

# **Propuesta de formación sobre el uso de los elementos del Periodismo Digital para los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Monteávila**

**Trabajo Especial de Grado, para optar al Título de Especialista en  
Periodismo Digital, presentado por: Escorcía Cassiani, Reinaldo, CI. 16.670.474**

**Asesorado por:**

Martínez Romero, Yaydik Alexandra, CI 6.315.214, asesor académico

Caracas, marzo de 2017

# **Propuesta de formación sobre el uso de los elementos del Periodismo Digital para los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Monteávila**

**Trabajo Especial de Grado, para optar al Título de Especialista en  
Periodismo Digital, presentado por: Escorcía Cassiani, Reinaldo, CI. 16.670.474**

**Asesorado por:**

Martínez Romero, Yaydik Alexandra, CI 6.315.214, asesor académico

Caracas, marzo de 2017



Señores:  
**Universidad Monteávila**  
**Comité de Estudios de Postgrado**  
**Especialización en Periodismo Digital**

Atención: Profesora Geraldine Cardozo  
Referencia: **Aceptación de Asesoría**

Por medio de la presente le informo que hemos revisado el borrador final del Proyecto de Trabajo Especial de Grado del Ciudadano: **Escorcía Cassiani, Reinaldo** titular de la Cédula de Identidad N° **16.670.474**; cuyo título tentativo es: **Propuesta de formación sobre el uso de los elementos del Periodismo Digital para los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Monteávila**, la cual cumple con los requisitos vigentes de esta casa de estudio para asignarles jurado y su respectiva presentación.

A los 17 días del mes de marzo del 2017

**Asesorado por:**

Martínez, Romero, Yaydik Alexandra, CI 6.315.214, asesor académico

# CARTA DE AUTORIZACIÓN



Asunto: Carta de autorización

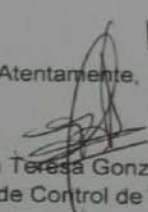
Sres. Universidad Monteávila  
Especialización en Periodismo Digital  
Presente.

Caracas, 10 de marzo de 2017

Por medio de la presente comunicación le informamos que como **Directora de Control de Estudios**, autorizamos al estudiante de la Especialización de Periodismo Digital, **Reinaldo Escorcía Cassiani** para realizar un estudio con fines estrictamente académicos denominado: **Propuesta de formación de los elementos del periodismo digital que utilizan los estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila**, en el que se aplicarán encuestas a un porcentaje de novecientos uno (901) de alumnos.

Quedando a sus órdenes,

Atentamente,

  
María Teresa González  
Directora de Control de Estudios



Teléfonos. 0212.232.9189, 0212.232.3221, 0212.232.5255

## **DEDICATORIA**

A mis padres, familiares y amigos que me acompañaron en todo el proceso de formación en la Especialización de Periodismo Digital.

## **AGRADECIMIENTOS**

A la profesora, Yaydik Martínez por sus acertadas y brillantes asesorías que ayudaron a proseguir con esta investigación.

A todos los estudiantes que participaron llenando el cuestionario online y a los que motivaron a sus compañeros para que se motivaran a responder la encuesta de 18 preguntas.

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA UNIVERSIDAD  
MONTEÁVILA COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO  
ESPECIALIZACIÓN EN PERIODISMO DIGITAL**

**TRABAJO ESPECIAL DE GRADO**

**Propuesta de formación sobre el uso de los elementos del periodismo digital para los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Monteávila**

**Autor:** Escorcía Cassiani, Reinaldo

**Asesor:** Martínez, Romero, Yaydik Alexandra

Año: 2017

**RESUMEN**

El diseño de la propuesta de formación sobre el uso de los elementos del periodismo digital para los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Monteávila fue motivado para fortalecer los conocimientos de los jóvenes en esa área, por lo que para desarrollarla se investigó en diversas fuentes académicas y se aplicó un cuestionario online de 18 preguntas a 153 alumnos de la UMA donde el 55,6% pertenecen al sexo femenino y el 44,4% al masculino, el 49% tiene entre 20 y 22 años, el 20,3% iguala y sobrepasa la edad de 23 años y el grupo etario entre 17 y 19 años fue de 27,5%. Esta Investigación aplicada, no experimental y de campo identificó las redes sociales en las que están registrados los jóvenes y el conocimiento que poseen de las mismas, así como de los procesos de producción y consumo de contenidos para los sitios web de corte periodísticos.

**Línea de trabajo:** Sociedad de la Información y Periodismo Digital.

**Palabras claves:** formación, periodismo digital, estudiantes, cuestionario, redes sociales.

**Nomenclatura UNESCO:** 610309 Orientación profesional

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Página</b>
Introducción	12
Capítulo I	15
Planteamiento de la investigación	15
Objetivos de la investigación	18
Justificación e importancia del problema	19
Alcances y delimitación la investigación	21
Capítulo II	22
Marco teórico	22
Antecedentes	22
Bases teóricas	29
Bases legales	40
Aspectos éticos	43
Capítulo III	44
Marco organizacional	44
Capítulo IV	51
Marco metodológico	51
Tipo de investigación	51
Diseño de la investigación	51
Población y muestra	53
Técnicas y herramientas de recolección de datos	54
Operacionalización de variables	55
Capítulo V. Presentación, análisis de datos y propuesta	57
Aspecto conceptual	76



Sobre la propuesta formativa	77
¿Qué motivó el desarrollo de esta propuesta?	78
Lo interesante	81
Objetivos de la propuesta	82
Contenidos de la propuesta	83
Capítulo VI	86
Referencias	88
Anexos	94

## ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Gráfico 1. Sexo de los participantes	57
Gráfico 2. Grupo Etario	58
Gráfico 3. Año que cursan los encuestados	59
Gráfico 4. Redes sociales en las que se encuentran registrados	60
Gráfico 5. Características de las redes sociales	61
Gráfico 6. ¿Por qué utilizas las redes sociales?	62
Gráfico 7. Consumo diario	63
Gráfico 8. Equipos utilizados para navegar	64
Gráfico 9. Periodismo digital	65
Gráfico 10. Preferencias en el periodismo digital	66
Gráfico 11. Medios que siguen	67
Gráficos 12. Justificación	68
Gráfico 13. Interacción	69
Gráfico 14. Tipo de contenido	70
Gráfico 15. Preferencia juvenil en los medios digitales	71
Gráfico 16. Medios que comparten los contenidos elaborados por los jóvenes	72
Gráfico 17. Contenidos que comparten	73
Gráfico 18. Crear asignatura	74

## INTRODUCCIÓN

Los constantes cambios que atraviesa la sociedad producto del desarrollo vertiginoso de las nuevas tecnologías se refleja en la transformación del ejercicio periodístico que progresivamente ha ido adaptando su formato tradicional al moderno, es decir el periódico y la revista impresa, la televisión y la radio, se han unido en un solo medio de comunicación para crear un lenguaje multimedia, interactivo e hipertextual en Internet que deben ser trabajados por profesionales en el área que mantengan intacta la esencia del periodismo, sin obviar el fenómeno humano que por naturaleza tiene la necesidad de informarse y también de aportar elementos a la comunicación social para la construcción o producción de contenidos.

Estos usuarios de los medios que creen indispensables tributar a través de la aldea global reciben el nombre de prosumidores o infoc Ciudadanos según la investigadora de la comunicación Puyosa (2010) porque están inmersos en el mundo digital no solamente para consumir los contenidos de los medios de información, sino también para producir y socializar con inmediatez algún hecho noticioso que debe ser analizado y verificado previamente por los periodistas.

Aunque la práctica descrita se argumenta en los planteamientos de Castell (2001) sobre la sociedad red que siempre está conectada con comunidades online, también tiene su asidero en la sociedad de la información y el conocimiento como lo argumentan Trejo (2006) en su obra *Viviendo en el Aleph: la sociedad de la información y sus laberintos* y Delgado (2013) en su escrito titulado *Cinco tendencias marco para el estudio de la comunicación en la sociedad del conocimiento*.

Los aspectos de producción y consumo de contenidos se ven reflejados en esta investigación en sus antecedentes y bases teóricas donde se encontrarán

elementos importantes destacados por Bisbal y Nicodermo (2011) sobre la necesidad de prestar atención a este fenómeno que cada vez más suma más internautas que se mantienen conectados en el ecosistema comunicacional. Estos usuarios que permanentemente sirven de referencia para el periodismo digital a través de las redes sociales o interacción directa con los sitios web informativos son de gran importancia para la contextualización de hechos, pero como lo refiere Salavarría (2014) no son profesionales de la comunicación social porque gran parte de los contenidos que comparten por los medios sociales tienen su origen en los medios de comunicación constituidos.

Por esa razón en el presente estudio se indagó en una población de estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteavila, sobre el uso de los elementos del periodismo digital que vienen realizando para diseñar una propuesta formativa que ayude a una optima capacitación de estos futuros profesionales del periodismo y así puedan optimizar el ejercicio en área digital con técnicas y recomendaciones, mientras cumplen los pasos académicos para obtener la certificación que los autoriza ser promotores de la comunicación socialmente responsable.

En esta investigación se utilizó como instrumento de recolección de información un cuestionario online por medio de la aplicación Google Drive a ciento cincuenta estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila.

La investigación consta de cinco capítulos:

**Capítulo I.** Planteamiento del Problema: Contiene el enunciado del problema en estudio, los objetivos de la investigación, la justificación e importancia, limitaciones y alcances de la investigación.

**Capítulo II.** Marco Teórico Referencial: Muestra los antecedentes y elementos científicos que respaldan el desarrollo del periodismo digital y las redes sociales, así como las bases legales y aspectos éticos del estudio.

**Capítulo III.** Marco Organizacional: contiene una reseña de la Universidad Monteávila, su misión, visión, estructura jerárquica y contenidos del pensum del pregrado de comunicación social y la especialización de periodismo digital.

**Capítulo IV.** Marco Metodológico Contiene el tipo, diseño, población, muestra de la investigación, técnicas y herramientas de recolección de datos y los métodos y técnicas de procesamiento de datos.

**Capítulo V.** Presentación y análisis de datos y la propuesta de formación de los elementos del periodismo digital que utilizan los estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila.

**Capítulo VI.** Conclusiones y recomendaciones

La investigación dilucida los elementos del periodismo digital que utilizan los jóvenes a través de sus redes sociales, donde los contenidos que consumen también los comparten con la sociedad que se conecta a la red para estar informada. Además, la juventud aprovecha las bondades de la aldea global para colocar audios, videos, fotos y textos que reflejan sus preferencias culturales.

# CAPITULO I

## PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Estudiar como los jóvenes usan las redes sociales, específicamente los estudiantes del pregrado de comunicación social de la Universidad Monteávila, se debe a que el pensum de la carrera relacionada con el periodismo que dicta la casa de estudios, posee una asignatura en el primer año académico sobre las tecnologías de la información que ahonda de forma efímera las teorías y los conceptos vinculados al periodismo digital, en la que se obvia la manera como los internautas jóvenes utilizan la plataforma de Internet para consumir o producir contenidos para los medios digitales.

El diseño de una propuesta formativa sobre el uso de los elementos del periodismo digital para los estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteavila permitiría a los jóvenes comprender de manera integral que los tradicionales consumidores de información se han convertido en productores de la misma, gracias a las bondades de la Web 2.0 que tiene la cualidad de interacción, cuestión que favorece a los antes llamados receptores y ahora denominados usuarios, porque han obtenido importante relevancia en la opinión pública, por compartir información por medios de comunicación digitales, en los que se incluyen el apéndice de las redes.

García, Ramírez y Rodríguez (2014) definen a los usuarios de la Web 2.0, como prosumidores porque evidencian una serie de competencias que le permitirán llevar a cabo un conjunto de acciones, como consumidor de medios y recursos audiovisuales, productor, creador de mensajes y contenidos críticos, responsables y creativos. Estos ciudadanos son de gran utilidad para los medios de comunicación debido a que les permiten ampliar su abanico de fuentes que

posteriormente el periodista se dedica a investigar la veracidad y credibilidad de las mismas, para proseguir con la socialización de esos contenidos generados por los ciudadanos y en muchas ocasiones el profesional de la comunicación las produce en otros formatos y con narrativas diferentes, para hacerla más agradables al público.

Estos usuarios aprovechan la aldea global para compartir contenidos informativos y educativos en formato de audio, vídeo, imagen y texto, los cuales en su mayoría son registrados con dispositivos móviles y colocados en las redes sociales, donde se generan agradecimientos, insultos, burlas, violencia, simpatía, entre otros que confluyen en debates en los que cada usuario fija posición expresando su punto de vista.

Para el periodismo o la comunicación social es una ventaja el avance que han obtenido las Tecnologías de la Información y Comunicación, porque ha articulado lo global con lo local, conectando muchas culturas, definido por Castells (2001) como “sociedad red” y caracterizado por la “auto-comunicación de masas”, que implica la producción de contenidos “de muchos a muchos” en un proceso de recepción, selección, emisión, e interlocución, que incluye un sistema de comunicación con audio, voz, imagen, texto dando forma a la cultura, idiosincrasia que posee cada consumidor.

La propuesta formativa para los estudiantes de la Universidad Monteávila ahondará en las definiciones de multimedialidad, hipertextualidad e interactividad planteados por Ramón Salavarría cuando define a estas tres dimensiones como las principales características que posee el periodismo digital y también incluirá las herramientas digitales para periodistas recomendadas en el riguroso estudio de Crucianelli (2010) para fortalecer el conocimiento en las nuevas generaciones de periodistas, así como las propuestas que expone Briggs (2007) en el libro periodismo 2.0, una guía de alfabetización digital, iniciativa del Instituto de

Periodismo Interactivo, perteneciente al centro del Philip Merrill College of Journalism de la Universidad de Maryland y el Knight Citizen News Network.

Con la propuesta formativa los estudiantes de la Universidad Monteávila tendrán mayor comprensión y dominio de la interacción social que se ejerce en las comunidades virtuales, específicamente en el ejercicio del periodismo digital.

Ante este planteamiento surgen las siguientes interrogantes:

¿Por qué elaborar una propuesta de formación sobre el uso de los elementos del periodismo digital dirigida a estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila, para la optimización de su futuro ejercicio profesional? ¿De qué forma los jóvenes de la Universidad Monteávila se aproximan al ejercicio del periodismo digital? ¿Cuáles son las redes sociales por las que interactúan en la Web 2.0?



## **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Objetivo general:**

- Diseño de una propuesta de formación sobre el uso de los elementos del Periodismo Digital dirigida a estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Monteávila, para la optimización de su futuro ejercicio profesional.

### **Objetivos específicos:**

- Diagnosticar el interés de los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Monteávila en el uso de las redes sociales, para la definición de sus gustos.
- Diagnosticar el nivel de conocimiento de los estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila sobre el Periodismo Digital, para la identificación de sus carencias formativas.
- Identificar el ejercicio del Periodismo Digital a través de las redes sociales de los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Monteávila, para la definición de los aspectos de la propuesta

## **JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL PROBLEMA**

El uso de las nuevas tecnologías es cada vez más frecuente en la población joven que se conecta a través de dispositivos móviles, computadores portátiles y de escritorio para sumergirse en la aldea global en las que ejercen la interacción con múltiples culturas que dialogan sobre diversos temas.

