

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

TÍTULO:

***Actualización de las prácticas periodísticas del club de periodismo de la
Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada, de la ciudad de Guayaquil,
mediante la creación de un blog.***

AUTORAS:

**Neira Marín Andrea Mishell
Núñez Díaz Jenniffer Denisse**

**Realización de proyecto integrador previo a la obtención del Título de:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO**

TUTOR:

María Emilia García

Guayaquil, Ecuador

2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Neira Marín Andrea Mishell y Núñez Díaz Jenniffer Denisse, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Lic. en Comunicación Social y Periodismo.

TUTORA:

Lcda. María Emilia García, Mfa.

REVISOR(ES)

DIRECTOR DE LA CARRERA

Mgs. Efraín Luna

Guayaquil, a los 20 del mes de febrero del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Andrea Mishell Neira Marín y Jenniffer Denisse Núñez Díaz

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación ***Actualización de las prácticas periodísticas del club de periodismo de la Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada de la ciudad de Guayaquil, mediante la creación de un blog***, previa a la obtención del Título de **Lic. en Comunicación Social y Periodismo**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 20 del mes de febrero del año 2015

LAS AUTORAS

Andrea Mishell Neira Marín

Jenniffer Denisse Núñez Díaz



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO**

AUTORIZACIÓN

Yo, Andrea Mishell Neira Marín y Jenniffer Denisse Núñez Díaz

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: ***Actualización de las prácticas periodísticas del club de periodismo de la Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada de la ciudad de Guayaquil, mediante la creación de un blog***, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 20 del mes de febrero del año 2015

LAS AUTORAS

Andrea Mishell Neira Marín

Jenniffer Denisse Núñez Díaz

AGRADECIMIENTO

A la Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada, en especial a la directora del plantel, Sor Juliana Elena Naranjo, por confiar en esta investigación y permitir trabajar en la institución. A la Mgs. Maribel Sacoto, encargada del club de periodismo del plantel y las nueve integrantes del club de periodismo, por su tiempo y colaboración con el proyecto.

Agradecemos al CPA (centro de producción audiovisual) por facilitarnos los equipos necesarios, a Alfredo Jordán por el tiempo y trabajo invertido en el blog, a nuestras familias por el apoyo económico y emocional durante este proceso, a Tomás Rodríguez, nuestro primer mentor y por último, a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil por hacer de este trabajo una ardua y extensa experiencia.

Andrea Mishell Neira Marín y Jenniffer Denisse Núñez Díaz

DEDICATORIA

Jennifer Núñez Díaz

Dedico este trabajo a mi familia, Edsel, Patricia, Tiffi y Karlita por siempre poner las manos sobre mis hombros y empujarme hacia mis metas, a mis amigos más cercanos “Mi *Club Chup*” por darme el incentivo necesario para seguir con el proyecto, a Daniel Lucas por ser mi compañero, consejero, amigo y soporte durante los dos años que duró este proceso, a mi primer tutor Tomás Rodríguez por guiarme y darme las herramientas necesarias para pensar y desarrollar este trabajo. Y finalmente, quiero dedicar esta tesis a mis abuelos, Eva Carbo González y Alfredo Díaz Pinargotti (donde sea que estés, gracias), por abrirme las puertas de su casa y de su corazón, por enseñarme que siempre se puede dar más y que lo importante no es alcanzar cosas y almacenarlas en algún lugar, sino haber aprovechado el proceso para llegar a ellas junto a los que quieres.

Andrea Mishell Neira Marín

A mis padres, por ayudarme a alcanzar esta meta y ser un apoyo incondicional en mi vida. A todos quienes leyeron, corrigieron y aportaron en la realización de este proyecto.

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN
(Se colocan los espacios necesarios)

María Emilia García
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

Sonia Yáñez
PROFESOR DELEGADO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO**

CALIFICACIÓN

María Emilia García
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I.....	1
1. MARCO INICIAL	1
1.1. INTRODUCCIÓN	1
1.2. PROBLEMA: PLANTEAMIENTO DEL “HECHO CIENTÍFICO” O “SITUACIÓN PROBLÉMICA”	2
1.3. MARCO INSTITUCIONAL / LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	2
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.5. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	2
1.6. JUSTIFICACIÓN	3
1.7. OBJETIVOS DEL PROYECTO	4
1.7.1. OBJETIVO GENERAL	4
1.7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
CAPÍTULO II.....	5
2. MARCO TEÓRICO	5
2.1. PERIODISMO.....	5
2.2. NUEVAS TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN	7
2.3. DE LA PRENSA ESCRITA A LA WEB.....	13
2.4. PERIODISMO DIGITAL	16
2.5. PLATAFORMAS DIGITALES.....	20
2.6. COMUNICACIÓN EDUCATIVA.....	24
2.7. CLUBES DE PERIODISMO ESCOLAR.....	28
2.8. DISEÑO DE UN BLOG DE PERIODÍSTICO	31
CAPÍTULO III.....	36

3.	MARCO METODOLÓGICO	36
3.1.	COBERTURA Y LOCALIZACIÓN	36
3.2.	ANTECEDENTES.....	37
3.3.	ENFOQUE METODOLÓGICO	39
3.4.	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	39
3.4.1.	LA POBLACIÓN, LA MUESTRA	39
3.4.2.	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EMPLEADOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS	40
3.4.3.	PROCEDIMIENTOS UTILIZADOS PARA LA ORGANIZACIÓN, SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	41
3.5.	ACTIVIDADES Y TAREAS.....	43
	CAPÍTULO IV	46
4.	ANÁLISIS DE RESULTADOS	46
4.1.	RESULTADOS OBTENIDOS.....	46
4.2.	INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL Y RECOLECCIÓN DE DATOS	46
4.2.1.	REVISTA.....	46
4.2.2.	CARTELERA INFORMATIVA.....	48
4.2.3.	ENCUESTA.....	50
4.2.4.	ENTREVISTAS.....	55
	CAPÍTULO V	69
5.	PRESENTACIÓN DEL PROYECTO INTEGRADOR.....	69
5.1.	POBLACIÓN BENEFICIARIA	69
5.2.	RESULTADOS ESPERADOS DEL PROYECTO.....	69
5.3.	CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN (Fecha de Inicio, fecha de fin)	70
5.4.	RECURSOS HUMANOS, TÉCNICOS Y TECNOLÓGICOS ASIGNADOS	71
5.4.1.	RECURSOS HUMANOS	71
5.4.2.	RECURSOS TÉCNICOS.....	72

5.4.3. TECNOLÓGICOS ASIGNADOS	72
5.5. PRESUPUESTO	73
5.6. RESULTADOS OBTENIDOS.....	75
5.6.1. TALLERES.....	75
5.6.2. DISEÑO DE UN BLOG	87
5.6.3. PRESENTACIÓN Y PUBLICACIÓN DEL BLOG.....	91
5.6.4. INFORME DE EVALUACIÓN DE IMPACTO	92
CONCLUSIONES	102
RECOMENDACIONES	104
BIBLIOGRAFÍA	105
ANEXOS.....	109

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Desglose de actividades y tareas por fechas.	45
<i>Tabla 2.</i> Cuadro descriptivo de la revista “Consigna”	47
<i>Tabla 3.</i> Cronograma de ejecución dividido por etapas y fechas.	71
<i>Tabla 4.</i> Desglose de recursos técnicos por etapas	72
<i>Tabla 5.</i> Desglose de presupuesto para desarrollo del proyecto integrador.....	74
<i>Tabla 6.</i> División de temáticas por secciones del blog.	78
<i>Tabla 7.</i> División de temas por secciones, temáticas, enfoque y redactoras.	80

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1.</i> Cuadro estadístico de la CIESPAL 2014 sobre los medios en internet.....	14
<i>Gráfico 2.</i> Página web oficial del Colegio Internacional SEK y la edición de Octubre, digitalizada, de la revista.	31
<i>Gráfico 3.</i> Página principal del Blog de la Unidad Educativa Logos Academy.	35
<i>Gráfico 4.</i> Portada y Contraportada de la revista "Consigna" de la Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada.....	48
<i>Gráfico 5.</i> Encuesta de Interés: ¿Con qué frecuencia utiliza internet?	50
<i>Gráfico 6.</i> Encuesta 1: ¿Cuál es el uso que, mayormente, le das al internet?	51
<i>Gráfico 7.</i> Encuesta de Interés: ¿Visita la página web de su colegio?	52
<i>Gráfico 8.</i> Encuesta de Interés: ¿Cuántas veces te detienes a ver la cartelera del colegio?53	
<i>Gráfico 9.</i> Encuesta de Interés: ¿Preferirías leer artículos del club de periodismo por internet?.....	53
<i>Gráfico 10.</i> Encuesta de Interés: ¿Qué tipo de contenido preferirías que publiquen en el blog?	54
<i>Gráfico 11.</i> Menú principal del blog.	88
<i>Gráfico 12.</i> Ventana de Entrada dentro del administrador del blog.....	89
<i>Gráfico 13.</i> Presentación de notas en el blog.	90
<i>Gráfico 14.</i> Presentación de las notas en el blog.	90
<i>Gráfico 15.</i> Logotipo para el blog "What's Up UEBLI".	90
<i>Gráfico 16.</i> Diploma impreso entregado a las integrantes del club de periodismo por su participación en los talleres.	92
<i>Gráfico 17.</i> Estadísticas de visitas de "What's Up UEBLI".....	93
<i>Gráfico 18.</i> Lista de los textos más visitados de mayor a menor.....	93
<i>Gráfico 19.</i> Enlaces vinculados al blog.	94
<i>Gráfico 20.</i> Mapa de países que visitan el blog.	95
<i>Gráfico 21.</i> Comentarios del texto Fin de año, una tradición mundial.....	96

<i>Gráfico 22.</i> Encuesta de Receptividad: ¿Prefiere revisar el blog, la cartelera o la revista colegial?	97
<i>Gráfico 23.</i> Encuesta de Receptividad: ¿Con qué frecuencia ha visitado What's Up UEBLI?	98
<i>Gráfico 24.</i> Encuesta de Receptividad: ¿Por qué motivo ha visitado What's Up UEBLI?	98
<i>Gráfico 25.</i> Encuesta de Receptividad: ¿Volvería a visitar el blog en los próximos 15 días? ..	99
<i>Gráfico 26.</i> Encuesta de Receptividad: ¿Cuál es su tipo de contenido favorito?	100
<i>Gráfico 27.</i> Encuesta de Receptividad: En general, el blog le parece.....	100

RESUMEN

Este trabajo está enmarcado en la realización de un proyecto integrador que comprende la creación de un blog periodístico como medio alternativo de comunicación digital en contraposición al estilo y práctica tradicional del club de periodismo, dentro de la “Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada” de la ciudad de Guayaquil.

Para la realización del mismo, se desarrollaron varias etapas: La primera comprende la recolección de datos y de antecedentes, tales como, referentes de clubes de periodismo en planteles educativos tanto de Ecuador como de otros países y la evaluación, específicamente, de las necesidades y los objetivos de la unidad educativa en estudio, para así obtener un mejor panorama del periodismo estudiantil. La segunda etapa comprende la realización de talleres en el colegio escogido brindando las herramientas necesarias a los estudiantes para poder generar en una tercera etapa la propuesta y activación de la plataforma digital.

En cuanto a la metodología se trabajó con un enfoque mixto. Lo cualitativo comprenderá los talleres dictados a las integrantes del club de periodismo y las entrevistas a especialistas para la recolección de datos. Las técnicas cuantitativas mostrarán los datos que servirán para conocer, interpretar y analizar las necesidades de los alumnos y los métodos que se emplean para el desarrollo web del club de periodismo. Dichos datos son el punto medular de este trabajo ya que entregarán un blog periodístico, como medio alternativo de comunicación del colegio en estudio y servirá de guía para la realización de este proyecto en otros colegios.

Palabras Claves: Comunicación, Periodismo, Nuevas tecnología de la información y la comunicación, Comunicación Educativa, Periodismo Digital, Plataformas Digitales, Clubes de periodismo escolar.

ABSTRACT

The following work is about the research and creation of a journalistic blog as an alternative digital media of communication, in opposition to the traditional way of doing school journalism inside a scholar institution.

This work will be done, in general, in three stages that are distributed as follows: The first stage includes data collection, through literature review and references from journalism clubs in scholar institutions both in Ecuador and other countries, in addition, the research will evaluate the needs and objectives of the institution under study, all of it to obtain a better picture of scholar journalism. The second stage includes workshops at the chosen high school, to provide the students the necessary tools to generate, in a third stage, the blog as a digital journalist platform.

The methodology of this work is of an integration project and will be handled as a mixed point of view. The qualitative part of this work includes the workshops taught to journalism club members and interviews with specialists, or professionals for data collection. The quantitative techniques that will show the data to know interpret and analyze the needs of students and the methods being use for the students on the development of the journalism club. These data are the central point of this work as the students will have to create a journalism blog, as an alternative media of communication of the school under study and will guide the future realization of this project in other schools.

Key words: Communication, journalism, new information and communication technologies, scholar communication, web journalism, digital platforms, scholar journalism clubs.

CAPÍTULO I

1. MARCO INICIAL

1.1. INTRODUCCIÓN

En los colegios, los clubes de periodismo han servido como un medio de enseñanza de actividades que consisten en la elaboración de información (noticias), para difundirla en diferentes medios de comunicación.

Estas prácticas enseñadas en los colegios de Guayaquil que cuentan con un club de periodismo, remiten sus publicaciones a medios tradicionales como carteleras o revistas impresas, cuando actualmente el periodismo tiene una inclinación a desarrollarse en un espacio digital como es el internet. Hay un flujo constante de contenidos periodísticos circulando por la web desde sitios oficiales de radios, canales de televisión, revistas, periódicos y otros medios que, con sus diferentes géneros han ido incursionando en este nuevo medio de comunicación social.

Mostrarle a los jóvenes la labor periodística a través de plataformas digitales, es decir a través de una experiencia de aprendizaje diferente, expone a los estudiantes a trabajar y aprender más de esta sociedad mediatizada.

Debido a esta tendencia, este proyecto intenta introducir una plataforma virtual como medio de comunicación alterno en el club de periodismo del colegio “Unidad Educativa Bilingüe la Inmaculada”, mediante la creación de un blog periodístico para mejorar la difusión de las publicaciones realizadas por los y las estudiantes.

1.2. PROBLEMA: PLANTEAMIENTO DEL “HECHO CIENTÍFICO” O “SITUACIÓN PROBLÉMICA”

La desactualización de las prácticas periodísticas del club de periodismo de la “Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada”, está relacionada a la no utilización de plataformas digitales (blog) como medio alterno de comunicación.

1.3. MARCO INSTITUCIONAL / LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Comunicación, Periodismo, Nuevas tecnología de la información y la comunicación, Comunicación educativa, Periodismo digital, Plataformas digitales, Clubes de periodismo escolar.

1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo puede aportar la creación de un blog a la actualización de las prácticas periodísticas del club de periodismo de la “Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada”?

1.5. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Cuál es la utilidad de una plataforma virtual como medio de comunicación alterno en el club de periodismo del colegio “Unidad Educativa Bilingüe la Inmaculada” ubicado en el sur de la ciudad de Guayaquil?
- ¿Cuál es el proceso para la actualización de las prácticas periodísticas del club de periodismo de la Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada?
- ¿Cómo se beneficiaría el club de periodismo del colegio la inmaculada con la creación de un blog digital como medio para difundir sus publicaciones?

1.6. JUSTIFICACIÓN

La importancia de este proyecto se basa en la necesidad de actualizar los procesos de enseñanza periodística dictados en los clubes de periodismo escolares, con el desarrollo y progreso en la construcción de información que cumpla con las estructuras periodísticas profesionales dentro de plataformas digitales. De esta forma, se permite el mejoramiento del nivel periodístico que se quiera y se logra relacionar a los jóvenes con el ejercicio de esta profesión. Esto se ve fortalecido con la visión de conseguir que los estudiantes del club de periodismo obtengan una comprensión y desenvolvimiento sobre las formas de expresión, comunicación, indagación, análisis de su entorno y la utilización de herramientas periodísticas digitales; así como la producción de material didáctico y multimedia otorgado por la institución y para la institución y lo más importante, como vía de expresión libre, consciente y responsable.

