



**Coordinación de Estudios de Postgrado
Especialización en Periodismo Digital**

Propuesta de programa de formación para periodistas ciudadanos

**Trabajo Especial de Grado presentado para optar al Título de Especialista
en Periodismo Digital**

Autor: Nabor Claret Ruiz Martínez

Tutor: Alfredo Gorrochotegui

Caracas, enero, 2011



(Carta de aprobación del tutor)

Caracas, 15 de enero de 2011

**Comité Académico de la Coordinación de Estudios de Postgrado
Especialización en Periodismo Digital**

Coordinación

Presente

Por este medio le comunico que he revisado el Trabajo especial de Grado titulado

Propuesta de programa de formación para periodistas ciudadanos
que está presentando el alumno: Nabor Claret Ruiz Martínez, C.I. 6.074.659
el cual avalo y considero reúne los requisitos para su evaluación y aceptación
por parte del Jurado examinador.

Se suscribe atentamente,

Dr. Alfredo Gorrochotegui

(Nombre y Firma del Tutor del Trabajo Especial de Grado)

C.I. _____

Dedicatoria

*Este trabajo de grado lo dedico
a todos los profesores y alumnos
venezolanos preocupados por mejorar
sus condiciones de vida en democracia,
con libertad de acción y pensamiento.*

Nabor.

Agradecimientos

*A mi esposa María, a mis hijas
Audrey y Mariana por acompañarme
en esta aventura.*

*A mis viejitos Romelia y José
quienes me formaron y alentaron en la vida.*

*A Marianne, María Eugenia, Alfredo,
mis otros docentes, y a mis compañeros de grado,
quienes con sus valiosos aportes
contribuyeron a la realización
del presente trabajo de grado.*

Elaboración de una propuesta de programa de formación para periodistas ciudadanos

Autor: Nabor Claret Ruiz Martínez

Tutor: Alfredo Gorrochotegui

Fecha: Enero, 15, 2011

Resumen

El presente Trabajo de Grado consiste en la elaboración de una **Propuesta de Programa de formación para periodistas ciudadanos**, con ello se busca dotarlos de competencias que le permitan mejorar su desempeño comunicacional orientado hacia el uso de la tecnología digital presente en *Internet*, sobre todo, hacia el manejo eficaz y eficiente de herramientas basadas en el enfoque *Web 2.0*, como son las redes sociales *Twitter*, *Facebook*, *Flirck*, y sitios colaborativos y cooperativos como *Blogger*, donde podrían establecer canales comunicativos interactivos a nivel comunitario, por esta razón se enmarca dentro del campo de la Sociología de la comunicación. Así mismo, se pretende capacitar a los participantes del taller sobre el manejo y elaboración de contenidos multimedia, en caso específico la optimización de fotografías mediante el programa de retoque fotográfico PhotoShop CS3 para su publicación digital, la elaboración de videos y *Podcast* para la difusión de este tipo de contenidos dinámicos en los sitios como *YouTube* o *Podcaster*. Mediante la aplicación del presente **Programa de formación para periodistas ciudadanos** se busca generar los aprendizajes colaborativos y conectivos que permitan los aprendizajes desde una perspectiva colectiva, comunitaria y participativa, de esta forma se establecerían los vínculos que permitan mejorar las condiciones socioculturales, económicas, sanitarias y preventivas de las personas asistentes al curso. Para apoyar el presente curso se diseñó el sitio [Acrópolis 2.0](#), donde los usuarios pueden encontrar materiales de apoyo y establecer feedback con las diversas herramientas mencionadas en el mismo.

Palabras clave: Comunicación, periodismo ciudadano, formación, tecnología, digital

Contenido

Hoja del jurado	1
Dedicatoria.....	2
Agradecimientos	3
Resumen	4
Introducción.....	9
Tema propuesto	12
Planteamiento del problema	12
Objetivo general.....	12
Objetivos específicos	12
 Capítulo I	
Marco teórico referencial.....	13
1.1. Los cambios tecnológicos y el entorno.....	13
1.2. Medios analógicos y su evolución a lo digital	13
1.3. Internautas y el enfoque Web 2.0 en medios digitales.....	18
1.4. Interacción y participación o ¿qué es el periodismo ciudadano?	21
 Capítulo II	
El nuevo rol del ciudadano participativo	25
2.1. Las redes sociales.....	25
2.2. Medios y redes sociales	26
2.3. Móviles y redes sociales	30

Contenido (continuación)

2.4	Algunas herramientas <i>Web 2.0</i>	32
2.4.1.	Red social: <i>Twitter</i>	33
2.4.2.	Red social: <i>Facebook</i>	35
2.4.3.	<i>Blogs</i> o bitácoras	36
2.4.4.	Fotografías en <i>Flirck</i>	37
2.4.5.	Videos en <i>YouTube</i>	37
2.4.6.	Sonidos en <i>Podcaster</i>	37
2.4.7.	Transmisión en vivo o <i>Streaming</i>	38
2.4.8.	Geolocalización en <i>Foursquare</i>	39
2.5.	Consideraciones generales educativas	40
	Teorías psicológicas del aprendizaje	42
	Teoría conductual.....	42
	Teoría cognitiva	43
	Teoría constructivista.....	44

Capítulo III

	Marco metodológico	47
3.1.	Diseño metodológico	47
3.2.	Tipo de estudio.....	47
3.3.	Modelo de aprendizaje psicológico	47
3.4.	Información básica sobre el taller propuesto	48
3.4.a.	Población	48

Contenido (continuación)

3.4.b. Nivel de los participantes	48
3.4.c. Justificación.....	49
3.4.d. Necesidad	49
3.4.e. Contexto	49
3.4.f. Expresiones de logro	50
3.4.g. Perfil de los participantes	50
3.4.h. Perfil del docente.....	50
3.4.i. La orientación	51
3.4.j. Medios empleados	51
3.4.k. Las estrategias metodológicas a ser empleadas	51
3.4.l. Duración del curso	52
3.4.m. La evaluación	53

Capítulo IV

Desarrollo del taller	54
Actividades presenciales por sesión	55
Sesión 1. Actividad 1	57
Sesión 1. Actividad 2	58
Sesión 1. Actividad 3	59
Sesión 1. Actividad 4	60
Sesión 1. Actividad 5	61

Contenido (continuación)

Sesión 1. Actividad 6	62
Sesión 1. Actividad 7	63
Sesión 1. Actividad 8	64
Conclusiones	65
Recomendaciones	70
Anexos	71
Referencias	75

INTRODUCCIÓN

La dinámica que ofrecen las herramientas digitales en el campo de la información no sólo está relacionada con los profesionales que laboran en los medios de comunicación, sean estos impresos o audiovisuales, sino que impacta y abarca a las audiencias, las cuales quieren asumir un papel protagónico y activo en la generación de contenidos y hacen uso de la tecnología a su alcance para establecerse como partícipes dinámicos dentro del proceso comunicativo.

El presente trabajo se enmarca dentro del campo de la Sociología de la comunicación, el cual tiene que ver con la forma en que se desempeñan las personas dentro de la dinámica comunicacional y los medios masivos, los cuales son instrumentos complejos donde convergen y se relacionan institucional y personalmente emisores y receptores dentro de los parámetros interactivos que la misma cultura social ofrece.

El objeto de estudio de este trabajo tiene que ver con el ámbito de formación de periodismo ciudadano, desde la perspectiva de mejorar las competencias cognitivas tecnológicas para optimizar el uso de las herramientas comunicacionales que el enfoque *Web 2.0* ofrece actualmente a los usuarios para la producción de sus propios contenidos comunicacionales en una forma más eficiente y eficaz.

El estudio está delimitado generalmente a la producción de contenidos digitales, no tiene relación directa con medios impresos, aunque en el apartado de adaptaciones fotográficas es posible que se toque el tema de optimización de las mismas para su posterior impresión en papel, sin embargo, la orientación principal del programa está dirigida a ser empleada mediante el uso de computadores, pantallas de dispositivos móviles o tabletas gráficas. En cuanto a los participantes se espera que los mismos cuenten con la motivación suficiente para adquirir y emplear los conocimientos técnicos que el programa les ofrece.

La presente propuesta de programa de formación para periodistas ciudadanos o los llamados ciudadanos colaborativos y participativos busca solventar las carencias

cognoscitivas que tienen las personas para manejar algunas herramientas tecnológicas y ayudar a organizar en forma lógica y eficaz los procedimientos de optimización en la producción de contenidos para ser difundidos en Internet, los cuales en muchas ocasiones, al no ser tratados adecuadamente impiden o limitan la difusión del contenido producido, tal y como la persona desea hacerlo.

El presente trabajo es una investigación aplicada y se enmarca, de acuerdo a lo sugerido por Yáber y Valarino (2007), dentro del contexto de la investigación-desarrollo, ya que se busca intervenir para cambiar o mejorar un proceso mediante una intervención cognitiva para modificar una realidad mediante nuevas soluciones propuestas dentro del programa de formación para periodistas ciudadanos o los llamados ciudadanos participativos y colaborativos.

En este sentido, al tratar de mejorar los procesos tecnológicos que conlleva la producción de contenidos para *Internet*, el programa de formación para periodistas ciudadanos o ciudadanos participativos y colaborativos mejoraría su rendimiento y facilitaría una mayor difusión de los mismos entre una mayor masa de usuarios, ya que los mismos no contendrían los errores comunes que cometen las personas durante la producción, carga y descarga de los elementos comunicacionales en la *Web*.

El programa de formación para periodistas ciudadanos o llamados ciudadanos participativos y colaborativos está diseñado para mejorar las competencias básicas en el manejo de optimización de fotos, elaboración de *Podcast*, elaboración de videos para su utilización en la difusión de contenidos gráficos o multimedia en Internet. Así mismo busca generar en los participantes una motivación hacia la cobertura móvil de acontecimientos mediante el empleo de la red social *Twitter* y su interrelación con otras redes sociales para colocar fotos como *Twipic* y *Flirck*, o la diseñada para colocar videos como *YouTube*, o la diseñada para colocar *Podcast* como *Podcaster*.

En el presente trabajo se enmarca en la tendencia participativa y colaborativa de la información signada por los mismos usuarios de los medios, los cuales a pesar de no contar con méritos académicos dentro del campo de la comunicación social, siguen la tendencia del enfoque *Web 2.0* al producir contenidos comunicativos dentro

de sus comunidades, sin embargo, al ser colocados en *Internet* y ésta ser una red de dominio y acceso masivo al público, estos contenidos adquieren características globales, por lo que son etiquetados como contenidos elaborados por periodistas ciudadanos o los llamados ciudadanos participativos o colaborativos.

Como antecedente tomaremos lo comentado por Meso (2005) quien expresa que el periodismo ciudadano es aquel que permite la participación de todos los actores sociales que intervienen en la generación de información de interés público. Todo bajo la concepción de generar cambios para mejorar el entorno o las condiciones socioeconómicas, culturales o sanitarias de una comunidad o región. Sin embargo, tomaremos en cuenta la opinión de Salaverría (2010) cuando comenta que el periodismo ciudadano no es tal, sino una tendencia de participación de las personas, y que los verdaderos periodistas son los formados profesional y académicamente en las universidades o escuelas de comunicación social.

Los objetivos propuestos en el presente trabajo tienen que ver con la definición de periodismo ciudadano o los llamados ciudadanos participativos o colaborativos, las herramientas y conocimientos básicos que deben poseer para poder desempeñar su labor en forma eficiente y eficaz. Así mismo, establecer los alcances y limitaciones que poseen en las competencias comunicacionales frente los periodistas profesionales y los medios tradicionales. A su vez, conoceremos sobre la importancia que las redes sociales tienen actualmente para la difusión y producción de contenidos en la *Web*. Como medio de apoyo digital al presente programa de formación se ha diseñado el sitio [Acrópolis 2.0](https://sites.google.com/site/acropolis2puntocero/) en el cual se han ubicado las diferentes actividades que componen el programa de formación de periodistas ciudadanos o los llamados ciudadanos participativos o colaborativos, con ello se busca generar un contacto directo con los materiales y la utilización de las diferentes herramientas. La dirección del sitio es:

<https://sites.google.com/site/acropolis2puntocero/>

A continuación le ofrecemos los aspectos inherentes al campo de formación sobre periodismo ciudadano o los llamados ciudadanos participativos y colaborativos que proponemos en el presente trabajo de grado.

Tema propuesto:

Diseño de un programa de formación para periodistas ciudadanos.

Consiste en: Dotar, en forma organizada y planificada, diversas herramientas procedimentales y cognoscitivas en el campo periodístico y comunicacional a personas interesadas en implementar en su entorno geográfico, cultural, y social-económico un medio de comunicación electrónico (blog) y/o la utilización eficiente y eficaz de herramientas comunicacionales ubicadas en *Internet*.

Planteamiento del problema

¿Cuáles son las herramientas necesarias para formar un periodista ciudadano y mejorar su desempeño comunicacional?

Objetivo general:

Diseñar una propuesta de programa de formación para periodistas ciudadanos.

Objetivos específicos:

- Identificar los conocimientos básicos que debe manejar un periodista ciudadano.
- Determinar las herramientas básicas digitales que debe emplear un periodista ciudadano en su labor.
- Determinar los alcances y límites en cuanto a la labor de periodista ciudadano.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Los cambios tecnológicos y el entorno.

Al surgir del campo científico el desarrollo de las tecnologías digitales, las cuales emplean la electrónica, y otros elementos diferentes a los soportes tradicionales, todos los procesos comunicativos comenzaron a cambiar, y con ello, los hábitos y diversos elementos culturales de la sociedad humana, entre los cuales está incluido el sector de los medios masivos de comunicación e información.

1.2. Medios analógicos y su evolución a lo digital

Campos (2010) expresa el concepto de la *transmediación* como un proceso que afecta a todos los medios de comunicación, y explica que éste consiste básicamente en la necesidad que presentan los mismos para adaptarse al cambio tecnológico complementando sus orientaciones originales hacia unas nuevas. En este sentido, Islas (2008), citado por Campos (2010), explica el término *remediación*, al ejemplificar como la radio, el cine y la televisión convivieron con la prensa a pesar de representar, en su momento histórico, una novedad que hizo pensar que ésta desaparecería o se haría obsoleta para el público, el cual la abandonaría por la dinámica que ofrecían las nuevas tecnologías. Actualmente, se podría hacer una analogía del proceso descrito anteriormente, entre los llamados medios tradicionales o analógicos y los denominados digitales.

Núñez (2009) comenta sobre la diferencia entre los medios analógicos y los de tipo digital. A los primeros los ubica dentro de los parámetros de lo analógico, es decir, donde se cumple una función comunicativa en forma continua y sostenida unidireccionalmente con un ritmo constante. En este renglón ejemplifica con los medios impresos, los cuales ofrecen al lector información, pero éste no tiene forma de establecer "diálogos" con lo que recibe. Mientras que a los digitales los ubica dentro de parámetros multidireccionales, sincronizados con el usuario, el cual puede

establecer interacción con los contenidos e inclusive aportar o modificar los mismos, gracias a la naturaleza hipermediática de los soportes que emplean.

A su vez, Nelson (1994) citado por Díaz y Salaverría (2003), expresa sobre cómo los medios digitales hacen uso de los *hipertextos*, los cuales los dotan de una dinámica de lectura interrelacionada de manera no secuencial ni lineal y le permiten a las personas acceder a sus estructuras en forma abierta, libre y asociativa. Mientras que los medios tradicionales basan su organización en los discursos hablados, los cuales basan sus estructuras en modelos secuenciales y lineales, es decir en una sola forma, de principio a fin.

