- Artículos _____
- Noticias redactadas _____

¿Te encargaron alguna sección, columna o de ayudante?

Sí _____ No _____

Dinos en cuál.

¿Trabajabas en grupo o individual?

Grupo _____ Individual _____

¿Cumplías perfectamente con el trabajo que se te asignaba?

Sí _____ No _____

Dinos que dificultades surgieron.

¿Con qué recursos trabajaste?

Computadora propia _____ Del medio _____

Grabadora propia _____ Del medio _____

Teléfono celular _____

Nombre del medio en que practicaste _____

Divulgación

Durante el periodo de practica ¿Que trabajos realizaste?

Publicidad _____

Propaganda interna _____

Propaganda Externa _____



Divulgación de las actividades de la empresa o institución _____

Durante tu práctica, ¿te dieron acceso al manejo de fuentes y datos de la empresa o institución?

Sí _____ No _____

¿Por qué?

¿Te integraste dentro de algún programa de divulgación de la empresa?

Sí _____ No _____

¿Trabajaste en grupo o individual?

Grupo _____ Individual _____

¿Existía en la empresa o institución un área de divulgación?

Sí _____ No _____

¿Qué tipo de divulgación realizaste?

- Ambiental _____
- Productos _____
- Servicios _____
- Institucional _____
- Educación _____ Otros _____

¿En qué medios transmitías los trabajos que realizaste?

- Impresos _____
- On-line _____
- Radiofónicos _____
- T.V _____
- Internamente (Dentro de la empresa) _____

Nombre de la empresa o institución _____

Televisión

Durante tu período de práctica, ¿Cuántos trabajos realizaste?

- Noticias _____
- Reportajes _____
- Documentales _____
- Cortometrajes _____
- Horas de presentación _____

¿Te integraste dentro de algún programa, noticiero o te dieron espacio para un proyecto independiente?

Noticiero _____ Programa _____ Proyecto propio _____

Dinos que formato era tu proyecto _____

¿Trabajaste en grupo o individual?



Grupo____ Individual____

¿En qué te desempeñabas mayormente?

- Presentador____
- Investigación____
- Edición____
- Redacción____
- Área técnica/Control máster____
- Cámara____
- Escenografía____

Nombre del canal_____

¿Consideras que hay suficientes espacios en León donde puedas hacer tus prácticas?

Sí____ No____

¿Qué seguimiento se le han dado a tus prácticas?

Visita del profesor al medio____

Revisión de cada trabajo que haces____

Te han ayudado tus profesores con alguna o dificultad en el transcurso de tus prácticas____

¿Consideras necesario la creación de un medio en donde puedas realizar tus prácticas en tu facultad?

Sí____ No____

¿Cuál consideras más necesario?

Radio____ Periódico____ Canal____

¿Crees que la carrera está haciendo buen uso de las nuevas tecnologías para la promoción de ésta y sus estudiantes?

Sí____ No____

¿Por qué?



Anexo #3 Entrevista a profesores

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
UNAN-León.

Facultad de ciencias de la educación y humanidades.
Comunicación social.

Entrevista a Profesores.

Nombre del profesor:

Componente que imparte:

Año/grado al que lo imparte:

- ¿Cuáles son las competencias profesionales que se desarrollan con el componente curricular que imparte?
- ¿Cómo garantiza el desarrollo de esas competencias profesionales?
- ¿Considera que estas prácticas son suficientes?
- ¿Dónde se están realizando?
- ¿Tiene la facultad convenios con algún medio de comunicación? En caso de ser positivo. ¿Cuáles?
- ¿Cuál es la organización? ¿Obedece a algún sistema?
- ¿De cuánto es la duración?
- ¿Qué seguimiento se le da a los estudiantes que están haciendo prácticas?
- ¿Cómo evalúa las prácticas en su área?
- ¿Cuántos y qué tipos de trabajos debe realizar el estudiante para ser aprobado en sus prácticas profesionales?
- ¿A qué problemas se han enfrentado durante el transcurso de las prácticas?
- ¿Qué medidas tomaría individualmente para mejorar estos problemas?
- Para impartir sus clases, ¿hace uso de nuevas tecnologías? ¿Cuáles y frecuencia con que las usa?