En ese universo de opciones variadas que ofrece Internet se encuentra el periodismo digital, profesión que viene teniendo más auge a medida que se moderniza la Web y por las bondades de integración de los formatos del periodismo tradicional para ofrecer multimedialidad, hipertextualidad e interacción entre los medios digitales y los ciudadanos.

Es necesario diseñar una propuesta de formación sobre el uso de los elementos del periodismo digital dirigida a estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila porque ayudará a que los futuros comunicadores sociales optimicen el ejercicio la profesión en las plataformas interactivas, multimediativas e hipertextuales que posee el Internet.

Las bondades expresadas son argumentadas por Salavarría (2005) uno de los grandes investigadores vinculados a esta área de la comunicación social y defensor del ejercicio ético y responsable del periodismo en la red, razón que lo motiva a investigar y formar generaciones de periodistas en el mundo.

Los aspirantes a periodistas podrán tener herramientas que los aproximarán al correcto uso de las redes sociales para intercambiar contenidos con usuarios y medios digitales, por los cuales la información se procesa y multiplica en la aldea global como lo plantea McLuhan (1995).

Del mismo modo la proposición académica de este estudio tiene la intención de divulgar la forma como los jóvenes están produciendo y consumiendo contenidos y las recomendaciones pertinentes que mejorarán esa práctica a medida que se avancen en su proceso formativo.

Además, describe los dispositivos por los cuales los estudiantes de la Universidad Monteávila ejercen las mediaciones cibernéticas para informar y mantenerse al tanto de los productos, servicios, noticias y otros contenidos en diferentes formatos que se encuentran en la red, con los que se deben comenzar a crear estrategias pedagógicas para el correcto uso de los esos aparatos que funcionan como medios para la emisión y recepción.

Finalmente esta investigación beneficia a estudiantes y docentes de la carrera de comunicación de la Universidad Monteávila, las empresas, las universidades públicas y privadas del país, el Estado y los centros de educación media y diversificada que deseen innovar la formación de las nuevas generaciones de comunicadores.

## **ALCANCES Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Alcances**

El diseño de una propuesta formativa que impactará de manera positiva en el universo de estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila.

### **Delimitación**

El área geográfica de desarrollo de la investigación es la Universidad Monteávila con estudiantes de comunicación social.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

Para tener más amplio el panorama sobre el uso de los elementos del periodismo digital a través de las redes sociales de los jóvenes, específicamente los estudiantes de pregrado de la Universidad Monteávila se buscaron investigaciones para ampliar el tema, cuyas conclusiones, recomendaciones, propuestas o evidencias constituyen importantes aportes referenciales para la argumentación teórica de este estudio.

#### **ANTECEDENTES**

Molina y Toledo (2014) en la investigación titulada: “Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes” que realizaron para optar al grado de licenciadas en psicología clínica en la Universidad de Azuay, ubicada en la provincia de Cuenca de Ecuador, analizaron la influencia de las redes en el aspecto social personal, familiar y académico de 444 adolescentes de colegios privados, en el que concluyen que un porcentaje importante de esta población dedica tres horas diarias para revisar los medios sociales, por lo que consideran que los mismos no se ven muy afectados por las redes sociales.

Las investigadoras encontraron que para la mayoría de los jóvenes no es indispensable estar conectado a las redes sociales; aunque hay un margen pequeño entre los estudiantes a los que el uso de Internet ha alterado sus horas de sueño, presentando ansiedad o ira en algunos casos.

En la encuesta aplicada observaron que el 57.4% indica que tiene acceso a las redes sociales dentro del colegio, pero el 75.9% no le da más importancia a la social media que a sus estudios. Un 50.5% indicó que estas herramientas de interacción influyen negativamente en los estudiantes porque los distrae.

Este estudio contribuye a identificar el tiempo que dedican los jóvenes para interactuar a través de las redes sociales, tal como lo plantea el primer objetivo específico de la investigación que se realizó con estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila.

Asimismo Puyosa (2012) realizó una investigación titulada: “Los electores venezolanos, menos mediáticos más conectados”, en la que identificó en 885 ciudadanos mayores de edad, habitantes de 21 entidades federales las preferencias que poseen sobre los medios de comunicación, incluyendo el uso de Internet y las posiciones políticas que asumen los usuarios frente a los diferentes esquemas informativos convencionales y digitales.

Puyosa también desarrolló entrevistas directas por teléfono, utilizando las bases de datos estratificadas por estatus socio-económico de las empresas Hinterlaces y Monitor País. En este estudio de la docente de la Universidad Católica Andrés Bello e investigadora de las ciencias sociales, dio a conocer en una publicación en la Revista Comunicación del Centro Gumilla que los usuarios de la Web 2.0 utilizan con más ahínco las redes sociales Facebook, Youtube, Twitter y sitios web de noticias y en muy pocas ocasiones participan en foros digitales de políticas, pero tampoco visitan blogs, ni portales informativos en la web.

La investigación de Puyosa se asemeja algunos resultados obtenidos en la Universidad Monteávila, relacionados con las redes sociales que utilizan con más frecuencia los jóvenes, como el Facebook, Twitter y Youtube, pero también el constante uso que acostumbran a realizar de los medios digitales informativos para estar informados.

Otra investigación que recibe el nombre: “El estudio de los hábitos de conexión en redes sociales virtuales, por medio de la minería de datos”, realizado

por los doctores Cortez, Zapata, Menéndez y Canto (2015) a través de la aplicación de un cuestionario a 458 estudiantes de la Universidad Autónoma de Yucatán, México, obtuvieron una visión general de los hábitos de conexión en las redes sociales virtuales de los alumnos de pregrado de la casa de estudios, quienes interactúan más a través de Facebook, YouTube, Twitter y por el servicio de mensajería instantánea WhatsApp.

Los docentes de la universidad donde se realizó el estudio descubrieron que los estudiantes se conectan más a Internet por medio de computadoras portátiles o de escritorio y menos por teléfonos inteligentes. La conexión la concretan con más regularidad desde sus hogares que desde la universidad, lo que se traduce que hay un grupo de alumnos con buen poder adquisitivo que tiene la posibilidad de pagar para sumergirse en la sociedad red.

Los investigadores concluyeron que para destacar la importancia de distinguir y caracterizar los usos, hábitos y consumo de las redes sociales virtuales por parte de los nativos digitales deben incluirse en los programas de estudios y diseñar talleres con contenidos alusivos al uso de las nuevas tecnologías por parte de los estudiantes y docentes.

El estudio de los hábitos de conexión en redes sociales virtuales, por medio de la minería de datos realizado en México se enlaza con esta investigación que se efectuó para diseñar una propuesta formativa sobre el uso de los elementos del periodismo digital para los estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila, porque ambas diagnosticaron los intereses y gustos de los alumnos sobre las redes sociales, los dispositivos por los cuales se conectan a Internet y coinciden en la necesidad de crear programas educativos o talleres alusivos sobre las nuevas tecnologías para fortalecer el conocimiento de las mismas en la población que hace vida en los espacios académicos.

En la investigación titulada “Uso de las redes sociales como medio comercial” realizada por Mejía (2012) para optar a la licenciatura en comunicación social en la Universidad de San Carlos de Guatemala, se conoció y describió a través de encuestas las actitudes de los usuarios (23 mujeres y 43 hombres) de Facebook en edades comprendidas entre los 18 y 35 años y concluyó que entre las principales actitudes que adoptan los usuarios de la red social cuando interactúan con amigos virtuales es promover y vender productos que son de aceptación, agrado, conveniencia y beneplácito de la comunidad virtual.

El estudio destaca que hay diferentes razones por las cuales las personas crean un perfil en *Facebook*. Entre ellas para concretar nuevas amistades y para realizar algún negocio aprovechando a sus contactos.

En los resultados obtenidos por la investigadora se conoció que el 89% de los sujetos estudiados recomendaron a sus amigos crear perfiles o Fanpage para ejercer la labor comercial en la web para que obtengan mayores ventajas y no destinar su cuenta personal en Facebook para realizar la venta de productos.

Mejías menciona que los encuetados indicaron que en la red social les han ofrecido ropa, accesorios, instrumentos musicales y artículos de belleza, y con menor porcentaje les ofertan comida, carros, bienes raíces y otros tipos de servicios.

Esta investigación realizada en Guatemala contribuye en identificar parte de los usos que hacen los jóvenes de las redes sociales, específicamente del Facebook, la cual es la más utilizada por esta población según el estudio llevado a cabo en la Universidad Monteávila con estudiantes de comunicación social, en la que se recomienda que no sea utilizada con fines comerciales, sino para interactuar con amistades.



Gardner y Davis (2014) en su rol de psicólogos y docentes realizaron una investigación denominada “La generación app: cómo los jóvenes gestionan su identidad, su imaginación en el mundo digital” con estudiantes de la Universidad de Harvard en la que concluyeron que los jóvenes interactúan en la sociedad de la información a través de aplicaciones que tienen instaladas en sus dispositivos móviles, tabletas y computadoras por las cuales adquieren conocimientos y asumen diversas conductas.

Los autores destacan los retos formativos que se deben emprender para atender a la población joven que constantemente está conectada a la sociedad global desde cualquier espacio cotidiano.

Esta investigación realizada en la Universidad de Harvard tiene dos elementos importantes que complementan el estudio ejecutado en la Universidad Monteávila porque reafirma que los jóvenes navegan en la Web 2.0 por medio de dispositivos móviles, tabletas y computadoras. Además, se recalca la necesidad de impulsar actividades formativas sobre las herramientas interactivas que caracterizan las tecnologías de la información y la comunicación.

Mientras que Rayo (2014) para optar al grado de licenciada en psicología clínica de la Universidad Rafael Landívar llevó a cabo una investigación titulada: "Influencia del uso de las redes sociales en las relaciones familiares de jóvenes de 18 y 24 años que presentan adicción a las mismas", en la que aplicó un cuestionario a ocho personas identificando que las redes sociales afectan a los jóvenes a nivel familiar, académico y social, debido a que les causa disminución de las formas de comunicación verbal por el uso de los medios sociales, ya que están más pendiente de estar revisando las publicaciones, que entablar una conversación.

Rayo en su investigación recomendó emprender estrategias psicológicas y formativas que ayuden a solventar los problemas de ansiedad en los jóvenes porque cuando se ven limitados acceder a la interacción virtual por tener la batería del móvil descargada surge un cambio de conducta.

El estudio de Rayo fue realizado a una población con un grupo etario similar a la muestra de estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila, en la que se detectan las preferencias y valoraciones que tienen los jóvenes de las redes sociales, las conductas que adoptan al verse limitados ejercer la interacción en la Web 2.0. Esta última es una de las razones que motivan impulsar las estrategias formativas con los estudiantes.

En la investigación “El papel de las redes sociales en la participación social activa” los doctores Del Hoyo, Fernández y García (2014) encuestaron a 1.333 jóvenes españoles con un cuestionario de 30 preguntas online que diseñaron en la red social Tuenti en la que determinaron que un importante número de jóvenes participan en las redes sociales con propósitos solidarios y que sus motivaciones no están orientadas únicamente a la esfera de intereses, ni a necesidades personales.

Este estudio efectuado en Europa a través de una plataforma online para identificar las formas de participación de los jóvenes en las redes sociales, contribuyó al desarrollo de la investigación con estudiantes de la Universidad Monteávila, porque motivó a realizar un diagnóstico a través de Google Drive para conocer los gustos, conocimientos, carencias formativas y el ejercicio que hacen del periodismo digital por medio de las redes sociales.

En la investigación titulada “Redes sociales hábitos y usos” de las redes sociales de estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello, Bisbal y Nicodemo (2011), que tuvo como objetivo conocer cómo los jóvenes entre 17 y 31 años utilizan las redes sociales, realizaron encuestas a 600 personas del grupo

etario en el que hallaron que los ciudadanos interactúan por la Web 2.0 con mayor frecuencia por el Facebook y Twitter para informar, comunicar, chismear y entretenerse.

Otro de los hallazgos importantes obtenidos en la indagación realizada por Bisbal y Nicodemo es que la mayoría de los consultados poseen experiencia de al menos dos años en el manejo de las redes sociales y que las utilizan diariamente en cualquier momento del día para consumir contenidos elaborados por terceros y compartir algunos que surgen de su creatividad.

Los resultados de esta investigación contribuyeron a tener un marco referencial sobre la participación de los ciudadanos en las redes sociales que aportaron elementos interesantes para diseñar los contenidos programáticos de la propuesta formativa sobre los uso de los elementos del periodismo digital para los estudiantes de pregrado de comunicación social de la Universidad Monteávila.

## **BASES TEÓRICAS**

Se presentan las bases teóricas que sustentan la investigación sobre el uso de los elementos del periodismo digital por parte de los estudiantes de

comunicación social de la Universidad Monteávila, para la optimización de su futuro ejercicio profesional es un tema que tiene íntima relación con los estudios de consumo cultural, entorno virtual, nuevas tecnologías, sociedad de la información y la comunicación que desde años vienen trabajando varios expertos y teóricos vinculados a la sociología, las ciencias de la comunicación y la información como Manuel Castell, Ramón Salavarría, Marcelino Bisbal, Gustavo Hernández, Jesús María Aguirre y Carlos Delgado Flores, entre otros que han hecho aportes interesantes para mejorar el desarrollo profesional y formación pedagógica como lo persigue esta investigación.

Para hablar de periodismo digital y de redes sociales es necesario pasearse por las referencias teóricas como la sociedad red, sociedad de la información y del conocimiento que le dan vida a este fenómeno tecnológico que progresivamente ha transformado el periodismo tradicional.

### **SOCIEDAD RED**

Una sociedad red es aquella cuya estructura social está compuesta de redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica. Entiendo por estructura social aquellos acuerdos organizativos humanos en relación con la producción, el consumo, la reproducción, la experiencia y el poder expresados mediante una comunicación significativa codificada por la cultura (Castell, 2009, p. 50-51).

La sociedad red es pues una sociedad global. Ello no significa, sin embargo, que las personas de todo el mundo participen en las redes. De hecho, por ahora, la mayoría no lo hace (Ibíd.).

Los hallazgos obtenidos en 153 estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila demuestran que pertenecen a la sociedad red, debido a que un 57,5% de ellos se conectan más de cuatro horas diarias a Internet para

consumir, producir y compartir información elaborada por los medios de comunicación digitales.

Al interpretar a Castell (2009) se puede establecer que la sociedad red forma parte del conocimiento porque tiene dinámica participativa y globalizada; posee formas, fondos y contextos que nacen de la realidad de cada cibernauta que determina su rol en la sociedad al ejercer las hipermediaciones sociales en la infosfera. Esta es la que rige la interacción de la comunicación digital porque su asidero está ubicado en la producción y consumo de información que se ejerce con cualquier equipo con acceso a Internet.

Esto se reafirma en el 86,7% de los jóvenes entre 17 y más de 23 años, que utilizan las redes sociales para descargar audios, videos, fotografías, gráficos, infografías, animaciones y texto con contenidos vinculados al deporte, el aspectos social, político, cultural y político. Es una población que interactúa por la aldea global gracias a las tecnologías de información y comunicación que les permiten a la sociedad del planeta estar conectada constantemente.

La interactividad que existe en la sociedad red o conectada es reafirmada por David y Foray (2012) quienes enfatizan que las comunidades científicas, las redes de individuos y las organizaciones empresariales convergen en el gran espacio público virtual por intereses específicos, ligados a los negocios, afinidades ideológicas, empleos, intercambio de saberes, de culturas que fomentan otras formas de asociación y de una economía moderna, que genera más ingresos y menos movilidad de los actores que se interrelacionan.