Este medio puede ser aprovechado para mantener activa e informada a la comunidad estudiantil y magisterial sobre eventos científicos, culturales y recreativos, que propicien su desarrollo personal y cívico. Además, incorpora al alumno en la responsabilidad del manejo de la página web y el manejo de información periodística online. Las y los estudiante de la institución educativa interesadas (os) en el periodismo web 2.0, podrán trabajar en una plataforma digital, sus noticias, crónicas, reportajes y notas de interés para la comunidad educativa y esto será un apoyo necesario para el fortalecimiento de conocimientos futuros.

Este estudio permite mostrar con claridad cómo, a partir de sistemas de comunicación ejemplificados en el desarrollo de procesos estructurales y aplicables que permitan obtener productos periodísticos (plataformas web), puede desarrollarse un perfeccionamiento integral y holístico del club de periodismo en el colegio establecido, a fin de mejorar el nivel de conocimiento periodístico digital de los estudiantes. Es decir, que existe una relación estrecha y poco estudiada sobre comunicación, periodismo digital y su implementación en la educación.

1.7. OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.7.1. OBJETIVO GENERAL

- Aportar a la actualización de las prácticas periodísticas del club de periodismo de la “Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada”, mediante la creación de un blog. descubrir

1.7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Detallar las teorías fundamentales que vinculan a las ciencias de la comunicación con las estructuras periodísticas digitales.
- Aplicar talleres para la realización de contenido periodístico digital e instruir a los estudiantes sobre las herramientas para el uso de la web.
- Diseñar el blog periodístico para el club de periodismo del colegio en estudio.
- Identificar la eficacia de un blog periodístico como medio alternativo de comunicación.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. PERIODISMO

El periodismo nació como el ejercicio de hacer noticias; y éste, está ligado a las formas de expresar, plasmar el porqué de lo que se va a decir y cómo se lo va a decir, además de explicar el proceso de elección de las noticias más importante y relevantes. El periodista español Lorenzo Gomis (1991) coloca al periodismo como método de “interpretación sucesiva de la realidad social” [...] “El periodismo es un fenómeno de interpretación, y más exactamente un método para interpretar periódicamente la realidad social del entorno humano, método que comporta unos hábitos y unos supuestos” (p. 36).

Al recibir la información (noticia), se crea una compleja transformación que va a tener como resultado el procesamiento del suceso y posteriormente una retroalimentación; es válido reconocer que en este proceso se ven involucrados aspectos contextuales de cada persona, y estos van a permitir que la noticia tenga múltiples concepciones de la información y de las realidades que rodean a cada individuo.

Sin embargo, se debe considerar que el periodista no llega “en blanco” (el periodista no es un ente libre de ideologías, posturas, filosofías, etc.) al medio de comunicación y éste no marca e impone un estilo sin haber pasado por un proceso de ubicación en la realidad de su audiencia (el target).

Gomis (1991) explica además que: El periodismo es, pues, un método de interpretación, primero, porque escoge entre todo que pasa aquello que considera «interesante». Segundo, porque interpreta y traduce a lenguaje inteligible cada unidad de la acción externa que decide aislar (noticia) y además

distingue en ella entre lo que es más esencial e interesante (recogido en el lead o primer párrafo y destacado en el título) y lo que es lo menos. Tercero, porque además de comunicar las informaciones así elaboradas, trata también de situarlas y ambientarlas para que se comprendan (reportajes, crónicas) y de explicarlas y juzgarlas (editorial y, en general, comentarios). (p. 38).

El periodismo produce noticias que estructuran una parte de la realidad social, construye versiones consciente e inconsciente de la esfera pública; posibilita al individuo conocer un mundo al que no pueden acceder. El periodista es el mediador entre la información y la audiencia. La información pasa por proceso de curaduría, es decir, que es tomada en cuenta o descartada, verificada, contextualizada y transformada en un producto periodístico.

Las funciones del periodismo son: Mediación que se basa en la relación entre el público y la realidad; la ética que indica a la población cómo manejarse en la sociedad; tematización que se refiere a la organización de la agenda y selección de lo que es importante llevar a la audiencia; y finalmente: ganar dinero, puesto que el medio de comunicación no deja de ser una empresa comercial. Según Alberto Dallal (1976) se puede establecer ciertos parámetros y límites para las funciones del periodismo:

Se localizan en dos extremos referidos a características tanto particulares como generales. Por una parte, la meta de todo periodismo cabal se significa al proporcionar a grupos amplios de la sociedad materiales objetivos, veraces, sintéticos, actuales e inmediatos; por otra parte, estos materiales deben poseer, si es preciso, ingredientes críticos que coadyuven al buen discernimiento y por tanto al desarrollo y/o transformaciones del status social. (p. 28).

Estas funciones deben ser tomadas como pautas para los procesos de selección, así como para las rutinas productivas de un medio, de esta forma se logra llevar a la audiencia una información o noticia completa, amplia, que encierre y envuelva los

contextos sociales que rodean a estos grupos. Siempre tomando en cuenta que al ser el periodista y/o medio de comunicación los que crean la noticia, ésta se encuentra expuesta a una visión crítica de la misma.

De ahí la importancia de ver al periodismo como una disciplina compleja. Stella Martini (2004) plantea que “El trabajo periodístico, ubicado en el espacio de la subjetividad y en el del poder, tiene la capacidad para que el mundo ‘se vuelva a ver’ ” (p. 17).

El trabajo periodístico se ve condicionado por la inmediatez. Sobre todo porque con la llegada del internet, las rutinas han cambiado, las barreras del tiempo y el espacio se han desvanecido. Los diferentes medios de comunicación compiten por ser los primeros en publicar las noticias, contrastando con este mecanismo, el periodista debe presentar la información lo más completa posible para que esta cumpla su objetivo de ser vista, mirada, interiorizada y comentada.

Así el periodismo se entiende como un conjunto de relaciones que van desde el medio, pasando por el periodista y su forma de escribir, las instituciones, las audiencias y la sociedad, y esta información debe ser buscada, investigada, ser conocida y reconocida, buscando siempre un bien social. Además de ser conscientes de la forma en la que se va a contar el hecho noticioso para dejar en claro la intención con la que es relatada la información.

En el caso de las estudiantes de la Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada, el ritmo es diferente que a nivel profesional, sin embargo, el club propone temas de interés de la comunidad que son investigados, complementados con entrevistas, fotografías, gráficos, etc. Es un trabajo periodístico colegial, pero abordado seriamente. Los profesores guías hacen las veces de editores.

2.2. NUEVAS TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

La comunicación entre individuos, se ha venido desarrollando desde la época de las cavernas a manera de pinturas rupestres. Más adelante con la implementación de la escritura y la posterior invención de la imprenta, las barreras entre culturas y países se fueron haciendo cada vez más angostas. Continuando con este proceso evolutivo, llega la radio y la televisión que se posicionaron como los canales de comunicación más explotados de las últimas décadas.

Cada avance en materia de tecnología al servicio de la comunicación, supone un cambio que va de la mano de una generación que se apropia de dichas tecnologías. El Doctor en Ciencias de la Comunicación, Jordi Adell (1997) en su estudio *Tendencias en educación en la sociedad*, considera estos cambios como revoluciones:

La cuarta revolución, en la que está inmersa nuestra generación, es la de los medios electrónicos y la digitalización, un nuevo código más abstracto y artificial (...) la revolución tecnológica en los medios, canales y soportes de la información que se está produciendo ante nuestros ojos se puede englobar en un conjunto más amplio de cambios en la estructura productiva de nuestra sociedad. Un término define este conjunto de transformaciones: la sociedad de la información. (p. 5).

Adell acierta en proponer el término *sociedad de la información* a la generación actual estrechamente relacionada con las tecnologías. Por lo tanto, se habla de una generación atravesada por la información y el consumo de tecnología. Dentro de estos escenarios contemporáneos no es de extrañarse que toda manifestación social o cultural tenga de por medio la huella de la tecnología, pero al explorar el campo de la comunicación es notable la forma en que los individuos y los procesos han sabido evolucionar y adaptarse a la forma.

En materia de conceptos, varios son los autores que se han aventurado a proponer sus criterios al respecto de las nuevas tecnologías de la comunicación. Manuel Castells en su libro *El desafío tecnológico. España y las nuevas tecnologías*, indica que las nuevas tecnologías: “comprenden una serie de aplicaciones de

descubrimiento científico cuyo núcleo central consiste en una capacidad cada vez mayor de tratamiento de la información” (Castells, 1986: 25)

Castells con esta pequeña cita hace hincapié en un hecho bastante contemporáneo; el tratamiento de la información. El sociólogo español entiende, a breves rasgos, la magnitud de los procesos y las aplicaciones de la tecnología en la comunicación y a la vez propone que el *núcleo* central de estos procedimientos debe ir en proporción a brindar mayor rigurosidad en la información. Es decir, el uso de tecnologías no garantiza un buen ejercicio de comunicación. En realidad en ciertos casos, de no saber aplicar bien los conceptos de la comunicación, todo el proceso puede fracasar. Por tal motivo Castells propone llevar de la mano tanto la evolución de las tecnologías como la evolución de la comunicación.

El efecto de estos cambios en la forma de comunicar trasciende al plano social. Como era de esperarse, los individuos que viven en comunidad tienden a adaptarse al modo y generar nuevos productos y nuevos códigos compartidos. Julio Cabero (1997) en su artículo “*Nuevas Tecnologías, Comunicación y Educación*”, reflexiona acerca de estas modificaciones sociales y la ruptura de los esquemas clásicos en la comunicación:

“El papel que las NT están comenzando a jugar en la modificación de los entornos clásicos y tradicionales de comunicación es bastante significativo, y desde una perspectiva general lo situaríamos en tres grandes direcciones:

- Modificación en la elaboración y distribución de los medios de comunicación.
- Crear nuevas posibilidades de expresión.
- Desarrollar nuevas extensiones de la información, acercándonos al concepto formulado por McLuhan de la *aldea global*” (p. 97)

Cabero en esta cita da un paso adelante y considera el papel modificador de las TICs en la sociedad en tres postulados. El primer postulado hace referencia a un reordenamiento de los medios de comunicación. Esto quiere decir que, como se puede apreciar hoy en día, los medios internamente han sabido hacer uso de las

tecnologías para elaborar sus productos periodísticos. Tanto en la elaboración, los periodistas ahora cuentan con herramientas más rápidas para la investigación. De igual manera el medio de comunicación hace uso del internet y las redes sociales (en gran medida) para distribuir y publicitar sus contenidos.

El segundo postulado tiene estrecha relación con el primero. Cabero al hablar de *nuevas posibilidades de expresión*, no solo se remite al escenario de los medios de comunicación, sino más bien a una democratización de la información. El internet es la herramienta perfecta (por lo menos en los países democráticos) para ejercer la libertad de información. La expresión al alcance de todos. Tomando esto en cuenta, no cabe duda que la implantación de las TICs en los clubes de periodismo de los colegios de la ciudad se vuelve necesario.

Como tercer apartado se hace mención de un concepto formulado por Marshall McLuhan (1962) sobre la *aldea global*. McLuhan cuando reflexionó acerca de este concepto lo hizo específicamente a partir del impacto de la radio y la televisión en la sociedad y cómo las familias y los hogares en general, estaban cada vez más inmersos en las informaciones generadas por los medios de comunicación. Una aldea global, es decir una comunidad interconectada en todo momento. Cabero simplemente actualiza este concepto y lo trae a la época de la internet, y ahora las redes sociales, que efectivamente mantienen conectados a todos los individuos de la sociedad generando información en tiempo real. Claramente estos *avances* no garantizan el correcto ejercicio del periodismo o la comunicación en general, pero sí cuentan como ejercicios sumamente útiles.

La sociedad ya está inmersa en las nuevas tecnologías y la prueba de esto son las interminables manifestaciones culturales que se desprenden de este proceso. Ahora cabe analizar qué ocurre cuando la tecnología entra a las aulas de clases. Este proyecto de investigación tiene como objetivo actualizar y permitirles a los estudiantes de la Unidad Educativa Bilingüe la Inmaculada, ser parte de los cambios no solo en la educación, sino también en la forma de hacer periodismo. En los últimos años la entrada de la tecnología a las aulas de clases, se ha venido dando de forma progresiva y lenta en ciertos casos, debido al temor que estas

herramientas tecnológicas despisten y entorpezcan el aprendizaje de los estudiantes. Sin embargo existen varios estudios que demuestran lo contrario y sientan las bases para un exitoso proceso de actualización y aprendizaje de las TICs en los establecimientos educativos.

Manuel Área en su artículo *“Tecnologías de la información y comunicación en el sistema escolar. Una revisión de las líneas de investigación”*, cita un estudio realizado en Estados Unidos por Yong Zhao (2002) en donde se investigaron las condiciones bajo las cuales se llevaba a cabo la innovación educativa utilizando tecnologías digitales. De esta investigación se detectaron 3 factores importantes: el innovador/profesor, el proyecto y el contexto.

De los resultados obtenidos concluyeron que aunque los tres dominios afectan de modo significativo al éxito de la integración pedagógica de la tecnología, la contribución de los mismos no es igual. En este estudio, los factores asociados con el profesor innovador jugaron un rol mucho más relevantes que los otros dominios. Es decir, cuando el profesor estaba altamente capacitado los proyectos tenían éxito incluso con innovaciones que mostraban un alto grado de distancia y dependencia o que se desarrollaban en contextos con poco apoyo. (...) Se encontró que en aquellos ambientes donde existe un buen apoyo humano y técnico los proyectos innovadores suelen tender a tener más éxito. También cuando existe un contexto muy rico y fuerte aquellos profesores con poca preparación tienden a tener éxito en la integración de las tecnologías en sus clases. (Area, 2005)

En el estudio mencionado, se profundiza en el particular del profesor y su intervención resulta ser lo que más importancia tiene al momento de introducir nuevas tecnologías al escenario educativo. El contexto por otro lado, ayuda a reforzar el proceso. Por este motivo, será necesario un compromiso entre el personal docente en conjunto con un ambiente cuyos objetivos estén fuertemente definidos para la causa que comprende analizar y utilizar métodos alternativos de

comunicación que vayan a fortalecer los clubes de periodismo del plantel educativo en cuestión.

Una vez que el alumno se apropia de las nuevas tecnologías, se ha abierto una puerta a un mundo infinito de información en el que se encontrarán con otros jóvenes estudiantes que comparten, sino los mismos códigos, los mismos sentimientos de reconocimiento y expectativa. El estudio de Gil, A., Feliu, J., Rivero, I., y Gil, E. P (2003). Revela este espacio de encuentro que va más allá de un simple ocio juvenil:

En el proceso de consumo de nuevas tecnologías de relación, que efectúan los y las adolescentes en los espacios de ocio, es posible reconocer la creación de una nueva cultura digital. Ésta se puede observar a través de las prácticas específicas (uso del tiempo de conexión, relaciones presenciales...) que se producen y que van mucho más allá del simple uso de la conexión. Lo que tiene lugar es la creación de un espacio propio de encuentro, de una verdadera ágora contemporánea juvenil. (p. 70)

Es un hecho comprobado que las nuevas tecnologías son parte del diario vivir de las sociedades occidentales en general. Inevitablemente los estudiantes de colegios tienen contacto continuo con estas herramientas y ya sea por desconocimiento o prejuicios; en los establecimientos educativos todavía existe resistencia hacia las tecnologías de comunicación.

Un *ágora contemporánea* es la analogía perfecta para este escenario donde virtualmente coinciden millones de jóvenes y sus ideas chocan entre sí. Teniendo este espacio reproduciéndose una e incontable veces resulta absurdo continuar con firmes decisiones en contra de las TICs. Como se observó en citas anteriores, depende del manejo y administración de estas tecnologías dentro del aula de clases el éxito o fracaso del proceso. El profesor cumple un papel importante no solo enseñando sino también dirigiendo y sacando el mayor provecho posible de las

nuevas redes de comunicación, en este caso a través de los clubes de periodismo como experiencia pedagógica que conjugue tanto las nuevas tecnologías de comunicación y la educación.

2.3. DE LA PRENSA ESCRITA A LA WEB

La prensa en nuestro país aparece con la llegada de la imprenta, entre los años 1750 y 1752. Fueron los Jesuitas quienes establecieron este instrumento en Ambato. Gracias al desarrollo de imprentas, el periodismo evolucionó convirtiéndose en una industria que permitió el paso a la televisión y a la radio en 1960.