- En caso de usarlas. ¿Cómo ha sido la aceptación de los estudiantes?
- ¿Considera necesario la creación de un espacio dentro de la facultad donde los estudiantes puedan practicar?
- ¿Qué área consideraría más importante? ¿Por qué?



Anexo #4 Entrevista al director de carrera

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
UNAN-León.

Facultad de ciencias de la educación y humanidades.
Comunicación social.

Entrevista al Director de la carrera.

- ¿Cuáles son las competencias profesionales que se deben desarrollar a lo largo de toda la carrera?
- ¿Cómo garantiza que se desarrollen todas estas competencias profesionales?
- ¿Se están desarrollando todas estas competencias?
- ¿Cómo funciona el sistema de prácticas profesionales?
- ¿La facultad garantiza que se puedan hacer todas estas prácticas o es responsabilidad del alumno?
- ¿Tiene la facultad convenios con medios de comunicación? ¿Cuáles? En caso de una respuesta negativa, ¿Por qué hasta ahora no se ha logrado ningún convenio?
- ¿Cuántos profesores se encargan de supervisar las prácticas de los alumnos? ¿
- ¿Con qué especialidad cuenta el profesor designado para cada práctica?
- ¿Qué problemas son los que más han surgido antes y durante las prácticas?
- ¿Hay un sistema de evaluación para cada práctica? ¿Cómo se evalúan?
- ¿Qué se hace cada año para mejorar el sistema de prácticas?



Anexo # 5

Entrevista al profesor Víctor Castro Mairena, coordinador de la carrera de Comunicación Social

¿Cuáles son las competencias profesionales que se han desarrollado a lo largo de la carrera?

Inicialmente se habían iniciado veinticinco competencias en la macro inicial que van alrededor de la ciencia de la comunicación y últimamente con el diseño curricular hemos definido diez competencias generales, y de ellas se derivan algunas competencias: una de las competencias importantísimas que debe tener el comunicador social es el dominio del lenguaje, el lenguaje castellano, el dominio no sólo de hablar sino de escribir, tiene que ver con la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación también el manejo adecuado de las fuentes de información para interpretar y evaluar la información, dominio y empleo de la lengua materna, el dominio, puede ser específico de una lengua extranjera que es el inglés, que están llevando actualmente y que tienen inglés aplicado 1 hasta inglés aplicado 3 y lo otro que tiene que ver meramente con el área de comunicación, el área científica de la comunicación, lo que es el proceso de la comunicación, lo que es la elaboración de lo que tiene que ver con televisión, lo que tiene que ver con radio, lo que tiene que ver con prensa escrita principalmente, pues y también hay algunos componentes que tienden a mejorar el perfil que tiene que ver con la divulgación porque pues, hay gente que está trabajando en una agencia información y divulgación y esto viene y se hace lo que son las prácticas profesionales, también tiene algunos componentes que son para el ejercicio de la profesión como son la de las áreas de las matemáticas, como las estadísticas, la matemática introductoria que la ven en el semestre común y al final pues también tiene estadística inferencial que le sirve para la investigación y tienen los componentes de la investigación también.

¿Cómo garantiza que se desarrollan estas competencias?

Bueno, el plan de estudio tiene 180 créditos, en los créditos hay unos componentes que son de las áreas específicas que son los que le dan el perfil a la carrera y otras que son de las áreas generales y de las áreas básicas pero eso no basta porque cada componente con el nuevo rediseño tiene un componente práctico y un componente teórico, además del componente práctico meramente dicho y los componentes de investigación, esto se concreta, podríamos decir, con las prácticas profesionales pero no podemos decir que se logran todas las competencias una vez que terminan las prácticas los muchachos sino que a la



medida que se va ejerciendo esa ejercitación de lo que hacen ellos, pues en las prácticas, pero si logramos afianzar, hay algunos chavalos y chavalas que están en programas de televisión en programas de radio y están trabajando en algunos proyectos de revistas y ahí puede que se lleven a la práctica esas competencias

¿Cree que se están desarrollando todas las competencias?