Entonces la sociedad red se plantea como una sociedad dialógica. Como concepción, todavía valida la producción de enunciados dirigidos a un sujeto trascendental, base programática de la objetividad científica moderna, pero también de buena parte de conocimiento tácito y del sentido común, en la medida

en que estos aspiran también a la formación de convicciones en los interlocutores (Delgado, 2013, p. 32).

Pues esta sociedad red conformada por estudiantes universitarios tiene concepciones y aproximaciones que los ayudan a definir sus gustos virtuales y evaluarlos con una experticia pragmática. Esto se asimila a lo Castell (2001) denomina procesos, intereses, valores e instituciones sociales que constituyen la base material de la sociedad online que cuenta con la infraestructura tecnológica y el medio organizativo que permite el desarrollo de una serie de nuevas formas de relación social que son frutos de una serie de cambios históricos.

## **SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y DEL CONOCIMIENTO**

En este fenómeno de nuevas relaciones sociales que plantea la sociedad red a través de las nuevas tecnologías se encuentra implícito el termino sociedad de la información, según Torres (2005) proviene de décadas anteriores, pero es en el año 1973 cuando el sociólogo Norteamericano Daniel Bell esbozó la noción de este concepto, exponiendo que su eje principal es el conocimiento teórico, debido a que en el futuro se convertirá en la estructura central de la nueva economía y de una sociedad apuntada en la información.

Mientras que la sociedad del conocimiento emergió finalizando los años 90, empleándose en los medios académicos, como alternativa a los que prefieren la sociedad de la información.

El concepto de sociedad del conocimiento fue adoptado por la Unesco como objetivo primordial de sus políticas institucionales debido a que incluye una dimensión de la transformación social, cultural, económica, política e institucional. Además, tiene perspectiva pluralista y de crecimiento económico, para empoderar

y desarrollar todos los sectores de la sociedad, tal como se propone realizarlo con los estudiantes de la Universidad Monteávila que como parte de la sociedad del conocimiento tienen precisiones sobre las herramientas de interacción que conforman la sociedad de la información que se adentra en la Web 2.0 con conocimientos que absorben del campo científico y el pragmático.

No obstante, la sociedad de la información existe gracias al desarrollo tecnológico que han modificado las capacidades de propagación de los mensajes –y en buena medida también sus formatos- debido a dos rasgos básicos. Por un lado la informática ha permitido la digitalización de los contenidos (texto, audio, gráficos y videos) al ser procesados en una plataforma de carácter binario se pueden manipular para modificarlos, comprimirlos, compartirlos y diseñarlos de múltiples maneras. El formato multimedia es consecuencia de la digitalización (Trejo, 2006; p. 32).

Como resultado del planteamiento anterior existe un 74,7% de los jóvenes mayores de 17 años, que valoran el aspecto multimedia inserto en el periodismo digital como un fenómeno de la sociedad de la información que se ha venido adentrando en la población que consume y produce los contenidos que se comparten en Internet.

Adicionalmente, se puede decir que el impacto de la teoría de la sociedad de la información y el conocimiento se ve reflejado en las últimas estadísticas divulgadas por el Banco Mundial y La Comisión Nacional de Telecomunicaciones de Venezuela, donde especifican el crecimiento de los usuarios de Internet en los últimos años en el país Suramericano, el primero dándole un ascenso de 40,2% en el año 2011 a un 57% en el 2014 y el segundo destacando que en el tercer

trimestre de 2015, subió a 61.5%. Estas cifras son calculadas por ambas organizaciones en base a estudios científicos por 100 habitantes.

Según estas estadísticas se puede proyectar que Venezuela tiene condiciones para avanzar a un nuevo estadio social, debido a que los usuarios actuales del espacio virtual que estudian comunicación social en la Universidad Monteávila, cumplen con las características de intercambio de información por las redes sociales y medios digitales, con algunos conocimientos básicos que los mantiene conectados por diferentes dispositivos inteligentes por más de cuatro horas diarias.

Ante este panorama se hace necesario tener una integración, instrumentación, y formación acorde a la aldea global, la cultura comunicacional, el imaginario colectivo, a pesar de las diferencias en el uso y producción de tecnología de información y comunicación entre los países desarrollados y los subdesarrollados, existe una determinada proporción de la población que está participando activamente en el uso y producción de las tecnologías de la información y comunicación, que pernota en las condiciones de existencia de las culturas locales que por su territorialidad son distintas, más expuestas y más vulnerables en la penetración (Barbero, 2000).

## **REDES SOCIALES**

Al reflexionar sobre el planteamiento de Lozares (1996) sobre las redes sociales se pueden definir como el conjunto delimitado de individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales que se vinculan unos con otros a través de afinidades o referencias.



Sin embargo los jóvenes de la Universidad Monteávila consideran que las redes sociales es un fenómeno que agrupa personas en diferentes sub grupos por edades, gustos y círculos amistosos, como estrategia eficaz para establecer diálogos al instante. Por esta razón las redes sociales se encuentran en sitios web que enlazan a las sociedades a través de un sistema de comunicación digital.

Además, los estudiantes universitarios consideran que las redes sociales son pequeños medios de comunicación que permiten la interactividad, el entretenimiento y la inmediatez para mantenerse informado, intercambiar ideas y opiniones con amigos y conocidos.

Vison (2010) dice que las redes sociales son páginas web que permiten que los individuos se conozcan entre sí a partir de intereses compartidos estableciendo perfiles, en muchas ocasiones se utilizan para conectarse con conocidos u amigos.

Al interpretar a Rojas (2011) se puede decir que las redes sociales en Internet son una de las innovaciones informáticas más relevantes de los últimos tiempos, presentando una condición de versatilidad y adaptabilidad a las complejas estructuras comunicacionales de las organizaciones contemporáneas.

Por tanto las redes sociales son estructuras dinámicas que permiten la interacción entre personas u organizaciones, de manera que, a través de un proceso de contacto y transferencia de información, puedan unificar esfuerzos que permitan el logro de los objetivos de interés común. Esta condición las hace una herramienta versátil e importante para el desarrollo de la actividad organizacional (Ibíd.).

## **CIBERPERIODISMO**

La utilización del ciberespacio para la difusión pública de información periodística y la existencia de un consenso académico y profesional de que las publicaciones en la Web 2.0 alcance un estatus periodístico, equivalente al de la prensa escrita, radio y televisión es denominado por Salaverría (2005) como ciberperiodismo en sus publicaciones “Los cibermedios ante las catástrofes: del 11-S al 11M y el libro Cibermedios.

Este tipo de medios integra todos los aspectos del periodismo tradicional con innovaciones comunicacionales al instante de redactar las noticias aprovechando las oportunidades del Internet, donde según Ramón Salavarría existen los elementos de la multimedialidad, hipertextualidad e interactividad que permiten mayor conexión entre los usuarios o público y los emisores de información.

Pero los jóvenes consideran que el periodismo digital es la forma moderna de comunicar en el Internet con inmediatez innovando diferentes formatos del periodismo impreso y audiovisual que se está acostumbrado a presenciar en los medios radioeléctricos e impresos; solamente que el digital integra todos esos componentes y tiene la ventaja de ofrecer a los usuarios la posibilidad de interactuar con los que gestionan los contenidos en los sitios web informativos.

Adicionalmente la juventud que se forma en el ámbito de la comunicación social expresa que el periodismo 2.0 se caracteriza por la instantaneidad y por tener un lenguaje y diseño atractivo.

El ciberperiodismo también integra el audio, video, la fotografía, gráfico o icnográfico en un solo formato. Sin embargo, esa articulación de los diferentes soportes no se ha desarrollado apenas en el entorno del ciberperiodismo por la falta de condiciones técnicas de la red en la actualidad (Crystal, 2002, p. 19).

## RELACIÓN ENTRE REDES SOCIALES Y PERIODISMO DIGITAL

Los jóvenes estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila se encuentran registrados en Facebook, Twitter, Whatsapp, Youtube, Instagram y otras redes sociales, por donde ejercen la interacción, consumen y producen información periodística, tomando en consideración las características de los medios sociales como la instantaneidad, la interactividad, el lenguaje multimedia y lo hipertextual; la conexión con personas y medios de comunicación para propagar contenidos por la infosfera comunicacional.

Cuando se habla de multimedia en el ámbito de la comunicación se alude a dos realidades: por un lado, a los lenguajes, y por otro, a los medios. En el plano de los lenguajes o *plano comunicativo*, el adjetivo multimedia identifica a aquellos mensajes informativos transmitidos, presentados o percibidos unitariamente a través de múltiples medios (Salavarría, 2001, p. 385).

Hay otro elemento importante implícito en ambos como lo es la hipertextualidad donde el ciberperiodista sitúa el hipertexto dentro del contenido de la información periodística redactada en las redes sociales, para que de ese modo el usuario se pueda enlazar o conectar, de manera directa, con la misma información ya publicada en la edición digital del medio de comunicación. Esta virtud permite que el ciudadano interactúe mejor con los contenidos que va buscando, proporcionándole en alguna medida un criterio y análisis acerca de la información que está observando (Quiroz, 2014, p. 291).

Algo similar sucede cuando se habla de interacción pues en la visión de Ramón Salavarría la misma sucede cuando el usuario busca la forma o crea enlace con el medio de comunicación a través de sus comentarios, pero aclara que ese individuo no necesariamente vaya a recibir respuesta por parte del medio, sino más bien en base a la información que suministró puede interactuar con otros

integrantes de las redes sociales que estén interesados en la misma noticia promoviéndose así el intercambio de ideas.

Estos mismos elementos que la juventud considera que caracterizan a las redes sociales, también los esbozan en la conceptualización del periodismo digital, por lo que no se puede obviar los lazos y complementariedad existente entre ambos, pues al aplicar la hermenéutica a Salavarría (2014) se deduce que la vinculación entre periodismo y redes sociales propicia un mutuo enriquecimiento, debido a que los medios sociales se alimentan de la información que se encuentra elaborada y publicada en sitios web por profesionales de la comunicación social.

El periodismo digital también se beneficia del contacto más directo con la gente que proporcionan las redes sociales, las cuales no sustituyen a los medios, sino que las complementan (Ibíd.) y es por esa razón que los estudiantes de comunicación social expresan que utilizan los medios sociales para consumir y compartir información periodística, distraerse y estudiar.

La afinidad entre el ciberperiodismo y las redes sociales potencian los elementos que componen la comunicación digital y la amalgama de los mismos donde se ubican los componentes que dan vida al sistema que integra en una sola plataforma el audio, imagen, texto y video. Esta herramienta multimedia la denomina Ramón Salavarría en su libro “Las redes sociales como herramientas del periodismo digital” como la simplificación de la estructura de la información donde convergen múltiples formatos y géneros periodísticos elaborados por profesionales en el área.

Además, a diferencia de lo que sucede con las plataformas tradicionales, según Quiroz (2014) el comentario propalado por el usuario en las redes sociales no tiene en sí una restricción, es libre en todo su sentido, puesto que no pasa de forma directa, lamentablemente, por el filtro del redactor de prensa tradicional e

incluso de la edición digital para su divulgación, tal como si sucede con las «cartas del lector» que aún se observan (en los medios impresos tradicionales e incluso en los digitales).

Hay otros momentos importantes en el periodismo digital como el dinamismo en el contenido que favorece la lectura de información por parte de los usuarios, la comisión en el mensaje que no es preciso y redactado con lenguaje sencillo y la actualización de contenidos permanentemente, bondades que son reconocidas con amplitud por los jóvenes.

Aunque Puyosa (2010) defiende la figura del prosumidor (persona que produce y consume contenidos) o infocidadano, pero con el condicionante que deben de tener de competencias mediáticas, la disposición de participar y desenvolverse en las distintas redes globales. Según esta investigadora de la comunicación, donde los medios masivos fueron dejando a un lado el debate racional, “una nueva esfera pública conformada por ciudadanos en red que se conectan en la web está supliendo el espacio para el discurso deliberativo que las ciudades y sus áreas de libre tránsito ya no proporcionan”.

Contrariamente Salavarría (2014) resalta como positivo que los medios de comunicación incentiven a los ciudadanos, por medio de las redes sociales, a manifestar su opinión a través de encuestas o vía un comentario, fomentando así que los mismos usuarios debatan entre ellos, de manera alturada, acerca de un tema que aquellos y el medio de comunicación consideren relevante (p. 289). Sin embargo el investigador aclara que el periodista no debe verse influenciado por las apreciaciones de los usuarios al momento de redactar una información periodística o un análisis respecto a una situación de actualidad, pues ello conllevaría a una distorsión del periodismo en todos sus ámbitos.

“Ante esta situación, reiteramos que si bien el ciudadano puede llegar a tener la opción de publicar o postear, vía comentario, una información en la red social de algún medio masivo esto no significa, ni expresa, ni implícitamente, que el mismo sea considerado periodista o comunicador social, en defensa de una corriente a la que algunos individuos llaman «periodismo ciudadano»” (Ibíd.).

Aunque hay medios digitales que ofrecen a los usuarios la posibilidad de publicar contenidos en sus sitios web, los jóvenes que estudian comunicación social destacan la necesidad de diseñar áreas formativas que optimicen el ejercicio del periodismo digital.

## **BASES LEGALES**

Las bases legales de este trabajo especial de grado se fundamentan en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en los siguientes artículos:

### **Artículo 57**

Toda persona tiene derecho a expresar libremente sus pensamientos, sus ideas u opiniones de viva voz, por escrito o mediante cualquier otra forma de expresión, y de hacer uso para ello de cualquier medio de comunicación y difusión, sin que pueda establecerse censura. Quien haga uso de este derecho asume plena responsabilidad por todo lo expresado. No se permite el anonimato, ni la propaganda de guerra, ni los mensajes discriminatorios, ni los que promuevan la intolerancia religiosa. Se prohíbe la censura a los funcionarios públicos o funcionarias públicas para dar cuenta de los asuntos bajo sus responsabilidades.

### **Artículo 58**

La comunicación es libre y plural y comporta los deberes y responsabilidades que indique la ley. Toda persona tiene derecho a la información oportuna, veraz e imparcial, sin censura, de acuerdo con los principios de esta Constitución, así como a la réplica y rectificación cuando se vea afectada directamente por informaciones inexactas o agraviantes. Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a recibir información adecuada para su desarrollo integral.

Los jóvenes que en corto, mediano y largo plazo serán periodistas de la República y que en la actualidad hacen uso de los artículos 57 y 58 de la Constitución a través de la constante interacción que realizan por la Web 2.0 para informarse, compartir contenidos, entablar o consolidar amistades deben tener claros los procesos legales que respaldan el hecho comunicacional en la República Bolivariana de Venezuela, para que recalquen sus derechos en todos

los espacios donde ejerzan la profesión, pero también sean fieles cumplidores de los deberes establecidos en la carta magna.

## **Declaración Universal de los Derechos Humanos**

Artículo 19 Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

Precisamente el ejercicio de los elementos del periodismo digital que ejercen actualmente los jóvenes a través de las redes sociales, les permite expresarse libremente con la comunidad global que está conectada al Internet y que por naturaleza en ese proceso de interacción siempre tienen como referencia los medios digitales donde están insertas las herramientas que utilizan los profesionales de la comunicación social.