En un estudio realizado en el 2012 y actualizado en el 2014 por CIESPAL para conocer las plataformas digitales y redes sociales que integra un medio impreso se hace referencia a que:

Los periodistas rápidamente desarrollaron formas de expresión que se transformaron en el rostro del periodismo. En la búsqueda y manejo constante de la información aparecen los diarios en la web, a finales del siglo XX “1994 marca un punto de quiebre en cuanto a información noticiosa, algunos medios de comunicación tradicionales, principalmente los periódicos, empezaron a publicar habitualmente contenidos en Internet” (CIESPAL, 2012).

Durante ese año, el diario Hoy, fue el incursor en utilizar una plataforma web como medio alterno para la difusión de sus noticias. Para aquel entonces este servicio era limitado debido a las pocas herramientas tecnológicas y el alto costo económico.

Posteriormente, medios como La Hora, El Universo, El Comercio, entre otros, fueron adoptando este sistema para la transmisión de la información. Actualmente, las herramientas y web 2.0 en medios impresos digitales son muy comunes. En el mismo estudio realizado por la CIESPAL, se dio a conocer que el 75% de los medios impresos, usan algún tipo de plataforma.

Herramientas y web 2.0 en medios impresos locales

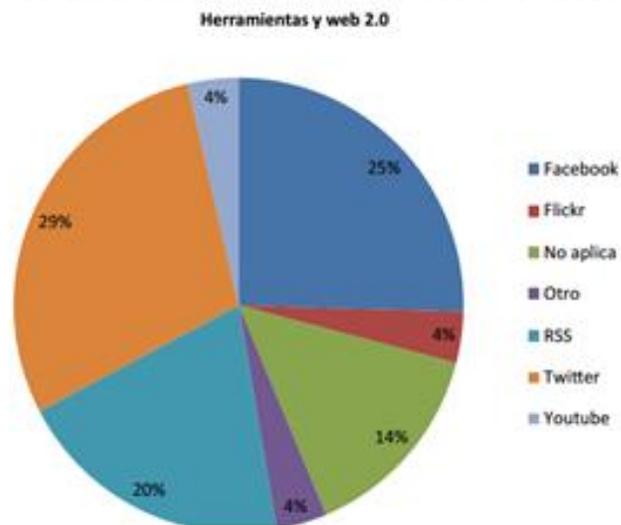


Gráfico 1. Cuadro estadístico de la CIESPAL 2014 sobre los medios en internet.

Un texto escrito para web debe tener ciertas características, pues se enfrenta a la inmediatez de la noticia y la calidad de información que exponga al público. La escritura debe ser objetiva, es decir, debe ir directamente a la noticia sin dar mayores preámbulos, colocar adjetivos o metáforas. Al mismo tiempo la escritura debe ser concisa, pues en la web las notas llegan a ser más leídas y comprendidas cuando el texto es corto y conciso.

Existe una relación directa entre el número de ideas que se desea exponer, la puntuación que se realiza y la longitud de la frase, pues se conoce que las frases largas son las más difíciles de leer y entender, por lo tanto, en un medio web es necesario que las ideas sean cortas y concretas. Algunos diarios impresos colocan verbos en los títulos, sin embargo en otras ocasiones puede ser el sujeto o el complemento de acuerdo a la valoración que se le dé. En la web, el editor es quien le da la valoración al tema y elige las palabras que sean precisas para la titulación.

Con la web 2.0 el receptor juega un papel más dinámico, comenta, difunde, crítica,

etc. En el periodismo digital es casi imposible no generar contenido. Por esta razón, todas las noticias u opiniones publicadas en los diarios tienen la opción de compartirla por correo electrónico, Facebook, Twitter e incluso de editarla.

Adicionalmente, los usuarios pueden calificar la nota, lo cual es un arma de doble filo para los diarios porque seguramente si reciben una buena puntuación habrá más lectores y si recibe una calificación baja lo contrario. Incluso, ciertos medios escritos tienen un contacto más cercano con sus lectores, que les proporcionan un espacio para que puedan enviar sus propios reportajes o sugerencias de noticias.

Los lectores digitales son muchos más exigentes, el tiempo en la web es efímero. Los cibernautas buscan contenidos veloces y precisos, ellos recurren a los micros contenidos que aparecen en los blogs, redes sociales o informativos virtuales. En la red todo está fragmentado para ser consumido en pequeñas dosis.

La evolución del lector es inducida por el desarrollo de la tecnología y con ella las nuevas tendencias. La audiencia espera “leer” con algo más que un texto, lo multimedia ha calado en los cibernautas, por ende ellos esperan la presencia de videos, audios de los entrevistados, gráficos, fotografías, links, en general material dinámico y que supere a lo que se encuentra en el papel.

Este cyberperiodismo (periodismo que desarrollamos en el ciberespacio) tiene una presentación y redacción distinta a la que usualmente se revisa en otros medios. Hoy en día, los usuarios pueden crear, publicar y compartir información propia. Los usuarios tienen el control.

Donaldo (2005) cita a Marshal McLuhan, autor de *Galaxia Gutenberg*, en donde explica que:

Todo nuevo medio trata, en una primera instancia, de integrar a los medios precedentes y referirse a ellos. Esto resulta muy claro en el caso de Internet, puesto que tanto la prensa como la radio y la televisión van emplazándose

en la red y abriendo sus respectivas sedes telemáticas. Sin embargo, Internet posee una estructura muy distinta a la de los medios de comunicación precedentes, derivada en parte de su origen, y en parte de su evolución ulterior. (p. 171)

Esta nueva forma de hacer periodismo en la web es lo que le queda a los jóvenes que ya de por sí se manejan comunicacionalmente en este entorno. Este tipo de prácticas de comunicación permite que el conocimiento de los estudiantes sobre los temas propuestos sean construcciones realizadas para dar sentido a los hechos que están derivados del ambiente en el que se desarrollan.

2.4. PERIODISMO DIGITAL

Ya es un hecho que la era digital ha abarcado todos los microuniversos de la sociedad. El periodismo no es ajeno a este proceso y hace varios años se ha venido utilizando nuevas tecnologías de la comunicación como parte del proceso periodístico. Pero el gran salto de la tecnología en el periodismo no se dio sino hasta mediados de los 90s cuando un gran puñado de diarios estadounidenses comenzó a hacer uso del internet y sus diferentes herramientas de comunicación. Esta conversión de lo tradicional a lo alternativo tuvo lugar y todavía se sigue reproduciendo hasta el día de hoy. Así lo menciona María Teresa Sandoval (2009) en su artículo *“El periodista digital: precariedad laboral y las nuevas oportunidades”*:

La precariedad de la profesión en el nuevo contexto digital y la falta de oportunidades para crear productos hipertextuales y multimedia son dos de los aspectos que afectan directamente al profesional de la información que desarrolla su trabajo en Internet. A ello se suma la proliferación de *blogs* informativos, que, por una parte, se convierten en competencia para el periodista y, por otra, en una fuente a tener en consideración. A la vez, esta nueva herramienta o género, que empieza a tener cada vez más presencia en los medios, puede atisbarse en el horizonte como una nueva vía para el ejercicio profesional del ciberperiodista (p.70).

Sandoval en la cita anterior refiere como un hecho el uso de las nuevas tecnologías en el periodismo, además de ubicar ciertas dificultades a las que se enfrentan los nuevos *ciberperiodistas* como ella menciona. Por otro lado, hace referencia a la proliferación de blogs informativos que, en cualquier instancia, aparecen para cumplir la función de eje integrador entre el periodista y la audiencia. Por tales motivos se proclama un hecho la inmersión de los canales alternativos para el ejercicio de la profesión.

Junto a este nuevo panorama de la comunicación, se han creado nuevos espacios de intercambio de información y además los procesos han ido cambiando o introduciendo nuevos. Así es el caso de las herramientas multimedia que según Liliam Marrero Santana (2008), es un recurso que debe aprovecharse:

El aprovechamiento de los recursos multimedia se ha incrementado en la misma medida en que ha evolucionado el periodismo digital. En los momentos iniciales el texto escrito y las imágenes fijas pasaron a la red sin drásticas transformaciones. En la actualidad, el video, la animación de imágenes e infografías y el sonido se integran con fuerza en los mensajes y, de forma especial, en los reportajes multimedia. (p.52)

Este aprovechamiento que menciona Santana ha generado confusión y malestar inicial al interior de los medios de comunicación y de las estructuras tradicionales del periodismo. Sin embargo, las facilidades de interacción que significa y la aceptación general por parte de la audiencia, hace que la conversión, hacia un nuevo periodismo digital, sea necesaria. Cuando Santana menciona el término “*en la actualidad*”, no lo hace en vano. Efectivamente es la audiencia quien de a poco se va acostumbrando y exigiendo que los productos periodísticos que consuman, lleven este distintivo contemporáneo de las nuevas tecnologías.

El periodismo digital como se ha evidenciado en citas anteriores, es un nuevo escenario que se maneja bajo parámetros y modos de trabajo propios de las nuevas tecnologías. Luis Alfonso Albornoz (2006) en su tesis doctoral, *Los diarios*

online de información general: el caso de los grandes periódicos en español, cita a Pélissier y refiere tres principios fundadores del internet que se combinan con el periodismo:

- La multimedialidad: para las editoras periodísticas supone la posibilidad de integrar en un mismo soporte todos los formatos: texto, audio, vídeo, gráficos, fotografías, animaciones, etc.
- La hipertextualidad: una forma multidireccional -no lineal- de estructurar y de acceder a la información en los entornos digitales a través de enlaces.
- La interactividad: un concepto, opaco para nosotros, que remite a la idea de que el receptor, convertido en usuario, puede iniciar y desarrollar acciones de comunicación. (p. 97).

Cada uno de estos parámetros engloba dentro sí un entramado de procesos que conjugan el periodismo tradicional con los avances tecnológicos en materia de comunicación. Dicho sea de paso estas nociones no son nuevas en lo absoluto, en realidad son aspectos ampliamente conocidos en la profesión. Cuestiones como integrar un texto con videos, graficaciones e infografías es algo que se ha tratado de hacer desde siempre, pero ahora gracias a los recursos multimedia, se torna en una posibilidad más fácil de realizar. Lo mismo ocurre con la hipertextualidad que refiere a enlaces que llevan al lector a otros sitios o informaciones de interés relacionadas. Por último el concepto de *interactividad* es algo altamente explotado a través de cartas al editor o correspondencias internas al medio, que ahora se torna más fácil e inmediato a través de blogs o redes sociales.

Para reforzar aún más la noción de inmediata conectividad que se origina a través de la prensa digital, cabe destacar las apreciaciones que hace José Luis Albertos (2001) sobre lo que él llama un tipo de *comunicación pluridireccional e interactiva* en su estudio *El mensaje periodístico en la prensa digital*:

- “Una gran rapidez en la comunicación entre el medio de comunicación y el público, a diferencia de la radio y la televisión en las que el público debe esperar a los horarios informativos para conocer las noticias del día, en el periodismo digital la iniciativa de la comunicación está en manos del público que puede conectar en el momento que considere oportuno
- La posibilidad de enlazar rápidamente entre una noticia y otras que la circundan. Material de antecedentes, documentación, información de servicios, etc.
- Desarrollo de las noticias de última hora, que el medio va actualizando permanentemente y permite a la audiencia conocer las particularidades de las noticias importantes a lo largo de la jornada.
- La posibilidad de establecer intercomunicaciones entre la audiencia y el medio de comunicación. Esta particularidad permite abrir debates sobre temas, aportar puntos de vista peculiares y, en definitiva, una mayor participación del público en el medio de comunicación” (p. 30).

Estas valoraciones realizadas por Albertos coinciden en un punto específico: la inmediatez. Esta posibilidad o creencia de estar todo el tiempo conectado, produce que los medios de comunicación y el periodismo digital en sí, mantengan especial rigurosidad en los hechos y la velocidad en que son transmitidos a la audiencia. Luego de eso, o quizás al mismo tiempo, la propia audiencia intercambia ideas y apreciaciones con los periodistas o el medio de comunicación respectivos. Ese aspecto de interacción inmediata es lo que hace que las nuevas tecnologías de la comunicación, y su consiguiente evolución; el periodismo digital, sean tan relevantes en una sociedad actual tan vertiginosa y hambrienta de información. No cabe duda entonces, que estos cambios y estos procesos no pueden ser ajenos a la academia, ya sea instrucción escolar o universitaria.

2.5. PLATAFORMAS DIGITALES

El periodismo ha cambiado con la tecnología digital y actualmente ha entrado en una era de conexión constante. La economía, la política, la educación y todo lo que significa vivir en sociedad está atravesado por las tecnologías y las nuevas plataformas de comunicación. Hoy en día se ha vuelto necesario mantener estándares bien definidos en términos de rapidez y exactitud al momento de redactar una noticia. Estos estándares no son ajenos al proceso y se fueron implementando por sí solos a medida que la tecnología de la comunicación avanzaba.

Juan Varela (2011) en su artículo *“Perspectivas y retos. Periodismo mutante”*, menciona a la red social Twitter para ejemplificar parte de los nuevos estándares del periodismo digital. Para él, dos palabras son indispensables; perecedero y reutilizable:

“El periodismo no puede ser como siempre. Sus destinatarios han mudado. Dos terceras partes de los internautas se informan habitualmente en la web y más del 80 por ciento leen prensa digital. La comodidad, la gratuidad, la actualización y la disponibilidad y acceso permanente son los grandes atractivos de la información digital” (p. 46).

Varela culmina esta cita con algunos aspectos importantes en cuanto a plataformas digitales se refiere: la comodidad, la gratuidad, la actualización y el acceso permanente. Estos elementos son los que hacen que la audiencia de manera masiva decida buscar las redes sociales o las páginas web oficiales de los medios de comunicación. Ya se ha dicho demasiadas veces que la interacción inmediata es uno de los elementos que más resalta dentro de las nuevas tecnologías de la comunicación y no es en vano. A continuación, las plataformas digitales más comunes y utilizadas en el periodismo actual.

Sandra Crucianelli (2010) en su estudio *Herramientas digitales para periodistas*, menciona a la red social Twitter como una herramienta perfecta para el tipo de periodismo que se realiza hoy en día:

Twitter es una forma grandiosa de difundir noticias de último momento, ya que es un medio simple y veloz. Nada se le compara. El servicio de notificación móvil de Twitter lo hace perfecto para esta clase de servicio y su API abierta (interfaz de programación de aplicaciones) garantiza que la información pueda ser retroalimentada a muy bajo costo (p. 46).

Una vez más la retroalimentación de la información lleva la delantera en lo que se refiera a elementos indispensables para el periodismo digital. En el mismo estudio Crucianelli analiza la importancia de monitorear las redes sociales, que en últimos años se ha vuelto una necesidad constante para saber (en palabras de ella) “¿De qué habla la gente?”. Monitorear las redes sociales es otro de los recursos que ofrecen las nuevas plataformas digitales al servicio del periodismo. Este monitoreo se realiza para conocer los intereses, las tendencias y preferencias de las audiencias, además de encontrar archivos multimedia. A continuación Crucianelli (2010) enlista las herramientas más utilizadas en esta tarea:

- “Who’sTalkin (www.whostalkin.com): Permite buscar en diferentes blogs, servicios de noticias y distintas redes sociales agrupadas en una columna ubicada a la izquierda.
- Socialmention (www.socialmention.com): Busca en blogs, Twitter, marcadores sociales, comentarios, imágenes, videos, noticias e incluso audios.
- Social Buzz (www.social-searcher.com/social-buzz/#): Busca en Twitter, Google Plus, Facebook y LinkedIn.
- Twitterfall (www.twitterfall.com): En la columna de la izquierda de añade un criterio de búsqueda, por ejemplo una ciudad y, automáticamente, por efecto tipo ‘cascada’ aparecen todos los mensajes en los que se mencionan el término indicado en la búsqueda” (p. 47).