No todo es maravilla, yo creo que si decimos eso estamos pecando de la cuestión científica, la carrera es nueva porque hay algunas todavía que hacer yo les llamo desafío, en la inauguración de las cátedras abiertas que se dio el viernes pasado también estamos haciendo algunas alianzas con periodistas y algunos diputados para mejorar lo que es la base material de estudio que tiene que tener la carrera.

¿Con que periodistas?

Estamos hablando con los periodistas de León, con los periodistas de los diferentes medios que tienen que existen acá, principalmente con los del colegio de periodistas, y principalmente con los periodistas de las zonas de aquí de León y Chinandega, Jorge Luis Calderón que yo creo que no estudió periodismo pero está ejerciéndolo en el terreno también pero sí tenemos el apoyo de los periodistas que si son graduados y tienen años de experiencia y eso creo que es importantes tomarlos en cuenta aquí en la carrera y tenemos ese espacio de cátedra abierta donde vienen también a insertar no solo los periodistas, sino que otras personas que consideramos que son temas transversales y que son temas que vienen también a fortalecer el perfil de la carrera y de los futuros comunicadores sociales.

¿Cómo funciona el sistema de práctica profesionales?

Bueno, el sistema de prácticas profesionales iniciamos el año pasado con la primera, el año anterior porque se daban en cuarto, ahora el sistema de práctica está distribuida a lo largo de la carrera tenemos tres profesores de las áreas específicas, que son los que atienden los grupos de prácticas, pero también tenemos la alianza con algunos medios que lo hemos hecho con algunos convenios que hemos firmado con algunos medios y también hemos hecho en algunos otros casos las cartas de intenciones porque muchos veces cuando estamos esperando que se hagan los convenios termina el periodo y no se firma el convenio, entonces hemos utilizado la estrategia de las cartas de intenciones que se firman con el periodista que está en los medios, con los dueños de las televisoras, y con algunos medios de programas que la firman ellos y la firmo yo



como director porque esperar que la firmen el rector o esperar que la firmen las autoridades superiores eso lleva más tiempo y es demasiado burocrático.

¿La facultad garantiza que se hagan esas prácticas o la buscan los alumnos?

Hay de las dos maneras, porque hay alumnos que ya llegan al año y tienen algunas conexiones y tienen alguna experiencia a que se haga de manera empírica o tienen algunos familiares o sus padres se dedican a eso entonces ellos piden que se les ubique ahí lo único sí que lo organizamos con un plan de práctica donde va la carta de intenciones y los dueños de programas y los periodistas que están ahí la ven y si ellos la ven bien la firman o pueden agregar otras acciones que ahí aparecen, pero si la facultad desde la dirección de la carrera asegura ciertas, podemos decir ubicaciones pero cuando los estudiantes quieren ir donde ellos pueden desarrollarse mejor, nosotros no le ponemos ninguna traba solo sí que les asignamos un tutor de tanto de aquí del departamento como de la institución a la cual van hacer las prácticas, ahora, no sólo en televisoras y en radio hacen prácticas, también han hecho prácticas en otras instancias tanto del poder gubernamental como privadas.

¿Cuántos profesores se encargan de supervisarlos?

Tenemos tres profesores que supervisan, hay un encargado responsable de prácticas que tiene la competencias para ellos, que tiene la formación para ellos, y hay dos profesores más que atienden practicas incluyendo al que es coordinador de prácticas entonces tenemos tres y por lo general como tenemos treinta y ocho estudiantes en prácticas bien damos abasto en ese sentido y como la hora la hemos distribuido a lo largo de la carrera tenemos menos presión que la que tuvimos en el caso del 2010 que estuvieron ustedes en eso.

¿Con que especialidad cuenta el profesor designados para cada practica?