En este sentido, Núñez (2009) expresa sobre las igualdades de medios digitales disponibles tanto para el usuario como para el emisor, ya que ambos poseen los mismos equipos, sea PC o Mac, o dispositivos móviles, los cuales presentan características comunes tanto para la emisión como para la recepción de la información, y que en un momento dado los roles se podrían alternar entre sí, ya que la convergencia de medios y las aplicaciones empleadas por ambos permiten esos intercambios de rol indistintamente.

Negroponte, citado por Núñez (2009) comenta que esto es posible debido a que en los medios digitales convergen una serie de aplicaciones que se amalgaman en uno sólo, es decir, en un página *Web* es posible leer un texto, ver televisión, escuchar radio, así como establecer canales sincrónicos o asincrónicos de comunicación como los chats, foros y correos electrónicos. Con ello se expresa la alta gama de posibilidades que el usuario dispone para enterarse o dar a conocer una información en un solo sitio.

A su vez, Campos (2010) ejemplifica cómo el proceso de convergencia ha integrado e igualado a los medios, por que se transmedian e hipermedian, debido a que los medios impresos en sus páginas *Web* tienden a ofrecer contenidos multimedia e hipermedia para ofrecer otras formas de narración de las historias, y los canales informativos televisivos o radiofónicos tienden a incorporar, a su vez, textos similares

a los ofrecidos por los impresos, por lo que los contenidos se fusionan para beneficio de los usuarios.

Comenta Albarrán, citado por Morales (2009), sobre el cambio de paradigma que se presenta en la relación, hasta ahora unidireccional, prensa-sociedad, hacia uno bidireccional, más participativo e interactivo, donde las audiencias se convierten también en generadoras de contenidos. Mascardi (2009) comenta sobre los cambios de las rutinas productivas de los periodistas para poder adaptarse a los nuevos perfiles y nuevos escenarios profesionales, donde los espacios son más colaborativos y distributivos por lo que la participación del público abre una ventana alternativa a la labor periodística. Ello debido al manejo de nuevas herramientas tecnológicas que permiten al ciudadano participativo y colaborativo mostrar los hechos, los cuales son comentados y profundizados por los periodistas para complementar los temas y otorgarles un valor agregado a los mismos.

Fogel y Patiño (2005) expresan sobre el cambio de rol que sufre la audiencia frente a diversos hechos, y sobre los altos niveles de generación de contenidos producidos por ciudadanos comunes, donde inclusive han superado en cobertura y calidad, en algunos casos, a los medios tradicionales. Lo ejemplifican con los atentados terroristas ocurridos en Madrid, 2004, y en Londres, 2005, donde los ciudadanos presentes colocaron videos, fotos y sonidos en las redes sociales aprovechando la inmediatez que los medios digitales ofrecen en la actualidad.

En este sentido, expresa Barrera (2010) cómo en menos de 40 años la tecnología con que trabajaban los medios impresos tradicionales ha cambiado desde el plomo fundido, o linotipia, a los sistemas de dispositivos móviles como los celulares, smartphones y tabletas gráficas digitales. Lo cual indica que la forma de trabajar el periodismo ha debido evolucionar para adaptarse tecnológicamente y que, por ende, las audiencias han cambiado también sus necesidades y orientaciones informativas.

Barrera (2010) comenta cómo el público exige de los medios coberturas en tiempo real, es decir, un seguimiento exhaustivo del acontecimiento, y éste debe ser

cubierto desde varios ángulos, e inclusive, utilizando múltiples medios, es decir, textos, videos, sonidos, gráficas, infografías animadas, todo lo disponible tecnológicamente que le permita profundizar en la información, En este sentido, se podría deducir que una de las orientaciones de los medios es tratar de generar fidelidad en el usuario, y ésta se debe ganar a fuerza de objetividad y veracidad, sin dejar de lado la originalidad y la creatividad ya que éstas constituyen el eje central para mantener cautiva a la audiencia.

Valera (2007) señala que una de las causas de la crisis que afrontan los grandes medios impresos en todo el mundo, se debe al cambio de modelo comunicacional tradicional de "uno para muchos" a uno moderno de "muchos para muchos", lo que ha diluido la autoridad informativa de la cual gozaban algunos grandes medios, ya que las redes sociales y los medios digitales permiten un intercambio y actualización más dinámico de la información. Esta razón, aunada a los cambios de hábitos de lectura de las audiencias, generan descalabros constantes en las economías de las empresas periodísticas desde la implementación y desarrollo de la Web, aunado a la evolución de los diferentes dispositivos tecnológicos, incluidos los celulares, tabletas y lectores de libros electrónicos.

Salaverría (2010) comenta que los medios tradicionales han tenido que asumir unos procesos de integración con lo digital, casi siempre, obligados por las circunstancias tecnológicas que se le imponen, y que éstas ocurren a "regañadientes" o lo hacen como política para ahorrar costos. Sin embargo, pocos toman en cuenta, según Salaverría (2010), que el proceso no es simplemente colocar lo que va impreso igual en la Web, sólo que un poco más editado. Salaverría (2010) expresa que esa cultura del *copia y pega*, es lo que ha originado en gran medida, que todos los medios digitales compartan en su mayoría las mismas fotos, los mismos textos, y hasta los mismos periodistas, por lo que se multiplican los clones mediáticos que terminan cansando a las audiencias y éstas buscan otras alternativas informativas como los *blogs* o páginas independientes.

En ese sentido Salaverría (2010) comenta sobre la verdadera ventaja que presentan los hiperenlaces presentes en *Internet*, los cuales permiten un verdadero abanico de opciones para contar las historias desde diferentes ópticas, aprovechando las ventajas que ofrecen la hipertextualidad, la multimedialidad, la multitemporalidad y la interactividad, todo para favorecer al usuario lector.

Así mismo, Pisani y Piotet (2009) comentan sobre el término acuñado por Mark Prensky, quien es un autor especializado en educación y conocimiento, quien designa a las personas jóvenes o formadas bajo la influencia tecnológica de los desarrollos de Internet como *nativas digitales*, mientras que las personas adultas quienes por orden causa de orden mayor, sea por cuestiones de trabajo, necesidades comunicacionales o culturales han debido aprender o reaprender a trabajar las aplicaciones *Web*, los denomina *inmigrantes digitales*. Se podría decir que por esta causa no deja de estar inmersa en esta denominación el componente cronológico, ya que muchos adolescentes y jóvenes desde niños han convivido con la tecnología y la ven como algo cotidiano y común, mientras que para la mayoría de los adultos ha sido un proceso de adaptación, muchas veces traumático pero necesario, para poder sobrevivir dentro de su campo laboral.

En este sentido, el advenimiento de nuevos tipos de audiencia obliga a los medios tradicionales a revisar su actuación tradicional en pos de una que permita captar a las nuevas audiencias desde una perspectiva más dinámica y actualizada a sus necesidades de información, todo ello, con la finalidad de poder mantener su cuota de participación y actuación dentro del mercado comunicativo, inclusive con alianzas estratégicas hacia otros medios o plataformas comunicativas. De allí que surjan diferentes asociaciones estratégicas entre medios impresos, radios, y televisoras, las cuales se apoyan en la oferta multimediativa que ofrece *Internet* para cubrir el mayor espectro posible de audiencia.

Según estudio de la empresa Tendencias Digitales, citada por Alfonzo (2010) la cantidad de personas a nivel mundial que utilizan la red social *Twitter* en el último trimestre del 2010 alcanza las 200 millones de personas. Y *Facebook* presenta a esa misma fecha casi 500 millones de usuarios. Según alega Carlos Jiménez, socio-

director de la empresa, citado por Alfonzo (2010), la tendencia de uso sigue aumentando a través del tiempo, por lo que el número de usuarios crecerá exponencialmente en los próximos años debido a las ofertas y facilidades de uso que Internet brinda a los usuarios, los cuales buscan información, diversión, entretenimiento, negocios, y realizan contactos personales, sociales, económicos y culturales mediante las herramientas tecnológicas que encuentran en la misma.

En este sentido, es posible observar cómo los medios tradicionales han tenido que adaptarse y adquirir nuevos compromisos de interacción y conexión con los usuarios, todo con la finalidad de poder ofrecerles plataformas digitales que les satisfagan su necesidad de información desde una perspectiva más dinámica que el tradicional papel o programas radiofónicos o televisivos de una sola vía.

1.3. Internautas y el enfoque *Web 2.0* en los medios digitales

Expresan Díaz y Salaverría (2003) cómo los cambios tecnológicos obligan a replantearse las rutinas productoras de contenidos en los medios, sobre todo las que emplean los hiperenlaces las cuales dan lugar a hiperdocumentos en *Internet*, que obligan, tanto a los autores como a los receptores de los mismos, a generar nuevas funciones dentro de los procesos comunicacionales para poder aprovechar todas las posibilidades que éstas herramientas ofrecen a unos y a otros. Dentro de estos elementos tecnológicos que permiten replantearse las actuaciones y modificar los resultados, la invención de la *Web* ofrece a los usuarios comunes el acceso a materiales informáticos y comunicacionales que anteriormente sólo podía ser obtenidos mediante complicados y engorrosos protocolos institucionales.

Todo lo anterior, evolucionó al crearse la *World Wide Web*, llamada *Web*. Según Cobo y Pardo (2007), ésta fue implementada a partir de la década de los 90 del siglo pasado, por Tim Berners-Lee basada en la red llamada *Internet*, la cual establecía enlaces entre computadores institucionales universitarias, militares y luego fue desarrollándose hasta abarcar los ámbitos civiles de todo el mundo. Esto fue posible, según Briggs (2007) mediante la utilización de *Protocolo de Transferencia*

de Hipertexto (*Hypertext Transfer Protocol, http*) y los navegadores *Web*. En sus inicios, esta aplicación servía sólo para ofrecer información, el usuario era sólo un receptor de los contenidos, los cuales eran ubicados por otros actores, quienes eran los que decidían qué estaría disponible o no, dentro de la red.

El concepto del enfoque *Web 2.0* lo utiliza por primera vez Tim O'Reilly (2005) donde la describe, no como una nueva tecnología en sí, sino en una nueva forma de utilización por parte del público, la cual venía implementándose debido a los desarrollos y facilidades en las herramientas que generaban una mayor interacción entre los usuarios de Internet, lo que favorecía mayores intercambios en la comunicación. Así mismo, la generación de aprendizajes por parte de los usuarios en cuanto al manejo de las herramientas, se extiende para beneficios de todos, lo que permite que éstas estén en evolución constante con la finalidad de mejorar sus prestaciones y ventajas para el público que las utiliza, de no ser así, simplemente son desechadas en pos de unas que sí cumplan el propósito.

O'Reilly comenta que son cinco las características principales de la *Web 2.0*, con respecto a la 1.0 de sólo lectura. Las cuales son: 1. Que la plataforma es la *Web*; 2. Que lo importante es la información en sí; 3. El proceso es abierto a la participación masiva, todos intervienen; 4. La tecnología no le pertenece a nadie en particular; 5. El cambio es la constante o la evolución permanente para mejorar.

Según comenta Centurión (2010), la *Web 2.0* ha puesto a los que fueron receptores y espectadores habituales, en el lugar de los constructores de conocimiento, es decir, de comunicadores no tradicionales hacia parte de la sociedad. Reconoce Centurión que a pesar de que esta labor sea efectiva, lo ideal es que ésta sea canalizada u orientada en pos de lograr unas reflexiones que vayan más allá del hecho comunicativo en sí, que le ofrezcan a los espectadores receptores de la información diferentes ópticas y ángulos para que éstos puedan sacar sus conclusiones desde una perspectiva objetiva, veraz y apegada a los hechos.

A su vez, Bolívar (2010) comenta sobre cómo la *Web* permite que los alcances de una noticia local pueda llegar a convertirse en un tema mundial gracias a la capacidad de los buscadores y a la curiosidad de los usuarios, quienes son quienes

determinan y le dan relevancia a los temas de acuerdo a sus niveles de interacción con la información, sin importar las fronteras geográficas, sociales o culturales, por lo que el alcance es global, de allí que Bolívar defina el término *glocal*, como una forma de mostrar que local se convierta en global y viceversa.

Una de las características que presenta la *Web 2.0*, según Briggs (2007) tiene que ver con la utilización de etiquetas, las cuales permiten que los usuarios puedan marcar sus contenidos, para que de esta forma, los buscadores puedan encontrar sus enlaces más rápida y fácilmente. A su vez, los usuarios al escogerlas informalmente generan la llamada folksonomía, porque no siguen un esquema preestablecido como se podría dar en una taxonomía la cual es más rígida estructuralmente. Casi todas las herramientas de la *Web 2.0*, comenta Briggs, siguen un orden que permite que las etiquetas formen una jerarquización de los contenidos y éstos puedan ser ubicados, para ello, inclusive tienen una herramienta que los coloca en una nube, donde los más populares o más visitados muestran por tamaños de letras las jerarquías, es decir, a más tamaño de letra más se ha visitado el ítem, lo que permite de un vistazo al lector darse cuenta qué tema tiene relevancia sobre otros.

A su vez el enfoque *Web 2.0* signa algunas pautas o reglas que permiten una mejor relación entre los usuarios, por ejemplo, según Briggs (2007), cuando un comunicador se toma el tiempo necesario para responder un comentario hecho por un usuario ante una publicación, con ello incentiva y genera interacción y conectividad entre los internautas y el medio, es decir, los acerca, los hace más amigable al público porque le demuestra que para el medio es importante como persona. Y esto vale no sólo para los comentarios agradables, sino que es ético mantener un tono respetuoso con los que no lo sean, para no caer en descalificaciones o perder la brújula informativa al generar un conflicto con el usuario, quien tal vez tenga la razón en su planteamiento. Estas características de la *Web 2.0*, en líneas generales son las que acercan a las personas con las instituciones, las cuales tienen o deberían seguir unas pautas sociales, culturales y comunicacionales que permitan una mejor relación entre el medio y su público.

En este sentido, se podría decir que actualmente la *Web 2.0* es una multiplataforma interactiva, que ofrece diferentes canales de participación y conexión entre los usuarios para establecer diálogos entre ellos y las instituciones, lo cual no era posible antes del advenimiento de todas esas aplicaciones tecnológicas que facilitan el intercambio de información bidireccional entre ellos. Por lo que podríamos decir, que si alguien debería tener mérito en cuanto al desarrollo de este enfoque son los desarrolladores de aplicaciones, los cuales emplean la creatividad y la tecnología para facilitar a los usuarios hacer las tareas sin tener que preocuparse por generar códigos o utilizar lenguajes de programación engorrosos de aprender y usar, lo que facilita la utilización y participación de los mismos para establecer sus interconexiones sociales y ciudadanas.

1.4. Interacción y participación: ¿o qué es el periodismo ciudadano?

Según Pisani y Piotet (2009) el usuario seguidor de los medios de comunicación ha cambiado su rol pasivo tradicional a uno más abierto y participativo, de allí que planteen el término *Webactores* para describir sus funciones desde una perspectiva más activa que la tradicional en la *Web 1.0*, donde, simplemente se conformaban con observar y tomar para sí la información que otros le colocaban. Hecho éste, que no escapa del interés que los medios de comunicación han mostrado hacia su labor, la cual, en algunos casos es reconocida e incorporada a sus propios sitios *Web*, a manera de invitados especializados.