Estas herramientas de monitoreo podrían resultar para algunos un aspecto exagerado, tomando en cuenta que el periodista ya no solo informa a la audiencia sino que también lo monitorea, como el ojo que todo lo ve. Sin embargo, en la actualidad es casi imposible pasar desapercibido, peor aún si se cuenta con una red social. Por tal motivo, la audiencia misma es quien faculta al periodista para que sea monitoreada y con respecto a eso, le sea más fácil la llegada de la información. José Noguera en su artículo *“Redes sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook”* afirma que los medios necesitan consolidar sus redes sociales entre la audiencia. Para este motivo Noguera cita a Tiscar Lara (2010) quien expone cinco requisitos que los medios deben cumplir si quieren consolidar sus redes sociales entre la audiencia:

- Conectividad: desarrollar una relación de proximidad no sólo a partir del diálogo, sino también de contextos comunes que generen la suficiente confianza como para que los lectores diseñen sus propias redes y colaboraciones.
- Servicio: superar la oferta informativo con productos adaptados para integrarse en los procesos informativos de medios ciudadanos (widgets, liberaciones de código, aplicaciones para Facebook...).
- Participación: ésta debe ser abierta y de calidad, lo que implica establecer canales de retorno y ser ubicuos, con prácticas más relacionadas con la apertura de formatos y licencias que con la idea de “encerrar” a los usuarios.
- Orientar y dinamizar: la mera habilitación de tecnología que permite la participación no significa que ésta sea de calidad. Si el medio quiere un verdadero criterio social crítico debe dinamizarlo y gestionarlo, con el nuevo rol de mediador entre públicos y profesionales que se le presupone a todo medio de comunicación.
- Gestión del conocimiento: La mencionada gestión implica un esfuerzo por poner en valor aquellas aportaciones de calidad, diseñando incluso

espacios de contacto entre aquellos miembros de la comunidad más motivados y activos (p. 6)

Las redes sociales se han convertido en fuertes potencias comerciales, es la vía que usan las empresas para hacerse de un nutrido público, actualmente hay menos gente en las salas de cine o viendo la tv, sin embargo mediante el internet y los smartphones, se puede captar a todo ese grupo ausente. En la interacción a través de las redes sociales converge la cultura y la técnica. El consumo se ha vuelto un proceso colectivo y esto es lo que se traduce en inteligencia colectiva. Se ha vuelto un fenómeno cultural puesto que hay una participación de varias comunidades.

Vale destacar que los medios de comunicación tienen su propio target con relación a las redes sociales, por ejemplo la tv ha adquirido mayor ventaja en Facebook y los medios escritos le sacan mejor provecho a twitter. Los mass medias buscan al postor que más se ajusta a sus necesidades. El reto de las empresas es ganar dinero a través de estas fuentes de información. Invertir en páginas web o en cuentas en redes sociales, puede ser como jugar a la ruleta rusa. Dentro de este panorama de redes sociales Youtube también marca importantes avances en materia de periodismo digital.

La proliferación del llamado periodismo ciudadano que a su vez alimenta las noticias con videos aficionados. Este elemento particular es aquel complemento que buscan siempre aquellos que hacen uso de las plataformas digitales para el periodismo. Por tal motivo al momento de crear el blog con los y las estudiantes del colegio La Inmaculada, será indispensable que el proyecto se alimente de enlaces que lleven a videos complementando las noticias.

Los blogs periodísticos también forman parte importante en la vida común de los periodistas. Existe una gran mayoría de periodistas que tienen un blog personal en el cual exponen de manera más detallada sus ideas, apreciaciones o noticias que consideren relevantes. Próspero Moran (2004) en su artículo “Un acercamiento

crítico a la consideración del weblog como género periodístico”, expone sus criterios acerca de los blogs periodísticos:

En definitiva, el blog parece caminar entre su carácter de “log” de nuestra actividad en la red, recogiendo entradas que recopilan nuestra visita a otras páginas o simples acontecimientos de la vida cotidiana, profesional o informativa (general o especializada) redactados por colectivos o individuos con intenciones literarias o informativas y su apariencia de formato de escritura en línea caracterizado por una única columna de texto en orden cronológico inverso con la habilidad de enlazar a artículos y además, usualmente, acompañado de una barra que ofrece enlaces y cuyo contenido es actualizado frecuentemente (p. 4).

En este punto se hace posible conjugar todas las herramientas que bridan las plataformas digitales. Es decir en un blog, se puede enlazar tanto videos de Youtube, como fotos de Instagram, tuits de la red social Twitter e inclusive vincular el blog con la cuenta de Facebook y otras redes sociales. Haciendo del blog la herramienta central para el desarrollo del periodismo, y en el caso que nos compete, el aprendizaje del periodismo en los colegios.

Particularmente, blog que maneja el Club de Periodismo de la Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada, es evidentemente juvenil, se tratan temas relacionados con los adolescentes, inclusive se toman en cuenta temas académicos y religiosos, se maneja un lenguaje informal, se evidencia que las alumnas forman parte de cada uno de los pasos del proceso investigativo.

2.6. COMUNICACIÓN EDUCATIVA

La comunicación vista como un aspecto multireferencial, se abre a las diferentes ciencias y actividades del ser humano, como es el aprendizaje pedagógico, que es uno de los primeros pasos para el desarrollo de la comunicación más básica, de allí el progresivo perfeccionamiento de la misma.

Citando a Pasquali, Alejandro Barranquero (2007) explica que para lograr mirar a estas dos ciencias es necesario hacer una diferenciación entre la comunicación y la información (esta, vista como una enseñanza mutua):

La información es un acto unidireccional, orientado a la transmisión de datos, ideas, emociones, habilidades, etc. La comunicación, en cambio, es un proceso de doble vía, posible cuando entre los dos polos de la estructura relacional, rige una ley de bivalencia: todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor. (p. 117).

Lo que se plantea es que al mirar a la comunicación como una herramienta de la educación y viceversa, se logra la comprensión de una sociedad participativa e inclusiva, en donde todas las partes interactúan por igual, manteniendo una participación activa y de esta forma se les permite a todos los integrantes de este conjunto humano que se abran paso a la construcción del pensamiento crítico y a una visión más abierta de su entorno, tomando en cuenta aspectos como políticos, económicos, culturales, entre otros, de la interacción social.

Con respecto a la comunicación educativa, Encalada (2005) señala que: el educador ya no es sólo el que educa, sino aquel que, en tanto educa, es educado a través de la interacción con el educando, quien, al ser educado, también educa. Así, ambos se transforman en sujetos del proceso en que crecen juntos y en el cual los argumentos de la autoridad ya no rigen. (53).

La comunicación educativa es aquella que permite al proceso educativo ser visto como un proceso comunicacional, es decir que la educación debe tener un emisor (educador) un mensaje (conceptos) y receptor (educandos) tomando en cuenta la retroalimentación y los contexto en el que se desarrolla la interacción, además los contextos históricos y conceptuales en los que se desarrollen los conceptos estudiados.

La comunicación educativa plantea un gran cambio social como producto de una interdisciplinariedad que permite la socialización de diferentes áreas en ámbitos más diversos (política, economía, psicología, antropología etc.).

Como lo detalla Alejandro Barranquero (2007) “En definitiva, el esfuerzo debe encaminarse a:

- Avanzar en el asentamiento de la comunicación/educación para el cambio social como disciplina académica y fomentar la formación específica de comunicadores en el área.
- Promover el uso de fórmulas innovadoras de comunicación educativa, así como nuevas estrategias culturales, lenguajes, metodologías, etc. Para el campo de las organizaciones y los colectivos civiles comprometidos con el desarrollo.
- Aprovechar las enormes posibilidades de comunicación y organización de las tecnologías de bajo coste como Internet, el software libre o el vídeo” (p. 118).

La comunicación debe abrirse hacia las diferentes ciencias y disciplinas que le permitan obtener un mayor conocimiento de todas las áreas del conocimiento como les sea posible. En el caso de la postmodernidad las tecnologías de la información vinculada con la educación permiten que este acto sea posible con más facilidad.

Como lo postula Erika Encalada Peláez (2011): La comunicación y educación son dos disciplinas que al unir las pueden provocar transformaciones en las relaciones interpersonales, y en las académicas. Si dentro de los establecimientos educativos se propicia el uso de nuevas tecnologías y medios de comunicación, dará como resultado una formación integral de los educandos, acorde a su entorno. Cuando se ve a la educación desde una perspectiva unidireccional, se tiende casi inconscientemente a no dar valor a

la expresión personal de los educandos y a no considerar esas instancias de autoexpresión y de interlocución como componentes ineludibles del proceso pedagógico. (p. 8).

Tomando en cuenta estas dos ramas nace el concepto de la Educomunicación de la mano de Mario Kaplún. Este concepto es básicamente la combinación de la educación con la comunicación para brindarle a los educandos la oportunidad de formar sus propios criterios y pensamientos en base a lo que les rodea. La Educomunicación tiene como objetivo el ofrecer a las personas las “competencias expresivas” que son de suma importancia para el desenvolvimiento comunicativo y la creatividad.

Citando su mismo libro *Educación y comunicación*, Agustín García Mantilla (2006) explica que la Educomunicación: Aspira a dotar a toda persona de las competencias expresivas imprescindibles para su normal desenvolvimiento comunicativo y para el desarrollo de su creatividad. Asimismo, ofrece los instrumentos para: comprender la producción social de comunicación, saber valorar cómo funcionan las estructuras de poder, cuáles son las técnicas y los elementos expresivos que los medios manejan y poder apreciar los mensajes con suficiente distanciamiento crítico, minimizando los riesgos de manipulación. (p. 1).

De esta forma, si los educandos tienen acceso a una comunicación y a una educación amplia donde se les permita aprender pedagógicamente sobre las diferentes ciencias de su entorno podrán, a su vez, compartir sus conocimientos para lograr que una comunicación completa, compleja e interdisciplinaria.

Tanto los comunicadores como los pedagogos y profesores deben indagar e investigar sobre las diferentes disciplinas, teniendo conocimientos profundos sobre las mismas, para hacer frente al cambio social que se vive en el mundo postmoderno. El reconocimiento de la comunicación educativa como herramienta ha permitido el desarrollo de la educación en sí, se debe tomar en cuenta que la

educación es el pilar fundamental para el avance y perfeccionamiento de la sociedad.

2.7. CLUBES DE PERIODISMO ESCOLAR

Para hablar de clubes de periodismo, primero se debe entender la importancia de las prácticas pedagógicas que se realicen dentro de una institución educativa, sobre todo si se las ve desde las aulas de clases.

Castedo (1993) indica sobre la naturaleza de la educación: Con esto queremos referir que, a nuestro juicio, la naturaleza de la enseñanza no permite elaboraciones prescriptivas derivadas de experiencias desarrolladas fuera de los ámbitos escolares y ajenas a las condiciones reales de funcionamiento de las instituciones. Tales desarrollos pueden, sin duda, aportar tanto elementos de reflexión conceptual como evidencias empíricas de invalorable utilidad para proyectar la construcción de alternativas didácticas. (p.4)

De esta forma se plantea la construcción de una alternativa de trabajo en el aula, superadora de las prácticas habituales, Castedo también apunta a la necesidad de tomar en cuenta e incluir las ideas de los jóvenes y cómo ellos transforman los objetos de conocimiento en visiones socialmente aceptadas.

Por su evolución natural los adolescentes en general, empiezan a adquirir criterios y opiniones propias. De esta forma, comienzan a determinar la importancia de las temáticas tanto sociales como de cualquier otra índole poniendo en juego conceptos y definiciones para desarrollar su marco de interpretación de la realidad. Aquí radica la importancia de esta investigación debido a que, permite profundizar en las diferentes formas de pensamiento y lógica juvenil plasmada en productos informativos.

Una vez explicada la importancia de crear espacios educativos donde la

comunicación se expanda, se debe conceptualizar al periodismo educativo, y la fuerza que está tomando en los planteles educativos.

Para esto, es necesario establecer por separado los aspectos básicos de periodismo y educación, así lo explica Erika Encalada (2011) en su trabajo de titulación *Diseño de un periódico escolar como medio alternativo de comunicación*:

Por periodismo: se entiende la función social de recopilar, procesar y difundir por cualquier medio de comunicación una noticia de interés público, con la finalidad de informar y formar, así como también la de persuadir y entretener. El mensaje periodístico, aparte de ser un hecho comunicable en el más amplio sentido, cumple con la función formativa por los juicios de valor que se emiten. Otra finalidad es la recreación, abarcando diversos géneros: humorismo, ensayos, etcétera. (p. 35).

El periodismo, en su estado actual se encuentra en su prueba máxima. En plena era de la globalización y la tecnología la comunicación se ve dividida por un sinnúmero de fuentes y vías de acceso lo cual dificulta la aprensión de información por parte del periodismo. Sin embargo, se abre la oportunidad de adquirir nuevos conocimientos con el único fin de brindar una información completa, equilibrada y lo más objetiva posible.

En cuanto al término educación, se lo puede vincular con la noción de “sociedad educativa”, que propone el Informe a la UNESCO (1996) de la Comisión Internacional sobre la Educación para el Siglo XXI:

Una sociedad en la que se ofrecen múltiples posibilidades de aprender, tanto en la escuela como en la vida económica, social y cultural. De ahí la necesidad de multiplicar las formas de concertación y de asociación con las familias, los círculos económicos, el mundo de las asociaciones, los agentes de la vida cultural, etc. (p. 37)

El periodismo escolar debe ser considerado como estrategia insustituible en el proceso enseñanza-aprendizaje, porque de hecho, contribuye a una mejor

formación del estudiante, por eso es que los directores de los planteles y los docentes de aula deben fomentar la práctica de este periodismo para que será positiva, debido a la práctica de la lectura-escritura como elemento clave para la formación del ser humano, al mismo tiempo que se convierte en sujeto crítico al tener conocimiento de lo que sucede en su entorno.

En Ecuador y, específicamente en la ciudad de Guayaquil, la práctica del club de periodismo escolar es muy común; siempre apuntando a la obtención de un producto periodístico, que además esté vinculado con la comunidad estudiantil a la que pertenezca.

Teniendo en cuenta a los clubes de periodismo escolares en los colegios privados se puede observar el avance en los conocimientos y redacciones adquiridas por los jóvenes estudiantes.

Como es el caso del Colegio Internacional SEK y el Centro Educativo Naciones Unidas cuentan con un club de periodismo que tienen como producto una revista impresa y digital sobre las actividades que se realizan en el colegio. Haciendo ejercicio de las plataformas tradicionales.



Gráfico 2. Página web oficial del Colegio Internacional SEK y la edición de Octubre, digitalizada, de la revista.

Por otro lado, el caso del colegio Logos Academy y el Colegio Americano de Guayaquil, que cuentan con blogs estudiantiles realizados por los integrantes de los clubes de periodismo respectivamente; utilizando plataformas digitales. Vale recalcar, que el Colegio Logos Academy cuenta con cuatro blogs más: blog de pensamiento crítico, producción literaria, english debate club y blog los jóvenes opinan.

2.8. DISEÑO DE UN BLOG DE PERIODÍSTICO

Los blogs han sido considerados un movimiento de expresión personal o grupal, que constituye actualmente una de las mejores alternativa de información, comunicación e incluso educación. Los blogs son plataformas digitales diseñadas para que la información esté organizada de tal manera que sea de fácil acceso para los cibernautas.

Mark Briggs en su obra Periodismo 2.0 – Una guía de alfabetización digital sostiene que: En la primera revolución de la información en los años 90, todo el mundo comenzó a crear sitios Web solo para tener uno. El advenimiento

de los blogs ha allanado el camino para una revolución más auténtica de la información. (p.68)

La aparición del blog ha cambiado por siempre la forma en que la información. Sin rápidos, interactivos, están bien estructurados. Un blog es un diario o una bitácora con entradas organizadas cronológicamente en línea; permite enlazar información de otros sitios (se recomienda que siempre se complemente con el análisis del bloguero), además, permite que los lectores puedan publicar sus comentarios.

Explotar y aplicar estos recursos de las tecnologías de la información y comunicación para el ejercicio periodístico comprende un gran avance que requiere de varios pasos a seguir. Para el diseño de un blog periodístico se debe tener en cuenta el siguiente esquema:

- 1.- Diseño de la experiencia: Técnicas que permiten que el usuario no tenga dificultades en encontrar el contenido de la página ni dificultades en usar esta.
- 2.- Desarrollo de personas: Método que consiste en enfocarse en la audiencia a la cual va dirigida el proyecto. Permite definir cuáles son sus necesidades e intereses.
- 3.- Desarrollo de Wireframes: Método que radica en la realización de diseños simples y bien estructurados para darle facilidad y rapidez al usuario al momento de acceder al sitio web. Permite definir cómo y qué elementos deben incorporarse.
- 4.- Diseño de Interacción: Se establece detalladamente lo que se realizará en el sitio web. Cómo será la participación que tendrá el usuario en la página.
- 5.- Diseño de la Información: El contenido de la página web debe ser claro, preciso, conciso y comprensible ya que los usuarios juzgaran el mismo desde el segundo en el que visitan la página web. Dependiendo de si la información del sitio web cumple con las características antes mencionadas, los usuarios recordarán la página y

reconocerán el principal objetivo esta. Los soportes digitales para que los usuarios puedan realizar acciones, deben ser simples.