Bueno ellos son, hay uno que está recibiendo una maestría en comunicación a nivel lineal ósea por internet, hay otro que tiene, hay otro que tiene además de tener la licenciatura en Comunicación Social maneja inglés y eso le permite también a gestionar información pero la mayor parte son de titulación de con licenciatura.

¿Qué problemas son los que más le surgen?



Por ejemplo, a veces los dueños de programas, de medios donde van hacer las prácticas los muchachos como que, no le tienen mucha confianza al inicio a los muchachos y en vez de que se desarrollen dónde deben desarrollarse para adquirir esas competencias a veces los ocupan como mandaderos, como cuestiones así, pero bueno de alguna manera deben de empezar, a veces los muchachos se enojan porque los mandan de reporteros porque los mandan a las calles, pero eso es parte de eso también, pero sí que los vallan hacer café que vallan hacer tal cosa eso sí creo que no se puede hacer, por eso en las cartas de intenciones se especifican lo que ellos están mandatados hacer ahí y con mucho respeto nosotros lo hacemos, a veces hago algunas visitas a algunos lugares también para ver cómo se están dando.

¿Para mejorar eso usted está haciendo las visitas?

No solamente eso sino que también hemos hecho una evaluación de las prácticas profesionales desde la perspectiva de los estudiantes, desde la perspectiva de los profesores y sosegada hacia las problemáticas y hemos mejorado en tanto como deben ubicarse los muchachos y también que es lo que tienen que hacer, también hemos tenido algunas reuniones en colectivo con los responsables de prácticas profesionales pero eso nos ha ayudado a acercarnos más y a saber lo que se necesita de la carrera, al inicio empezamos en carrera no teníamos nada estructurado ni siquiera teníamos cartas ni intención ni nada, entonces nadie estaba obligado a aceptar chavalos en las prácticas lo hacían con cariño, lo hacían con dedicación, pero al final hay algunos problemas que tienen que estar claros y definidos que están en la carta de intenciones.

En cuanto a la evaluación ¿Cómo se evalúa?

La evaluación, hay una nota que pone el tutor de prácticas de la institución o del medio, programa televisivo oradial, y la nota principal la pone el tutor de las prácticas que está asignado por parte de la universidad es decir por parte del departamento.



Anexo #6

Entrevista a Alfonso Malespín

Realizada el 23 de julio del 2012 en el Instituto de Estudios Estratégicos y Políticas Públicas (iepp):

Alfonso: Conozco algunas experiencias, pero sobre todo en Estados Unidos y Europa de canales estudiantiles en algunos casos se trata de televisión y en otros casos se trata de radios, en cualquiera de los dos casos la web es una herramienta formidable que tiene una serie de ventajas, la primera son los costos, montar un canal de televisión es carísimo, en un país como Nicaragua para poner un canal pequeño a funcionar los gastos van de cien mil a doscientos mil dólares, probablemente no cualquier universidad cuenta con eso para montar un canal de t.v, en cambio si uno se va a la web encuentra sitios en el que ya están disponibles plataformas en el cual uno sólo tiene que desarrollar el proyecto, es obvio que la gran ventaja es el costo; la segunda es que también es fácil de llegar a ciertos sectores, porque lo pueden localizar en cualquier parte de donde esté y haya una conexión, no es necesario estar en la casa frente al televisor como ocurre con la televisión abierta o televisión por suscripción, en este caso incluso se puede ver desde el teléfono móvil y esta es una gran ventaja; la desventaja es esa, la cantidad de personas que estarían suscritas o que conozcan el canal, para eso se necesita de un mercadeo agresivo que comience en el campus donde estudian ustedes, para eso pueden apoyarse en herramientas un poco más tradicionales y también en medios tradicional para que se sepa que está ese canal.

Brenda: Detalladamente no puedo explicar los percances que hemos tenido dentro de la carrera pero ¿no cree usted que las prácticas las debe proporcionar la facultad a sus estudiantes?

Alfonso: ¿las prácticas o los laboratorios?

Brenda: Ambas cosas. Nosotros no tenemos nada.

Alfonso: ¿No tienen laboratorios ni prácticas?

Brenda: Nada.