## **Ley Orgánica de Educación**

El numeral 2 del artículo 34 de la Ley Orgánica de Educación que le atribuye a las universidades planificar, crear, organizar y realizar los programas de formación, creación intelectual e interacción con las comunidades, en atención a las áreas estratégicas de acuerdo con el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación, las potencialidades existentes en el país, las necesidades prioritarias, el logro de la soberanía científica y tecnológica y el pleno desarrollo de los seres humanos.



El diseño de una propuesta formativa para beneficiar a estudiantes universitarios en el área del periodismo digital se relaciona con la Ley Orgánica de Educación, porque los contenidos teóricos y prácticos planteados para masificar el conocimiento en la Universidad Monteávila se vinculan al Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación, en el aspecto de la soberanía tecnológica con el énfasis en desarrollar a los seres humanos.

## ASPECTOS ÉTICOS

La investigación tiene amplia relación con los siguientes artículos del Código de Ética del Periodista Venezolano, pues los estudiantes de comunicación social deben cumplir con lo que establecen los siguientes artículos:

**Artículo 12.** Las informaciones falsas deben ser rectificadas espontánea e inmediatamente. Los rumores y las noticias no confirmadas deberán identificarse como tales.

**Artículo 17.** El periodista debe luchar por un ambiente comunicacional sano, en el sentido de procurar y promover el equilibrio de los mensajes que se emiten a la opinión pública.

La aplicación de estos artículos evitará que los futuros periodistas se vean empañados por comentarios, opiniones y demandas que deslegitimen su credibilidad ante la sociedad, por lo que es importante ejercer la responsabilidad comunicativa en el ejercicio del periodismo digital.

## **CAPÍTULO III. MARCO ORGANIZACIONAL**

Según el sitio web de la Universidad Monteávila, la misma fue aprobada por decreto el 2 de octubre de 1998, después de varios años de preparación que se habían iniciado hacia finales de 1989 con la invitación a algunos profesionales para que dieran un aporte específico a la educación superior venezolana. Ellos llevaron a cabo la elaboración de los proyectos que fueron presentados al Consejo Nacional de Universidades durante 1994-95.

Esta casa de educación superior está ubicada en el Distrito Capital, específicamente al final de la avenida El Buen Pastor, Boleíta Norte y cuenta con cuatro Facultades: Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, la Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información, la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas y la Facultad de Ciencias de la Educación, ofertando estudios de tercer nivel en las áreas de Administración de Empresas, Comunicación Social, Derecho y Educación.

Mientras que los estudios de cuarto nivel que oferta están las especializaciones en Derecho Procesal Constitucional, Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos, Periodismo Digital, Comunicación Organizacional y Proyectos Educativos Comunitarios.

### **Visión**

Conformar una comunidad de personas que promuevan y acojan la más variada multiplicidad de disciplinas en un permanente diálogo y armónica cooperación y que, junto a la profundización en los fundamentos y causas últimas de la realidad, aspiren a la plenitud del saber y del bien, dispuestos generosamente al servicio de la humanidad y del país.

## **Misión**

La Universidad Monteávila es una institución venezolana de educación superior, sin fines de lucro y con personalidad jurídica propia, dedicada a la formación académica y científica de profesionales competentes en sus áreas de especialidad. Se constituye como una comunidad de personas y saberes que se propone despertar y estimular en todos sus miembros el amor a la “sabiduría”, estableciendo entre ellos relaciones vivificadas por el amor de amistad, que comportan querer bien al amigo y querer el bien del amigo.

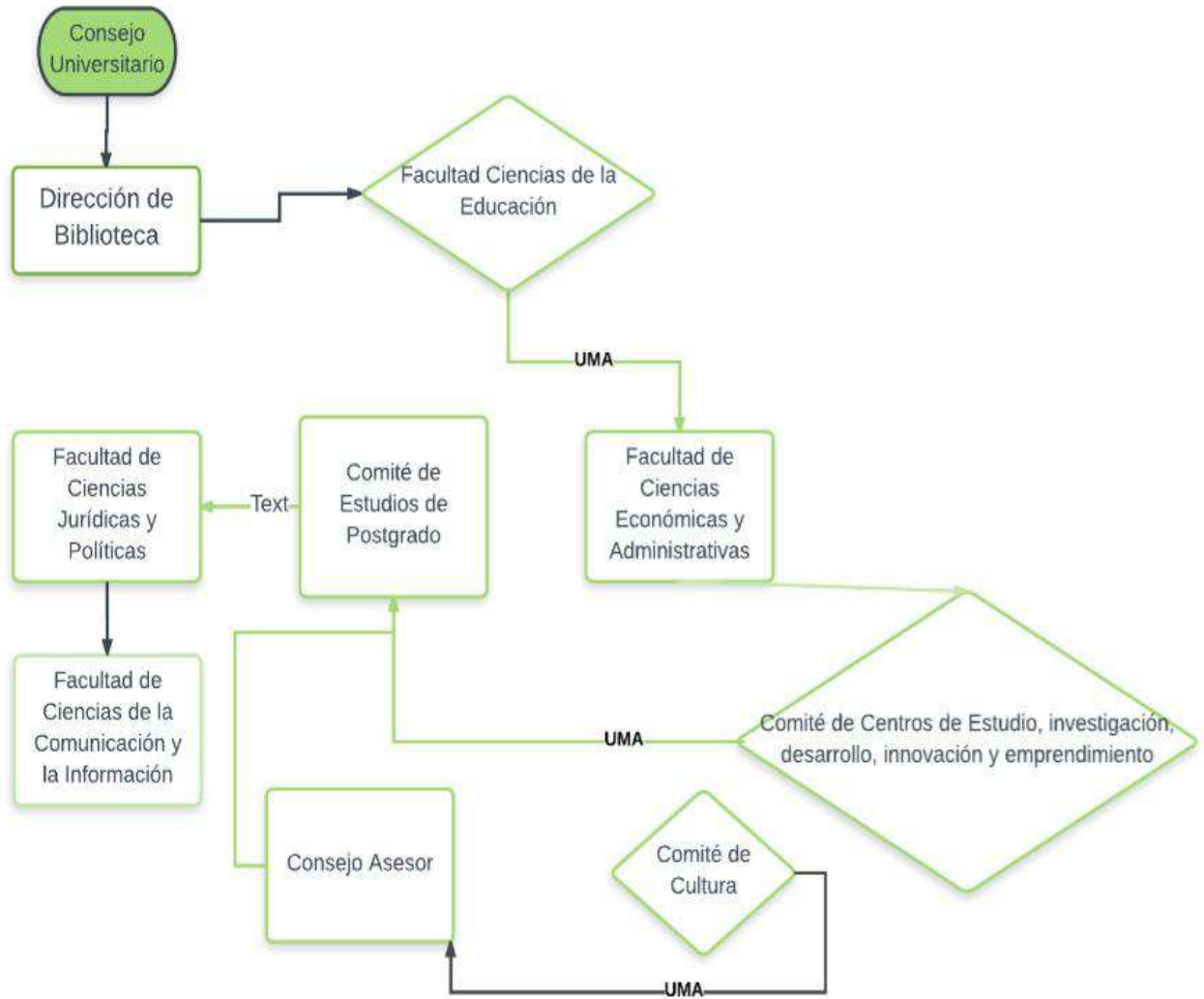
## **Valores**

Entre los valores más apreciados que orientan la vida universitaria de la Monteávila destacan:

- Reconocimiento de la eminente dignidad de la persona humana
- Trabajo esforzado ordenado al saber
- Promoción de la unidad de vida
- Conocimiento de la verdad
- Búsqueda y práctica del bien
- Contemplación de la belleza
- Aceptación integral y respetuosa del misterio del ser humano
- Atención permanente a la realidad
- Acompañamiento personal en el desarrollo de cada uno hacia la plenitud de sus potencialidades
- Convivencia afectuosa que deriva del conocerse y servir.

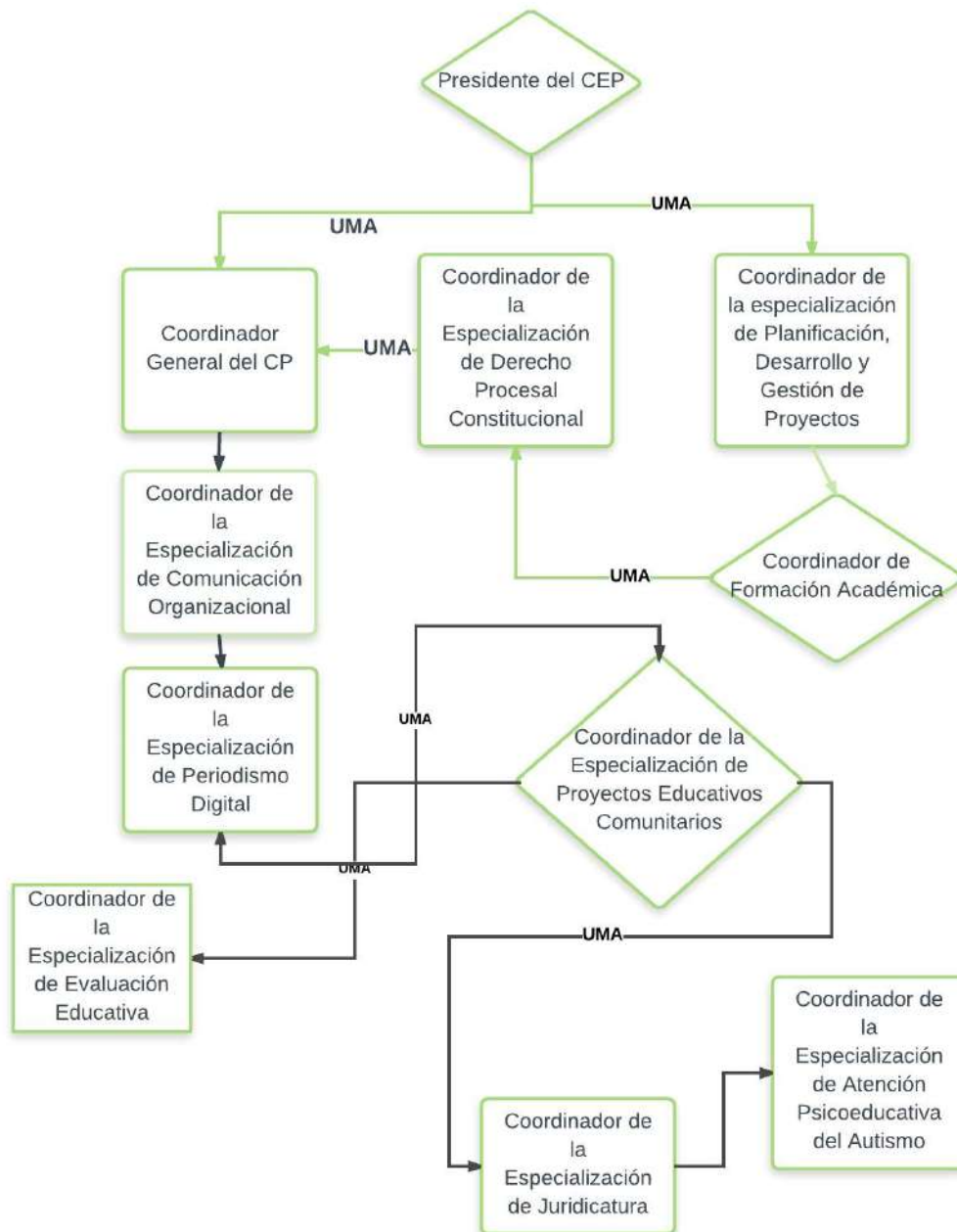


## ORGANIGRAMA GENERAL DE LA UNIVERSIDAD MONTEÁVILA





## COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO





## **CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO**

### **TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Es una investigación aplicada porque utilizará los conocimientos adquiridos a través de las teorías y percepciones de encuestados para elaborar una propuesta formativa sobre el uso de los elementos del periodismo digital dirigida a estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila, para la optimización de su futuro ejercicio profesional

Este tipo de estudios sigue una lógica diferente a la de enfoques de investigación de las otras fases de desarrollo de la ciencia, sin que por ello deje de cumplir con la necesaria rigurosidad teórico-metodológica, que subyace al quehacer científico (Vargas, 2009, p. 160).

Sin duda es un tipo de estudio que responde a una investigación y desarrollo, debido a que indaga sobre las necesidades reales de la población de estudiantes de la UMA para paliarlas con conocimientos que estarán diseñados en un documento y que serán aplicados según las prioridades que la universidad considere.

### **DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Los objetivos de la investigación no plantean alguna manipulación de variables, creación de realidades o situaciones, por esa razón es un estudio no experimental que observa fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos (Hernández Sampieri, 2006, p. 205).

El proceso de investigación es transaccional por recolectar los datos en un solo momento y en un tiempo único (Ibíd.: p. 208).

Alude a las fuentes vivas y por esa razón es de corte documental ya que se basa en el acopio, procesamiento, organización, análisis e interpretación de la documentación existente en un campo del conocimiento. En este tipo de investigación se consideran aquellos documentos como libros, revistas, enciclopedias, periódicos, tesis de grado, manuscritos en línea, entre otros que se vinculan directamente con el objetivo, los antecedentes y las bases teóricas. Se trata de proporcionar nuevos enfoques teóricos acerca del objeto de estudio a partir de la literatura existente (Hernández, 2012, p.154).

Este tipo de investigación estudia problemas con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza con apoyo, principalmente, en trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o electrónicos. La originalidad del estudio se refleja en el enfoque, criterios, conceptualizaciones, reflexiones, conclusiones, recomendaciones y, en general, en el pensamiento del autor (Upel, 2011, p. 20).

También es una investigación de campo por la aplicación de un cuestionario en línea a los estudiantes de comunicación social, cuyo resultado fue sometido al análisis sistemático para luego ser descritos, interpretados y comprender su naturaleza y factores constituyentes (Ibíd: p. 18).

En este estudio de campo se hizo uso de métodos y técnicas cuantitativas y cualitativas y la información obtenida es de suma utilidad porque permite corroborar, refutar, complementar y enriquecer las bases teóricas (Hernández, 2012, p. 155).

En la ejecución de los trabajos de este tipo, tanto el levantamiento de información como el análisis, comprobaciones, aplicaciones prácticas, conocimientos y métodos utilizados para obtener conclusiones, se realizan en el

medio en el que se desenvuelve el fenómeno o hecho en estudio (Muñoz, 1998, p. 93).

## **Población y muestra**

Para Balestrini (2006) la población se entiende como un conjunto finito o infinito de personas casos o elementos que presentan características comunes.

En el caso de este estudio la población está constituida por 901 estudiantes de pregrado de comunicación social de la Universidad Monteávila, según datos emitidos por control de estudios del alma mater.

### **Muestra**

Es un número de individuos u objetos seleccionados científicamente, donde cada uno es un elemento del universo. La muestra es obtenida con el fin de investigar, a partir del conocimiento de sus características particulares, las propiedades de una población (Ibíd.: p. 141).

En base a los criterios establecidos por Hernández Sampieri (2006, p. 241) se tomará una muestra no probabilística, donde la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra, es decir la selección de los individuos no depende de que todos tengan probabilidad de ser elegidos.