- En la portada: Se determinan los colores y características que identificarán a la página. Además de lo que ofertará el sitio.

- En la sección Informativa: Estas secciones están orientadas a desplegar los contenidos que le dan su característica al espacio digital.

- En la sección Transaccional: Se procura que la página cumpla a las acciones que realiza el usuario, es decir, que en las interfaces no haya elementos que distraigan al usuario.

Jesse James Garrett (2002) plantea que el desarrollo de un espacio digital se puede explicar a través de cinco capas relacionadas (Modelo Margarita), comenzando por la que define la estrategia que se desea llevar a cabo.

Este Modelo Margarita muestra todos los aspectos que son relevantes para poder desarrollar un espacio digital.

- Desarrollar un espacio digital

- Definir las características, contenido y contexto en el que se desarrollará el producto.

- Creación de contenidos que sirvan para la producción de la plataforma del proyecto.

- Generación de contenidos como: imágenes, audios y videos.

- Interacción que tendrá la página con los usuarios.

- Preparación técnica del contenido a ser publicado. Pruebas de la funcionalidad de los elementos instalados.
- Publicación de contenidos en el espacio digital.
- Revisión de lo realizado mediante las visitas que los usuarios hagan al sitio.

Patricio Cevallos, menciona en el 2011 para Fundamedios, que crear un medio en una plataforma digital no es una acción compleja, puesto que existen plataformas como Blog Spot, Wordpress, Joomla, entre otras, que hacen el trabajo más sencillo de lo que se piensa. Cevallos, más bien comenta que lo que más importa al momento de realizar un medio digital es: “Tener un equipo de trabajo capacitado en el uso de herramientas digitales (...) La generación de contenidos implica procesos operativos distintos a los de la prensa tradicional”.

Aunque la tecnología genere cambios en la forma de realizar esta profesión, se siguen respetando las bases de la misma. El contraste de las fuentes, la ética profesional y la veracidad de la información, entre otras seguirán formando parte de esta actividad.



Gráfico 3. Página principal del Blog de la Unidad Educativa Logos Academy.

Con un buen manejo de las herramientas comunicativas y periodísticas dentro de la comunidad estudiantil y específicamente hablando de los clubes de periodismo, estamos fomentando la participación de los jóvenes en el desarrollo sus habilidades. Además, se convierten en un primer encuentro de los adolescentes con el periodismo y, además, el primer acercamiento y exposición periodística a contenidos informativos y a problemáticas sociales.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. COBERTURA Y LOCALIZACIÓN

Para esta investigación se trabajó con la comunidad estudiantil de la “Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada”, ubicada en la zona sur de la ciudad de Guayaquil. Esta institución ha estado a cargo de las Hermanas de la Providencia y de La Inmaculada Concepción desde el año 1900.

El plantel educativo tiene como fundamento el desarrollo de valores, capacidades y destrezas; busca mantener una formación integral de calidad formado jóvenes líderes, emprendedores y trascendentes, pero manteniendo la doctrina católica y el compromiso de la fe presentes en su estudiantado.

La “Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada” se preocupa también por promover el emprendimiento en sus estudiantes dando la apertura a las ideas innovadoras que permitan el desarrollo autónomo y responsable del educando.

Hasta el año lectivo 2006-2007 la formación de la niñez y juventud era netamente femenina, posterior a esto se transformó en mixta. Debido a este reciente cambio se trabajará con nueve estudiantes, todas mujeres, del último curso del colegio que son las integrantes del Club de Periodismo Estudiantil. Además se trabajará con estudiantes de la secundaria, en general y sus directivos.

3.2. ANTECEDENTES

El periodismo en los colegios es un tema que se ha desarrollado a nivel mundial como, por ejemplo, en la escuela pública estadounidense Hartford, que desarrolló un espacio donde los jóvenes estudiantes del 9no al 12vo año de educación básica, pudieran aprender los diferentes formatos periodísticos, además de analizar y manejar criterios periodísticos que les permitan tener una amplia visión de este trabajo y, además, poner en práctica los conocimientos adquiridos dentro de su vida cotidiana. Bajo estos parámetros nació el periódico escolar *Teens Today Journalism & Media Academy* (2010).

Por otra parte, en América Latina se busca enseñar a los jóvenes a investigar sobre temas de interés social para que así puedan desarrollar mejores criterios y visiones de las noticias que los rodean, como en el caso del *Manual de Periodismo escolar - Proyecto clubes de periodismo Sembrando semillas de libertad de prensa-* CLP (Centro para la Libertad de Prensa en Puerto Rico, 2009) quien presenta una propuesta en la que además de enseñarle a los jóvenes sobre periodismo, les enseñan a aplicarlo desde dimensiones de la defensa a la libertad de expresión y de una prensa responsable.

En Ecuador los estudios acerca del periodismo escolar son escasos, sin embargo se puede anotar el trabajo de Erika Ivonne Encalada Peláez de la Universidad Salesiana de Quito quien realiza su tesis titulada *Diseño De Un Periódico Escolar Como Medio Alternativo De Comunicación*, ella postula que [...] “El trabajo con el periódico como una actividad inserta en el proceso de aprendizaje, permite que los alumnos se conviertan en agentes que opinan, discuten, investigan y critican la realidad social. El periódico representa una réplica de lo que ocurre en su realidad” (Encalada, 2011, 59).

Adentrando en el Club de Periodismo de la “Unidad Educativa Bilingüe de La Inmaculada” se fundó como tal en el 2013. No obstante, en años anteriores se habían venido realizando otros proyectos independientes por parte de las

estudiantes. Durante este periodo, la institución fue y es la incitadora en la realización de proyectos comunicacionales que les permita a las estudiantes el acercamiento al periodismo.

En el 2011, y con la ayuda de UCSG Radio, las alumnas del último curso, realizaron el proyecto “QSTRadio”, un programa radial para la semana cultural en donde se trabajó con un grupo aproximado de 23 estudiantes. En este programa hubo entrevistados y las estudiantes pudieron palpar la experiencia de montar toda una producción de radio realizando sus propias colillas y cortinas musicales, además de poder desarrollar temas como salud, religión y un segmento dirigido a los jóvenes.

En el 2012, el club de periodismo participó y ganó el segundo lugar (entre 80 colegios participantes) de un concurso llamado ‘Del Cole a la Comunidad’ organizado por diario EL UNIVERSO, con lo que se realizó un periódico llamado "LA VOZ DEL ASTILLERO" con las noticias y reportajes que se generaron del sector y barrio donde se encuentra el colegio.

En el 2013, la labor del club de periodismo se afianzó más en el colegio con un grupo conformado por 16 estudiantes, quienes tenían a su cargo una de las carteleras del colegio para actualizarla, cada quince días, con las noticias que se generaban en la institución. Además, colaboraron con notas, entrevistas y reportajes para la revista del colegio llamada “Consigna” la cual es una publicación anual que recopila todas las actividades que se generan durante cada año lectivo.

Durante ese mismo año, las alumnas de Sexto Sociales y algunas del Club de Periodismo presentaron, para la semana cultural, un canal de televisión llamado STVUEBLI.

Ese mismo año participaron en el primer intercolegial de reportajes organizado por el programa de televisión “Desde La U” de la UCSG, con un reportaje sobre la contaminación de las bacterias en los celulares. Obtuvieron el primer lugar del concurso.

3.3. ENFOQUE METODOLÓGICO

Al ser un proyecto que se desarrolla a partir de una postura Interaccionista, este se basó en las unidades de observación, revisión de la literatura y la realización, eminentemente de campo en la institución involucrada, lo cual permitió establecer un enfoque mixto:

Se establecieron técnicas cualitativas como: los talleres dictados a las integrantes del club de periodismo, la realización de notas periodísticas redactadas por las estudiantes y, las entrevistas a especialistas para la recolección de datos.

Las técnicas cuantitativas usadas fueron: las encuestas realizadas a estudiantes de secundaria del plantel para la recolección de datos que servirá para conocer las necesidades de los alumnos y los métodos que se emplean para el desarrollo web del club de periodismo.

3.4. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

3.4.1. LA POBLACIÓN, LA MUESTRA

Esta investigación tuvo una selección de muestra probabilístico no experimental, debido a que se escogieron elementos aleatoriamente; en este caso, la selección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de criterio de las investigadoras y de las características de la investigación.

Por lo tanto, este estudio es de tipo probabilístico-aleatorio simple. Existe un total de 443 estudiantes en la secundaria de la Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada, de los cuales 16 son varones. Por esta razón, se trabajó con nueve estudiantes mujeres pertenecientes al club de periodismo para la realización del blog, redacción de los textos y la administración del blog ya creado.

Para la primera y segunda encuesta se escogió sesenta estudiantes divididos equitativamente entre los seis cursos de secundaria, obteniendo diez encuestas por curso.

3.4.2. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EMPLEADOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Para abordar las técnicas de esta investigación, es necesario definir este término:

Las técnicas, como métodos de actuación práctica que son, presentan una gran amplitud. Comprenden los procedimientos o formas de realizar las distintas actividades humanas, incluso intelectuales, y el modo de utilización de los instrumentos y máquinas que utiliza el hombre, así como las maneras de preparar esos instrumentos (Alonso, 2000, 38).

Es por esto que las técnicas utilizadas en esta investigación son:

3.4.2.1. Investigación bibliográfica:

Se realizó una extensa revisión de la literatura dentro del marco de las mejores universidades del mundo y los repositorios reconocidos a nivel mundial. En este caso se estudiaron libros, revistas, artículos científicos, textos filosóficos los cuales permitieron la selección de información y teorías vitales para el desarrollo del tema de investigación.

3.4.2.2. Investigación Documental y recolección de datos:

Esta técnica contó con la revisión de la edición de la revista impresa del 2014 en donde participa el club de periodismo del colegio escogido. La técnica se utilizó como instrumento para verificar los géneros periodísticos, las estructuras tanto de diagramación como de redacción de la revista impresa del club de periodismo y las temáticas abordadas. También se observaron los contenidos de la cartelera informativa colgada en el interior del plantel del cual se obtuvo documentación

fotográfica.

3.4.2.3. Encuesta:

Se eligió trabajar con encuestas por cuestionario con público muestral seleccionado (estudiantes del área de secundaria del plantel) haciendo preguntas puntuales que respondan a la problemática en estudio.

La primera encuesta realizada fue pensada para conocer y reconocer los intereses, necesidades y tendencias de los estudiantes del colegio en cuanto a tener una plataforma web en donde se publicará contenido que esté pensado para ellos.

Por otro lado, la segunda encuesta se denominó encuesta de receptividad y se la realizó al final del proyecto a los estudiantes del plantel para analizar la factibilidad del blog y la recepción que se tuvo.

3.4.2.4. Entrevistas:

La primera entrevista se la realizó a la madre superiora que ocupa el cargo de rectora en la institución educativa, para el reconocimiento de las necesidades y proyecciones del proyecto. Además se entrevistó a la docente encargada del club de periodismo del colegio.

Posteriormente se entrevistó a cuatro expertos en el área como, especialistas en periodismo digital, editores de páginas web activas y un community manager; de entre los cuales se recogieron diferentes opiniones y criterios sobre la utilización de plataformas web como medio alternativo de comunicación y la introducción del periodismo web en los clubes de periodismo escolares.

3.4.3. PROCEDIMIENTOS UTILIZADOS PARA LA ORGANIZACIÓN, SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

3.4.3.1. El diseño de investigación:

Esta investigación seleccionó un diseño Interaccionista ya que asocia la interconexión de los elementos que influyen en el objeto de estudio, como es la desactualización de las prácticas periodísticas por falta de una plataforma digital (blog) que sirva como medio alternativo de comunicación dentro del Club de Periodismo de la “Unidad Educativa La Inmaculada”.

3.4.3.2. Plan de procesamiento de la información:

Para el desarrollo del plan de procesamiento y análisis de la información se organizó el trabajo en seis fases divididas en 2 etapas que permitirán alcanzar un completo análisis de los datos.

La primera etapa es considerada para la recopilación de información. En esta se encuentran las tres primeras fases:

La primera fase fue el análisis de antecedentes y la revisión de la literatura para colocar la investigación en contexto con las diferentes teorías que sustentan la tesis en sí.

La segunda fase fue la recolección de información que se deriva de la investigación documental. En esta, se describe cada aspecto de la revista impresa realizada por el plantel educativo en donde participan las estudiantes del club de periodismo del colegio; también se describe el proceso de la realización de la cartelera informativa.

En una tercera fase, se encuentra la realización de la encuesta de Interés a estudiantes de la secundaria para conocer las necesidades de los estudiantes en el ámbito de la comunicación. Además de la realización de entrevistas a directivos del plantel y especialistas.

La Segunda etapa comprende las últimas tres fases que corresponden a la presentación del proyecto integrador:

La cuarta fase, se basó en la realización de cinco talleres sobre la redacción web y las herramientas digitales necesarias para la realización y publicación de contenido en el blog, esto fue dictado a las estudiantes del club de periodismo. La quinta se la delegó al diseño del blog y a la activación de dicha plataforma digital.

Por último la sexta fase se basó en la recolección de información post proyecto en donde se realizó la encuesta de receptividad a estudiantes de secundaria del plantel para conocer el interés de los jóvenes en el blog creado para ellos y su receptividad, pasando así al análisis de datos.

3.5. ACTIVIDADES Y TAREAS

A continuación se establece un cuadro con las fechas y etapas que corresponden a las actividades realizadas durante todo es proceso de esta investigación.

<u>Fase 1</u> Revisión de la literatura y antecedentes	<u>Fase 2</u> Recolección y análisis de datos	<u>Fase 3</u> Encuesta de interés y entrevistas	<u>Fase 4</u> Realización de talleres	<u>Fase 5</u> Diseño y Activación de la plataforma digital	<u>Fase 6</u> Encuesta de Receptividad
27 de octubre - 3 de noviembre del 2014	4 de noviembre – 6 de noviembre del 2014	5 de noviembre – 12 de noviembre del 2014	14 de noviembre – viernes 12 de diciembre del 2014	20 de enero – 23 de enero del 2015	24 de enero – 7 de febrero del 2015
● Desarrollo de un marco con las teorías	● Observación de los espacios y	● Realización de una encuesta de	● Durante 5 viernes se dictaron	● Publicación de contenido por parte de	● Realización de la encuesta de receptividad

<p>estudiadas para la realización del proyecto: Comunicación, Comunicación Educativa, Periodismo, Periodismo Web, Géneros periodísticos, Estructuras periodísticas, Plataformas digitales, Clubes de periodismo escolar, Nuevas perspectivas de la comunicación educativa en el ámbito educativo.</p> <p>● Investigación de los factores que inciden en la no utilización de una</p>	<p>plataformas periodísticas utilizadas hasta el momento por el club de periodismo. (Véase anexo 1-2).</p> <p>●Entrevista a los directivos del colegio y expertos en el área para conocer las razones por las cuáles el club de periodismo no trabaja con una plataforma online para la publicación del contenido noticioso y cuál es la necesidad de un blog.</p> <p>● Realización</p>	<p>interés para conocer las necesidades, los intereses y las tendencias que tienen los estudiantes del plantel con respecto a tener una plataforma digital donde encontrar contenido pensado para ellos.</p>	<p>talleres con la finalidad de preparar al club de periodismo tradicional para darse paso en la web, con la publicación de sus notas en el blog de periodismo WHAT'S UP UEBLI.</p> <p>Primer taller: redacción periodística.</p> <p>Segundo taller: Carretera Web 2.0.</p> <p>Tercer taller: Galería multimedia</p>	<p>las estudiantes que conforman el club de periodismo.</p> <p>●Presentación del blog y administración del mismo.</p>	<p>a los estudiantes del colegio para conocer la factibilidad, receptividad y eficacia del blog periodístico.</p>
--	---	--	--	---	---

<p>plataforma virtual como medio de comunicación de los colegios que cuentan con clubes de periodismo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Análisis en profundidad de la incidencia de dichos factores, en el club de periodismo de la Unidad Educativa Bilingüe de la Inmaculada. 	<p>de la encuesta de interés mediante una encuesta de interés a los estudiantes del colegio.</p>		<p>Cuarto taller: Taller práctico y fotografías</p> <p>Quinto taller: ¿Cómo crear un blog? Lo que debo saber del mundo web</p>		
--	--	--	--	--	--

Tabla 1. Desglose de actividades y tareas por fechas.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. RESULTADOS OBTENIDOS

Una vez aplicada la metodología, anteriormente explicada, se procedió a mostrar los resultados obtenidos de la primera etapa de esta investigación. Para este análisis se describió detalladamente los resultados de la aplicación de las técnicas de investigación: investigación documental y recolección de datos, encuesta, entrevistas.