Alfonso: en ese caso me parece una tremenda ventaja que ustedes estén tomando la iniciativa y le demuestren a la universidad que sí son capaces de tener un proyecto como este, incluso, volviendo otra vez al asunto de los costos, ni siquiera necesitan cámaras profesionales, ustedes necesitan un teléfono móvil que lo enlacen y hasta pueden hacer transmisiones en vivo, lo único es que hay que tener un cierto sentido de organización y manejo de tecnología que les permita a ustedes poder transmitir en línea, incluso hasta en tiempo real.

El asunto es que se puede hacer con esta herramienta, porque este es un machete, y si no sabes qué hacer con él, la herramienta va a servir de poco y en vez de cortar monte, vas a cortar cebolla con el machete y el machete no es para eso, está bien que tomarán esta iniciativa e hicieran sus prácticas, con este canal pero luego de eso, qué es lo que van a hacer con él, eso es lo más importante al final, el contenido y cómo ese contenido aparezca.

Hay una experiencia muy importante, incluso ahora es motivo de estudio El proyecto Cairo, este proyecto fue una alianza entre DANICOM que es un organización de periodistas que está en Dinamarca y un grupo de periodistas en El Cairo, Egipto, entonces se fueron dos o cuatro periodistas daneses a El Cairo y ellos básicamente le enseñaron a los egipcios como manejar bien un iPhone, con esos cuatro iPhone produjeron una cantidad de material en tiempo real que tenía su reciclaje en Dinamarca porque en Egipto todavía hay demasiadas restricciones, se enviaba la información a Dinamarca y de ahí rebotaba a Egipto, en Nicaragua no tenemos ese problema, ustedes pueden hacer el asunto, la cuestión es qué es lo que quieren hacer, si es un canal cultural, un canal informativo, entretenimiento, científico, un canal ambiental, si va a ser una ensalada, siempre tiene que haber un énfasis y el énfasis se lo va a dar ese público al que ustedes quieren llegar. Los horarios en que quieren alcanzarlo no lo pueden hacer en las horas de clase porque esa es la hora en que están en clase ellos también, sería llegarles en el momento en que esa gente está fuera de su horario escolar, otra cuestión importante es, conocer a esta gente lo mejor que se pueda, para eso me imagino que ya hicieron un estudio de mercado, su público meta, sus características y que tipo de mensajes les gustaría ver y luego de eso definir una producción.

Brenda: Si, para de nuestra programación ya tomamos en cuenta todo esto. Mencionaba usted de cómo lo vamos a utilizar, nosotras somos de la primera generación pero a los estudiantes de los otros años, no cree que ya tendrían una ventaja, porque en el canal se pone en práctica también la redacción y locución. Usted nos habló de la viabilidad y usted lo ve como algo viable pero en nuestra



facultad no se está viendo así y queríamos precisamente su opinión como profesor y como profesional de la comunicación.

Alfonso: La viabilidad de este experimento va a afianzarse en la medida que la información que produzcan sea lo que a la gente le interese, pues tienen una competencia enorme, tienen la televisión por cable, la televisión local, nacional, un montón de radios, en la misma web tienen competencia audiovisual, entonces tienen que hacer una producción que esté lo más cercana a los intereses de su auditorio, en esa medida van a encontrar más público.

Uno de los grandes errores de estos canales sean radio, televisión o periódicos impresos, es que a los estudiantes por estar experimentando se les olvida que el experimento es en serio. Es como en un laboratorio de química, si uno no tiene cuidado con el experimento, este explota y lo mismo puede pasar en el campo de la comunicación, ustedes no piensen que están haciendo un experimento ustedes piensen que están haciendo un medio de comunicación, en serio, aunque sea pequeñito, aunque sea con recursos muy limitados pero tienen que pensar con mentalidad de profesionales, si ustedes no se ponen como realizadores, como productores, como periodistas, como mercadotecnistas, etc. entonces el experimento en algunos lados puede ir muy bien y por otro puede ir muy mal.

Brenda: ¿Entonces esto es positivo?