Según Núñez (2009) los periodistas son profesionales poseedores de la técnica y los conocimientos necesarios para comunicar e informar contenidos bajo una metodología. A su vez, expresa que con los adelantos tecnológicos digitales las audiencias han variado su orientación pasiva hacia una más dinámica o “respondona”, la cual tiene los canales para interactuar con el periodista y opinar o refutar lo que éste le ofrece, a este tipo de audiencia los reconoce como comunicadores digitales, y los llama *periodista ciudadano* o usuario *no-periodista* pero sí productor y distribuidor de contenidos, ya que lo hace para apoyar su actividad económica,

cultural o individual. Esta situación de cambio de los patrones comunicacionales tradicionales se debería a varias causas posibles, una de ellas tendría que ver con el aspecto político, otra con las mejoras sociales, económicas y culturales que la población solicita, y la búsqueda de canales mediáticos, que le permitan tener comunicación directa con las autoridades, organismos o instituciones competentes para solucionar sus requerimientos aprovechando la bidireccionalidad de la comunicación digital que la tecnología permite actualmente.

En este sentido, Cobo y Pardo (2007) expresan que con ello se cumpliría uno de los parámetros planteados por Berners-Lee en el año 2000, el cual crea el término *intercreatividad*, al fusionar las palabras interactividad y creatividad para describir la forma en que los usuarios de la *Web* trabajarían en la misma, ya que de cada enlace colaborativo podrían surgir nuevas aplicaciones y nuevas utilizaciones de la tecnología para facilitar dichos intercambios y aportes entre los mismos.

Rubio (2007) expresa que el periodismo ciudadano debe ser ejercido sólo por personas formadas y calificadas comunicacionalmente, ya que habrá una necesidad de medios alternativos al haber una disminución de los tradicionales debido a la competencia presentada por sitios ubicados en Internet dedicados a la difusión de noticias especializadas. Y que los periodistas deberán ser quienes presenten los análisis en forma profesional y objetiva, lo que muchas veces estará vedado al público común por no contar con las herramientas comunicativas necesarias como para profundizar en un tema o tener la objetividad debida para manejarlo sin darle un sesgo interesado hacia un fin determinado, generado, muchas veces, por las necesidades sociales o económicas que se presentan.

En este sentido, comenta Poniatowska, citada por Siscar (2010) que los periodistas generalmente adquieren un compromiso social, ya que, viven y cuentan de la realidad y ésta hace que se involucren necesariamente con ella. Sin embargo, al laborar en un medio de comunicación ellos, los periodistas, debe seguir unas pautas signadas por el interés del medio. De allí se podría deducir que los ciudadanos participativos y colaborativos, a pesar de no contar con la objetividad o los

conocimientos comunicativos necesarios, podrían expresar en mayor grado de libertad la realidad, sea este proceso por medios alternativos como los blogs o mediante la utilización de redes sociales como *Twitter* o *Facebook*, ya que no tienen compromisos con líneas editoriales ni dependen de políticas comunicativas.

Según relata Fernandes, citado por Meso (2005), uno de los padres principales del concepto de periodismo ciudadano es Davies Merrit, quien expresa que el objetivo principal de éste es generar cambios a todo nivel. Sea éste en los medios o en la vida pública, todo con la finalidad de mejorar el entorno donde viven las personas. En este sentido, la libertad de acción que *Internet* ofrece a los usuarios para dar a conocer los acontecimientos mediante la producción de contenidos se ha convertido, según Meso (2005) en una de las razones por las cuales la difusión de contenidos por parte de los ciudadanos participativos o colaborativos ha ido en aumento, y que ésta es una realidad de la cual los medios de comunicación están concientes y desean compartir.

Otro concepto de periodismo ciudadano o participativo lo definen Bowman y Willis, citados por Meso (2005) quienes expresan que éste es “el acto de un ciudadano, o un grupo de ciudadanos, con un rol activo en el proceso de recogida, análisis y difusión de noticias e información”. A su vez, Carlos Castillo, según Fernandes, citado por Meso (2005) expresa que “por periodismo cívico o comunitario, se entiende la acción de retomar contacto con la comunidad, descubriendo lo que los lectores quieren y abriendo espacios para charlas de temas de interés público”. Lo que conlleva la idea de que la información parte de la comunidad hacia sí misma para buscar soluciones a lo que se plantea con el ánimo de mejorarlo.

A su vez, existen otras tendencias en llamar como periodismo ciudadano, no tanto a las personas que intentan laborar como tales sino a los que se comportan esporádicamente como periodistas o comunicadores al generar algún tipo de contenido para ser publicado en la *Web*. En este sentido, Llop (2010) comenta sobre el deber de los medios, los cuales deberían crear contextos y herramientas que permitan a sus audiencias formar parte de la innovación social que la *Web 2.0*

representa. Y es que, según Llop (2010), las empresas grandes y pequeñas se deberían dar cuenta que la gente tiene la capacidad para realizar sus propios contenidos, los cuales pueden ser reutilizados para compartir información que genere cambios que la misma sociedad necesita. En este sentido, cita el caso de Patch.com, un sitio creado por *América On Line*, AOL, que permite que los ciudadanos participativos y colaborativos suban contenidos y éstos sean supervisados por periodistas profesionales, de esta forma relacionan su comunidad con la sociedad civil de la que forman parte. Sin embargo, Llop (2010) comenta que periodista ciudadano, es un profesional que trabaja para y hacia el ciudadano directamente, ya que éste es el que cuenta con las herramientas comunicacionales habilitadas totalmente.

Realmente, el término periodismo ciudadano tiene muchos enfoques y aristas, todos válidos, nosotros decidimos denominarlos “ciudadanos participativos o colaborativos”, término que pensamos ennoblece la acción de comunicar e informar activamente a sus semejantes con la finalidad de mejorar las condiciones de su entorno. Luego conocimos el término denominado “infoc Ciudadano”, el cual, nos pareció muy ajustado para con estas personas, las cuales cumplen una labor ciudadana y merecen tener un calificativo propio como éste, ya que su labor generadora de contenidos ennoblece y engrandece el ámbito comunicacional e impacta a todos los niveles sociales y culturales, independientemente del ámbito geográfico y temporal en donde se encuentren.

CAPITULO II

El nuevo rol del ciudadano participativo.

2.1. Las redes sociales

El ser humano es un ser gregario, el cual se ha reunido en comunidad para facilitar su desarrollo desde la niñez hasta la ancianidad de acuerdo a un interés común, facilitar y garantizar la supervivencia individual y colectiva de su especie. En este sentido, Internet al ser un enlace comunicacional digital fue aprovechado para generar ambientes grupales donde el ser humano puede relacionarse. Basándonos en *Wikipedia* (2010) podríamos conceptualizar a las redes sociales como unas estructuras comunitarias compuestas por grupos de personas, las cuales están conectadas o vinculadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, negocios, intereses comunes o que comparten conocimientos específicos sobre algún tema en particular.

La red social Sónico (2010) expresa que las comunidades virtuales aprovechan las ventajas que Internet ofrece como plataforma a los usuarios agrupados en comunidades para el intercambio de contenidos diversos que sirvan de enlaces para actividades sociales de todo tipo. A su vez, estas redes sociales en línea sirven de complemento a las relaciones sociales que se establecen en el mundo “real”, e inclusive debido a sus alcance global constituye el hilo conductor mediante el cual las personas ubicadas en diferentes sitios geográficos pueden comunicarse.

Pisani y Piotet (2009), comentan que al actuar el usuario en una aplicación de una forma, ésta se va extendiendo a otros usuarios de toda la red, por lo que la acción resulta en un entramado de acción dinámica que abarca todos los ámbitos de la *Web* lo que permite que los flujos de información y relación estén revisándose constantemente, y que esto ha contribuido al cambio, inclusive de la forma tradicional en que las personas se relacionan e interactúan entre sí.

Así mismo, Pisani y Piotet (2009) expresan sobre los cambios tecnológicos, como por ejemplo las tecnologías *Ajax*, y los flujos de información por *RSS*, los

cuales han contribuido a que el proceso se dinamice y facilite para el usuario, al convertir a Internet en una plataforma de intercambio social y de información, en tiempo real o asíncrona, que permite al usuario establecer o ampliar sus relaciones con otros usuarios, con quienes comparte a su vez, fuera del ámbito de la misma red, ya que generalmente los contactos se inician a nivel de estudios, de trabajo, o de diversión, y casi siempre terminan pasando por el intercambio de *emails* o información, sea esta en forma gráfica o animada como videos o presentaciones fotográficas. En este sentido, muchas tecnologías que utiliza Internet, son transparentes para el usuario, quien las utiliza sin saber que éstas están allí, tras los telones, ayudándolo a realizar y ejecutar acciones más fácilmente.

Según el diccionario digital de la Real Academia de la Lengua Española, RAE, *Alquimia* significa: "una trasmutación maravillosa e increíble", en ese sentido, Pisani y Piotet (2009) decidieron llamar así a todo este proceso de cambio tecnológico, social, cultural y colectivo, con la finalidad de darle un real sentido y para tratar de mantener el espíritu de asombro y novedad que el mismo presenta. De allí que Pisani y Piotet (2009) definan cinco procesos fundamentales de la transformación, la cual se basa en la acumulación de datos, la participación de la mayor diversidad de mentalidades posible, la compilación y sintetización de los datos en pos de depurarlos, de relacionarlos entre sí de diversas formas, y de las deliberaciones necesarias para generar los acuerdos para su utilización. Todos estos son procedimientos colectivos y multitudinarios que permiten los aprendizajes y evoluciones entre los *Webactores*, quienes son los dueños del poder de decisión de qué funciona y qué no, dentro del proceso.

2.2. Medios y redes sociales

Hasta hace pocos años, los medios de comunicación tradicionales veían con recelo la utilización de Internet para difundir noticias, situación comprensible en ese entonces porque el acceso a Internet no se había masificado. Sin embargo, con la tendencia actual a la baja de los costos, y a las facilidades que brinda la tecnología a las sociedades para estar conectadas permanentemente esta tendencia se fue

revirtiendo, hasta el punto que ahora es casi imprescindible para los medios acercarse a los usuarios vía redes sociales, todo con la finalidad de poder mantener su presencia o vigencia dentro de los planos comunicacionales de las personas. Expresa Barrera (2010) el cómo deberían actuar los medios de comunicación tradicionales frente al impacto generado por las redes sociales en cuanto a la difusión de información en la red. En este sentido ofrece unas recomendaciones a los medios, y por ende a las personas que quieran desenvolverse en el campo periodístico a través de ellas:

1. Comenta Barrera, se debe tratar de generar una alta reputación digital, es decir una alta influencia o empatía al contar con diferentes formatos ante la audiencia, ofrecer objetividad y veracidad.
2. Generar tráfico entre los seguidores, al insertar link en la red personal o institucional que permita la distribución social de la información.
3. Tratar de generar continuidad alrededor de temas, con ello se busca crear comunidades de usuarios.
4. Estar pendientes de las noticias que circulan dentro de la red misma, la cual debe ser verificada para poder hacer un seguimiento eficiente y eficaz.
5. Generar noticias desde sí mismo, es decir investigar y escudriñar para tratar de ofrecer contenidos, desde una óptica creativa, utilizando para ello los recursos que las mismas redes sociales ofrecen como el *Twitter*, o videos como en *Youtube*.

Llop (2007) reflexiona sobre cómo los medios tradicionales en su afán por subirse a la ola de lo interactivo y de lo participativo, crean secciones como por ejemplo la llamada *Yo, periodista*, del diario español El País, donde busca establecer en los usuarios un modelo de generación de contenidos participativo, lo que desvirtúa, según su criterio, lo revolucionario de la idea del periodismo ciudadano, ya que éste de alguna manera controla analógicamente la estructura mediática de poder y no publica lo que contradiga la línea editorial del diario.

En este sentido, Llop (2007) expresa la idea que lo que realmente constituye periodismo ciudadano se presenta como tal es en las redes sociales, donde la información sigue una línea horizontal en difusión y discusión. Desde donde se puedan generar confrontaciones reales y de allí surjan las reflexiones para mejorar los aspectos tecnológicos, sociales, culturales, económicos y políticos, es decir, el establecimiento de una verdadera ciberdemocracia informativa que beneficie a todos los usuarios de la red al ofrecerle la información sin filtros mediáticos interesados.

Salaverría (2010) comenta sobre el rol de los ciudadanos participativos en la publicación de contenidos para los medios de comunicación, que estos podrían aportar comentarios, algunos datos, videos, fotos, y algún tipo de nota de color adicional a un texto, sin embargo, sus aportes deberían ser tomados desde el punto de vista colaborativo, ya que el verdadero papel de profundizar en la noticia debería ir de la mano de los periodistas profesionales, quienes son realmente los que cuentan con las herramientas y los conocimientos para mantener la calidad de la noticia. En este sentido, Salaverría, no desmerece de ningún modo, esa participación, inclusive dice que es necesaria para los medios, ya que es el indicador de gestión ideal ante un público que se motiva a intervenir y participar en ofrecer otros ángulos para contar las historias.

Lajas (2010) comenta algunos alcances propuestos por la fundación "Violeta Chamorro", en Nicaragua, la cual promueve el periodismo ciudadano en esa nación centroamericana. Los mismos se podrían extrapolar hacia lo que debería ser el norte de las políticas comunicativas del ciudadano participativo o colaborativo, independientemente de su situación geográfica o temporal. Estas podrían ser que los ciudadanos participativos mediante el apoyo de los medios digitales y las redes sociales puedan generar el diálogo público sobre temas de desarrollo social y cultural; Ayuden a promover las voces de actores sociales no convencionales y colaboren en implementar un mejor uso de las políticas públicas; A su vez, cooperen para el desarrollo democrático y participativo a todos los niveles y estratos sociales de la población.

En este sentido, se podría interpretar que Lajas (2010) le otorga sentido de utilidad a la participación ciudadana ante los grandes medios de comunicación, los que deberían tomar en cuenta los niveles de importancia por ciertos temas generados por necesidades e intereses, y estos a su vez, deberían ser canalizados hacia los organismos competentes para buscarle solución o satisfacer las carencias presentadas. Todo bajo una perspectiva de interacción bidireccional conjunta medios-usuarios.

Pallares (2010) comenta sobre 8 puntos que deben ser tomados en cuenta por los periodistas, según los resultados del taller “Periodismo y redes sociales”, organizado por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, los cuales son:

1. Las redes sociales son fuentes de noticias.
2. Actualmente las primicias salen primero por *Twitter*, el periodista debe hacer su contenido creíble y veraz.
3. Las redes sociales son canales de distribución de información y buenas generadoras de historias.
4. Las redes sociales son complementos de los medios no su competencia.
5. Los periodistas actuales no deberían estar desligados de la realidad que ofrecen las redes sociales.
6. Los periodistas deben utilizar *Twitter* bajo parámetros éticos de responsabilidad y veracidad.
7. Una redacción atractiva, con buen léxico y ortografía atraerá seguidores y generará más *retweets*.
8. Propone la creación de la figura del “editor de redes sociales” con la finalidad de generar responsabilidad y seriedad en la utilización de estas herramientas en los medios.

En todo este panorama, destaca la generación de participación mediante la utilización de las herramientas presentes en la *Web 2.0*, y es que los *Webactores* aprovechan las comunidades generadas en las redes sociales para difundir los

contenidos que producen con las aplicaciones y tecnologías que tienen disponibles en los diferentes dispositivos a su alcance. En este sentido, se podría decir que el usuario ha dejado a un lado la pasividad tradicional que mostraba ante los medios de comunicación y ha tenido la oportunidad de plantearle nuevas necesidades y formas de contar las historias, lo que obliga a las instituciones adaptarse a nuevas realidades comunicacionales.