Esto permitió contextualizar el campo en el que se va a trabajar y así lograr definir las opiniones vertidas por los estudiantes y especialistas sobre el club de periodismo escolar y el análisis del material obtenido.

4.2. INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL Y RECOLECCIÓN DE DATOS

Para el análisis de este punto se tomó en cuenta la revista impresa del colegio llamada "Consigna", que corresponde al año lectivo 2013-2014. Además, la observación del proceso para la actualización de la cartelera informativa designada al club de periodismo.

4.2.1. REVISTA

Esta revista toma en cuenta el periodo lectivo 2013-2014, por lo que recoge las actividades que se realizaron durante todo ese año.

FACTORES DE LA REVISTA ANALIZADOS	Nº
Número de páginas	96
Número de carillas solo de fotos	52
Número de textos	57
Número de textos largos	24
Número de textos cortos	33
Número de textos realizados por el Club de periodismo	8

Tabla 2. Cuadro descriptivo de la revista “Consigna”

La revista, desde una vista general, es una recopilación de fotografías y textos sobre lo eventos que se han realizado durante el año lectivo 2013-2014.

Sobre el primer dato, la revista tiene 52 carillas dedicadas al collage de fotografías sobre los eventos más destacados del plantel, formando así una especie de álbum de fotos acompañado con uno o dos párrafos introductorios.

Existen 57 textos dentro de la revista, de los cuales 24 son textos largos; el más largo es de 32 párrafos y corresponde a una lectura propuesta por Msc. Cecilia Ochoa San Lucas, Coord. Académica Secc. Básica Media, titulada “La familia y la formación de hábitos de vida” (Véase Anexo 1). Por otro lado, existen 33 textos cortos que, como lo expliqué anteriormente, son textos de uno o dos párrafos y sirven como descripción breve del evento y le dan paso a las fotografías presentadas.

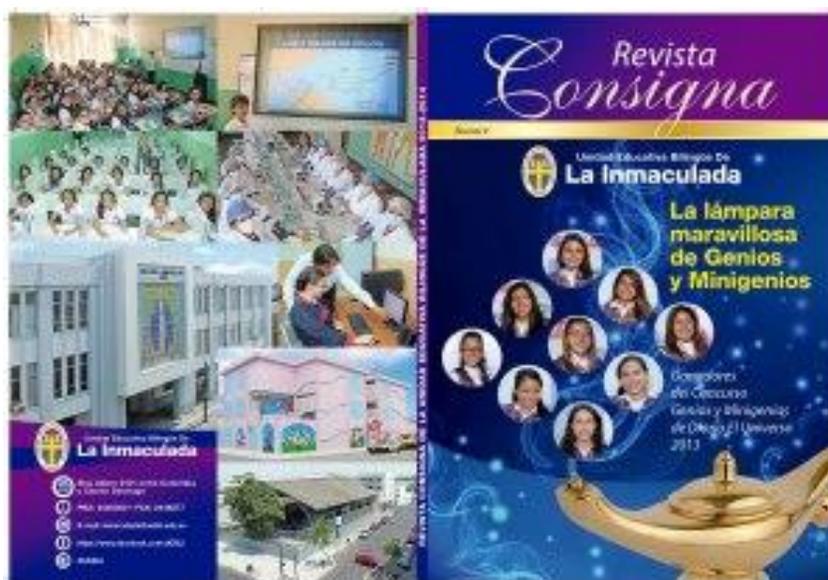


Gráfico 4. Portada y Contraportada de la revista "Consigna" de la Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada.

De los 33 textos cortos solo 8 son de autoría de las integrantes del club de periodismo, por lo que existe una baja participación por parte de las alumnas del club en las actividades periodísticas del colegio.

Sobre las temáticas de los textos se puede observar que al ser un colegio católico, existe una tendencia a este tópico. Los textos de opinión como los editoriales van dirigidos a dejar un mensaje de valores católico. No existen temas dedicados a las problemáticas sociales, al entretenimiento, ni a la orientación personal.

4.2.2. CARTELERA INFORMATIVA

Dentro del colegio existen varias carteleras ubicadas en distintos lugares del plantel, una de esas se ha designado al club de periodismo.

Esta cartelera tiene como objetivo el proporcionar información sobre los eventos más relevantes que se han realizado en el colegio. En general, la cartelera cuenta con fotografías de los eventos destacados y sus respectivos pies de páginas, pero no se considera un espacio para que las integrantes del club puedan publicar sus trabajos periodísticos.

Según el gráfico obtenido en la encuesta de receptividad realizada a 60 estudiantes de diferentes cursos de la secundaria del plantel, se pudo observar que un 10% de los estudiantes prefieren leer las noticias en la cartelera (véase Gráfico 12). Lo cual indica que existe un interés por parte de los estudiantes ante la cartelera, sin embargo existen ciertas limitaciones con las que tienen que lidiar las encargadas de esta actividad.

Una de esas dificultades es la disposición de tiempo por parte de las alumnas del club de periodismo quienes son las responsables por la actualización de la cartelera, como lo comenta la Mgs. Maribel Sacoto Morán:

La cartelera eso si es algo que me preocupa a veces porque las chicas están bien atareadas, o sea, cuando venimos recién de vacaciones no me habían actualizado la cartelera porque ellas estaban con los exámenes y todo esto Dios mediante ya este año yo pedí una impresora para imprimir nuestras propias fotos.

Otro punto que menciona es la falta de presupuesto para la impresión y compra de material que demanda organizar y decorar la cartelera: “Dios mediante ya este año yo pedí una impresora para imprimir nuestras propias fotos. Antes reuníamos dinero y ellas imprimían sus fotos, las llevan a imprimir estos centros comerciales que imprimen fotos”.

La cartelera lleva como nombre “What’s Up UEBLI” que significa “Qué sucede Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada” (siglas en inglés) y esta se actualiza cada 15 días; en su gran mayoría se publican fotografías y textos pequeños resumiendo las actividades del colegio (Véase anexo 2).

4.2.3. ENCUESTA

4.2.3.1. Análisis de resultados – Encuesta de Interés

Se escogieron a 60 estudiantes de diferentes cursos, de la “Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada”, la cual es el objeto de estudio de esta investigación.

Se realizaron seis preguntas plasmadas en la encuesta, las cuales fueron tabuladas en conjunto para conseguir los resultados de los estudiantes que forman parte del plantel educativo.

Los alumnos seleccionados pertenecen a los cursos entre octavo de básica y tercero de bachillerato y estos corresponden a edades entre los 12 y 17 años. Más de la mitad de los jóvenes que fueron encuestados son de sexo femenino debido a que este era un colegio, desde sus inicios es solo de mujeres y poseen pocos estudiantes del sexo masculino actualmente (Véase anexo 9).

Usos del internet

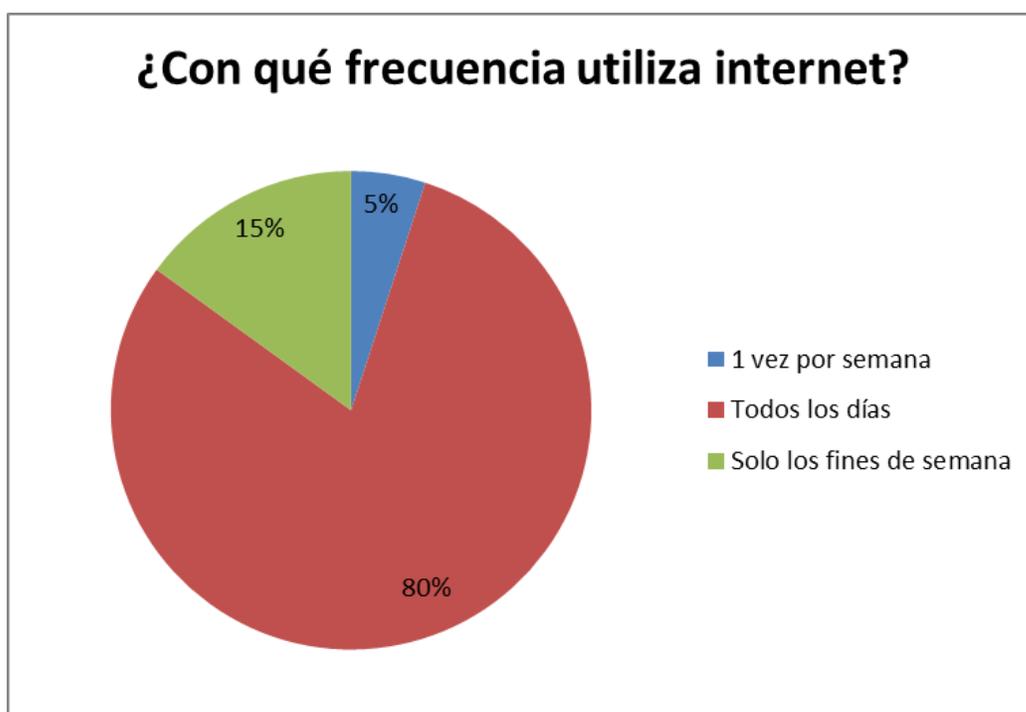


Gráfico 5. Encuesta de Interés: ¿Con qué frecuencia utiliza internet?

¿Cuál es el uso que, mayormente, le das al internet?

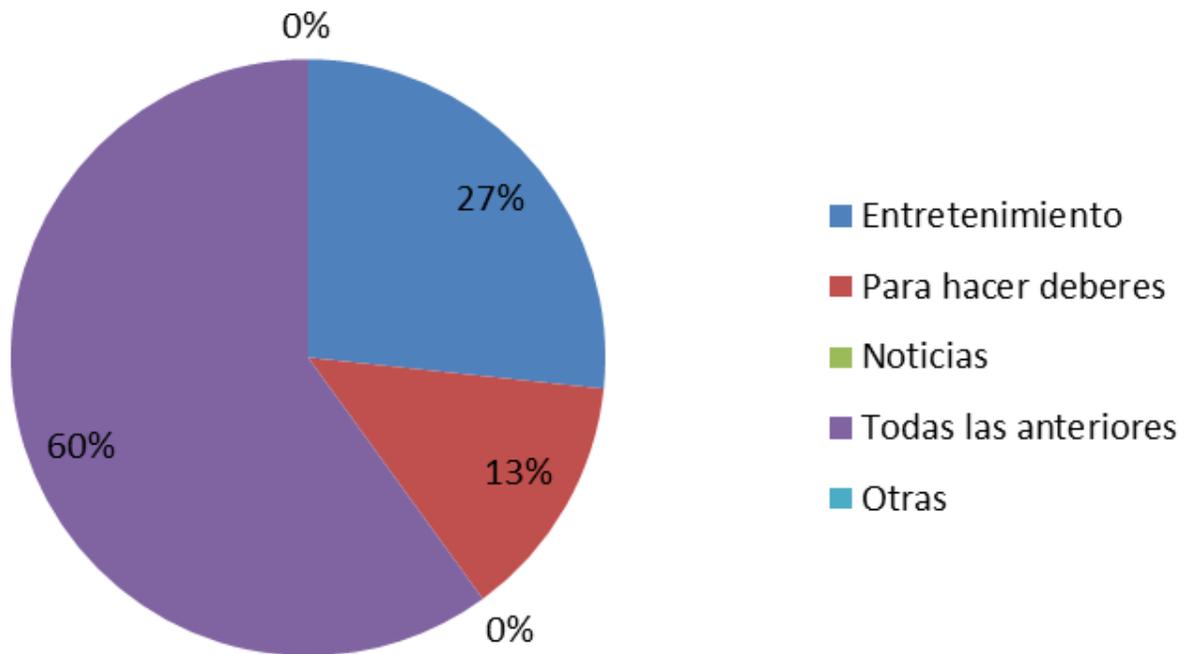


Gráfico 6. Encuesta 1: ¿Cuál es el uso que, mayormente, le das al internet?

Según los resultados que ha arrojado la encuesta realizada a 60 estudiantes de la UEBLI. Se destaca que el 80% de ellos navega en la web todos los días, mientras que el 15% sólo los fines de semana y el 5% una vez a la semana. Además, se consultó cuál es el uso que los encuestados le dan al internet, de los cuales el 60% respondió que dedican tiempo en línea a diversas actividades: entretenimiento, hacer deberes, leer noticias, etc., el 27% señaló que únicamente manejan la web para entretenerse, en tanto que el 13% sólo para hacer deberes.

Notoriedad de la página web del colegio



Gráfico 7. Encuesta de Interés: ¿Visita la página web de su colegio?

A pesar de que el 80% de los encuestados respondió que a diario navegan en la web, sólo el 32% visita la página web del colegio, lo cual indica que ésta plataforma no goza de notoriedad entre los estudiantes consultados. Cuando les preguntamos a los estudiantes el por qué no visitaban la página, estas fueron las respuestas más usuales:

- No, porque no hay nada que ver, solo horarios.
- No, porque prefiero visitar o ver otras cosas.
- No, no me atrae, necesita innovar.
- No, no me llama la atención.
- No, no me parece interesante.
- No, es poco llamativa.
- No, no sé ni cuál es y no me interesa descubrirlo.

Aceptación de la cartelera del colegio

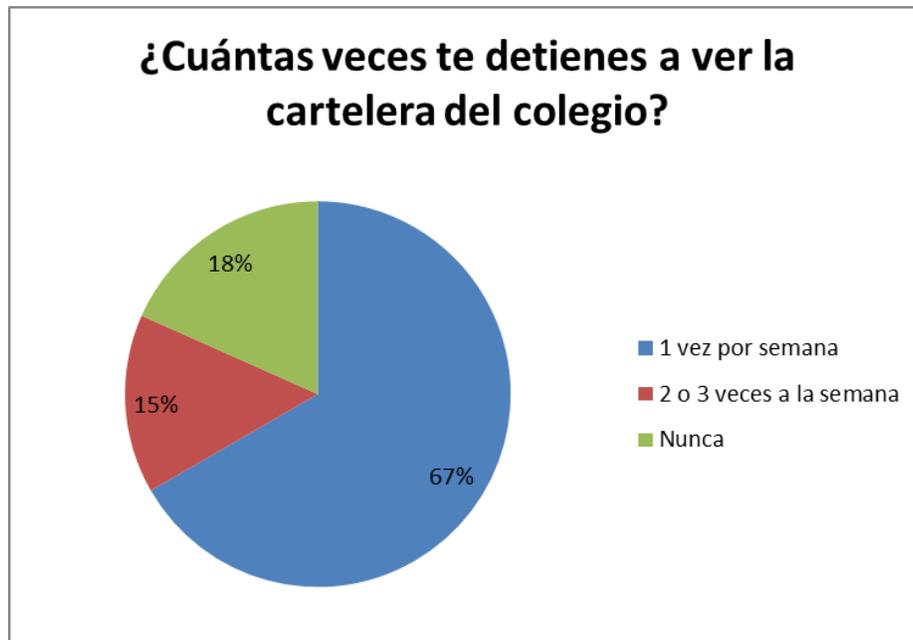


Gráfico 8. Encuesta de Interés: ¿Cuántas veces te detienes a ver la cartelera del colegio?