La muestra la integró el 16.98% del universo de estudiantes de pregrado de comunicación social de la Universidad Monteávila (901), cuya representación es de ciento cincuenta y tres (153) alumnos a los cuales se les aplicó un cuestionario en línea con la aplicación Google Drive, teniendo contacto directo con la población para hablarle de las bondades de la propuesta que deriva la investigación, admitiendo el uso de dos técnicas, un muestreo a conveniencia por

el investigador y otro por bola de nieve. La primera técnica es un muestreo fácil, eficiente y económico que permite pasar a otros métodos a medida que se colectan los datos (Salamanca y Crespo, 2007, p. 2) y la segunda es un método de acercamiento a poblaciones ocultas y es muy popular en la investigación epidemiológica y de comportamientos, donde el investigador contacta a cierto número de individuos aleatoriamente que deben cumplir ciertos requisitos, se les brinda la oportunidad de entrar en contacto con otros individuos de la población sujeto de estudio para acceder con profundidad a la población investigada (Estrada y Vargas, 2011, p. 271).

## **TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

La principal técnica de recolección de información utilizada es la encuesta en línea y presencial. Siguiendo los preceptos de (Hernández, 2012, p. 161) esta técnica conllevó al diseño de un cuestionario contentivo de interpelaciones redactadas de manera coherente, siguiendo objetivos precisos y una secuencia temática determinada, con interrogantes formuladas con preguntas abiertas, cerradas, filtro y control que coadyuvaron a describir una propuesta de formación sobre el uso de los elementos del periodismo digital dirigida a estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila, para la optimización de su futuro ejercicio profesional.

## **MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS**

Los datos obtenidos a través del cuestionario en línea fueron procesados con Google Drive que arroja con inmediatez los resultados de la muestra seleccionada, categorizándolos y generando las estadísticas por cada respuesta.

## OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Objetivos específicos	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Técnica recolección de datos	Fuente
Diagnosticar el interés de los estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila en el uso de las redes sociales, para la definición de sus gustos.	Redes sociales	Es un sitio en la red cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades (Urueña, Ferrari, Blanco y Valdecasa, 2011:12).	Nuevas formas de comunicación	Facebook Twitter Instagram Youtube	Cuestionario y entrevistas	Libros
Diagnosticar el nivel de conocimiento de los estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila sobre el periodismo digital, para la identificación de sus carencias formativas.	Conocimiento	Es un producto de la actividad social que se produce, se mantiene y se difunde en los intercambios con los otros (Deval, 1997: 1).	Manejo conceptual y pragmático de los elementos del periodismo digital	Multimedialidad Interactividad Hipertextualidad	Cuestionario	Libros e Internet

Objetivos específicos	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Técnica recolección de datos	Fuente
<p>Identificar el ejercicio del periodismo digital a través de las redes sociales de los estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila, para la definición de los aspectos de la propuesta.</p>	<p>Periodismo digital</p>	<p>La especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos (Salaverría, 2001: 323).</p>	<p>Socialización de contenidos por plataformas web con criterio periodístico.</p>	<p>Producción de contenidos.</p> <p>Consumo de contenidos en el Internet.</p>	<p>Cuestionario</p>	<p>Libros e Internet</p>

## CAPÍTULO V. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS DE DATOS Y PROPUESTA

A continuación se muestran los resultados arrojados con la aplicación del cuestionario online a ciento cincuenta y tres estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila, la cual se denominó uso de los elementos del periodismo digital a través de las redes sociales, donde se realizaron dieciocho preguntas a los participantes tal como se muestran a continuación:

**Gráfico 1**  
**Sexo de los participantes**

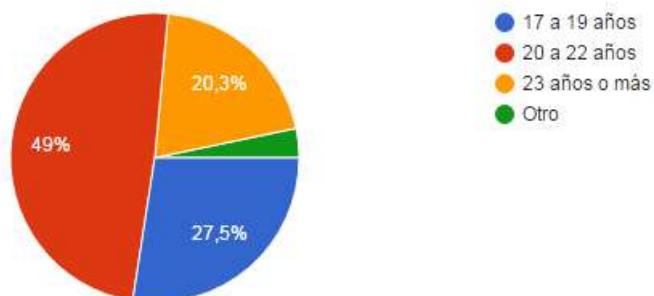


*Gráfico 1.* El cuestionario uso de los elementos del periodismo digital a través de las redes sociales fue contestado por ciento cincuenta y tres (153) estudiantes de la Universidad Monteávila, donde el 55,6% pertenecen al sexo femenino y el 44,4% al masculino.

### **Gráfico 2** **Grupo etario**

Los estudiantes que utilizan las redes sociales para interactuar en el mundo del periodismo digital son mayores de 17 años de edad

Edad (153 respuestas)



*Gráfico 2.* El 49% de los encuestados tiene entre 20 y 22 años, el 20,3% iguala y sobrepasa la edad de 23 años y el grupo etario entre 17 y 19 años fue de 27,5%, según los resultados obtenidos.



### Gráfico 3

#### Año que cursan los encuestados

En el llenado de la encuesta participaron estudiantes de comunicación social desde el primer hasta el quinto año de la carrera.

Año que cursa (153 respuestas)

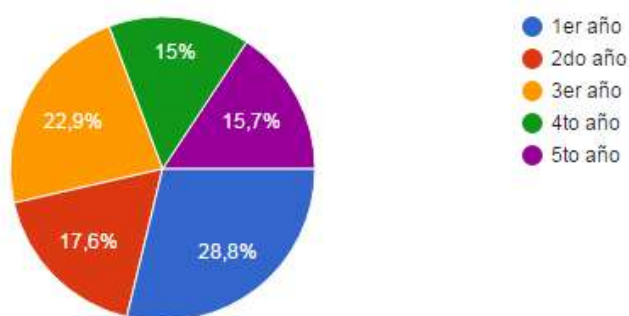


Gráfico 3. El cuestionario fue llenado por el 28,8% de los estudiantes del primer año, el 17,6% que cursa el segundo año, el 22,9% que estudia el tercer año, el 15% pertenece al cuarto año y 15,7% al quinto año de la carrera de comunicación social.

## Gráfico 4

### Redes sociales en la que se encuentran registrados

Los medios sociales por los que los 153 jóvenes ejercen la interacción con terceros sobre los elementos del periodismo digital se muestran a continuación:

#### 1. Selecciona los nombres de las redes sociales en las que te encuentras registrado

(153 respuestas)

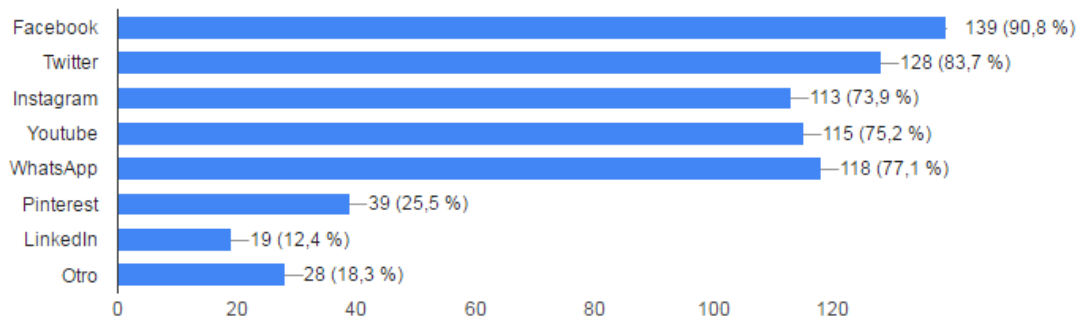


Gráfico 4. El 90,8% de los estudiantes se encuentran registrados en Facebook, 83,7% Twitter, 77,1% Whatsapp, 75,2% Youtube, 73,9% Instagram, 25,5% Pinteres, 12,4% Linkedin y 18,3% usa otras redes como Periscope, snapchat y Badoo.

#### 2. ¿Cómo defines a las redes sociales?(153 respuestas)

Al resumir las 153 respuestas emitidas por los jóvenes de la Universidad Monteávila sobre este concepto, ellos consideran que las redes sociales forman parte de un fenómeno que agrupa personas en diferentes sub grupos por edades, gustos y círculos amistosos, como estrategia eficaz para establecer diálogos al instante. Por esta razón las redes sociales se encuentran en sitios web que enlazan a las sociedades a través de un sistema de comunicación digital.

Además, los estudiantes universitarios consideran que las redes sociales son pequeños medios de comunicación que permiten la interactividad, el

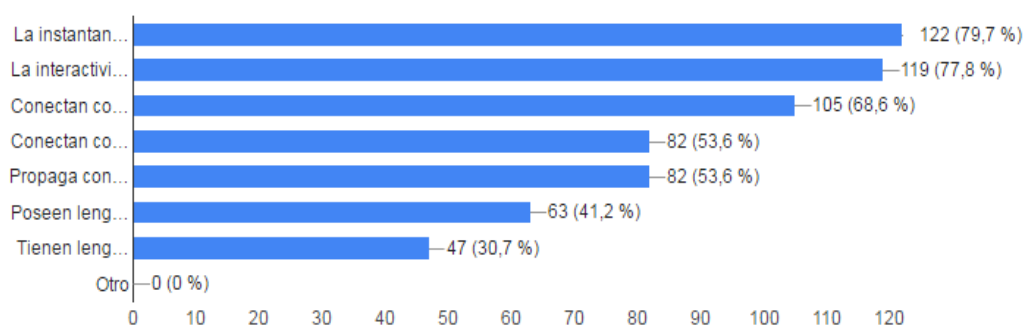
entretenimiento y la inmediatez para mantenerse informado, intercambiar ideas y opiniones con amigos y conocidos.

### **Gráfico 5**

#### **Características de las redes sociales**

Los estudiantes identificaron los elementos que consideran le dan forma a las redes sociales.

#### 3. ¿Qué caracteriza a las redes sociales? (153 respuestas)



*Gráfico 5.* 79,7% de la población consultada dice que las redes sociales se caracterizan por la instantaneidad, 77,8% expresa que por la interactividad, 68,6% considera que conectan con personas, 53,6% manifiesta que conectan con medios de comunicación y propaga contenidos, 41,2% señala que poseen lenguaje multimedia y el 30,7% indica que tienen lenguaje hipertextual.

## Gráfico 6

### ¿Por qué utilizas las redes sociales?

En la justificación que exponen los jóvenes en sus respuestas sobre el uso de las redes sociales, validan la existencia de los prosumidores, porque consumen y comparten información de terceros y de elaboración propia.

#### 4. ¿Por qué utilizas las redes sociales? (153 respuestas)

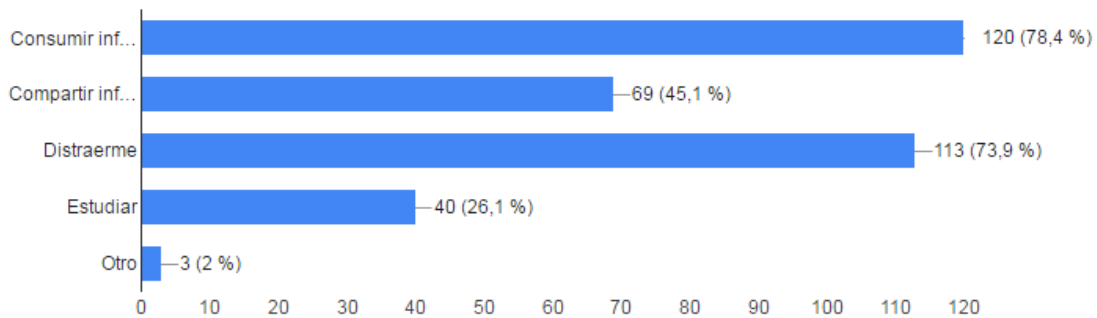


Gráfico 6. El 78,4% de los estudiantes de comunicación social expresan que utilizan las redes sociales para consumir información periodística, 45,1% para compartir información periodística, el 73,9% para distraerse, 26,1% para estudiar y solo 2% las usa para otras actividades.

### Gráfico 7

#### Consumo diario

Los jóvenes tienen mucha actividad diaria de intercambio de información en las redes sociales.

#### 5. ¿Cuántas horas diarias dedicas a las redes sociales? (153 respuestas)

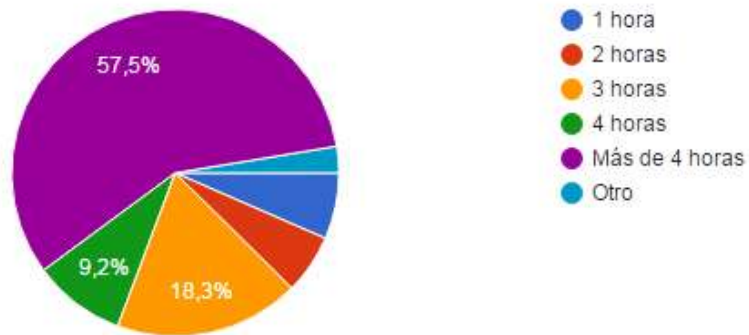


Gráfico 7. 57,5% de los encuestados dedica más de cuatro horas a las redes sociales diarias, 9,2% se sumerge diariamente cuatro horas en los medios sociales, mientras que 18,3% navega solamente tres horas, 5,9% solamente entra a sus redes dos horas y 6,5% se mete en la comunidad online solamente una hora.

### Gráfico 8

#### Equipos utilizados para navegar

Los jóvenes usan diversos dispositivos para conectarse a la sociedad red diariamente

#### 6. ¿Qué equipos utilizas para navegar en Internet? (153 respuestas)

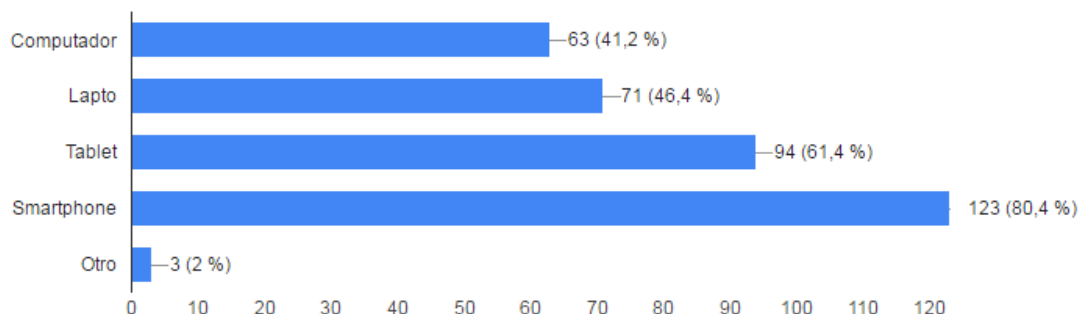


Gráfico 8. El medio más usado por los estudiantes para navegar en Internet es el Smartphone por eso 80,4% se conecta más a la Web a través de ese dispositivo, mientras que 61,4% lo hace desde una tablet, 46,4% se mete a la aldea global desde una lapto y 41,2% desde un computador de escritorio.

### Gráfico 9

#### Periodismo digital

Existe una aproximación de los jóvenes sobre el significado del periodismo digital

7. ¿Conoces que es el periodismo digital? (150 respuestas)

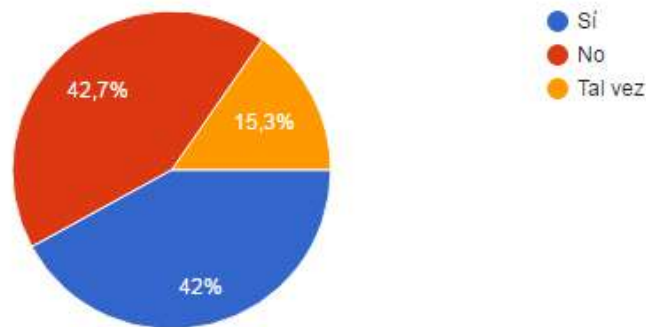


Gráfico 9. 42,7% de los consultados no conoce que es el periodismo digital, sin embargo 42% asegura que lo conoce y el 15,3% expresa que tal vez puede tener conocimiento sobre él.