2.2.3. Móviles y redes sociales

Los avances tecnológicos han permitido que Internet no sólo sea accesible desde computadoras personales conectadas mediante fibra óptica o redes inalámbricas, sino que toda una gama de dispositivos móviles tienen la capacidad de conexión con la *Web* mediante la utilización de aplicaciones diseñadas específicamente para sus sistemas operativos. En este sentido, este acceso permite a las personas estar conectados a sus cuentas en las redes sociales y subir materiales como fotos, videos, y sonidos con la misma facilidad que si lo hicieran desde computadoras en sus hogares o lugares de trabajo.

Espinosa, citado por Cabrales (2010) comenta que desde el año 2005 los consumidores cuenta con teléfonos inteligentes o smartphones, y que dos años más tarde con la salida del *iPhone* de *Apple* la brecha entre el manejo de las computadoras y los dispositivos móviles se ha cerrado, lo que facilitó el desarrollo de nuevos dispositivos como el *Nexus One*, con sistema *Android* de *Google*, hasta llegar al actual *iPad*, que garantiza no sólo la conectividad y navegabilidad en la *Web*, sino que permiten trabajar directamente con aplicaciones que le ayudan a producir contenidos informáticos y comunicacionales en forma más dinámica y eficiente.

En este sentido, Espinosa, citado por Cabrales (2010) comenta que la tendencia a nivel mundial es que las personas utilicen el teléfono celular u otros dispositivos móviles para conectarse a Internet, y pronostica que para 2014 el tiempo de uso diario para ello se igualará entre el PC y el móvil. Actualmente, expresa Espinosa, los

usuarios prefieren conectarse a *Facebook* desde el celular porque permite hacerlo en un “toque”.

Comenta Espinosa, que los usuarios utilizan sus celulares inteligentes para realizar muchas labores que anteriormente necesitaban el uso de una computadora, estas tienen que ver con:

1. Enviar correos electrónicos o mensajes de textos instantáneos.
2. Actualizar los perfiles y colocar imágenes, vínculos en los sitios de redes sociales.
3. “Chatear” mediante *Messenger* u otro servicio similar.
4. Utilizar la red *Twitter* para informar o informarse de acontecimientos.
5. Responder o subir un comentario en blogs.
6. Escuchar música, radio, ver un video o *TV* en la pantalla del celular.
7. Navegar por la *Web*, tal y como lo hace en una computadora.
8. Ubicarse geográficamente utilizando *GPS* integrado al móvil.

A su vez, expresa Espinosa, citado por Cabrales (2010) que la producción de contenidos con el móvil ha ido evolucionando en el tiempo a medida que los desarrollos tecnológicos lo permiten, y que estas ventajas tienen que ver con tres aspectos: la presencia (tiempo real) del usuario en el hecho, la oportunidad de formar parte de una comunidad o red social móvil, y la geolocalización (cobertura basadas en *GPS*) o ubicación geográfica, con ello es posible determinar, en caso de ser necesario, la veracidad de los contenidos, lo cual constituye uno de los requisitos imprescindibles para un medio.

Así mismo, comenta Espinosa, citado por Cabrales (2010) sobre el valor que la utilización de los teléfonos móviles actuales presentan para la cobertura que se realiza como periodista ciudadano, y cita el ejemplo de algunos jugadores de fútbol como el brasileño “Kaká”, quien aportó mucha información de primera mano sobre el Mundial de Fútbol desde su móvil utilizando *Twitter* para regocijo de sus seguidores

y los medios deportivos. En este sentido, su aporte informativo desde el propio campo de juego abrió una ventana novedosa de participación y conocimiento para los usuarios sobre los intrínquilis de lo que le ocurre a sus ídolos mediáticos del espectáculo o deportivos, en los sitios donde no pueden tener fácil acceso o cobertura mediática normal.

Comenta Jiménez (2011), presidente del sitio Tendencias Digitales, citado por Noticias24, que la penetración en Venezuela de la telefonía móvil con respecto a los otros países de Latinoamérica es muy alta, alrededor de 88% del consumo, debido a la alta competitividad que existe entre las operadoras y a la alta motivación que sienten los usuarios por adquirir equipos de alta tecnología.

Jiménez (2010), citado por Bevilacqua , expresa que en mayo de 2010 de cada 10 venezolanos 8 tenían teléfono celular, y que de esos un millón utiliza los llamados celulares inteligentes para conectarse con Internet y utilizar las herramientas *Web 2.0* que ofrecen, como por ejemplo las redes sociales *Facebook* y *Twitter*. Así mismo, comenta Jiménez (2011), citado por Bevilacqua, que para esa fecha ya había casi 8 millones de venezolanos con acceso a Internet, y que en ese momento Venezuela era el tercer país usuario de Facebook en Latinoamérica.

2.4. Algunas herramientas *Web 2.0*

Diversas son las aplicaciones alojadas en la *Web* que permiten a los *Webactores* la creación y difusión de sus propios contenidos multimedia dentro de sus comunidades virtuales. La facilidad de utilización y la gratuidad de las mismas garantizan el acceso a un número cada vez mayor de usuarios por lo que los contenidos son difundidos masivamente, en iguales condiciones, tanto para los usuarios particulares en sus hogares y oficinas, como para las grandes compañías tradicionales de comunicación e información en sus instalaciones.

En este sentido, se podría observar cómo el enfoque *Web 2.0* permite una especie de nivelación entre los *Webactores* y los grandes medios de comunicación e

información, los cuales han tenido que recurrir a las mismas herramientas de los usuarios comunes para poder “igualarse” o equipararse en cuanto a la dinámica establecida por las herramientas de las redes sociales, todo con la finalidad de que la información le llegue a los usuarios en forma directa y no sea éste quien tenga que ir a buscarla o solicitarla.

Estas son algunas de las herramientas más utilizadas por los *Webactores* y los medios de comunicación para establecer canales de interacción y participación dentro de las redes sociales para la creación y difusión de los contenidos:

2.4.1. Red social: *Twitter*

Según la página *Web* del grupo mexicano CAD (2010) la herramienta *Twitter*, es un servicio de *microblogging* que permite el envío de 140 caracteres por mensaje. La tecnología que emplea permite que estos puedan ser enviados a grupos de usuarios selectos, quienes deciden a quien seguir o replicar y éstos a su vez son relacionados de la misma forma por parte de otros usuarios. Esta herramienta fue desarrollada y lanzada al público en julio de 2006 por Jack Dorsey, Biz Stone y Evan Williams, quienes partieron de la idea del envío de mensajes *SMS* vía celulares para poder mantener a un gran número de personas informadas sobre temas de actualidad e inclusive relatar sus actividades en un momento dado. La tecnología empleada por *Twitter* permite la utilización de diversos tipos de aplicaciones y servicios de mensajería instantánea para funcionar bajo diversas plataformas y sistemas operativos en la *Web*.

Comenta Mena (2010) sobre *Twitter*, que las características técnicas y de operación que esta red social presenta la acerca más a lo que él llama una “inteligencia colectiva”, ello debido a que “es una red de información, permite la participación, ayuda a compartir las ideas y presenta una agilidad que ayuda a las personas a generar pensamientos en conjunto de forma más ágil que otras redes sociales similares”.

Todo ello, según Mena (2010) por las peculiaridades que presenta la herramienta *Twitter*, es decir, la utilización de sólo 140 caracteres, la disponibilidad voluntaria de las personas que la utilizan, y la facilidad de ser empleada por computadoras y dispositivos móviles, como celulares, sin que sea necesario grandes inversiones o potencia tecnológica de última generación para utilizarla.

En ese sentido, una de las utilidades más amplias que presenta *Twitter*, según Wikipedia (2010a) es la capacidad de agrupar o etiquetar información mediante los llamados hashtag, el cual utiliza el símbolo hagh “#” y una o varias palabras concatenadas, por lo que el usuario puede realizar búsquedas de temas específicos dentro de *Twitter* fácilmente. Ello brinda a la persona interesada conocer las opiniones o pareceres de otras personas que compartan un interés común, las cuales no tienen que pertenecer o estar, necesariamente, dentro de su grupo de seguidores o seguidas por ella.

Según la página Twitter-Venezuela (2011) en 2011 la red *Twitter* cuenta con casi 200 millones de usuarios a nivel mundial. En Venezuela para junio del 2010, según Twitter-Venezuela habían registrados 305.724 usuarios de la red, siendo el 1.06% del total de los 8 millones 713 mil personas que utilizan *Internet* en el país, las cuales serían aproximadamente el 30,22% de la población venezolana, estimada en 28 millones 833 mil 845 habitantes. En este sentido la red *Facebook* cuenta con 5 millones 926 mil usuarios para esa fecha, siendo el 20,55 % de esa población usuaria de *Internet*.

El sitio *clasesdeperiodismo.com* (2010) comenta que en Venezuela se conectan diariamente más de 120 mil personas al *Twitter*, y que el rendimiento tiende a bajar en épocas festivas, sin embargo, al ocurrir algún suceso fuera de lo normal la cifra de conexión se dispara, estos datos los toma de las mediciones efectuadas por *GoogleTrends*, en el período de enero 2009 a marzo 2011.

2.4.2. Red social: *Facebook*

Según Wikipedia (2010b) surge como una red social para compartir gustos y sentimientos, su creador es Mark Zuckerber, quien siendo estudiante de la Universidad de Harvard la inició en febrero de 2004. En septiembre de 2006 se abre a todo el público de Internet, lo que ocasiona protestas de sus usuarios hasta ese momento, ya que estaba restringido a universitarios. A partir de 2007 fue que lanzó su versión en otros idiomas, francés, alemán y español, actualmente tiene traducción en 70 lenguas diferentes. Una de las características que definen a esta red se basa en las asociaciones estratégicas que ha logrado contactar con otras herramientas de la *Web*, las cuales permiten que los desarrolladores creen aplicaciones, como por ejemplo juegos, que motivan su utilización compartida entre los usuarios.

Facebook, según la *Wikipedia* (2010b) hasta julio del 2010 contaba con 500 millones de usuarios, los cuales aprovechan las herramientas que esta red ofrece. Entre ellas tenemos el envío de correos electrónicos, la publicación de fotos y videos mediante enlaces dentro de la misma página, juegos en línea, la posibilidad de crear listas de amigos y agrupar páginas favoritas de los usuarios. También presenta la utilización de productos de terceros, los cuales son aceptados o no por parte de los usuarios, así mismo cada usuario tiene la posibilidad de acceder mediante permisos a otros usuarios, los cuales pueden compartir intereses comunes o formar parte de una comunidad específica.

Sin embargo, según *Wikipedia* (2010b) no todo ha resultado positivo en cuanto al uso de *Facebook*, algunas políticas surgidas por parte de la compañía responsable ha ocasionado protestas masivas de los usuarios, ya que éstos las han considerado como intromisiones en la privacidad de las personas, y la compañía ha tenido que rectificar para no perder credibilidad ni participación por estos motivos. En este sentido los *Webactores* han tenido éxito en demostrar su poder de convocatoria ante una compañía, lo que demuestra que la participación y la colaboración de los internautas son elementos de peso a la hora de tomar una política económica o instrumental en una herramienta ubicada en la *Web 2.0*.

2.4.3. Blogs o bitácoras

Describe García (2006) a los *blog* o *bitácoras* como sitios *on-line* gestionados por los propios usuarios, quienes expresan mediante la utilización de procesadores de palabras sus ideas o pareceres sobre diversos temas, creando de este modo un canal asíncrono de participación donde otros usuarios o internautas pueden establecer un diálogo con el autor. Lo interesante de estos sitios, comenta García (2006) es que los usuarios no tienen que conocer sobre programación *Web* ni tener conocimientos tecnológicos especiales, ya que, existen sitios dedicados a brindar las facilidades a los internautas para la publicación, actualización y mantenimiento de la información que coloquen en su *blog*.

García (2006) expresa que el desarrollo de herramientas como los *blogs* se debe al enfoque *Web 2.0*, el cual permite el despegue de sitios colaborativos gracias a su flexibilidad y orientación participativa debido al llamado movimiento *open-source*, o *fuentes abiertas*, que le da una mayor relevancia al contenido en sí, que a la herramienta, la cual puede ser modificada y adaptada de acuerdo a las necesidades que se presenten, porque son de código abierto y no pertenecen a personas o entes privados que restrinjan su utilización.

Comenta García (2006) que los *blogs* permiten una interactividad entre los usuarios del mismo, porque éstos pueden generar hiperenlaces que permitan la modificación y complementariedad de la información mediante la generación de redes de *blogs*, donde se pueden insertar contenidos multimedia como videos, sonidos y animaciones para complementar y expandir los textos originales con la finalidad de mejorarlos a través del tiempo. Así mismo, el etiquetado o la utilización de palabras clave permite la rápida ubicación por parte de los usuarios de los contenidos específicos solicitados.

2.4.4. Fotografías en *Flirck*

Comenta Briggs (2007) que el sitio fue lanzado en febrero de 2004, por una compañía denominada *Ludicorp* y otras más, en Vancouver, Canadá. En el 2005 el sitio fue comprado totalmente por la compañía, el cual está diseñado para compartir fotografías personales, y se ha convertido en una comunidad de usuarios los cuales utilizan la plataforma para compartir sus imágenes online. Para ello, pueden etiquetar las fotos y agruparlas temáticamente. Así mismo, ofrece enlaces a blogs para que los internautas puedan enlazarlas desde ese sitio.

2.4.5. Videos en *YouTube*

Briggs (2007) expresa que este sitio fue creado en febrero 2005, por tres ex empleados de la compañía de pagos en línea *PayPal*. La filosofía del sitio es que los usuarios puedan compartir videos caseros y películas aficionadas. Una de las tendencias generadas por *YouTube* tiene que ver con el video *blogging*, donde los usuarios pueden generar comentarios en cámara sobre diversos temas y acontecimientos como si se tratasen de emisiones en vivo de un medio de comunicación tradicional. En el año 2006 la compañía *Google*, compró el paquete accionario de *YouTube* por un monto de 1 mil 600 millones de dólares.

2.4.6. Sonidos en *Podcaster* y *Podomatic*

Según la página *Podcaster* (2010) un *Podcast* es un archivo de audio digital, generalmente viene en formato mp3, al cual el usuario puede acceder en forma automática desde una página *Web*. Además, puede ser descargado, de tener la opción, en su computador o dispositivo móvil, sea éste un celular o un *iPod*. La ventaja de este tipo de archivo es que puede ser escuchado cuantas veces se desee, una vez descargado, sin estar conectado a *Internet*, ya que se volvería “portátil”.

El sitio *Podcaster* (2010) indica que los *Podcast* pueden contener sonidos de hasta 60 MB sobre programas de conversación, música, sonidos ambientales,

discursos, cursos de idiomas u otras materias académicas, ecología, tecnología, por lo que las posibilidades de utilización para conocer sobre diversos temas queda sólo limitada por la imaginación de la persona interesada. Algunos *Podcast* son de programas regulares, los cuales pueden llegar a formar verdaderas comunidades de oyentes, los cuales los coleccionan y los conservan como elemento de culto urbano. Otro sitio para alojar *Podcast* de hasta 10 MB es el servicio de alojamiento de *Podcast* llamado Podomatic.com. Para ejemplificar, aquí está el vínculo de una conferencia de Ramón Salaverría en la Universidad Monteávila, alojado en el sitio Podcaster.

2.4.7. La transmisión en vivo o *Streaming*

A pesar de no constituir en sí una red social, es una tecnología inherente a las redes que muestran contenido multimedia, sea éstas en sonidos, videos, o animaciones, por lo tanto se decidió explicar en este apartado algunas características técnicas que la particularizan y definen. Según *Wikipedia* (2010d) *Streaming* es una tecnología aparecida en abril de 1995, con el lanzamiento del programa *Real Audio 1.0* de la compañía Real Networks, el cual permite la distribución de audio o video, o una combinación de ambos, por Internet. Mediante el *Streaming* el usuario puede acceder a sus materiales sin necesidad de descargarlos en su computador, ya que esta tecnología permite que el contenido se almacene en un *buffer*, es decir una memoria temporal, desde donde es descargada a medida que se observa o escucha.