Alfonso: Yo creo que sí, de lo que se trata ahora es que ustedes desarrollen una estrategia de mercadeo de este proyecto para que cada vez sea más visto, más comentado y la gente participe y luego para que se lo compren porque se necesitan también ingresos para el asunto, entonces ustedes tienen que comenzar por el empresariado local o al que les toque abordar, de que ese canal es visto por los consumidores de esos productos.

Miurel: Al ser un canal sólo en línea, se ha querido minimizar, se nos dice que nadie lo va a ver, no va a tener aceptación.

Alfonso: Lo mismo se dijo de la radio, del teléfono, así dijeron de la televisión, de todos han dicho lo mismo.

Miurel: ¿considera que el futuro del periodismo y la comunicación están en la red? Las personas cada vez se están sentando menos frente a un televisor a un horario específico.

Alfonso: la aproximación que yo haría, no sería echar a pelear un medio contra otro, sino más bien ver el consumo de comunicación de la gente, si la gente hoy



mientras más autónomo sea el consumo, mientras más individual, es mejor para la gente, cosas tan pequeñas pero tan importantes como que los dispositivos sean portátiles, como que sean móviles, los audífonos han hecho que la gente no tenga que estar pegado, seguramente sus abuelos estaban sentados en la sala de la casa escuchando el radio, ahora a nadie se le ocurre consumir radio de esa manera, incluso a veces estoy trabajando, me meto a un sitio web, pongo una radio, estoy trabajando y estoy oyendo la música, estoy oyendo lo que sea, y hay canales de radios para los que quieran música clásica, bachatas, cumbias, música de los ochentas, de los noventas, música europea, música sudamericana, de lo que quieran, la otra cuestión es esa, que este es un mercado extremadamente segmentado; yo por eso les digo, no hagan un canal en el que vayan a hacer una ensalada, que este canal se dedique a algo.

Miurel: Por el momento nuestra programación tiene un corte universitario, tratamos de involucrar a estudiantes de comunicación de todos los años, estudiantes de otras facultades, medicina, psicología, visibilizar todo lo que los estudiantes hacen.

Alfonso: Yo les sugiero eso, mucha vida universitaria, poca información institucional, solamente que sea información como muy importante, como el inicio de las matriculas, exámenes, un evento así de ese tipo, sigan abordando la vida de los estudiantes, los problemas que tienen, las necesidades que tienen, demandas, la manera de cómo se entretienen, como es su vida nocturna, qué comen, a donde compran, donde van los fines de semana, dedíquense a la vida de los estudiantes pero sigan la vida del estudiantes. En León por ejemplo, no sé cuántos estudiantes viven en casas de huéspedes, esa es una economía que mueve León, qué peso en la economía significan todos esos estudiantes que llegan a vivir ahí mientras estudian. Hacer cosas como esas, no andar detrás ni del rector ni del vicerector, que no se convierta en canal oficialista, ya Nicaragua tiene suficiente de esas cosas, centrarse en el estudiante, que son la razón de ser la universidad, eso digo yo.

Miurel: Para nuestra monografía nos hemos estado documentando bastante y nos encontramos que la educación para los comunicadores está cambiando, que incluso la forma de informar ha cambiado, ya no se trata de grandes crónicas, impera la brevedad. ¿Usted como comunicador ha sentido estos cambios?

Alfonso: Esta es una cuestión tecnológica, para mí la labor del comunicador, necesita de algunas herramientas básicas que son las mismas de todos los tiempos, que lea en puta, que sepa escribir y que sepa investigar, eso es lo



básico, de nada te sirve tener una cámara muy bonita, un montón de micrófonos de última generación si la persona habla mal, si la persona escribe mal, al final, al final lo que vaya a salir por cualquier canal es lo que uno es, yo no puedo dar cultura si yo no tengo cultura, no puedo dar una buena dicción si yo no hablo bien, yo no puedo darle a la gente un escrito si yo no sé escribir, yo creo que las universidades tienen que enfatizar en eso en la escritura y si es posible escritura creativa, muchísima capacidad de investigación y luego escribir bien o escribir bonito y hay otras cuestiones que son un poco más avanzadas pero eso es lo básico.