8. Define con tus propias palabras que entiendes por periodismo digital (60 respuestas)

Los jóvenes consideran que el periodismo digital es la forma moderna de comunicar en el Internet con inmediatez innovando diferentes formatos del periodismo impreso y audiovisual que se está acostumbrado a presenciar en los medios radioeléctricos e impresos; solamente que el digital integra todos esos componentes y tiene la ventaja de ofrecer a los usuarios la posibilidad de interactuar con los que gestionan los contenidos en los sitios web informativos.

Adicionalmente la juventud que se forma en el ámbito de la comunicación social expresa que el periodismo 2.0 se caracteriza por la instantaneidad y por tener un lenguaje y diseño atractivo.

### Gráfico 10

#### Preferencias en el periodismo digital

Los elementos que conceptualizan el periodismo digital son reconocidos por 150 encuestados.

9. ¿Qué te gusta del periodismo digital? (150 respuestas)

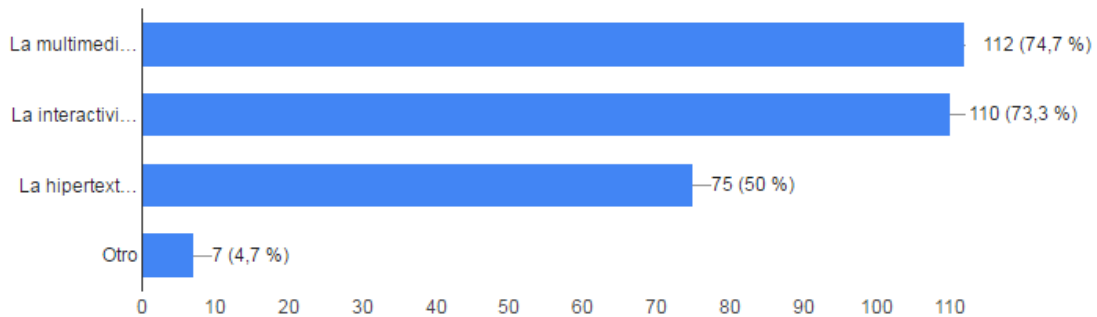


Gráfico 10. Al 74,7% de los jóvenes les gusta del periodismo digital la multimedialidad, al 73,3% la interactividad, al 50% la hipertextualidad y al 4,7% otras funciones del ciberperiodismo.



## Gráfico 11

### Medios que siguen

Los jóvenes siguen a través de las redes sociales sitios web informativos que ejercen el periodismo digital

#### 10. ¿Cuáles medios de comunicación sigues en las redes sociales

(150 respuestas)

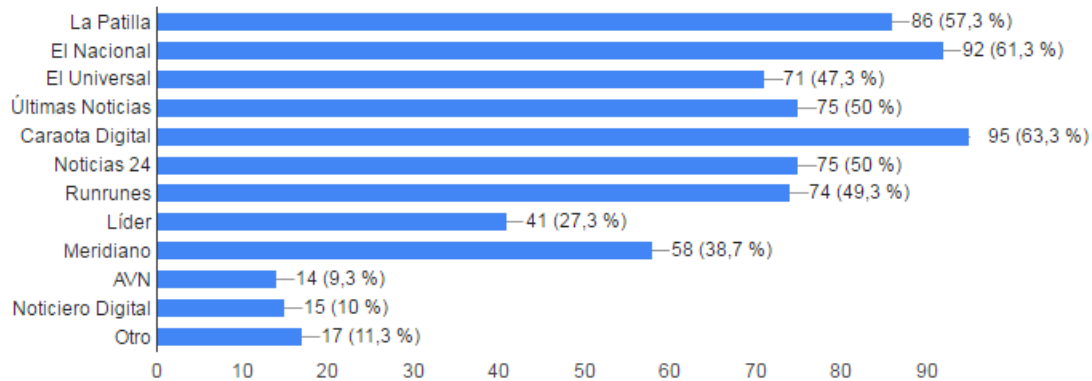


Gráfico 11. En cuanto a los medios de comunicación que siguen los estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila, 63,3% sigue a Caraota Digital, 61,3% al El Nacional, 57,3% La Patilla, 50% a Últimas Noticias y Noticias 24, 49,3% a Runrunes, 47,3% a El Universal, 38,7% a Meridiano, 27,3% a Líder, 10% a Noticiero Digital, 9,3% a la Agencia Venezolana de Noticias (AVN) y un 11,3% a otros medios.

## Gráfico 12

### Justificación

Los jóvenes argumentan su preferencia sobre los medios digitales reconociendo otros elementos que integran el periodismo digital

#### 11. ¿Por qué sigues a esos medios? (150 respuestas)

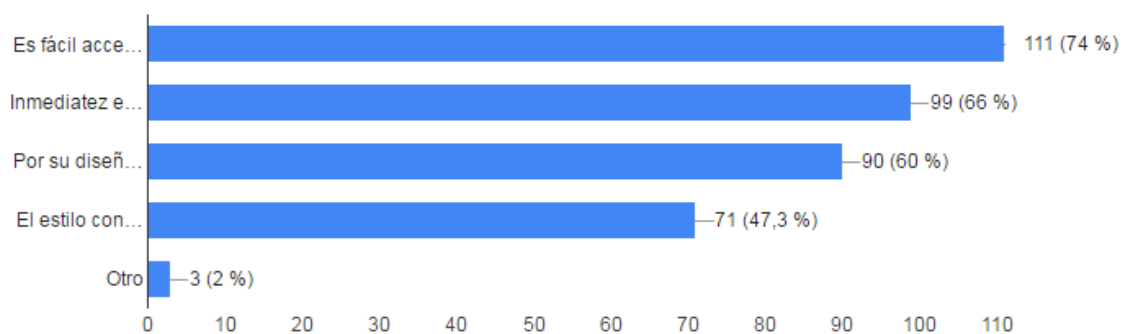


Gráfico 12. El 74% de los estudiantes siguen a los medios de comunicación porque es fácil acceder a su web, el 66% por la inmediatez en la información, 60% por su diseño web, 47,3% por el estilo con el que presentan los contenidos y el 2% por otras razones que ven agradables en estos medios.

### Gráfico 13

#### Interacción

Las formas de interacción de los jóvenes con los sitios web detallan los tres elementos de participación que impulsan con los medios que reflejan contenidos del periodismo digital

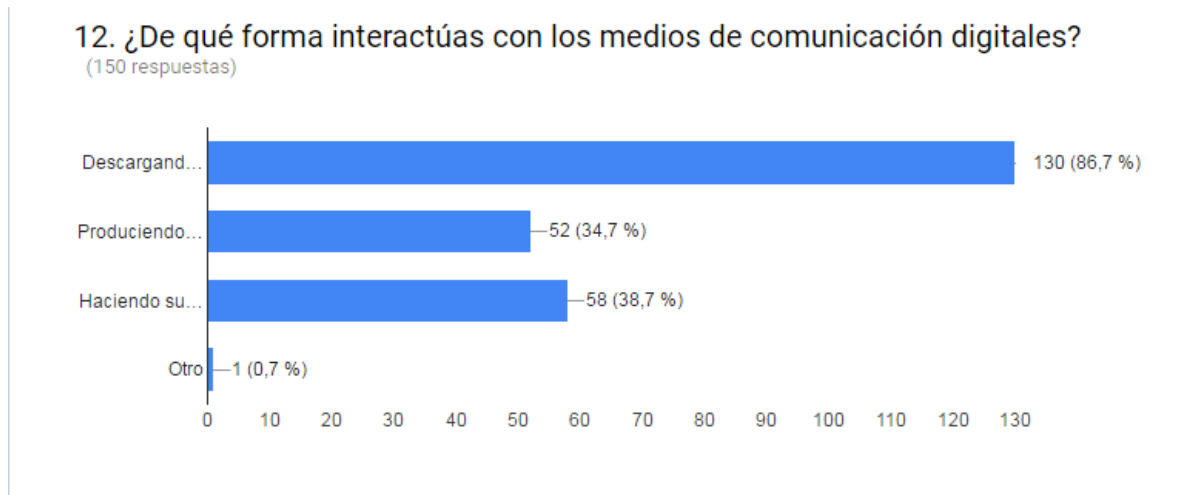


Gráfico 13. .El 86,7% de los encuestados consideran que interactúan con los medios digitales descargando contenidos, 34,7% produciendo contenidos, 38,7% haciendo sugerencias y un 0,7% lo hace de otra forma.

### Gráfico 14

#### Tipo de contenidos

El consumo de contenidos de los jóvenes por los medios digitales integra el aspecto multimedia, elemento necesario para que exista periodismo digital.

#### 13. ¿Qué tipo de contenido lees, descargas o visitas en las redes sociales y medios de comunicación digitales?

(150 respuestas)

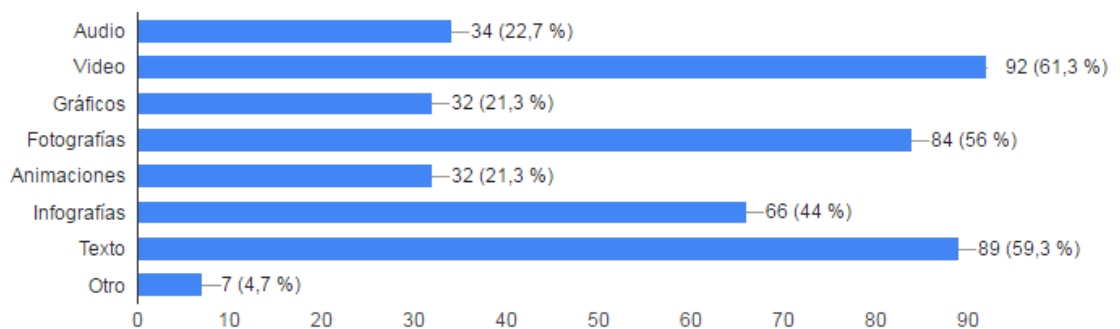


Gráfico 14. El 61,3% de los estudiantes encuestados descarga contenidos de las redes sociales y medios digitales video, seguido de un 59% que consume textos de la Web, un 56% fotografías, 44% infografías, 22,7% audio, 21,3% gráficos y animaciones, 4,7% otros contenidos.

#### 14. Comenta sobre los contenidos que lees, descargas o visitas en las redes sociales y medios de comunicación digitales. (63 respuestas)

Los jóvenes consumen de los medios digitales contenidos noticiosos relacionados con el deporte, salud, política, economía, cultura y sucesos, que luego los comparten por sus redes sociales. Esta acción potencia el rol del periodismo digital porque es multiplicado por los diferentes actores que los siguen en los medios sociales.

### Gráfico 15

#### Presencia juvenil en los medios digitales

Los jóvenes también tienen su cuota de participación en el ejercicio del periodismo digital a través de aportes que han realizado a través de las redes sociales.

15. ¿Algún medio digital ha publicado contenidos tuyos en su sitio web?

(150 respuestas)

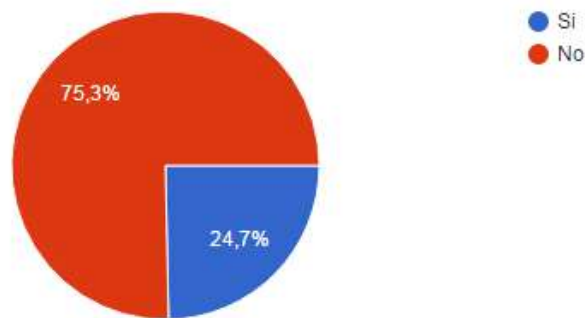


Gráfico 15. 75,3% de los consultados aseguras que ningún medio digital ha publicado sus contenidos, mientras que el 24,7% dice que si le han publicado algún contenido en un sitio informativo.

### Gráfico 16

#### Medios que comparten los contenidos elaborados por los jóvenes

Detalles de los medios digitales que consideraron importante difundir contenidos producidos por los estudiantes de comunicación social.

16. ¿Qué medio (s) ha publicado tus contenidos en su sitio web? (20 respuestas)

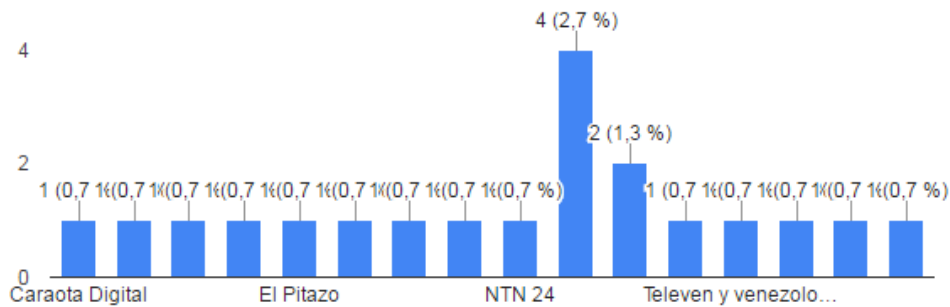


Gráfico 16. Muy pocos medios han publicado contenidos elaborados por los estudiantes como Noticias 24 que según el 1,3% de los encuestas es el medio que le ha dado acceso a las informaciones de los jóvenes, un 0,7% señala que los sitios web también les publicaron contenidos son Caraota Digital, El Pitazo, NTN 24, El Estímulo.com, Ipys Venezuela, Televen y Venezología.

## Gráfico 17

### Contenidos que comparten

Los jóvenes socializan contenidos multimediatícos propios y de terceros para los medios digitales.

#### 17. ¿Qué tipo de contenido compartes por las redes sociales para los medios de comunicación digitales?

(145 respuestas)

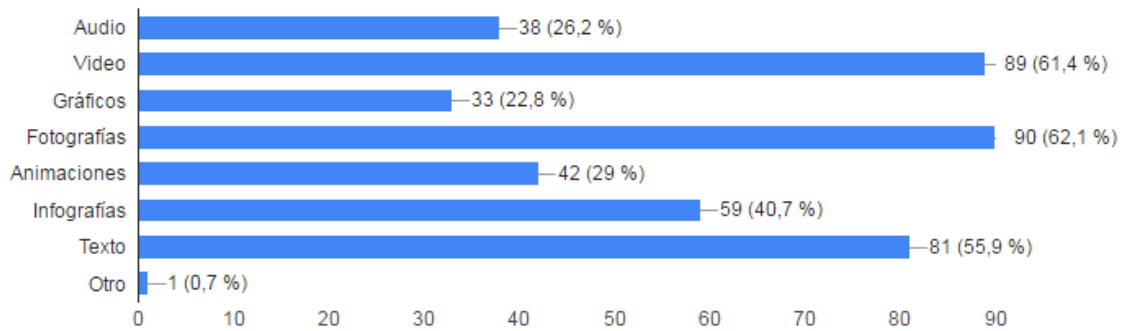


Gráfico 17. El 62,1% de los encuestados comparte fotografías por las redes sociales para los medios digitales, 61,4% socializa video, seguido de un 55,9% que difunde texto, 40,7% infografías, 29% animaciones, 26,2% audio, 22,8% gráficos y 0,7% otros formatos.