Para que el usuario pueda acceder a sus contenidos mediante *Streaming*, su dispositivo de visualización o escucha debe tener precargados unos programas o aplicaciones residentes los cuales permiten el almacenamiento temporal y descifran el contenido del archivo multimedia para que éste sea reproducido con la calidad requerida. A estos archivos se les da el nombre de *Códec*, cuyo término es una abreviación de codificador y decodificador, y están desarrollados en software o hardware, o una combinación de ambos que permiten leer los formatos encapsulados,

de audio o video, los cuales pueden ser *.mpg*, *.avi*, *.mov*, *.mp3*, *.mp4*, u otros menos conocidos por el público en general.

2.4.8. Geolocalización en *Foursquare* y la realidad aumentada

A modo de cultura general tocaremos este tema. Según Wikipedia (2010e) el término *realidad aumentada* o *dimensión interactiva*, es un sistema que permite mezclar entornos reales con información virtual para la creación de una realidad mixta en tiempo real. Para ello se utilizan diversos dispositivos entre los cuales están los que el usuario se coloca, como una especie de casco con visores y sensores que muestran los datos informáticos para aumentar la percepción. También se podrían presentar como unos dispositivos de mano, como *smartphones* o tabletas, que le muestran la información en forma combinada utilizando cámaras y pantallas.

Entre las aplicaciones que utilizan la realidad aumentada y que se encuentran disponibles al usuario está *Foursquare*, la cual constituye una herramienta de geolocalización que permite etiquetar virtualmente establecimientos, comercios o lugares de interés para el público. Los usuarios la utilizan como una red social para dar a conocer las características de esos lugares etiquetados, de esta forma brindan la información a otros usuarios.

La geolocalización está tomando un gran auge a nivel tecnológico, ya que permiten darle veracidad a los contenidos generados. Por ejemplo, una foto que muestre una acción o elemento puede estar posicionada en un mapa para determinar exactamente el punto donde se generó el hecho noticioso, así como para mostrar si hubo alguna variación en cuanto a la ubicación de un elemento importante debido a una catástrofe natural como la acontecida en Japón, luego del terremoto y tsunami. Este es un tema que está siendo facilitado por los desarrollos tecnológicos, ya que diversos fabricantes están incorporando esta tecnología a dispositivos como celulares y cámaras digitales para favorecer la búsqueda mediante mapas presentes en la *Web*

2.0, los cuales son utilizados por los usuarios interesados en determinar la veracidad geográfica o ubicación topográfica de un sitio determinado.

2.5. Consideraciones generales educativas

Para elaborar el siguiente programa de formación para periodistas ciudadanos debemos tomar en cuenta varios factores educativos que inciden en su planificación y programación, como son los diversos estilos de aprendizaje que tienen las personas, así como el diseño instruccional basado en un modelo andragógico que les permita adquirir los conocimientos sistemática y organizadamente, en este sentido, es necesario colocar estas consideraciones en las cuales nos debemos basar.

Las personas interesadas en producir sus propios contenidos digitales, además de poseer conocimientos básicos sobre el manejo y elaboración de textos, deberían tener habilidades y competencias desarrolladas sobre la edición de sonidos para poder elaborar los *Podcast*, editar y montar videos, retoque y adecuación para la *Web* de las imágenes o fotos con la finalidad de ubicarlas en sus *Blogs* o páginas en *Internet*, así como los rudimentos sobre las terminologías más empleadas en la comunicación digital para desenvolverse en una forma más amigable dentro de los parámetros que establecen las redes sociales y los medios de comunicación a su alcance.

Según comentan Rojas y Aguilar (2008), la idea de formación (dar forma) encierra la noción de perfeccionamiento intelectual, y esto es lo que se busca con el taller, que la persona dedicada al periodismo ciudadano o ciudadano colaborativo y participativo, adquiera mediante un diseño instruccional un componente educativo que le permita un mejor desempeño dentro de su área comunicativa, sin menoscabo que éste sea espontáneo e instantáneo. En este sentido, Gagne (1979), citado por Rojas y Aguilar (2008), expresa que "la instrucción es un proceso deliberado y previamente planificado, organizado a través de una serie de eventos externos secuenciales con el fin de apoyar el proceso de enseñanza-aprendizaje" (p.2).

La elaboración de un programa de formación de periodistas ciudadanos se basa en el diseño instruccional de actividades relacionadas con el campo comunicacional, y que hagan uso de los recursos tecnológicos para adecuarlos a sus necesidades específicas, todo ello con la finalidad de mejorar su capacidad de informar y comunicar su realidad desde un enfoque ecléctico de las teorías del aprendizaje. En este sentido, comenta Cabero (1999), el cambio que debe realizarse desde un modelo mecanicista a uno que permita al participante generar los cambios cognitivos que le ayuden mejorar su relación con la realidad. Por lo que el aprendizaje no lo concibe como un cambio de conducta sino como un cambio en la estructura cognitiva.

De allí, se podría pensar que, la realización de actividades programadas en la realización de un taller, le permitiría a las personas desarrollar habilidades comunicacionales óptimas para mejorar sus condiciones sociales, culturales y de vivencia. Todo ello dentro de una práctica de actividades dirigidas a la construcción de una base procedimental y cognitiva más acorde con su realidad específica, tanto dentro de su comunidad o con el establecimiento de canales participativos que le permitan relacionarse con las instituciones gubernamentales y administrativas en una forma efectiva y eficaz.

En este sentido tomaremos los conceptos de Polo (2001) donde nos habla de los diseños instruccionales de tercera y cuarta generación, los cuales se apoyan en lo cognitivo, en la interactividad, toman en consideración los modelos mentales, la individualidad de las personas y utilizan la tecnología, se toma en cuenta teorías constructivistas de aprendizaje donde las personas utilizan sus capacidades individuales y se adaptan reflexivamente a su realidad. En definitiva donde se busca que la persona aprenda a aprender, ya que el aprendizaje como expresa Kolb (1988) citado por Aguilar (2005) se basa en la experiencia, en la observación, la experimentación para llegar a las conceptualizaciones abstractas que permiten estructurar el conocimiento. Así mismo, este proceso educativo viene signado por la conceptualización del término educación que ofrecen Rojas y Aguilar (2008) el cual es visto como un proceso que tiende fundamentalmente al autodesarrollo, a liberar al

ser humano, al fortalecimiento de su voluntad para hacer el bien y el cual le permite hacer transformaciones en su contexto sociocultural para crecer individual y colectivamente. En este sentido, pensamos que aprender y crecer mediante un taller que motive la formación de periodistas ciudadanos o ciudadanos participativos o colaborativos contribuye con ese proceso de mejoramiento y crecimiento.

Teorías psicológicas del aprendizaje

Para poder elaborar un diseño instruccional del tipo ecléctico, es decir, que tome las mejores características de los tres modelos psicológicos de las teorías del aprendizaje, explicaremos brevemente en qué consisten:

- **Teoría conductual:** Esta teoría se basa en el estudio del comportamiento humano. Hardi y Jackson (1998) comentan que los estudios conductistas comenzaron con los descubrimientos de Pavlov (1849-1936) quien a través de sus experimentos con perros descubrió que no sólo hay reflejos innatos sino que también éstos pueden ser aprendidos mediante asociaciones estímulos-respuestas. A un estímulo incondicionado (EI) el organismo tiende a dar una respuesta incondicionada (RI). Sin embargo, a un estímulo incondicionado (EI) al ser emparejado con otro estímulo neutro puede llegar a ocasionar una respuesta incondicionada (RI) que puede llegar a condicionarse (RC) al adquirir el estímulo neutro su capacidad de ser estímulo condicionado (EC) mediante asociaciones perceptivas que hace el individuo. En este sentido las repeticiones se transforman en experiencias y de estos aprendizajes se proporcionan las bases para una acción adaptativa al medio. Otro teórico de la conducta, Thorndike (1874-1949) siguió con los métodos asociativos en los que denominó aprendizaje por ensayo-error, o ensayo-éxito, actualmente a este tipo de aprendizaje se le denomina como aprendizaje instrumental u operante, ya que la persona es un ente activo que opera sobre el ambiente con la finalidad de obtener una recompensa a cambio de su actuación.

Coll, Palacios y Marchessi (1990) comentan sobre el condicionamiento operante en que una respuesta (R) es fortalecida o debilitada de acuerdo al aumento o disminución de las consecuencias (C). En este sentido si la respuesta es fortalecida el proceso se denomina reforzamiento positivo si es presente o negativo en caso de que esté ausente, dependiendo del caso. Si esta respuesta se debilita se podría denominar por castigo ya que el estímulo es adversivo. Y si la respuesta desaparece por ausencia de consecuencias el proceso recibe el nombre de extinción. El proceso de repetición o reforzamiento son las consecuencias que aumentan las probabilidades que una acción se ejecute en condiciones similares. Aragón (2001) comenta que Skinner (1953) define el condicionamiento como “el fortalecimiento de la conducta como resultado del reforzamiento” (p.167). Con ello lo que buscaba Skinner era el moldeamiento de la conducta, y con un encadenamiento programático lineal establece los principios de la instrucción programada paso a paso para lograr los aprendizajes.

• **Teoría cognitiva:** Uno de los representantes de esta teoría es Bandura (1982), citado por Aragón (2001), quien expresa que el aprendizaje humano ocurre gracias al medio social donde se desenvuelve la persona ya que es allí donde interacciona con otros que influyen en sobre él y a su vez éste lo hace con ellos, por lo que se establecen unos intercambios dinámicos. En este sentido Bandura (1982) le da igual importancia a los tres factores (persona, conducta, ambiente) y los trata no como una entidad separada, sino como un todo que determina en tal caso, al individuo como un ser holístico, en el que su conducta afecta al ambiente y éste a su vez influye en el individuo el cual toma conciencia de lo que ocurre y se auto-refuerza a sí mismo conscientemente para premiarse o dejar la conducta rechazándola.

Aragón (2001) comenta que Bandura (1982) expone los aprendizajes por modelamiento, es decir, cuando la persona ejecuta una conducta vista a otras personas. A esto lo llamó Bandura *aprendizaje vicario*, ya que necesita de un modelo que experimente algo para que la persona quiera copiar esa acción, o tome conciencia del ejemplo y la rechace porque haya sido una experiencia negativa. El hecho es que existe un factor cognoscitivo intrínseco en este tipo de aprendizaje, ya que la

conciencia forma parte del proceso mental, al igual que los sentimientos y la motivación, dentro de la acción que la persona ejecuta para aprender.

- **Teoría constructivista:** Dentro de los representantes de esta corriente psicológica encontramos a Jean Piaget. Aragón (2001) expresa que la orientación de Piaget es desarrollista, organísmica y constructivista. Piaget, según Aragón (2001) define al ser humano como un ser activo, con intencionalidad, con una carga emocional y que construye su mundo de acuerdo a la interacción de sus estructuras mentales y la realidad que le rodea. Piaget, citado por Aragón (2001) comenta que el desarrollo cognoscitivo está sujeto al desarrollo biológico, por lo que establece unas etapas diferenciadas según la edad de la persona. Y que estas pasan por unos cambios estructurales a nivel del conocimiento donde el ser humano organiza sus funciones mediante un proceso de asimilación, adaptación y acomodación de dichas estructuras. Y que este proceso varía durante todas las etapas de la vida, ya que implica la adquisición, reacomodación y desecho de conocimientos para tratar de encontrar un punto de equilibrio mediante la auto-regulación y la auto-reorganización.

El desarrollo cognoscitivo lo divide Piaget, según Aragón (2001) en cuatro etapas: Período sensomotor (0-2 años), el preoperacional (2-7 años), el de las operaciones concretas (7-11 años) y el de las operaciones formales (11 y más años), y los define así porque, según él, en esos períodos ocurren cambios cualitativos del pensamiento. Y cada uno está relacionado estructuralmente a otro, por lo que al final se integran. Otro teórico, el cual complementa las teorías de Piaget, es Vigosky (1924) quien fue un psicólogo ruso que murió muy joven, sin embargo, al hacerse traducciones de sus obras al inglés en la década de los años 70 del siglo pasado logró mucho auge entre los teóricos constructivistas. Aragón (2001) expresa que el constructivismo de Vigosky es social y dialéctico, ya que está ligado a la vida social y cultural, donde las interacciones sociales contribuyen a la construcción social de la persona en forma colaborativa y cooperativa, y que éste forma parte del desarrollo histórico general de la especie humana.

Aragón (2001) comenta que Vigosky a diferencia de Piaget ve al aprendizaje independiente del desarrollo biológico, y que éste se sustenta es en la maduración del individuo al sustituir las respuestas innatas por otras más complejas, y que estos procesos son paralelos entre sí. Por eso ve que el aprendizaje organizado se convierte en desarrollo y esto activa procesos que no se activan si no está presente. En ese sentido desarrolla la llamada *zona de desarrollo proximal*, donde, por ejemplo, ubica a un niño que no sea capaz de resolver una situación individualmente pero sí lo logre con un pequeño apoyo de otra persona o tutor, es decir un acompañamiento que medie entre el problema y la solución, pero respetando la propia capacidad de la persona, es decir su propia diferencia individual y su participación. En ese sentido Arangón (2001) comenta sobre otro teórico del constructivismo Bruner, quien denomina *andamiaje* a ese acompañamiento y asistencia que hace un adulto en el proceso de aprendizaje de un niño. De allí parten las ideas del aprendizaje colaborativo, donde todos los miembros de un grupo deben ser capacitados para poder seguir a otro nivel. En este sentido Vigosky, comenta Aragón (2001), otorga una especial atención dentro de sus estudios la utilización de herramientas y el manejo de signos como elementos distintivos de la especie humana.

Otro constructivista es Ausubel, citado por Coll, Palacios y Marchessi (1990), el cual nos habla del *aprendizaje significativo*, el cual divide en dos, por *recepción* y por *descubrimiento*. En el aprendizaje por recepción, nos explica Ausubel, que el alumno recibe los conocimientos y éste simplemente los incorpora a sus estructuras mediante el proceso de comprensión y asimilación. Mientras que el aprendizaje por descubrimiento, ocurre cuando el material debe ser comparado, asociado, reorganizándolo, para poder adaptarlo a sus estructuras y poder asimilarlo. En este sentido, comenta Ausubel, citado por Coll, Palacios y Marchessi (1990) la persona debe tener una alta disposición para aprender y comprender sus procesos, es decir, debe estar motivado hacia la adquisición del conocimiento para poder apropiárselo significativamente a sus estructuras cognitivas.

En ese sentido, podemos observar que el concepto de aprendizaje tiene diferentes acepciones, es decir, de acuerdo a la postura psicológica del aprendizaje que tengamos será que podríamos definirlo. Por ejemplo, para el constructivismo vemos que el aprendizaje tiene relación con el cambio de estructuras formales mentales, las cuales se interrelacionan con el individuo, su medio ambiente, sus experiencias de vida, y que este conocimiento puede ser influenciado por las interacciones culturales y sociales que la persona tiene en su entorno, además de sus procesos internos de maduración y su edad biológica. Y que todo eso puede ser empleado para influir en su entorno. Para un conductista, en cambio, el aprendizaje se basa sólo en el cambio apreciable de una conducta mediante la aplicación de un estímulo externo. En ese sentido, tomando en cuenta todos los factores anteriormente expuestos, tomaremos un enfoque ecléctico, es decir mixto, para la planificación de la presente propuesta de programa de formación para periodistas ciudadanos o ciudadanos participativos y colaborativos.