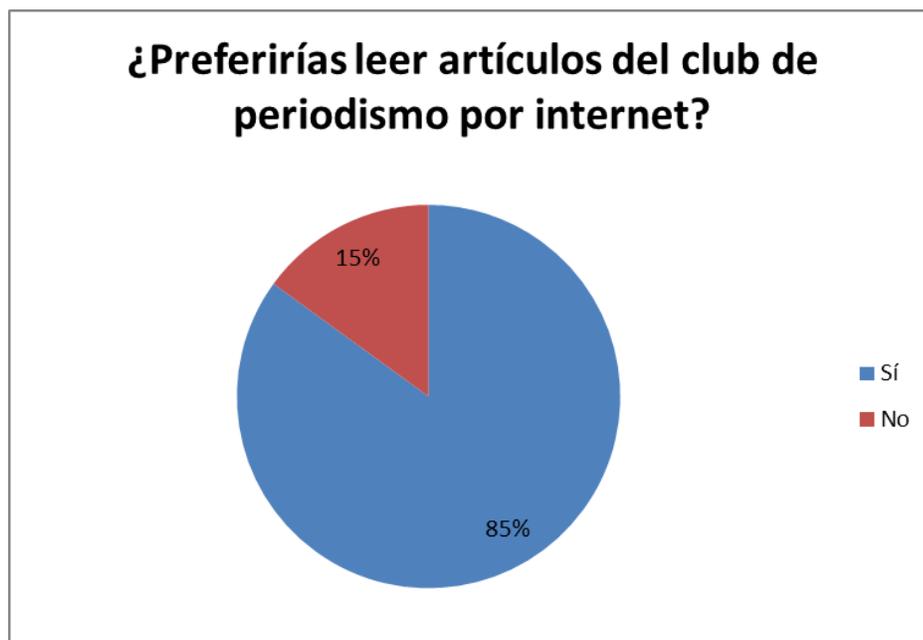


Gráfico 9. Encuesta de Interés: ¿Preferirías leer artículos del club de periodismo por internet?

En la primera encuesta que se realizó, se consultó a los estudiantes sobre la frecuencia con la que revisaban la cartelera de la Unidad Educativa. De 60 estudiantes, el 67% respondió que una vez a la semana, el 18% dijo que nunca veían la cartelera y el 15% contestó que la inspeccionaban dos o tres veces a la semana.

Para fortalecer el análisis sobre la viabilidad del blog UEBLI, se cuestionó a los encuestados si preferían leer los artículos del Club de Periodismo en la web a lo que el 85% de la muestra respondió que sí, mientras que el 15% manifestó lo contrario.

Contenido del blog



Gráfico 10. Encuesta de Interés: ¿Qué tipo de contenido preferirías que publiquen en el blog?

Antes de hacer el blog, se realizó un estudio entre los estudiantes para conocer sus preferencias sobre el contenido que tendría el blog. Las categorías que se estimaron fueron: Científico, Orientación familiar, Orientación personal, Salud/nutrición, Literatura, Asesoría pedagógica, Deportes, Entretenimiento,

Tecnología y Todas las anteriores que engloba todas las respuestas. Hubo paridad en las respuestas de los encuestados. El 20% respondió que les gustaría leer contenido deportivo, el 16% optan por Salud/nutrición, el 13% información Científica y el mismo porcentaje votó por Orientación personal.

De esta manera pudimos observar qué contenido preferían los jóvenes para así aplicarlo al blog. Las personas encuestadas manifestaron que a diferencia de las carteleras que se han elaborado en el año anterior, el blog es un espacio donde ellas pueden observar y leer diferentes tipos de temas de su interés. Estos resultados y más los apreciaremos en el siguiente informe.

4.2.4. ENTREVISTAS

Se realizaron seis entrevistas: dos dentro del objeto de estudio para conocer los objetivos y proyecciones para desarrollar el proyecto dentro de la institución educativa y cuatro a expertos en el área de comunicación digital.

Las entrevistas se componen de la siguiente manera:

- Entrevistas Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada
 - Sor. Juliana Elena Naranjo Vega, Rectora de la Unidad Educativa Bilingüe de la Inmaculada.
 - Mgs. Maribel Sacoto Morán, Docente de Literatura de la UEBLI y Coordinadora del club de periodismo del colegio.
- Entrevistas Expertos
 - Lcdo. José Vicente Noboa, Director del Área de contenido de la Agencia Makia.
 - Said Kalil C., Ingeniero en Producción y Dirección en Artes Multimedia, Social Media de La Prefectura del Guayas.

- Lcdo. Daniel Lucas, editor web y diseñador de la Revista digital Matavilela.
- Periodista Ivanna Zauzich, Brand Strategist de Céntrico Digital.

Cada uno de ellos contará su experiencia, criterios y aportará desde su campo y función, para la realización del blog periodístico What's Up UEBLI, un modelo final que fomenta la práctica de un periodismo digital en los colegios que cuentan con un Club de Periodismo tradicional, e inclusive en los colegios que aún no cuentan con un Club de Periodismo.

4.2.4.1. ENTREVISTA 1: Sor. Juliana Elena Naranjo Vega, Rectora de la Unidad Educativa Bilingüe de la Inmaculada

La Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada (Guayaquil), es una institución fundada el 8 de septiembre de 1900, actualmente dirigida por la rectora Sor. Elena Naranjo quien continúa con los pasos que las primeras hermanas dejaron hace 115 años. Esta institución cumple la misión de dar una formación integral, educando en base a los principios del evangelio.

Sor Elena, menciona que se encuentra ayudando a todas las alumnas que Dios pone en su camino inculcándoles un precepto que considera que las estudiantes deben tomar en cuenta al momento de informar: tratar siempre de ser solidarios con todas las personas que se nos acerquen a nosotros, especialmente a las más necesitadas.

En cuanto Club de Periodismo que maneja la institución, comenta que ha sido un puntal dentro de la formación de las alumnas, porque al momento de crear las redes sociales y sacar todo lo que ellas realizan dentro de los niveles de los colegios, se ha despertado en los alumnos y en las alumnas un deseo de unirse, de estar al día en todo lo que sucede en la ciudad, en las aulas del colegio y en cada una de las actividades que realizan.

Además acota que el colegio apoya al Club de Periodismo dándoles un lugar en especial para reunirse y teniendo a una persona que se encarga solo de ellas.

Sobre las integrantes que conforman el club dice que tienen muchas capacidades, unas más que pero que eso no se debe a que a algunas les dan más cargos, a otras no, sino que un principio de personalidad es aceptar a todas las personas como son porque Dios nos ha creado distintos.

Otro aspecto importante para Sor Naranjo es que las alumnas se expresen, por ende el colegio siempre ha respetado la libertad de palabra, la libertad de expresión y la crítica constructiva, para que ellas se den cuenta en el medio en que viven y lo defiendan cuando estén en la sociedad.

Como dato adicional dice que tuvo como consigna una revista, en la que se recoge algo la historia del colegio durante un año, que además llevan una agenda personal donde apuntan cosas de interés y que esos son los productos con los que contaba el colegio hasta el momento.

La rectora tiene grandes expectativas de la funcionalidad del club en diversos ámbitos y agradece a la Universidad Católica ya que considera que siempre los valora al momento de realizar este tipo de prácticas.

4.2.4.2. ENTREVISTA 2: Mgs. Maribel Sacoto Morán, docente de Literatura de la UEBLI y Coordinadora del Club de Periodismo del colegio

La Mgs. Maribel Sacoto, docente del área de Literatura en la Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada dirige el grupo de periodismo y comentó que el club del periodismo se creó en el 2013 con un grupo de aproximadamente de 15 jóvenes del último año lectivo, con las cuales se realizaba trabajo de reportería en los eventos de la institución. Maribel, acota que las estudiantes sacaban “notitas” en la cartelera cada quince días.

Dicha cartelera era actualizada con tres notas, fotos, una frase de la semana y algunos anuncios de “síguenos en Twitter y Facebook”.

Actualmente se sigue manteniendo el mismo sistema en el que las estudiantes tienen a cargo la cartelera del colegio y una revista consigna que publicaron en el año lectivo 2013- 2014 y planean publicarla cada año.

Las colaboradoras ya cuentan con cargos dentro de este Club de Periodismo, por ejemplo, hay una fotógrafa, otra persona encargada de realizar videos, de escribir. Cada una tiene un carnet de periodismo con su función, de esta forma se las incentiva para que ellas tengan presencia dentro del colegio y se las reconozca. Agrega Maribel, que los cargos son escogidos por ella según las actitudes de las integrantes y su desempeño en alguna función específica.

El club de periodismo cuenta con una hora a la semana dentro de la malla curricular del colegio. Hasta el 2013 las estudiantes tenían en su programa de clases Redacción Periodística, pero por cuestiones del ministerio se eliminó esa materia. Maribel comenta que las alumnas del Club de Periodismo ya no vienen con esas bases de redacción que ella antes dictaba, por lo que ahora se maneja esta actividad de una forma más empírica. “En el poco tiempo que las veo he tratado de darles pautas”, dice Maribel.

Comenta también que por primera vez el club cuenta con su propia aula para hacer sus investigaciones y trabajar en la cartelera. Tienen internet y una cámara semi-profesional, lo cual es un avance para ellos debido a que el año pasado empezaron desde cero. Las integrantes traían sus propias cámaras profesionales y se encargaban de tomar sus propias fotos.

Todas las actividades realizadas por el Club de Periodismo son hechas únicamente por ellas y Maribel.

En cuanto al número de alumnas que participan en el club mencionó que trabaja con pocas alumnas pero son estudiantes a las que les gusta trabajar. Acota que de no sirve de mucho contar con una gran cantidad de integrantes si de ellos solo trabaja la mitad trabaja:

Yo prefiero tener poco pero que todos hagan su rol y yo sepa que puedo encargarle una tarea a alguien y la va a cumplir.

A esto agrega que el club de periodismo siempre ha estado abierto para quien quiera colaborar, pero que sin embargo las de sexto curso son las que toman la iniciativa:

En sexto curso las niñas están con toda esta nostalgia de que ya es su último año, entonces ellas quieren dejar esa huella en el colegio en la institución, así fue que hicimos la revista con el grupo de sexto del 2013, que buscaban de todas las maneras hacer una cobertura global de todo el Colegio pero también de resaltar las cosas que promocionan el sexto curso hacíamos.

Ahora tengo alumnas del cuarto curso en el que yo soy maestra y me dicen “miss yo quiero el próximo año meterme en el Club de periodismo” pero hay que ver cómo nos manejamos este año, cómo va a ser la mecánica.

Es importante para Maribel continuar con lo que se ha sembrado, con el blog de periodismo, que las y los estudiantes que vienen el siguiente año tengan presencia en la web al igual que en la revista.

Además considera vital la realización del blog ya que actualmente el internet es una herramienta básica para comunicar, la mayoría de los diarios se manejan por tablet, es lo que se está viendo el periodismo, se está encaminando mucho más a lo que es la era digital. Agrega también que la tecnología ha permitido que a través de Tablets, iPad, celulares, puedan descargarse aplicaciones y tener sus propios periódicos, links enlazados y estar revisando constantemente artículos, noticias de interés, por lo que es importante para ello que los jóvenes también generen este tipo de contenidos en plena era digital.

4.2.4.3. ENTREVISTA 3: Lcdo. José Vicente Noboa, Director del Área de contenido de la Agencia Makia

José Vicente Noboa, es el Director del área de contenido de la agencia Makia de Ximah, una agencia que se dedica a fabricar, crear y editar contenido en blogs de distintas marcas y de medios que ellos mismos crean. Además es Editor General en País en Vivo, Redactor creativo/investigativo en FreeLancer, Asistente en Relaciones Públicas, Corrector de estilo y más.

El periodismo web para él, más que una ventaja es adaptarse a lo que ya está dispuesto. Viéndolo desde la parte comercial, José Vicente considera que ya no están buscando los espacios impresos como antes y eso en consecuencia de que las personas ya no buscan esos medios impresos para saber lo que está pasando ¿por qué? porque tienen el celular a la mano y desde el celular pueden enterarse rápidamente de todo.

La facilidad para publicar un contenido es realmente la ventaja y la razón por la cual el periodismo está cambiándose a otro lado. Las personas se relacionan de una manera diferente con la noticia, comparten lo que está ocurriendo, opinan y más. Por ende, José Vicente dice que este medio digital, es el medio predominante y ya no es una ventaja, sino una prioridad tener una plataforma virtual.

Para José, al momento de comunicar un mensaje y dependiendo del mismo, el medio virtual puede dividirse en dos partes fundamentales: la social media (redes sociales) y el sitio que aloja el contenido en sí, en una página web. Para poder mostrar un contenido, José Vicente acota que es preferible tenerlo alojado en una página web, porque si se escribe algo directamente en Facebook, por ejemplo, esto se va a perder, se va a refundir entre otras publicaciones y los usuarios no tienen un buen acceso posterior a esto, en cambio un contenido que sea muy bueno, se lo puede estar compartiendo y difundiendo por medio de un link, es decir, se lo transmite vía redes sociales pero a la vez esto está almacenado en un lugar en concreto.

En cuanto a la plataforma indicada para la publicación de un blog de periodismo colegial, José Vicente considera que es WordPress, donde se puede crear buen contenido a partir de una plantilla gratuita o pagada. En el caso de adquirir el

dominio, José comenta que es mejor porque eso le da un aire de formalidad y compromiso, sobre todo para un grupo que recién va a crear una publicación.

Sobre la organización del equipo humano del Club periodístico con el blog, José Vicente opina que ellos tienen la oportunidad de involucrar a muchas personas según sus habilidades y que no se la debe desperdiciar.

En la parte de redacción debería ir el editor, el jefe de redacción con sus reporteros o redactores, adicional el fotógrafo, el diseñador, el programador que podría ser un externo y esa parte de la redacción podría coordinarse con un equipo gerencial que sería el director, el gerente administrativo del medio, que sería encargado de hacer Relaciones Públicas, de ver que no falte nada, serían como que la voz del periódico del club de periodismo hacia las autoridades.

Otro aspecto importante para José Vicente es el involucrar a un profesor que sea el aleado, el guía de los estudiantes:

Yo veo complicado el que haya la responsabilidad entre los estudiantes, de decir por ejemplo, yo publico esto a las tres de la tarde y no más de las tres de la tarde, porque si por lo general los adultos ponen excusas ahora no más aún los adolescentes y por eso igual sugiero que haya alguien que pueda ser una buena autoridad.

Para José Vicente es ideal que en los colegios se incluya el periodismo digital porque considera que la gente que lee noticias en twitter, confía ciegamente en el contenido que le proporcionan y no va más allá. Acota, que hay un alto porcentaje de personas que comparten noticias sin leerlas completamente, por ende el incursionar en estas prácticas es a la vez, para José, una nueva forma de crear altos de lectura.

Con respecto al contenido, cree que debe ser algo muy visual, muy gráfico y rápido, porque de lo contrario los jóvenes no lo apreciarán. Además agrega que el contenido de un blog es subjetivo, expresa sentimientos. Un blog que dice las cosas muy ordenadamente o políticamente correctas, no impacta. José considera que un

redactor que exprese una opinión distinta a la que todos tenemos, hace que el blog sea “más de carne y hueso”.

Sobre el manejo de contenido, José Vicente opina que los textos deben ser cortos y que se podría tener publicaciones diarias pero sería bueno preparar uno o dos especiales cada semana, los cuales pueden ser un poco más largos. Además aconseja hacer publicaciones de noticias en general, por ejemplo tendencias: el video más visto de youtube, lo que más publican en twitter, etc.

Las estudiantes deben también justificar los temas que escojan. En cuanto a los títulos dice que deben resaltar alguna emoción específica, los posts deben estar encaminados a emocionarnos y tomar el tema principal en base a una sola persona o a una sola reacción.

José Vicente aconseja que los recursos con los que debe contar un club de periodismo, son con los que tengan a la mano. Es decir si tienen un buen celular, podrían tomar fotos desde ahí, si tienen computadoras en el colegio, tener una específica en la que trabaje el redactor, el editor, etc. El internet es esencial.

Los contenidos que José considera esenciales para el periodismo web es un taller de redacción periodística básica, y un curso rápido de redes social:

En un taller todo se aprende más con la práctica. Entonces es eso la redacción como principal tema y luego aprender las técnicas de social media.

4.2.4.4. ENTREVISTA 4: Ing. Said Kalil C, Social Media de La Prefectura del Guayas

El Ingeniero en Producción y Dirección en Artes Multimedia, Said Kalil, es libanés. Estudió en la Universidad Central de Chile, y parte de su experiencia laboral ha sido trabajar en el Grupo Noboa, Ecuavisa, y actualmente es Social Media en La Prefectura del Guayas.

Para Said, la ventaja de la utilización de una plataforma digital como medio alternativo de comunicación es la inmediatez con la que una noticia llega a cierto público objetivo que dispone de conexión a internet. Sobre ello expone el siguiente ejemplo:

Diario El Universo, se limita a crear, diseñar, segmentar, diagramar y redactar todo de una manera organizada y estructurada para que se empiece el proceso de impresión, pero que sucede si hay una noticia importante a las once de la noche, ¿regresan todos los periódicos? ¿Se pierde el tiraje ya impreso?