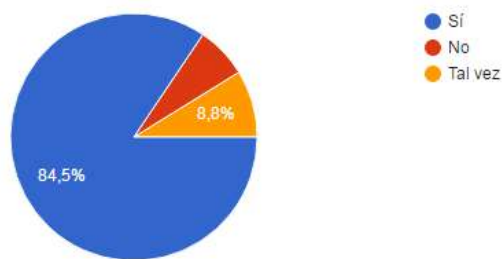
## **Gráfico 18**

### **Crear asignatura**

Es necesario avanzar en la creación de propuestas que incentiven a los futuros comunicadores sociales a conocer con mayor énfasis el periodismo digital.

18. ¿Consideras que la UMA debe crear una asignatura sobre el uso de las redes sociales para ejercicio del Periodismo Digital?

(148 respuestas)



*Gráfico 18.* Finalmente un 84,5% de los estudiantes considera que la Universidad Monteávila debe crear una asignatura sobre el uso de las redes sociales para el ejercicio del periodismo digital, un 6,8% dice que no hace falta esa área formativa y un 8,8% expresa que tal vez pudiera crearse esa materia.

Los elementos que le dan vida al periodismo digital se ven presentes en los resultados del cuestionario aplicado a 153 alumnos de la UMA donde el 55,6% pertenecen al sexo femenino y el 44,4% al masculino, el 49% tiene entre 20 y 22 años, el 20,3% iguala y sobrepasa la edad de 23 años y el grupo etario entre 17 y 19 años fue de 27,5%.

Esta Investigación aplicada, no experimental y de campo identificó las redes sociales en las que se encuentran registrados los estudiantes donde el 90,8% utiliza Facebook, 83,7% Twitter, 77,1% Whatsapp, 75,2% Youtube, 73,9% Instagram, 25,5% Pinteres, 12,4% Linkedin y 18,3% usa otras redes como Periscope, snapchat y Badoo.



También se diagnosticó el conocimiento que poseen sobre las redes sociales y el periodismo digital, donde un alto porcentaje desconoce conceptualmente las nuevas formas de comunicación en la web, aunque ejercen la socialización de contenidos por algunas plataformas de medios digitales muy populares en la población venezolana.

Entre los elementos que más le gustan a los jóvenes del periodismo digital se encuentra la hipertextualidad con un 75% de preferencia, la multimedialidad con 74,7% y la interactividad con 73,3%, debido a que en los medios web que siguen en sus redes sociales o visitan ofrecen inmediatez en la información, son de fácil acceso, tiene un atractivo diseño de sus páginas web y tienen un estilo particular con el que presentan los contenidos que descargan y comparten con terceros, donde se destaca el audio, video, gráficos, fotografías, animaciones, infografías y texto.

## **ASPECTO CONCEPTUAL**

La investigación está inmersa en el periodismo digital porque su argumentación teórica relata aspectos importantes como la sociedad red de Manuel Castell donde los cibernautas están en la estructura de producción, consumo, reproducción de contenidos y sobretodo en la interacción que es un elemento significativo que sobresale en el periodismo que se pone en práctica por Internet.

Lo multimedia e hipertextual también están presentes en el estudio explicado con el sustento de Ramón Salavarría y apoyado por otros autores que también coinciden en la digitalización de los contenidos al juntar texto, audio, gráficos y videos en una sola plataforma que permite tener múltiples miradas y públicos diversos.

Además la relación entre redes sociales y periodismo digital está presente como eje central que le da vida a la propuesta formativa que fortalecerá la relación de los jóvenes con el entorno virtual, para que optimicen su desempeño en el ejercicio de la profesión de la comunicación social.

## **Sobre la propuesta formativa**

Esta propuesta se elabora para que sea tomada en cuenta por la Facultad de Comunicación de la Universidad Monteávila y se incorpore al plan de estudios de pregrado con la intención de optimizar la formación de los futuros periodistas que deben conocer sobre los aspectos teóricos e instrumentales del periodismo que ejerce en la red.

Para ello es necesario que los cursantes de la carrera tengan conocimiento sobre la sociedad red, sociedad de la información y el conocimiento, redacción periodística en redes sociales, ciberperiodismo y sus bondades de multimedialidad, hipertextualidad e interacción.

Los aspirantes a periodistas podrán tener herramientas que los aproximarán al correcto uso de las redes sociales para intercambiar contenidos con usuarios y medios digitales por los cuales la información se procesa y multiplica en la aldea global como lo plantea McLuhan.

Esta iniciativa beneficia a los estudiantes y docentes de la carrera de comunicación de la Universidad Monteávila, las empresas, las universidades públicas y privadas del país, el Estado y los centros de educación media y diversificada que deseen innovar la formación de las nuevas generaciones de comunicadores.

### **¿Qué motivó el desarrollo de esta propuesta?**

Los resultados de una investigación realizada a 153 alumnos de la Universidad Monteávila donde el 55,6% pertenecen al sexo femenino y el 44,4% al masculino, el 49% tiene entre 20 y 22 años, el 20,3% iguala y sobrepasa la edad de 23 años y el grupo etario entre 17 y 19 años fue de 27,5%.

El cuestionario fue llenado por el 28,8% de los estudiantes del primer año, el 17,6% que cursa el segundo año, el 22,9% que estudia el tercer año, el 15% pertenece al cuarto año y 15,7% al quinto año de la carrera de comunicación social.

En ese estudio se detectó que el 90,8% de los estudiantes utiliza Facebook, 83,7% Twitter, 77,1% Whatsapp, 75,2% Youtube, 73,9% Instagram, 25,5% Pinteres, 12,4% LinkedIn y 18,3% usa otras redes como Periscope, snapchat y Badoo.

79,7% de la población consultada dijo que las redes sociales se caracterizan por la instantaneidad, 77,8% expresa que por la interactividad, 68,6% considera que conectan con personas, 53,6% manifiesta que conectan con medios de comunicación y propaga contenidos, 41,2% señala que poseen lenguaje multimedia y el 30,7% indica que tienen lenguaje hipertextual.

El 78,4% de los estudiantes de comunicación social expresaron que utilizan las redes sociales para consumir información periodística, 45,1% para compartir información periodística, el 73,9% para distraerse, 26,1% para estudiar y solo 2% las usa para otras actividades.

57,5% de los encuestados dedica más de cuatro horas a las redes sociales diarias, 9,2% se sumerge diariamente cuatro horas en los medios sociales, mientras que 18,3% navega solamente tres horas, 5,9% solamente entra a sus redes dos horas y 6,5% se mete en la comunidad online solamente una hora.

El medio más usado por los estudiantes para navegar en Internet es el Smartphone por eso 80,4% se conecta más a la Web a través de ese dispositivo, mientras que 61,4% lo hace desde una tablet, 46,4% se mete a la aldea global desde una lapto y 41,2% desde un computador de escritorio.

42,7% de los consultados no conoce que es el periodismo digital, sin embargo 42% asegura que lo conoce y el 15,3% expresa que tal vez puede tiene conocimiento sobre él.

Al 74,7% de los jóvenes les gusta del periodismo digital la multimedialidad, al 73,3% la interactividad, al 50% la hipertextualidad y al 4,7% otras funciones del ciberperiodismo.

En cuanto a los medios de comunicación que siguen los estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila, 63,3% sigue a Caraota Digital, 61,3% al El Nacional, 57,3% La Patilla, 50% a Últimas Noticias y Noticias 24, 49,3% a Runrunes, 47,3% a El Universal, 38,7% a Meridiano, 27,3% a Líder, 10% a Noticiero Digital, 9,3% a la Agencia Venezolana de Noticias (AVN) y un 11,3% a otros medios.

El 74% de los estudiantes siguen a los medios de comunicación porque es fácil acceder a su web, el 66% por la inmediatez en la información, 60% por su diseño web, 47,3% por el estilo con el que presentan los contenidos y el 2% por otras razones que ven agradables en estos medios.

El 86,7% de los encuestados consideran que interactúan con los medios digitales descargando contenidos, 34,7% produciendo contenidos, 38,7% haciendo sugerencias y un 0,7% lo hace de otra forma.

El 61,3% de los estudiantes encuestados descarga contenidos de las redes sociales y medios digitales video, seguido de un 59% que consume textos de la

Web, un 56% fotografías, 44% infografías, 22,7% audio, 21,3% gráficos y animaciones, 4,7% otros contenidos.

75,3% de los consultados asegura que ningún medio digital ha publicado sus contenidos, mientras que el 24,7% dice que si le han publicado algún contenido en un sitio informativo.

Muy pocos medios han publicado contenidos elaborados por los estudiantes como Noticias 24 que según el 1,3% de los encuestas es el medio que le ha dado acceso a las informaciones de los jóvenes, un 0,7% señala que los sitios web también les publicaron contenidos son Caraota Digital, El Pitazo, NTN 24, El Estimulo.com, Ipys Venezuela, Televen y Venezología.

El 62,1% de los encuestados comparte fotografías por las redes sociales para los medios digitales, 61,4% socializa video, seguido de un 55,9% que difunde texto, 40,7% infografías, 29% animaciones, 26,2% audio, 22,8% gráficos y 0,7% otros formatos.

Finalmente un 84,5% de los estudiantes considera que la Universidad Monteávila debe crear una asignatura sobre el uso de las redes sociales para el ejercicio del periodismo digital, un 6,8% dice que no hace falta esa área formativa y un 8,8% expresa que tal vez pudiera crearse esa materia.

Esta propuesta formativa sobre los elementos del periodismo digital que utilizan los estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila es importante para que los jóvenes conozcan los aspectos teóricos y prácticos sobre el uso de las redes sociales en el ejercicio del periodismo digital.

## **Lo interesante**

El uso de las nuevas tecnologías es cada vez más frecuente en la población joven que se conecta a través de dispositivos móviles, computadores portátiles y de escritorio para sumergirse en la aldea global en las que ejercen la interacción con múltiples culturas que dialogan sobre diversos temas.

En ese universo de opciones variadas que ofrece Internet se encuentra el periodismo digital, profesión que viene teniendo más auge a medida que se moderniza la Web 2.0 y por las bondades de integración de los formatos del periodismo tradicional para ofrecer multimedialidad, hiperxtualidad e interacción entre los medios digitales y los ciudadanos.

El ciberperiodismo en Iberoamérica, las redes sociales y el ciberperiodismo de Salavarría y otros estudios científicos de diversos estudiosos de las ciencias de la comunicación argumentan la realización de esta propuesta formativa, en la que previo a su elaboración se diagnosticó la forma como los jóvenes hacen uso de los elementos del periodismo digital a través de una encuesta online.

## **Objetivos de la propuesta**

- Formar a estudiantes en aspectos del periodismo digital.
- Incentivar el estudio teórico y conceptual sobre el periodismo digital.
- Estudiar las teorías vinculadas a la interacción en Internet.
- Enseñar las formas de redacción periodísticas en las redes sociales.



### **Contenidos propuestos**

- Sociedad red.
- Sociedad de la información y el conocimiento.
- Redes sociales.
- Ciberperiodismo.
- Relación entre redes sociales y periodismo digital.

SEMANA	CONTENIDO	ESTRATEGIA DE APRENDIZAJE	BIBLIOGRAFÍA
1-8	<b>Unidad 1: Sociedad Red</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Qué es la sociedad red.</li> <li>• Características de la sociedad red.</li> <li>• Que es la microelectrónica.</li> <li>• Producción de contenidos.</li> <li>• Reproducción de contenidos.</li> <li>• Consumo de contenidos en la Web.</li> <li>• Sociedad global y sus características.</li> <li>• Concepto de hipermediaciones.</li> <li>• Redes de información.</li> </ul>	Exposición grupal. Redacción de ensayos Examen escrito Talleres en el aula	Manuel Castell Martin Barbero David y Foray
9-17	<b>Unidad 2: Sociedad de la información y el conocimiento</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué es el Internet?</li> <li>• Tecnologías de la información y comunicación.</li> <li>• Digitalización de contenidos</li> <li>• Formato multimedia (texto, audio, gráficos y videos).</li> <li>• Plataforma binaria.</li> </ul>	Exposición grupal. Redacción de ensayos Examen escrito Talleres en el aula	Raúl Trejo
18-26	<b>Unidad 3: Redes Sociales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué son las redes sociales?</li> <li>• Características de las redes sociales</li> <li>• Perfil de los usuarios en las redes sociales</li> <li>• ¿Cómo se ejerce el periodismo en las redes sociales?</li> <li>• Ventajas y desventajas de la redacción periodística en Facebook y Twitter.</li> <li>• Verificar las fuentes.</li> </ul>	Exposición grupal. Redacción de ensayos Examen escrito Talleres en el aula Prácticas en el aula	Yulvitz Ramón Quiroz Pacheco  Sandra Crucianelli (Herramientas Digitales para Periodistas)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Redacción periodística en Facebook.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Textos breves</li> <li>- Uso de las preguntas</li> <li>- Empleo de citas directas</li> <li>-Las fotografías.</li> <li>- Frases inconclusas.</li> </ul> </li> </ul>		
26-29	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Redacción Periodística en Twitter</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-¿Qué es el hipertexto?</li> <li>-Uso correcto del retweet.</li> <li>-Empleo del hipertexto.</li> <li>-Los hashtags o etiqueta.</li> <li>-El citado de fuentes.</li> <li>-Geolocalización.</li> <li>-Programación de contenidos.</li> </ul> </li> </ul>	Exposición grupal. Redacción de ensayos Examen escrito Talleres en el aula Prácticas en el aula	Yulvitz Ramón Quiroz Pacheco
30-34	<p><b>Unidad 4: Ciberperiodismo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Teoría del periodismo digital</li> <li>• Elementos del periodismo digital <ul style="list-style-type: none"> <li>-Multimedialidad</li> <li>-Hipertextualidad</li> <li>-Interactividad</li> <li>-Diseño de la información</li> </ul> </li> <li>• Los cibermedios.</li> <li>• Contexto de la información en el periodismo digital.</li> <li>• Aspectos éticos en el periodismo digital.</li> </ul>	Exposición grupal. Redacción de ensayos Examen escrito Talleres en el aula	Ramón Salavarría

## **CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En la inmersión en el proceso de investigación que derivó en una propuesta formativa sobre los elementos del periodismo digital que utilizan los estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila, se examinaron estudios y teorías relacionadas con el ámbito del entorno virtual que contribuyeron para argumentar el planteamiento del problema, los antecedentes, bases teóricas y marco metodológico.

En esta investigación se resalta el rol de los usuarios de Internet, mejor conocidos como prosumidores por algunos estudiosos e investigadores de las ciencias sociales y de la comunicación, quienes destacan que estos cibernautas aprovechan la aldea global para compartir contenidos informativos y educativos en formato de audio, vídeo, imagen y texto, los cuales en su mayoría son registrados con dispositivos móviles y colocados en las redes sociales, donde se generan agradecimientos, insultos, burlas, violencia, simpatía, entre otros que confluyen en debates en los que cada usuario fija posición expresando su punto de vista.

El aspecto de integración entre redes sociales y periodismo digital es otro aspecto importante desarrollado con los argumentos de Ramón Salavarría quien le da alta importancia al tema, reafirmando la necesidad del trabajo que se debe seguir impulsando en el ciberperiodismo tomando en cuenta sus herramientas implícitas en la multimedialidad, la hipertextualidad y la interacción, donde los ciudadanos juegan un rol importante aportando insumos para las redacciones de los medios digitales.