Con ello, pensamos facilitar el aprendizaje y manejo de las herramientas *Web 2.0* a los participantes, por lo que podría emplearse situaciones evaluativas de tipo transversal para determinar sus avances en forma puntual sobre los temas a medida que transcurre el tiempo del taller. Yáber y Valarino (2007), enmarcan el presente trabajo dentro del contexto de la investigación-desarrollo, aunque con un sesgo hacia la investigación-acción, ya que se busca intervenir para cambiar o mejorar un proceso mediante una intervención cognitiva para modificar una realidad mediante nuevas soluciones propuestas. Esta es la finalidad del presente trabajo que los ciudadanos participativos y colaborativos puedan realizar su labor, una vez culminado el presente taller, en forma más eficiente y eficaz, con un alto contenido motivacional hacia lo tecnológico digital.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Diseño metodológico

Diseño de tipo “emergente”, es decir se adaptará de acuerdo a las necesidades impuestas por los participantes, así como al desarrollo de las herramientas a ser utilizadas, las cuales son actualizadas periódicamente y le otorgan nuevas características de utilización y finalidad.

3.2. Tipo de estudio.

Por triangulación. Se tomarán en cuenta dos o tres aproximaciones a la realidad comunicativa. En primer lugar este es un estudio de tipo cualitativo donde se tomarán en cuenta las percepciones y apreciaciones que las personas participantes tengan sobre el tema, así como una cuantificación objetiva sobre las necesidades o carencias presentadas en el test diagnóstico inicial.

Es de tipo prospectivo. Es decir, se partirá de la realidad actual de conocimientos sobre el periodismo ciudadano en el que se encuentren los participantes y luego se hará una evaluación final donde se determinará los avances en cuanto a su situación cognoscitiva sobre el tema.

3.3. Modelo de aprendizaje psicológico.

Para el desarrollo del presente taller Formación para periodistas ciudadanos *Web 2.0*, utilizaremos un modelo de aprendizaje psicológico ecléctico con el fin de dinamizar el proceso de enseñanza, es decir, comenzaremos con un enfoque pedagógico de tipo conductual para mostrar la utilización de las diferentes herramientas ubicadas en la *Web*. Luego, iremos canalizando los conocimientos para sumergir a los ciudadanos participantes en un modelo cognoscitivista, en el cual obtendrán conocimientos técnicos de las herramientas y la forma más eficaz y

eficiente para aplicar las mismas. Esperamos que los participantes, luego de aplicar sus conocimientos adquiridos, gestionen y autogeneren sus aprendizajes para evolucionar hacia un modelo totalmente constructivista, donde puedan aplicar de acuerdo a sus preferencias individuales las bondades de las herramientas *Web 2.0*.

3.4. Información básica sobre el taller propuesto.

Nombre: Propuesta de Programa de formación para periodistas ciudadanos

Programas a utilizar: *Word, PowerPoint, FireFox.*

Ambiente operativo utilizado: Sistema *OSX - Macintosh y/o Windows XP.*

3.4.a. Población.

Personas interesadas en acceder a los rudimentos técnicos que ofrecen las herramientas *Web 2.0* ubicadas en *Internet* con fines comunicacionales e informativos.

3.4.b. Nivel de los participantes.

El taller está dirigido, fundamentalmente, a personas con un nivel de instrucción a nivel de bachillerato, no limitativo, que posean algunos conocimientos sobre el manejo básico de *Internet*, y posean competencias orientadas hacia el ámbito de la comunicación e información y estén interesadas en ampliar sus conocimientos tecnológicos en pos de un mejor desempeño.

3.4.c. Justificación.

El presente taller llamado *Programa de formación para periodistas ciudadanos*, está diseñado para brindar a ciudadanos comunes, no profesionales en el área periodística, conocimientos básicos que les permitan utilizar eficientemente las herramientas comunicacionales de *Internet* con fines informativos y comunicacionales. La metodología consistirá en ofrecer información sobre dichas herramientas, la cuál irá acompañada de una pequeña explicación sobre su utilización, y buscará ofrecer una visión general a los participantes sobre el enfoque *Web 2.0* orientado al periodismo ciudadano colaborativo y participativo.

3.4.d. Necesidad.

El ámbito comunicacional representado por el uso de las redes sociales y otras herramientas comunicacionales en *Internet* exige a las personas un desarrollo cognoscitivo y procedimental que les permita adecuar sus conocimientos tecnológicos y comunicacionales a la realidad presente. El presente taller busca satisfacer las carencias cognoscitivas sobre el enfoque *Web 2.0* y herramientas básicas comunicacionales utilizadas en el mismo.

3.4.e. Contexto.

Este taller se desarrollará utilizando el sistema operativo *OSX, Macintosh*, y *Windows XP*. Los recursos a emplear estarán ubicados en *Internet*. La modalidad será presencial, donde el instructor mostrará el uso de las herramientas y aclarará las dudas que se presenten en los participantes. A su vez, se establecerán canales virtuales, sincronizados y asíncronos, para generar un espacio interactivo para el intercambio de experiencias colaborativas y conectivas entre los participantes.

3.4.f. Expresiones de logro.

- Meta: Establecer en los ciudadanos participantes conocimientos básicos para el manejo de las diferentes herramientas ubicadas en la *Web 2.0* bajo un enfoque interactivo, participativo y colaborativo.

- Propósito: Proporcionar a los ciudadanos participantes herramientas básicas para la utilización eficiente y efectiva de herramientas informativas y comunicacionales ubicadas en *Internet*.

3.4.g. Perfil de los participantes.

El taller es abierto a todas las personas interesadas en adquirir o actualizar sus conocimientos sobre las herramientas comunicacionales o informativas ubicadas en *Internet*. Las mismas deberían contar con la motivación y buena disposición hacia el aprendizaje, así mismo contar con las competencias necesarias para la utilización básica de herramientas informáticas y navegación *Web*. No se establecen limitaciones en cuanto a la edad o niveles académicos, sin embargo, se espera que sean bachilleres o cuenten con niveles educativos básicos suficientes.

3.4.h. Perfil del docente.

El facilitador del curso debe contar con las competencias metodológicas y didácticas para afrontar situaciones educativas y comunicacionales. Debe poseer dominio estratégico en cuanto a los procesos de enseñanza-aprendizaje, y tener un nivel de conocimientos óptimo en cuanto a la manejo de las herramientas que componen el ámbito de las tecnologías de la información y comunicación, *Tics*. Así mismo, debe poseer conocimientos sobre el manejo pedagógico andragógico y tener excelentes niveles de ortografía y gramática, así como el manejo expresivo y conocimientos sobre diferentes enfoques de Psicología del Aprendizaje para

determinar los diferentes estilos cognitivos de las personas asistentes y poder adaptarse a sus diferentes niveles de competitividad individual y grupal.

3.4.i. La orientación.

Este taller tiene un enfoque ecléctico, el mismo está orientado en generar en los participantes el aprendizaje de las herramientas comunicacionales ubicadas en la *Web*, y estará determinado por los diferentes niveles cognoscitivos, sus actitudes, sus aptitudes, y la motivación del participante. Con ello se busca que el mismo adquiera destrezas procedimentales y cognoscitivas de las diferentes herramientas que componen el enfoque *Web 2.0* y pueda ejercer eficaz y eficientemente los procesos comunicacionales e informativos dentro de su comunidad bajo una modalidad colaborativa, conectiva y participativa.

3.4.j. Medios empleados.

Para la realización del presente curso se empleará:

- Computadores *Macintosh* y computadores con *Windows*.
- *Videobeam*.
- Celulares inteligentes o *smartphones*.
- Red inalámbrica suministrada por un *Router*.
- Software nativo *Windows* y *Macintosh*: *PhotoShop CS3*, *iMovie*, *MovieMaker*, *Audacity*, *Messenger*, *Garageband*.
- Software en Internet: *Blogger*, *Twitter*, *Facebook*, *Podomatic*, *Podcaster*, *Prezzi*, *XMind*, *Hotmail*, *Gmail* u otro servicio *email*.

3.4.k. Las estrategias metodológicas a ser empleadas.

Este taller se compone de dos sesiones presenciales o sincronizadas, en la primera se hablará de las herramientas ubicadas en Internet relacionadas con las redes

sociales como *blogs*, *Twitter* y *Facebook*. En la segunda sesión se darán los rudimentos básicos para el manejo y elaboración de fotos, videos, sonidos para ser insertados y utilizados por los participantes. Así mismo, se hablará de las ventajas comunicacionales que ofrecen en la actualidad los dispositivos móviles como celulares inteligentes o *smartphones*. En la modalidad presencial la comunicación será establecida directamente, es decir facilitador-alumno, alumno-alumno, lo que permitirá los intercambios que generarán las conexiones y colaboraciones que facilitarán el proceso de enseñanza-aprendizaje.

En la modalidad a distancia, o asíncrona, se espera que los ciudadanos participantes empleen los conocimientos adquiridos para establecer una red comunicacional que permita el intercambio de ideas para aclarar las dudas que se les presenten, de esta manera se busca generar la visión compartida desde una perspectiva práctica y directa sobre el uso de la *Web 2.0* como plataforma comunicativa, conectiva y colaborativa. En este sentido, el facilitador buscará establecer una sesión en modo sincronizado mediante la utilización de un Chat para demostrar la instantaneidad del intercambio de información bajo esta modalidad.

3.4.1. Duración del curso.

Para cubrir la operatividad de las herramientas propuestas en el taller, el mismo será dictado en dos sesiones presenciales de 6 horas cada una, por lo tanto tendrá una duración total de 12 horas académicas, las cuales tienen una duración de 45 minutos. El taller está diseñado para ser aplicado en dos días consecutivos en el modo sincronizado, es decir presencial. En dicho lapso se abarcarán los aspectos teóricos y prácticos de las herramientas *Web 2.0* mencionadas en el curso de formación.

Para cubrir la segunda parte se considera hacerlo en modo virtual o asíncrono. Para ello se dispondrá de un *blog*, un correo electrónico, sus cuentas personales *Twitter* y un enlace a la red social *Facebook* mediante una cuenta grupal. Con la utilización de estas herramientas se busca generar los canales de participación

virtuales que permitan la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos durante el curso para brindar el acompañamiento y asesoramiento, por parte del facilitador.

3.4.m. La evaluación.

Para la realización del presente taller de *Formación para periodistas ciudadanos Web 2.0*, el facilitador aplicará una prueba diagnóstica, con ello buscará conocer el nivel cognoscitivo y práctico de los participantes y determinar sus niveles de competencia *Web* y establecerá las estrategias para nivelar a las personas que se encuentren por debajo de la media de los conocimientos y nivelarlos con el resto de los ciudadanos participantes. A su vez, el test permitirá determinar los niveles actitudinal y actitudinal de los mismos. Al finalizar el curso, cada participante llenará una forma donde se le hará una evaluación al Taller y expondrá sus experiencias en el mismo y determinará sus niveles de expectativas de aprendizaje. También está previsto que en la última actividad, es decir la 8, la persona pueda elaborar material multimedia de los mostrados en el curso y subirlo a un sitio, de esta forma vinculará sus nuevos conocimientos adquiridos con la práctica.

CAPITULO IV

DESARROLLO DEL TALLER

La presente propuesta de programa de formación para periodistas ciudadanos empleará diferentes herramientas ubicadas en Internet como son la elaboración de un *blog* o bitácora, en caso específico se utilizará la página *Blogger*, las redes sociales *Twitter* y *Facebook*, sitios para alojar contenidos multimedia como *Podomatic* y *YouTube*, el Chat sincronizado *Messenger*, y cada participante deberá contar para el momento de la realización del taller con una dirección de correo electrónico o email. Para el apartado multimedia se emplearán programas de edición fotográfica como *PhotoShop CS3*, de video como *iMovie*, *MovieMaker*, y de edición de sonido como *Audacity*.

Así mismo, se darán algunas indicaciones para el manejo eficiente y eficaz de dispositivos móviles como celulares inteligentes o smartphones para ejercer la labor de ciudadanos orientados hacia el periodismo ciudadano, desde una perspectiva conectiva participativa y colaborativa hacia su comunidad o los grandes medios que cuenten con canales interactivos para ello.

Como medio de apoyo digital al presente programa de formación se ha diseñado el sitio [Acrópolis 2.0](https://sites.google.com/site/acropolis2puntocero/) en el cual se han ubicado las diferentes actividades que componen el programa de formación de periodistas ciudadanos o los llamados ciudadanos participativos o colaborativos, con ello se busca generar un contacto directo con los materiales y la utilización de las diferentes herramientas. La dirección del sitio es: <https://sites.google.com/site/acropolis2puntocero/>

A continuación les presentaremos la tabla de contenidos y las actividades diseñadas de la propuesta de programa de formación para periodistas ciudadanos, las cuales se han dividido en ocho (8) para abarcar igual número de ítems de aprendizaje en dos sesiones:

Actividades presenciales por sesión:

Primera sesión (duración 6 horas)

Objetvos específicos	Contenidos	Estrategias de enseñanza - aprendizaje	Recursos	Estrategias de evaluación
1. Enfoque Web 2.0. 2. Periodismo ciudadano y las redes sociales 3. Canales de participación en medios tradicionales	Breve historia de Internet Evolución de la <i>Web 1.0</i> a <i>2.0</i> Introducción a herramientas Web. El recurso multimedia como elemento comunicador e informador Dispositivos móviles como plataforma comunicativa	Presentación del facilitador. Intercambio de experiencias por parte de los participantes Discusión grupal	Presentación Powerpoint, Xmind o Prezzi VideoBeam Lluvia de ideas Sitio Acrópolis 2.0	Evaluación diagnóstica previa Cuestionario

Segunda sesión (Duración 6 horas)

Objetvos específicos	Contenidos	Estrategias de enseñanza - aprendizaje	Recursos	Estrategias de evaluación
1. Herramientas multimedia aplicadas al periodismo ciudadano: fotos, videos, Podcast.	Utilización de: <i>MovieMaker</i> <i>iMovie</i> <i>Audacity</i> <i>PhotoShop CS3</i> <i>Flirck</i> <i>Podcaster</i> <i>Podomatic</i> Smartphones: <i>Twipic</i> <i>YouTube móvil</i> <i>Foursquare</i> <i>Streaming</i>	Presentación del facilitador. Intercambio de experiencias por parte de los participantes Discusión grupal	Presentación Powerpoint VideoBeam Xmind Lluvia de ideas Sitio Acrópolis 2.0	Evaluación diagnóstica previa Cuestionario

Sesión 1: Actividad 1

Tema: Conceptos básicos sobre el proceso comunicacional e informativo.

Objetivo: Establecer las bases conceptuales históricas sobre comunicación.

Duración: 20 minutos

Materiales: Videobeam, PowerPoint, Xmind, Prezzi

Procedimiento:

Los participantes mediante una lluvia de ideas harán aportes al proceso comunicativo desde una perspectiva histórica, de esta forma todos deberán intervenir en la actividad.

El facilitador hará un pequeño recuento evolutivo sobre el desarrollo del proceso comunicacional que ha tenido el ser humano desde sus orígenes. Se apoyará en una presentación en PowerPoint que demuestre esa evolución histórica.

Sugerencias:

Elabore una descripción histórica mediante una línea de tiempo sobre el desarrollo de los procesos comunicacionales de ser posible desde la invención de la escritura, pasando por la invención de la imprenta de Gutenberg, hasta el desarrollo actual de Internet y la Web 2.0.