¿Cuál sería otra cosa indispensable para mí? Que un periodista sepa analizar, yo siempre les digo a mis estudiantes ¿cuál es la diferencia que debe existir entre un periodista y una persona que vende tomates en el mercado o el taxista porque el taxista, les digo, tiene más información que ustedes, con toda la gente que se sube, un taxista los vergea con toda esa cantidad de información, aunque esta información sean sólo percepciones, entonces los diferencia la capacidad de análisis, un periodista tiene que ver las cosas que la gente común no ve y para eso, les digo, mejor contrato a la señora que vende tomates que tiene la misma visión y la misma capacidad y me va a salir más barata, entonces al final la gran diferencia es que el periodista debe ver esas cosas que los demás no ven, es como cuando están viendo jugar tablero, cuando uno está detrás viendo jugar uno se fija en un montón de cosas que la gente que está jugando no se fija porque uno no tiene la presión que tiene el que está jugando, entonces es igual, el periodista tiene que salirse un poquito y ver todas las fichas en el tablero y ver qué es lo que está pasando, yo no puedo estar repitiendo lo mismo que dice la gente, entonces para qué fue a la universidad, si eso me lo puede hacer un campesino de la red de comunicadores de Camoapa, esa gente puede hacer entrevistas, puede hacer notas informativas, hasta un reportaje pueden hacer, entonces cuál sería la diferencia con alguien que va a la universidad, pues esa, capacidad de análisis, pero la capacidad de análisis implica dominio del contexto.

Brenda: Dentro de nuestra monografía tocamos eso, lo que es la capacidad de análisis porque allá en León se menos precia mucho, nos han menospreciado el trabajo que nosotros hemos tenido en algunas instituciones, ya sea por parte de nuestros compañeros o algunos empíricos, se está menospreciando la carrera en sí. Pero es que es a como usted dice, muchos están demostrando no tener la capacidad para poder decir algo.

Alfonso: Bueno, pero hay empíricos de empíricos, pero precisamente porque han dedicado toda su vida a estar leyendo y además saben escribir bien.



Brenda: Es tan importante eso de la lectura. Y también lo tocamos en nuestra monografía, que nosotros no tenemos ni siquiera bibliografía, ni siquiera tenemos libros especializados.

Alfonso: Si, pues todos los libros especializados se parecen, lo más importante del periodismo no lo van a aprender de esos textos, esos textos te dicen cómo hacer un artículo, un reportaje, cierto son importantes, pero lo indispensable es que ustedes aprendan a leer el contexto, que sepan cual es el contexto y que lo interpreten y la otra cuestión importantísima que siempre les digo (a sus alumnos) es, vean, uno de los grandes errores del periodismo en Nicaragua es que los periodistas andan tan preocupados por el mensaje que se les olvida la gente, entonces, les digo, como es posible que en Nicaragua se hayan jugado cien años de beisbol y no sepamos quienes eran esos jugadores como personas. Se acaba de morir Oscar Larios, nadie ha podido hacer la biografía todavía ¿por qué? Por qué no tenemos mucho interés periodístico en la persona, y eso es grave porque ¿Qué cosa es periodismo? Son cosas que le ocurren a la gente y le interesan a la gente, pero sólo nos dan datos de economía, problemas de política, hechos delictivos, hechos violentos, problemas, pero ajá, dónde están los problemas de la gente, ustedes podrían marcar la diferencia, comenzar a preocuparse por la gente.



Anexo #7

Durante la grabación de Reportajes Express, entrevista a Fanny Prado, y la visita a la fundación Popol Na.





Anexo # 8

Entrevista a Ramiro Lacayo Deshon, Juan Bautista Arrien, Sergio Ramírez y Alfonso Malespín.





Anexo #9

Entrevista a Carlos Perezalonso, grabación de Noticias Express, Cobertura completa del COMPDES 2012, Feria tecnológica La Salle y Durante la Jornada de reforestación de manglares en Poneloya.