Ante lo expuesto se recomienda que con los elementos de la propuesta formativa diseñada y con lo que consideraron los participantes en este estudio, se cree una asignatura sobre el uso de las redes sociales para ejercicio del Periodismo Digital para el pregrado de comunicación social de la Universidad Monteávila que ayude a fortalecer los contenidos que se dictan en la asignatura

relacionada con las tecnologías de la información y comunicación que dicta la casa de educación superior a los alumnos del primer año.

## REFERENCIAS

- AGUIRRE, J. (2016). *Comprender la Sociedad Red: Comunicaciones y Educación*. Caracas: Centro Gumilla.
- BALESTRINI, M. (2006). *Como elaborar el proyecto de investigación*. Caracas: Consultores Asociados. Servicio Editorial.
- BISBAL, M., NICODEMO, P. (2011). *Estudio: redes sociales hábitos y usos*. Recuperado el 20/02/17 de: <http://www.slideshare.net/espaciopublico/estudio-redes-socialesucab>
- CASTELLS, M, (2001). *Internet y la sociedad de red*. Recuperado el 20/02/2017 de: <http://tecnologiaedu.us.es/cuestionario/bibliovir/106.pdf>
- CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- CORDERO, Z. R. (2009). La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, 33(1), 155-165. Recuperado el 15/03/2017 de: [http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/45072932/invst\\_aplicada.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1490033646&Signature=HqgfFd1Vk5xuv44KuZKIlizWN9g%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DInvst\\_aplicada.pdf](http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/45072932/invst_aplicada.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1490033646&Signature=HqgfFd1Vk5xuv44KuZKIlizWN9g%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DInvst_aplicada.pdf)
- CORTÉS CAMPOS, R L; ZAPATA GONZÁLEZ, A; MENÉNDEZ DOMÍNGUEZ, V H; CANTO HERRERA, P J; (2015). El estudio de los hábitos de conexión en redes sociales virtuales, por medio de la minería de datos. *Innovación Educativa*, 15() 99-114. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179442126007>
- CRUCIANELLI, S. (2010). *Herramientas digitales para periodistas*. EEUU: Universidad de Texas. Recuperado el 14/03/2017 de: <https://knightcenter.utexas.edu/hdpp.pdf>
- DEL HOYO, M., FERNÁNDEZ, C., GARCÍA, M. (2014). “Jóvenes comprometidos en la red: el papel de las redes sociales en la participación social activa”. En: *Revista Comunicar, volumen XXII*

(número 43): pp.35-43. Recuperado el 12/02/2017 de [https://www.google.co.ve/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwikjP6M06\\_TAhWD4yYKHc0LAYMQFggqMAE&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F4738048%2F1.pdf&usg=AFQjCNFiaEXRUPQTQacFaNdQ7JxFhWeFug&sig2=U0VMtZjKBGfqyEjF7TkfKA](https://www.google.co.ve/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwikjP6M06_TAhWD4yYKHc0LAYMQFggqMAE&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F4738048%2F1.pdf&usg=AFQjCNFiaEXRUPQTQacFaNdQ7JxFhWeFug&sig2=U0VMtZjKBGfqyEjF7TkfKA)

DAVID, P., & FORAY, D. (2002). Una introducción a la economía ya la sociedad del saber. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 171, 7-28. Recuperado el 12/02/2017 de [http://web.sistemasfce.com.ar/episteme21/Epistemologia\\_digital/Unidad\\_IV/David\\_Paul\\_A\\_y\\_Foray\\_Dominique-Una\\_introduccion\\_a\\_la\\_economia\\_y\\_a\\_la\\_sociedad\\_del\\_saber.pdf](http://web.sistemasfce.com.ar/episteme21/Epistemologia_digital/Unidad_IV/David_Paul_A_y_Foray_Dominique-Una_introduccion_a_la_economia_y_a_la_sociedad_del_saber.pdf)

DELGADO - FLORES, C. (2013). Cinco tendencias marco para el estudio de la comunicación en la sociedad del conocimiento. *Revista Comunicación* (número 161). Centro Gumilla, Caracas, Venezuela pp. 30-40.

ESTRADA, J. H., & VARGAS, L. (2011). El muestreo dirigido por los entrevistados (mde) para acceder a poblaciones en condiciones de vulnerabilidad frente al vih: su aplicación en grupos de hombres que tienen sexo con hombres. *Facultad Nacional de Salud Pública*, 28(3). Recuperado el 16/03/2017 de: <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/fnsp/article/view/6400/7351>

ESTRADA, J. H., y VARGAS, L. (2011). "El muestreo dirigido por los entrevistados (mde) para acceder a poblaciones en condiciones de vulnerabilidad frente al VIH: su aplicación en grupos de hombres que tienen sexo con hombres". *Facultad Nacional de Salud Pública*, volumen 28 (número 3), pp. 265-281. Recuperado el 30/01/2017 de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rfnsp/v28n3/v28n3a08.pdf>

- FERRÉS, J., PISCITELLI, A. (2012). “La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores”. En: *Revista Comunicar, volumen XIX* (número 38), pp.75-82. Recuperado el 15/02/17 de: <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=38&articulo=38-2012-10>
- GARCÍA, R., RAMÍREZ, A., RODRÍGUEZ, M. (2014). “Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora”. En: *Revista Comunicar, volumen XXII* (número 43), pp.15-24. Recuperado el 20/01/17 de: <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=43&articulo=43-2014-01>
- GARDNER, H., y DAVIS, K (2014). *La Generación APP*. Barcelona, Buenos Aires y México: Editorial Paidós Iberica.
- HERNÁNDEZ- DÍAZ, G. (2012). *Cómo hacer un proyecto de investigación en comunicación*. Caracas: Ucab.
- HERNÁNDEZ, SAMPIERI y Otros. (2006). *Metodología de la Investigación*. Cuarta Edición. México.D.F: Mc Graw Hil. Recuperado el 18/01/2017 de: <https://www.google.co.ve/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF8#q=hernandez+sampieri+metodologia+de+la+investigacion+pdf+2006>
- LOZARES, C. (1996). *La teoría de redes sociales*, Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona. Departament de Sociología. Recuperado el 01/03/2017 de: <http://www.raco.cat/index.php/papers/article/viewFile/25386/58613>
- MARTIN BARBERO, J . (2 0 0 0). “C u l t u r a s / Tecnicidades/Comunicación” Programa Iberoamerica, OEI. Recuperado el 15/02/2017 de: <http://www.campus-oei.org/cultura/ barbero.htm>
- MEJÍA, O. (2012). *Uso de las redes sociales como medio comercial*. Nueva Guatemala de la Asunción: Universidad San Carlos de Guatemala.



Recuperado el 20/01/2017 de:  
[http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16\\_1059.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1059.pdf)

McLuhan, Marshall; Powers, B.R. (1995) La aldea global. Barcelona: Gedisa Editorial. Recuperado el 30/01/2017 de:  
[https://monoskop.org/images/2/2c/McLuhan\\_Marshall\\_Powells\\_BR\\_La\\_aldea\\_global.pdf](https://monoskop.org/images/2/2c/McLuhan_Marshall_Powells_BR_La_aldea_global.pdf)

MOLINA, G Y TOLEDO, R (2014) "Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes". Ecuador: Universidad del Azuay. Recuperado el 20/12/2016 de:  
<http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3659/1/10335.PDF>

MUÑOZ, C (1998): Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis. México: Editorial Prentce Hall Hispanoamericana, S.A. Recuperado el 26/01/2017 de  
<https://profmariajosesiezar.files.wordpress.com/2013/01/como-elaborar-una-y-asesorar-una-investigacion-de-tesis.pdf>

PUYOSA, I. (2010). "Ciudadanía en la red o la vanguardia de un proceso revolucionario". En: *Revista Comunicación*. Recuperado el 20/01/17 de:  
[http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM2010150\\_10-15.pdf](http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM2010150_10-15.pdf)

PUYOSA, I. (2012). "Los electores venezolanos, menos mediáticos más conectados". En: *Revista Comunicación* (número 158): pp. 56-60. Recuperado el 20/01/17 de:  
<http://www.gumilla.org/files/publications/COM%20158%20web%2016%20julio.pdf>

QUIROZ, Y. (2014). Las redes sociales como herramientas del periodismo digital social networks as tools of digital journalism. Lima. Recuperado el 12/03/2017 de:  
[http://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU\\_28\\_1\\_las-redes-sociales-como-herramientas-del-periodismo-digital.pdf](http://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_28_1_las-redes-sociales-como-herramientas-del-periodismo-digital.pdf)

RAYO, A. (2014) "Influencia del uso de las redes sociales en las relaciones familiares de jóvenes de 18 y 24 años que presentan adicción a las

mismas." Guatemala de la Asunción: Universidad San Carlos de Guatemala. Recuperado el 20/01/2017 de: <http://docplayer.es/7229450-Universidad-rafael-landivar-facultad-de-humanidades-licenciatura-en-psicologia-clinica.html>

ROJAS, C. (2011). "Las redes sociales en internet y su impacto en la comunicación organizacional universitaria". En: *Revista científica digital del centro de investigación y estudios gerenciales* Año 2 Edición Especial Junio-2011 (67-80). Barquisimeto. Recuperado el 20/01/17 de: [http://www.grupocieg.org/archivos\\_revista/2-Esp.%20Junio%202011%20\(67-80\)%20JIEGA%20carlos%20rojas\\_articulo\\_id39.pdf](http://www.grupocieg.org/archivos_revista/2-Esp.%20Junio%202011%20(67-80)%20JIEGA%20carlos%20rojas_articulo_id39.pdf)

SANTALLA DE BANDERALI, Z. (2011). Guía para la elaboración formal de reportes de investigación. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello

SALAMANCA, A. y CRESPO, C. (2007). "El muestreo en la investigación cualitativa". En: *Revista Nure Investigación*, (número 27), pp. 1-4. Recuperado el 20/02/2017 de: <http://www.nureinvestigacion.es/OJS/index.php/nure/article/view/340/330>

SALAVERRÍA, .RAMÓN (2014). El periodismo es un oficio que, más que mano de obra, necesita cabeza. Recuperado el 03/03/2017 de: <http://www.miquelpellicer.com/2014/03/ramon-salaverria-periodismo-oficio-entrevista-redacciones/>

SALAVERRÍA, .RAMÓN (2001). "Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental". En: *Revista Científicas Complutenses*. (Número 7). PP. 383-395 Barcelona. Recuperado el 20/02/2'17 de: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0101110383A/12866>

SALAVERRÍA, RAMÓN. (2005) Redacción periodística en Internet. Navarra,

TREJO, R. (2006). *Viviendo en el Aleph: la sociedad de la información y sus laberintos*. Barcelona: Editorial Gedisa. Recuperado el 20/02/17 de: <https://rtrejo.files.wordpress.com/2012/08/viviendo-en-el-aleph.pdf>

UNESCO. (2005). *Hacia las sociedades del conocimiento*. Recuperado el 20/02/17 de:  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141908s.pdf>

UNIVERSIDAD PEDAGOGICA EXPERIMENTAL LIBERTADOR (2011).  
*Manual de trabajos de grado de especialización y maestría y tesis doctorales*. Cuarta edición. Caracas: autor

VISON, I. (2010). Impacto de la promoción realizada por las empresas dominicanas a través de las redes sociales Facebook y Twitter, desde la perspectiva de los usuarios. Recuperado el 20/02/17 de:  
[http://www.pentui.com/files/PentuiCGI\\_Tesis\\_Red\\_Sociales.pdf](http://www.pentui.com/files/PentuiCGI_Tesis_Red_Sociales.pdf)

## **ANEXOS**

A continuación se presenta el instrumento de recolección de información utilizado:



## **USO DE LOS ELEMENTOS DEL PERIODISMO DIGITAL A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES**

El presente estudio se lleva a cabo para elaborar una tesis de especialización que se propone diseñar una propuesta de formación sobre el uso de los elementos del periodismo digital dirigida a estudiantes de comunicación social de la Universidad Monteávila, para la optimización de su futuro ejercicio.

- Contestar las preguntas es sencillo y rápido.
- No hay respuestas correctas ni incorrectas.
- Tus respuestas serán reflejadas en la investigación final, manteniendo tu nombre en el anonimato.

El cuestionario de la encuesta estará disponible desde el 13 hasta el 19 de marzo de 2017

### **Sexo**

- Masculino
- Femenino

### **Edad**

- 17 a 19 años
- 20 a 22 años
- 23 o más años

### **Año que cursa**

- 1er año
- 2do año
- 3er año
- 4to año
- 5to año

### **1. Selecciona los nombres de las redes sociales en las que te encuentras registrado**

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Youtube
- Whatsapp
- Pinterest
- Linkedin
- Otro

### **2. ¿Cómo defines a las redes sociales?**

---

---

### **3. ¿Qué caracteriza a las redes sociales?**

- La instantaneidad
- La interactividad
- Conectan con personas
- Conectan con medios de comunicación
- Propaga contenidos
- Poseen lenguaje multimedia
- Tienen lenguaje hipertextual
- Otra

**4. ¿Por qué utilizas las redes sociales?**

- Consumir información periodística
- Compartir información periodística
- Distraerme
- Estudiar

**5. ¿Cuántas horas diarias dedicas a las redes sociales?**

1. hora
2. horas
3. horas

Más de 4 horas

**6. ¿Qué equipos utilizas para navegar en Internet?**

- Computador
- Lapto
- Tablet
- Smartphone
- Otra

**7. ¿Conoces que es el periodismo digital?**

- Si
- No
- Tal vez

**8. Define con tus propias palabras que entiendes por periodismo digital.**

-----  
-----

**9. ¿Qué te gusta del periodismo digital?**

- La multimedialidad
- La interactividad
- La hipertextualidad
- Otra

**10. ¿Cuáles medios de comunicación sigues en las redes sociales?**

- La Patilla
- El Nacional
- El Universal
- Últimas Noticias
- Caraota Digital
- Noticias 24
- Runrunes
- Líder
- Meridiano
- AVN
- Noticiero Digital
- Otro

**11. ¿Por qué sigues a esos medios?**

- Es fácil acceder a su web
- Inmediatez en la información
- Por su diseño web
- El estilo con el que presentan los contenidos
- Otra

**12. ¿De qué forma interactúas con los medios de comunicación digitales?**

- Descargando contenidos
- Produciendo contenidos



- Haciendo sugerencias
- Otra

**13. ¿Qué tipo de contenido lees, descargas o visitas en las redes sociales y medios de comunicación digitales?**

- Audio
- Video
- Gráficos
- Fotografías
- Animaciones
- Infografías
- Texto
- Otro

**14. Comenta sobre los contenidos que lees, descargas o visitas en las redes sociales y medios de comunicación digitales**

-----  
-----

**15. ¿Algún medio digital ha publicado contenidos tuyos en su sitio web?**

- Si
- No

**16. ¿Qué medio (s) ha publicado tus contenidos en su sitio web?**

-----  
-----

**17. ¿Qué tipo de contenido compartes por las redes sociales para los medios de comunicación digitales?**

- Audio

- Video
- Gráficos
- Fotografías
- Animaciones
- Infografías
- Texto
- Otro

**18. ¿Consideras que la UMA debe crear una asignatura sobre el uso de las redes sociales para ejercicio del Periodismo Digital?**

- Si
- No
- Tal vez