Expresé ideas generales sobre las oportunidades que ofrece el desarrollo tecnológico en los campos comunicacionales e informativos.

Sesión 1: Actividad 2

Tema: Conceptos básicos sobre *Internet*.

Objetivo: Establecer las bases conceptuales sobre el desarrollo de *Internet*.

Duración: 20 minutos

Materiales: Videobeam, PowerPoint, Xmind, Prezzi

Procedimiento:

El facilitador hará un pequeño recuento evolutivo sobre el desarrollo de *Internet* y la aplicación *Web*. Para ello utilizará una línea de tiempo elaborada en el programa *PowerPoint* para ejemplificar el proceso.

Luego disertará sobre las etapas iniciales de *Internet 1.0* y su utilización básica. El desarrollo del email como elemento vinculante entre las personas e instituciones y su impacto en el área comunicacional.

Los participantes tomarán nota del proceso, generarán contenidos gráficos (videos o fotos) para ser utilizados en las prácticas del taller, así como para la elaboración del trabajo final a ser presentado en la actividad 8 del taller.

Sugerencias:

Expresa ideas generales sobre las diferencias tanto de orientación como de utilización que existen entre las dos etapas marcadas como 1.0 y 2.0 que ha tenido el desarrollo de Internet en su evolución histórica.

Motive la creatividad en cuanto a la generación de materiales a producir por parte de los participantes.

Sesión 1: Actividad 3

Tema: Conceptos básicos sobre las redes sociales en *Internet*.

Objetivo: Establecer las bases conceptuales sobre la utilización de las redes sociales en *Internet* y su impacto para la generación de comunidades digitales.

Duración: 20 minutos

Materiales: Videobeam, PowerPoint, Xmind, Prezzi

Procedimiento:

El facilitador disertará sobre el desarrollo de la *Web 2.0*. El enfoque, su importancia e introducirá a los ciudadanos participantes en las características técnicas que permitieron el desarrollo de las aplicaciones, su utilización e implementación como generadoras de contenidos y comunidades enfocadas a temas comunes.

Comentará sobre las características de los *blogs*, *Twitter* y *Facebook*, para ello utilizará un cuadro comparativo.

Los participantes luego de escuchar la exposición elaborarán un gráfico donde muestren las diferencias primordiales entre la *Web 1.0* y la *Web 2.0*, el mismo será escaneado para ser incorporado al trabajo final.

Sugerencias:

Comente sobre la utilización de las redes sociales como generadoras de comunidad y su utilidad para ser empleadas como elementos enlazantes de las mismas con los medios tradicionales de comunicación impresos y audiovisuales. Así como sus ventajas en cuanto a la inmediatez para la difusión de contenidos digitales.

Sesión 2: Actividad 4

Tema: Retoque fotográfico para *Web*

Objetivo: Establecer las bases conceptuales y procedimentales sobre la utilización de elementos multimedia como fotos para ser ubicadas en las redes sociales *Twipic* y *Flirck*, así como en *Facebook*.

Duración: 90 minutos

Materiales: *Videobeam*, *PowerPoint*, *Xmind*, *Prezzi*, *Photoshop CS3*.

Procedimiento:

El facilitador hablará de los diferentes formatos de imágenes, así como las modalidades de utilización, *RGB* y *CMYK*, y sus características básicas.

El facilitador mostrará la forma de optimizar imágenes fotográficas para ser empleadas para la publicación *Web*, para ello se valdrá del programa de retoque fotográfico *Photoshop CS3*.

Los participantes tomarán fotografías dentro del salón, las descargarán a sus computadores y procederán a optimizar las imágenes siguiendo las indicaciones.

Sugerencias:

Utilice imágenes para ejemplarizar los procedimientos.

Trate de emplear imágenes de gran calidad y establezca puntos de comparación en cuanto a tamaños y pesos de las mismas.

Ofrezca información sobre páginas que ofrezcan tutoriales de herramientas tecnológicas para retoque fotográfico en Internet.

Sesión 2: Actividad 5

Tema: Producción de videos para ser publicados en la *Web*.

Objetivo: Establecer las bases conceptuales y procedimentales sobre la utilización videos en las redes sociales y en el periodismo ciudadano participativo y colaborativo.

Duración: 90 minutos

Materiales: *Videobeam, PowerPoint, Xmind, Prezzi, MovieMaker, Youtube.*

Procedimiento:

El facilitador mostrará como elaborar un video mediante una cámara fotográfica o un teléfono celular.

El facilitador mostrará como editar el video mediante el programa *iMovie* en el caso de utilizar equipos *Macintosh*, o en el caso de poseer los participantes computadoras equipadas con *Windows* el programa *MovieMaker*, para su optimización. El facilitador mostrará como subir el video ya editado al sitio YouTube.

Los participantes siguiendo las indicaciones elaborarán un video, lo descargarán a los computadores, lo editarán, y subirán el mismo a *Youtube*.

Sugerencias:

Grabe el video en el momento para que los participantes se involucren emocionalmente y se sientan parte del proceso de manufactura y edición del mismo.

Ofrezca información sobre páginas que ofrezcan tutoriales de herramientas tecnológicas y que faciliten el aprendizaje multimedia.

Sesión 2: Actividad 6

Tema: Producción de Podcast para ser publicados en la *Web*.

Objetivo: Establecer las bases conceptuales y procedimentales sobre la utilización de Podcast en las redes sociales y en el periodismo ciudadano participativo y colaborativo.

Duración: 90 minutos

Materiales: *Videobeam, PowerPoint, Xmind, Prezzi, Audacity, Garageband, Podcaster, Podomatic.*

Procedimiento:

El facilitador mostrará como grabar un sonido mediante una grabadora digital, una computadora laptop o un teléfono celular.

El facilitador mostrará como editar el sonido mediante el programa *Garageband* en el caso de utilizar equipos *Macintosh*, o en el caso de poseer los participantes computadoras equipadas con *Windows* el programa *Audacity*, para su optimización. El facilitador mostrará como subir el sonido ya editado al sitio *Podcaster* o al sitio *Podomatic*. Explicará las ventajas que tiene uno u otro y dará orientaciones al respecto.

Los participantes grabarán un sonido, preferiblemente bajo un guión elaborado por ellos mismos, lo editarán y lo montarán en el sitio *Podcaster* o *Podomatic* de acuerdo a su preferencia.

Sugerencias:

Grabe el sonido en el momento para que los participantes se involucren emocionalmente y se sientan parte del proceso de manufactura y edición del mismo. Explique las ventajas que tiene el uso de *Podcast* en cuanto a la portabilidad y su utilización en *iPod* u otros dispositivos móviles.

Ofrezca información sobre páginas que ofrezcan tutoriales de herramientas tecnológicas y que faciliten el aprendizaje multimedia.

Sesión 2: Actividad 7

Tema: Tendencias: Cobertura móvil

Objetivo: Establecer las bases conceptuales y procedimentales sobre el concepto de cobertura móvil mediante celulares inteligentes y otros conceptos tecnológicos que podrían ser utilizados por el periodismo ciudadano en su labor.

Duración: 90 minutos

Materiales: *Videobeam, PowerPoint, Xmind, Prezzi, Audacity, Podcaster, Podomatic.*

Procedimiento:

Los participantes utilizarán teléfonos celulares para producir contenidos digitales, sean estos fotos, videos o sonidos, los cuales deberán montar en sitios *Web* específicos indicados por el facilitador. Estos materiales deberán estar relacionados con su experiencia compartida dentro del curso.

El facilitador comentará, a modo de inciso de cultura general para los participantes, sobre la tecnología *Streaming* como tecnología inherente a los recursos multimedia colocados en *Internet*, así como del término *geolocalización* y ejemplificará su utilización mediante el acceso al sitio *Foursquare*.

Sugerencias:

Al hablar de *Foursquare* comente sus ventajas y la tendencia actual de emplearlo como elemento publicitario y social.

Sesión 2: Actividad 8

Tema: Actividad de cierre del Taller.

Objetivo: Evaluar los conocimientos adquiridos mediante la generación de contenidos por parte de los asistentes al taller de formación de periodismo ciudadano.

Duración: 90 minutos

Materiales: *Videobeam, PowerPoint, Xmind, Prezzi, Audacity, Podcaster, Podomatic.*

Procedimiento:

Los participantes crearán un *blog* en el sitio *Blogger* donde colocarán las fotografías, videos y sonidos elaboradas en el curso, allí pondrán en práctica los conocimientos adquiridos.

Los participantes evaluarán cada uno de los blogs asignándoles un número de una escala propuesta por el facilitador.

El facilitador evaluará individualmente cada trabajo y le asignará una calificación de acuerdo a niveles de creatividad y de complejidad en su ejecución.

Sugerencias:

Ofrezca información sobre páginas que ofrezcan tutoriales de herramientas tecnológicas y que faciliten el aprendizaje multimedia.

De ser posible cree un blog, donde los participantes puedan mostrar sus trabajos elaborados durante la realización del Taller.

Ofrezca el sitio [Acrópolis 2.0](#) como enlace permanente a nivel comunitario para los participantes y fomente el intercambio de información entre ellos mediante la generación de un grupo en una red social como *Facebook*.

CONCLUSIONES

Cuando nos planteamos el diseño de un programa de formación para periodistas ciudadanos se buscaba generar facilidad de uso y la comprensión, entre los participantes, de las ventajas inherentes que la producción de contenidos digitales les brinda. Sin embargo, uno de las primeras aristas sobre el tema que se encuentra el diseñador del curso tiene que ver con las múltiples definiciones que se crean alrededor de la figura del llamado “periodismo ciudadano”.

En primer lugar se consigue con las diferentes visiones que hay sobre el tema desde las áreas profesionales no relacionadas con el campo de la formación periodística, y luego, debe escuchar lo que dicen desde los gremios periodísticos sobre el libre ejercicio de su profesión. Esto es algo comprensible, ya que ningún gremio puede descuidar su influencia social, cultural, social y hasta económica. En este sentido, encontramos voces autorizadas como el profesor Salaverría, quien nos dice que el ámbito del periodismo ciudadano tiene que ver con el hecho de que ellos también son ciudadanos, y que sólo una persona que haya pasado tiempo en las aulas de clases para formarse como tal, puede llamarse periodista.

En otras visiones encontramos opiniones como las de Bowman y Willis, que expresan que periodismo ciudadano lo que busca es mejorar el entorno mediante una retroalimentación informativa entre los miembros de una comunidad. Una opinión similar a la que define Merrit en el sentido de que el periodismo ciudadano lo que debe buscar son los cambios a todo nivel, incluidos los mismos medios de comunicación, quienes deben tomar en cuenta a las personas para poder generar los cambios que la sociedad demanda para seguir avanzando.

Luego al seguir explorando e indagando sobre el tema, encontramos que hay una tercera vía, una intermedia, que no niega la existencia de los derechos académicos profesionales de los periodistas sino que acepta el hecho real que algo está ocurriendo en la red, que la gente, las personas están ávidas de información, y más aún de generar información y que ésta sea la real protagonista, sin la exclusividad o pertenencia de alguien específico.

Como dice O'Reilly en una de sus definiciones del enfoque *Web 2.0*, lo importante no es tanto lo que se produce, sino la influencia de lo que ello derive. En el plano comunicacional se podría decir lo mismo, no importa quien genere la información, lo importante para un periodista en tal caso, dice Salaverría, debe ser las interpretaciones y análisis que se hagan del hecho informativo. Lo demás es lo que definen Patiño y Foguel como la “alquimia de las multitudes”, es decir la transformación que sufrió la audiencia, de ser un ente pasivo y receptivo, a uno más activo y dinámico, dispuesto a involucrarse en la producción de los contenidos.

Para organizar el presente curso comenzamos a indagar y hacer observaciones directas sobre quiénes o cuáles personas tenían las competencias necesarias como para ser un *ciudadano participativo o colaborativo*, y que quisiera mejorar mediante un taller sus conocimientos sobre el área sensible que es la comunicación a nivel comunitario, y más aún, cuáles deberían ser las competencias que debería poseer esa persona para poder comprender e involucrarse en un proceso de enseñanza-aprendizaje de herramientas digitales para mejorar su desempeño como comunicador.

Luego nos tocó decidir qué mostrar y bajo qué modalidad de enseñanza. En primer lugar nos fuimos hacia la figura de un taller, el cual tiene una modalidad de trabajo grupal donde todos los participantes laboran en conjunto para la producción de un bien, mediante la realización de tareas específicas. Luego decidimos las herramientas que serían mostradas, en ello se verían sus características principales, sus cualidades destacables, y las ventajas o desventajas con respecto a otras aplicaciones, así como su utilización básica.

En tal sentido, se organizó el taller en dos secciones con una duración de seis horas académicas cada una, y para ser desarrollada en dos días, no continuos, de preferencia dos sábados. La idea original tomaba en cuenta los días intermedios de la semana para la elaboración de algunas actividades entre los participantes vía *on-line* mediante el sitio [Acrópolis 2.0](#). Las herramientas a ser dictadas abarcarían desde una breve historia del desarrollo de *Internet* y su evolución hasta arribar al enfoque *Web 2.0*. Luego irían explicaciones sobre el uso y características de herramientas como

blogs en el sitio *Blogger*; las diferentes redes sociales como *Facebook*, *Twitter* y sus enlaces para contenidos gráficos como *Twipic* y *Flirck*; sitios multimedia como *YouTube*, *Podcaster* y *Podomatic*; y una explicación básica sobre la elaboración de videos, Podcast y retoque fotográfico para *Web* mediante *Photoshop CS3*. A su vez, tendríamos una sección sobre cobertura móvil, basados en las recomendaciones de Espinoza sobre las ventajas del manejo eficiente de smartphones. Y veríamos ejemplos, como aporte de cultura general, sobre la llamada *realidad aumentada* y la posibilidad de geolocalización que ofrecen la herramientas como *Foursquare*.

Nuestras expectativas a la convocatoria fueron muy altas, sin embargo, nos encontramos con una receptividad muy fría y distante por parte de los participantes. No comprendemos si se debe al sitio donde se organizó la implementación del taller, o si fue debido a la cercanía de las vacaciones de Navidad que influyó en la baja asistencia o interés por parte del público. Adicionalmente, encontramos estas peculiaridades: Las personas interesadas en asistir eran personas de mediana edad, es decir personas con edades comprendidas entre los 30 y 60 años aproximadamente. Muy pocos jóvenes se interesaron por el tema, deducimos que al ser nativos digitales el manejo de la tecnología para ellos no debería ser problemático. Encontramos una gran resistencia y miedo hacia la utilización de las redes sociales, sobre todo, a nivel de personas maduras, las cuales tienen la creencia que estos sitios permiten conocer sus intimidades familiares y son puertas a los delincuentes.

La razón primordial que alegaban las personas para no acceder al programa tenía que ver con la utilización del tiempo, ya que consideraban muy extenso el lapso de 6 horas académicas, y luego que al ser de dos sábados no se garantizaba la total asistencia a las 12 horas. Por lo tanto, se tomó la decisión de tratar de organizar el taller para una sola sección de 6 horas. O en su defecto a dos sesiones de 2 horas académicas en dos días consecutivos de la semana. Adicionalmente, se encuentra la limitación de equipos, ya que para aplicarlo en forma óptima debería disponerse de un computador por lo menos para dos personas. Sin embargo, esta falla podría solventarse con la utilización de un Videobeam y tratar de llevar la explicación de las

herramientas a una de tipo magistral, o ser auxiliados por la utilización de algunas máquinas arrendadas en un cibercafé, por lo que sería necesario, en este caso, tratar de fijar de alguna manera algún tipo de reembolso o pago por parte de los asistentes para cubrir dicho gasto.

En tal caso, la factibilidad de aplicación del taller está mientras existan personas interesadas en difundir y producir contenidos en la *Web*. A su vez, los desarrollos tecnológicos obligan a la revisión constante de las aplicaciones y herramientas, ya que éstas evolucionan de acuerdo a las tendencias que los mismos usuarios fijan en sus necesidades. Pensamos que el presente programa de formación para periodistas ciudadanos o para los llamados ciudadanos participativos y colaborativos puede seguir siendo desarrollado dentro de un marco futuro de nuevas herramientas que permitan la integración más novedosa que la actual *Web 2.0*, tal vez en un entorno más portátil, adaptado a tabletas gráficas como el *iPad*, dotados con procesadores más potentes, con redes inalámbricas más abiertas y estables, con cámaras con mayor resolución en píxeles y sobre todo, con usuarios comprometidos con su entorno, que quieran plasmar su realidad para otros, y que crean en el compromiso de generar contenidos bajo una ética y filosofía abierta al conocimiento, la paz, el respeto y el bien común para mejorar libremente sus condiciones de vida, tanto para el participante como para sus semejantes.

Como ejemplo de lo anterior podemos colocar los acontecimientos del mes de enero y principios de febrero 2011, donde el pueblo egipcio levantó su voz para pedir un cambio de rumbo en el gobierno, lo que terminó con el mandado de Hosni Mubarak, quien había permanecido tres décadas en el poder, y cuya fuerza cedió ante el deseo de la población por un cambio y cuya lucha se vio apoyada por el uso tecnológico de celulares e *Internet* para comunicar y organizar la resistencia. En ese sentido, el uso de las redes sociales como *Twitter* y *Facebook*, así mismo, la utilización de aplicaciones que permitían colocar rápidamente en la *Web 2.0* las fotos y videos con testimonios directos, abrieron una ventana de libertad a los espectadores de todo el mundo, los cuales pudieron seguir de en forma privilegiada los

acontecimientos de la mano de muchos ciudadanos egipcios colaborativos y participativos garantes y productores del periodismo ciudadano.

Otro ejemplo, lo podemos apreciar en los lamentables hechos ocurridos en la ciudad de Fukushima, en Japón, donde un terremoto y un *tsunami* devastaron una región costera, y luego, para acrecentar aún más la tragedia, se desata una crisis en una central nuclear. El hecho es que miles de usuarios japoneses, gracias a la utilización de las redes sociales e *Internet*, dieron a conocer los acontecimientos, e inmediatamente se organizaron las ayudas y auxilios con el fin de evitar más decesos. En tal caso, se capta la importancia que tiene para el ser humano la utilización de estas tecnologías, las cuales permiten la preservación de la vida, de los valores éticos y morales como la libertad, el fomento del bien común y la democracia verdadera.

Como gran conclusión podríamos decir que el periodismo ciudadano sí existe, es una tendencia a nivel mundial, y quiéranlo o no, los grandes medios o los gremios profesionales deben aceptar la realidad. Las audiencias quieren participar y no necesitan permiso para hacerlo, sólo las limitaciones tecnológicas, la falta de conocimientos, o las restricciones impuestas de tipo político, cultural o económico, pueden coartar la libertad de comunicar y producir materiales para la *Web 2.0* en este mundo inter e hiperconectado.

RECOMENDACIONES

Si alguna recomendación le podríamos dar a una persona que quiera ahondar en el ámbito del llamado periodismo ciudadano o ciudadanos colaborativos y participativos, es que observe lo que ocurre en las redes sociales, vea sus orientaciones de uso, es decir, distinga para qué sirve o se pueda utilizar mejor cada una de ellas, y vea el tipo de material digital que pueda ésta contener o difundir en forma más eficiente y eficaz para el propósito que se plantea.

Así mismo, debe recordar que trabaja con personas y que éstas son cambiantes, al igual que sus intereses y necesidades, que hoy pueden hacer algo de una forma y luego variarla, que los conocimientos que adquieren hoy puede que mañana sean obsoletos, por lo que se requiere escudriñar constantemente la *Web* para ver que nos ofrece desde una perspectiva que favorezca el bien común y el respeto a las diferencias individuales y colectivas.

En este sentido, los adelantos tecnológicos permiten que éste y cualquier curso de formación sean mejorables a través del tiempo, por lo que las oportunidades de formación siempre están presentes, esperando que alguien las organice de alguna forma para llenar una necesidad cognoscitiva a nivel individual o colectivo, y que esto forma parte de una labor educativa e informativa que requiere, tanto de educadores, como de periodistas y comunicadores sociales digitales.

Anexos

Taller - Periodismo ciudadano para *Web 2.0*

Diagnóstico sobre conocimientos previos

Nombre: _____

Edad: _____

Telf.: _____

¿Por qué razón le interesa realizar el taller? _____

¿Qué opina de las redes sociales en Internet? _____

¿Está adscrito a alguna actualmente? ¿Cuál o cuáles? _____

¿Qué le gustaría aprender sobre las herramientas ubicadas en Internet? _____

Taller - Periodismo ciudadano para Web 2.0

Evaluación al participante

Nombre: _____

1ra. actividad: Calificación: _____ Cumplió objetivos Sí___ No _____

Observaciones _____

2da. actividad: Calificación: _____ Cumplió objetivos Sí___ No _____

Observaciones _____

3ra. actividad: Calificación: _____ Cumplió objetivos Sí___ No _____

Observaciones _____

4ta. actividad: Calificación: _____ Cumplió objetivos Sí___ No _____

Observaciones _____

5ta. actividad: Calificación: _____ Cumplió objetivos Sí___ No _____

Observaciones _____

6ta. actividad: Calificación: _____ Cumplió objetivos Sí___ No _____

Observaciones _____

7ma. actividad: Calificación: _____ Cumplió objetivos Sí___ No _____

Observaciones _____

8va. actividad: Calificación: _____ Cumplió objetivos Sí___ No _____

Observaciones _____

Calificación final: _____ Observaciones: _____

Taller - Periodismo ciudadano para *Web 2.0*

Evaluación

Nombre: _____

Edad: _____

Telf.: _____

¿Qué opina del curso realizado? ¿Cumplió sus expectativas? Sí ___ No ___

Explique por favor: _____

¿Qué otros conocimientos cree le harían falta sobre el tema? _____

Su opinión sobre el desempeño del facilitador _____

Observaciones _____

Referencias

- Aguilar, J. (2005). Diseño y desarrollo instruccional para el presente milenio: un enfoque. PDF. Universidad Simón Bolívar, reedición: Noviembre.
- Alfonzo, C. (2010). En 2010 uso de Twitter en Latinoamérica creció 500%. *El Nacional*. Sección Educación y Sociedad. Ciudadanos. Pag. 3. Jueves, 7 de octubre 2010.
- Aragón, J. (2001). *La psicología del aprendizaje. Teoría y práctica*. Editorial San Pablo. Caracas, Venezuela. P. 319.
- Barrera, J. (2010) ¿Por qué un periodista tiene que aprender a manejar las redes sociales? *Periodismo al pil pil*. Blog.
<http://periodismoalpilpil.blogspot.com/2010/10/me-plantea-mi-director-una-pregunta-de.html> Recuperado: 17/10/2010
- Bevilacqua, T. (2010) Carlos Jiménez: “En 2012 más de la mitad de los venezolanos estarán conectados a la red”. *Prodavinci*. Mayo 7, 2010. (Recuperado: 29 marzo 2011). <http://prodavinci.com/2010/05/07/carlos-jimenez-“en-2012-mas-de-la-mitad-de-los-venezolanos-estaran-conectados-a-la-red”/>
- Bolívar, R. (2010) La información se transforma de local y global a glocal.
<http://www.bottup.com/201006206091/Medios/la-informacion-local-global-y-glocal.html> Recuperado: 20/10/2010.
- Briggs, M. (2007) *Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital*. J-Lab y Knight Citizen News Network. Universidad de Texas, Austin.
- Cabero, J. (1999). *Tecnología educativa: diversas formas de definirla*. (editor) *Tecnología*. PDF.
- Cabrales, R. (2010) Relatoría. Seminario virtual coberturas móviles desde teléfonos inteligentes por Christian Espinosa. PDF. Junio 1 al 3, 2010. Recuperado: 31/10/2010.

- Campos, F. (2010) Las empresas de medios de comunicación revisan y amplían sus modelos de negocio. Revista *Razón y Palabra*. Número 74. Noviembre 2010-Enero 2011. PDF.
- Centurión, M. (2010). La tarea de comunicar. *InfoCiudadano*. Argentina.
<http://www.infociudadano.com/2010/10/11/la-tarea-de-comunicar/>
 Recuperado: 17/10/2010.
- Cobo, C. y Pardo, H. *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso. México D.F. Barcelona, España. 2007. www.planetaWebdospuntocero.net
- Coll, Palacios y Marchessi (1990). *Desarrollo psicológico y educación*. Madrid, España. Alianza Editorial. Capítulo II. Capítulo VI.
- Díaz, J. y Salaverría, R. (2003) *Manual de redacción ciberperiodística*. Editorial Ariel. Barcelona, España. 1ra. Edición, Octubre, 2003.
- Fogel, J. y Patiño, B. (2005). *La prensa sin Gutenberg. El periodismo en la era digital*. Grasset & Fasquelle. Litografía Rosés, C.A., España. 2007
- García, A. (2006) Blogs y wikis en tareas educativas.
<http://observatorio.cnice.mec.es/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=378&mode=thread&order=0&thold=0&POSTNUKESID=3103df52f47726e7c4d67bde273cefe5> Recuperado: 26/10/2010.
- Hardi & Jackson (1998). *Aprendizaje y cognición*. Editorial McGraw Hill, Madrid, capítulo II.
- Lajas, J. (2010). La Fundación Violeta Chamorro crea un fondo para incentivar el periodismo ciudadano en Nicaragua.
<http://www.periodismociudadano.com/2010/10/23/la-fundacion-violeta-chamorro-crea-un-fondo-para-incentivar-el-periodismo-ciudadano-en-nicaragua/> Recuperado: 24/10/2010.

- Llop, P. (2007). Hacia la ciberdemocracia a través del periodismo ciudadano. La formación, el paso perdido por los medios tradicionales y la oportunidad de los nuevos medios. *Revista Razón y Palabra*.
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n54/pllop.html#au> Recuperado: 17/10/2010
- Llop, P. (2010). Pese a todo el ciudadano sigue siendo el foco.
<http://www.paullop.es/2010/08/24/pese-a-todo-el-ciudadano-sigue-siendo-el-foco/> Recuperado: 20/10/2010.
- Mascardi, j. (S/F). ¿Cómo se debe formar a los periodistas en la era digital?
<http://www.fnpi.org/nodo-digital/noticia/articulo/los-nuevos-espacios-profesionales-y-la-polivalencia-profesional-ejes-de-formacion-para-el-periodis/> Recuperado: 15/12/2009.
- Mena, A. (2010) Las posibilidades educativas de Twitter.
<http://www.infociudadano.com/2010/08/30/las-potencialidades-educativas-de-twitter>. *Infociudadano*. Recuperado: 20/10/2010.
- Meso, K. (2005). Periodismo ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística. *Revista Latinoamericana de Comunicación: Chasqui*, N° 90, 2005. Recuperado el 02 de enero 2011. <http://chasqui.comunica.org/90/meso90.htm>
- Morales, M. y Albarrán, G. (2008) Los desafíos del periodismo en la era digital.
<http://www.mariomorales.info/?q=node/2027>. Recuperado: 14/12/ 2009
- Núñez, F. (2009). *Comunicación digital y Web*. Editorial CEC, S.A. Caracas, Venezuela.
- O'Reilly, T. (2005). ¿Qué es la Web 2.0?
<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-Web-20.html>. Recuperado: 15/12/2009.
- Pallares, M. (2010). Ocho secretos del taller “Periodismo y redes sociales”.
<http://blogdemiguelpallares.blogspot.com/2010/09/8-conclusiones-del-taller-periodismo-y.html> . Recuperado: 20/10/2010. (Pag. 1)

- Pisani F. y Piotet, D. (2009). *La alquimia de las multitudes. Cómo la Web está cambiando al mundo*. Editorial Paidós. Barcelona. España.
- Podcaster (2010). *¿Qué es un Podcast?* <http://www.podcaster.cl/que-es-un-podcast/>
Recuperado: 31/10/2010
- Polo, M. (2001). El diseño instruccional y las tecnologías de la información y la comunicación. *Docencia Universitaria*, Vol II, N°2. Sadpro, UCV, Venezuela.
- Rojas, F. y Aguilar, J. (Reedición Enero 2001). Conceptos básicos en educación. Universidad Simón Bolívar. PDF.
- Rubio, E. (2007). El periodismo ciudadano como esencia del periodismo informático. <http://www.bottup.com/200711192101/Medios/el-periodismo-ciudadano-como-esencia-del-socialismo-infomco.html>. Recuperado: 15/10/2010.
- Salaverría, R. (2010) "¿Ciberperiodismo sin periodistas? Diez ideas para la regeneración de los profesionales de los medios digitales".
<http://hdl.handle.net/10171/7259> Recuperado: 18/10/2010
- S/A. (2010) Historia de Twitter. http://www.cad.com.mx/historia_de_twitter.htm.
Recuperado: 29/10/2010. (Parr. 1, 2 y 4)
- S/A. (2011) ¿Cuántos sudamericanos visitan Twitter cada día? *Blog Clasesdeperiodismo.Com*. (Recuperado: 29/03/2011)
<http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/04/05/cuantos-sudamericanos-visitatan-twitter-cada-dia/>
- S/A. (2011). Carlos Jiménez comenta las tendencias digitales en Venezuela. *Noticias24*. Febrero 14, 2011.
<http://www.noticias24.com/actualidad/noticia/206654/carlos-jimenez-comenta-las-tendencias-digitales-en-venezuela/> (Recuperado: 30 marzo 2011)
- Siscar, M. (2010) "El periodismo no se puede concebir sin compromiso"
<http://periodismohumano.com/sociedad/comunicacion/%E2%80%9C>

[periodismo-no-se-puede-concebir-sin-compromiso%E2%80%9D.html](#)

Recuperado: 26/10/2010. (Parr. 4)

Sónico (2010) ¿Qué es Sónico? ¿Qué es una red social?. PDF.

[corporate.sonico.com/img/pdf/QA.pdf](#)

Twitter-Venezuela (2011). Twitter, Facebook e Internet en Venezuela. (Recuperado:

29 marzo 2011) <http://www.twitter-venezuela.com/pag/twitter-facebook-e-internet-en-venezuela>

Valarino, E., Yáber, G., Cemborain, M. (2007) *Metodología de la investigación, paso a paso*. Editorial Trillas, México, Argentina, España, Colombia, Puerto Rico, Venezuela.

Valera, J. (2007). El fin de la era de la prensa. *Periodistas 21*.

http://www.escolar.net/wiki/index.php/El_fin_de_la_era_de_la_prensa

Wikipedia (2010a) Historia de Twitter. <http://es.wikipedia.org/wiki/Twitter>

Recuperado: 28/10/2010.

Wikipedia (2010b) Historia de Facebook. <http://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>.

Recuperado: 28/10/2010

Wikipedia (2010c) ¿Qué es streaming? <http://es.wikipedia.org/wiki/Streaming>

Recuperado: 10/11/2010

Wikipedia (2010d) ¿Qué es realidad aumentada?

http://es.wikipedia.org/wiki/Realidad_aumentada. Recuperado: 15/11/2010.

Wikipedia (2010e) ¿Qué es una red social? http://es.wikipedia.org/wiki/Red_social

Recuperado: 19/11/2010.