La respuesta es tan sencilla como que el redactor web se encargue de trabajar la noticia por su portal web y que sea compartida por las distintas redes sociales que maneja.

En cuanto a la redacción para Web comenta que no tiene límites. Esta puede ir acompañada de contenido multimedia que ayude a enriquecer una nota (Fotos, Videos, Audios), eso versus la redacción tradicional.

Said considera que en la actualidad existen muchos Content Manager System, (Sistemas de Manejo de Contenido), Blogspot que ayudan con una interfaz sencilla para la publicación. Dependiendo de lo que se quiera comunicar a una audiencia, Said recomienda usar para un Club de Periodismo, una plataforma en: Joomla, Wordpress, Drupal o Blogspot.

Además opina que realizar un Club de Periodismo web ayuda al enriquecimiento intelectual de un estudiante.

El periodismo de por sí es una profesión que requiere pasión para poder seguirlo, es importante que los jóvenes desde su formación colegial lo vayan desarrollando.

Es importante para Said que Club de periodismo tenga herramientas básicas como un teléfono inteligente o una Tablet, que a su vez sirve como grabadora, cámara de fotos y de video y que el mismo tenga acceso a internet para publicar el contenido de manera inmediata. Agrega que también deben tener equipos para la redacción,

con conexión a internet, por ejemplo una computadora dedicada a la edición del material, cámaras de video, micrófonos, libretas.

Hay temáticas que Said considera de esencial conocimiento para el club, estos son: redacción, ortografía, escritura creativa, manejo de redes sociales o community management, capacitación en el manejo del portal que se use como medio de comunicación, teoría de la imagen, y fotografía.

Sobre la conformación del equipo de trabajo dice que debe tener siempre un redactor y un editor o coordinador, eso en la parte de la noticia. Adicional a eso, un diseñador para saber qué imagen debe usar a la hora de la diagramación.

Said considera que los alumnos están en capacidad de manejar y monitorear el sitio web y las redes sociales puesto que hoy en día las utilizan desde niños:

Tal vez no de la forma adecuada para periodismo, pero alumnos con mejor criterio y un objetivo específico (El de comunicar), no tendrá inconveniente alguno para usar las redes sociales, las publicaciones, programar noticias y manejar el Google Analytics, herramienta que pienso que es fundamental para medir la interacción del portal web.

Además menciona otras herramientas sencillas para trabajar:

- Para un sitio web considero que Wordpress es una herramienta sencilla y muy intuitiva para usarlo como herramienta de publicación.
- Para redes sociales el uso de la herramienta Hootsuite, es primordial para la programación de noticias (Tanto como para Twitter, Facebook, Instagram, etc.) y el Tweetdeck también es fundamental (Funciona para lo mismo pero solo con Twitter).
- Topsy es una herramienta útil para saber el alcance de un HT (Hashtag) en las redes sociales, al igual que Twitter Analytics.
- Photoshop es una herramienta muy útil para la edición de las imágenes.

Said finalmente aconseja a un club de periodismo en:

- No quedarse en una zona de confort, viendo que pone otro medio para luego ponerlo. El periodismo requiere salir a campo a buscar las noticias.
- Siempre dar los respectivos créditos a cualquier medio cuando se usa como una fuente de información. No pensar que las redes sociales no son necesarias, porque sí lo son.
- No dejar de acompañar una nota de una buena imagen. Una buena foto puede contar una noticia.
- No hacer textos tan largos, que sean claros, precisos y concisos.

4.2.4.5. ENTREVISTA 5: Lcdo. Daniel Lucas, editor web y diseñador de la Revista digital Matavilela

El licenciado en Comunicación Social y Literatura, Daniel Lucas, considera que un blog como plataforma para un Club de Periodismo, es ideal, ya que se puede transformar en una revista digital, periódico, bitácora, etc. A esto acota que la necesidad de un club de periodismo es en esencia el interés de los alumnos.

Las ventajas de que los alumnos tengan un blog como medio alternativo a su tradicional cartelera y revista, son muchas, dice Lucas.

Una plataforma digital te da inmediatez, es decir poder colgar información y que el lector tenga acceso inmediato y en cualquier parte del mundo. Una plataforma digital democratiza el oficio de informar, ahora no necesitas ser periodista o trabajar en un medio de comunicación para subir y compartir información, lo que se llama periodismo ciudadano.

Es importante para Lucas que los jóvenes tengan un periódico web o alternativa digital como medio periodístico debido a que ésta es una sociedad mediatizada. “Ellos están conectados, mediatizados y hay que aprovechar eso”, menciona Lucas.

Lucas recalca que dicho club de periodismo debe diferenciarse de un medio institucional por una cuestión clave ¿Qué quieren escribir y leer los jóvenes?.

Menciona, que una vez que ellos den ese primer paso viene la labor del editor de contenidos que debe servir como filtro para hacer buenas publicaciones. En esta fase donde, según el criterio de Lucas, entran en juego las teorías de la comunicación y las categorías que existen para las noticias: importancia, relevancia, novedad, y más.

Para Lucas llegar a un público joven es difícil, y considera que es de suma importancia el ser creativo al momento de llegar a esta audiencia juvenil.

Usando texto y mucho recurso audiovisual. Hay que hablar y tratar temas que a los jóvenes les parecen interesantes y, tratar temas que no les interesa pero usando recursos para que ellos se sientan atraídos.

Lucas opina que los jóvenes son muy receptivos con todo lo tiene que ver con la tecnología y que no tendrán inconvenientes al momento de darles un uso que va más allá del entretenimiento, en este caso específicamente informativo.

El Lcdo. Daniel recalca los errores en los que no debe caer un Club de Periodismo:

- Convertir al club de periodismo en un medio institucional para hablar de los eventos y logros de la institución.
- Obviar la opinión del alumno, son ellos los que deben proponer los temas con la guía del editor de contenidos.
- Tratar muchos temas superficiales: moda, tecnología, dietas, etc. y si lo van a hacer, que se elijan enfoques diferentes a lo cotidiano y profundizar en ellos.

4.2.4.6. ENTREVISTA 6: Periodista Ivanna Zauzich, Brand Strategist de Céntrico Digital

Ivanna se ha dedicado al periodismo desde el 2003. He escrito para Soho, Gestión y trabajó cinco años en diario El comercio cubriendo secciones de Economía y Política. Actualmente es directora del blog de periodismo gastronómico morterodepiedra.com y Brand Strategist de Céntrico Digital.

Para Ivanna, entre la redacción web y la de un medio escrito tradicional no hay diferencias sino que la una integra a la otra.

Las redacciones de un medio impreso solían tener máquinas de escribir y cámaras de rollo, pero eso ha cambiado. Hoy todos son computadoras con sistemas para encajar las notas y esos archivos se imprimen en el papel periódico o revistas.

En cuanto a las plataformas digitales las considera un medio fuerte pero que aún no suele ser usado de la forma correcta.

Los periodistas tuitean o transmiten los sucesos en vivo a través de las redes sociales pero no le dan un valor agregado a la audiencia. Porque hoy la noticia se lee en el time line de Twitter, muro de Facebook o de Google Plus. La ventaja, entonces, es dar ese valor agregado a través de un blog donde se pueden explayar más y agregar inmediatez.

Ivanna reafirma que según su experiencia, que un Club de Periodismo debe enfocarse en crear contenido, por lo que debería tener un blog -Wordpress o Ning- para mostrar lo que está haciendo y su aporte a la sociedad.

Además considera que el periodismo web es eficaz como una alternativa para las actividades extracurriculares de los jóvenes estudiantes.

Y no solo debería ser alternativa, sino una práctica desde que están en el primer año de Periodismo. Salir con sus celulares y contar historias urbanas y paulatinamente construir marca 2.0.

En cuanto a los equipos que podrían utilizarse en un club de periodismo digital, Ivanna dice que con celulares de última generación, con buenas cámaras y buena memoria para poder descargar aplicaciones para streaming, fotos, videos, etc; los jóvenes podrán estar preparados. Además, cámaras digitales para llevar un registro, tablets y laptops.

También considera importante que los estudiantes cuenten con conocimientos sobre:

- La estructura al escribir
- Redacción web
- Apuesta multimedia
- Cobertura en vivo.

Sobre el manejo del contenido del blog de periodismo estudiantil, Ivanna opina que deber ser manejado de manera independiente, siendo un medio que cuenta historias con un equipo joven que sale a buscarlas.

No se debe incluir nada institucional, porque se pierde interés de la audiencia. Deben contar historias de sus colegios. Ser la voz de ello.

Ivanna destaca la importancia de que el club de periodismo no cometa errores de redacción y principios periodísticos como verificación.

Tampoco debería hacer cercanía con las fuentes. No importa lo amateurs, el periodismo debe ser recto desde el inicio.

CAPÍTULO V

5. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO INTEGRADOR

Para el desarrollo de esta segunda etapa que corresponde a la presentación del proyecto integrador se dividió el trabajo en tres etapas. Como se explicó anteriormente, en la primera etapa se realizaron cinco talleres para la socialización de herramientas tanto periodísticas como comunicacionales y web, que servirán como base para las estudiantes del club de periodismo y su trabajo dentro de la administración del blog.

La segunda parte va designada a la propia realización del blog, su diagramación y edición de contenido.

La tercera parte consiste en la presentación y publicación del blog, además de un informe de evaluación en donde se recogen datos sobre la receptividad y administración del blog mediante una segunda encuesta.

5.1. POBLACIÓN BENEFICIARIA

Esta investigación va dirigida a las y los estudiantes de la “Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada” de la zona sur de la ciudad de Guayaquil. Se les intenta brindarles un espacio en la web para que consuman información de su interés académico, personal y social.

Además, se beneficiará a las nueve estudiantes pertenecientes al club de periodismo de la “Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada” debido al desarrollo de contenido web que será publicado en el blog estudiantil creado para el colegio.

5.2. RESULTADOS ESPERADOS DEL PROYECTO

- Que este trabajo sirva como guía tanto para las futuras generaciones de estudiantes del colegio que integren al club de periodismo de la “Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada”, como para cualquier institución educativa que tenga la iniciativa de poner a prueba al periodismo web y la educomunicación como pilares para el desarrollo competitivo de los educandos.
- Alfabetizar digitalmente a las estudiantes del club de periodismo del plantel educativo.
- Fomentar las competencias educomunicacionales entre las estudiantes del club de periodismo.
- Mejorar el trabajo en equipo.
- Actualizar conocimientos periodísticos.
- El acercamiento de los estudiantes del plantel a los trabajos producidos para ellos, por parte de las integrantes del club de periodismo.

5.3. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN (Fecha de Inicio, fecha de fin)

El proyecto tiene una etapa de ejecución de 6 semanas, desde el viernes 14 de noviembre en donde se realizó el primer taller, hasta el martes 13 de enero cuando se realizó el evento de presentación del blog. Dentro de este tiempo no se cuentan las dos semanas pertenecientes a las festividades de navidad y fin de año.

TALLERES					DISEÑO DE BLOG	PRESENTACIÓN DE BLOG
Taller 1 Viernes 14, noviembre, 2014	Taller 2 Viernes 21, noviembre, 2014	Taller 3 Viernes 28, noviembre, 2014	Taller 4 Viernes 5, diciembre, 2014	Taller 5 Viernes 12, diciembre, 2014	Martes 6 de enero, 2015 - Lunes 12 de enero, 2015	Martes 13 de enero, 2015

Tabla 3. Cronograma de ejecución dividido por etapas y fechas.

5.4. RECURSOS HUMANOS, TÉCNICOS Y TECNOLÓGICOS ASIGNADOS

5.4.1. RECURSOS HUMANOS

De manera directa se trabajó con 9 estudiantes pertenecientes al club de periodismo de edades entre los 17 y 18 años. Todas pertenecientes al sexto curso del colegio.

Integrantes:

- Andrea Avilés
- Elizabeth Aguilera
- Yelena Argüello
- María Fernanda Baldeón
- Laura Becerra
- Paula Miclos
- Karla Camba
- Paula Barona
- Emily Pérez

De manera indirecta se trabajó con los estudiantes de la secundaria del plantel educativo. Además, con la directora del club de periodismo la Mgs. Maribel Sacoto Morán y con Sor. Juliana Elena Naranjo, Directora del plantel.

Para la realización de los talleres, se solicitó ayuda a un asistente del CPA (Centro de Producción Audiovisual) de la facultad de filosofía de la UCSG para la grabación de los talleres dictados en el plantel.

5.4.2. RECURSOS TÉCNICOS

Recursos Técnicos		
TALLERES	DISEÑO DEL BLOG	PRESENTACIÓN DEL BLOG
<ul style="list-style-type: none"> ● Salón cerrado ● Sillas ● Computadora/Laptop ● Proyector ● Pantalla para proyectar ● Acceso a Internet ● Audio/parlantes ● Filmadora ● Micrófono ● Cámara fotográfica (Celular/Tablet) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora/Laptop ● Acceso a Internet ● Cuenta en Wordpress ● plantilla para blog 	<ul style="list-style-type: none"> ● Salón de eventos ● Proyector ● Pantalla para proyectar ● Acceso a Internet ● Audio/parlantes ● Filmadora ● Micrófono ● Cámara fotográfica ● Diplomas impresos ● Sillas

Tabla 4. Desglose de recursos técnicos por etapas

5.4.3. TECNOLÓGICOS ASIGNADOS

Como parte del proceso para los talleres y la presentación del evento, se contó con la colaboración de la “Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada” con los recursos técnicos necesarios para el desarrollo de dichas actividades:

- Salón cerrado
- Sillas
- Computadora/Laptop
- Proyector
- Pantalla para proyectar
- Acceso a Internet

- Audio/parlantes

Además se contó con los recursos técnicos proporcionados por el CPA (Centro de Producción Audiovisual) de la facultad de filosofía de la UCSG:

- Acceso a Internet
- Audio/parlantes
- Filmadora
- Micrófono
- Cámara fotográfica (Celular/Tablet)

5.5. PRESUPUESTO

Se hizo el presupuesto basado en las actividades requeridas para el lanzamiento del blog y se dividió el cuadro en las etapas del desarrollo del proyecto; también se especificaron los recursos necesarios para la realización de las etapas. Por otro lado, se tomó en cuenta el valor real de cada recurso, luego se colocó al costo invertido de cada uno de ellos y por último el valor real y total de lo que habría costado el proyecto.

Secciones	Lista de recursos	Costo	Costo Invertido	Valor total
Recursos Tecnológicos para Talleres (Alquiler de recursos técnicos)	<ul style="list-style-type: none"> ● Salón cerrado (15 horas) ● Computadora/ Laptop ● Proyector ● Pantalla para proyectar ● Acceso a Internet ● Audio/parlantes 	\$250	\$0	\$ 418
	<ul style="list-style-type: none"> ● Sillas (12) 	\$18	\$0	

	<ul style="list-style-type: none"> ● Filmadora ● Micrófono ● Cámara fotográfica (Celular/Tablet) 	\$150	\$0	
Diseño del Blog	<ul style="list-style-type: none"> ● Diseñador web ● Computadora/Laptop ● Acceso a Internet 	\$100	\$100	\$159
	<ul style="list-style-type: none"> ● Cuenta en Wordpress 	\$0	\$0	
	<ul style="list-style-type: none"> ● Plantilla para blog 	\$59	\$59	
Recursos Tecnológicos para presentación del blog	<ul style="list-style-type: none"> ● Salón de eventos (2 horas) ● Proyector ● Pantalla para proyectar ● Acceso a Internet ● Audio/parlantes 	\$200	\$0	\$1180
	<ul style="list-style-type: none"> ● Sillas (500) 	\$750	\$0	
	<ul style="list-style-type: none"> ● Filmadora ● Micrófono ● Cámara 	\$150	\$0	
	<ul style="list-style-type: none"> ● Catering (20 personas) 	\$80	\$0	
Gastos varios	<ul style="list-style-type: none"> ● Impresión de encuestas 	\$10	\$10	\$121,75
	<ul style="list-style-type: none"> ● Impresión de diplomas 	\$11,75	\$11,75	
	<ul style="list-style-type: none"> ● Movilización 	\$100	\$100	
TOTAL			\$280,75	\$1878,75

Tabla 5. Desglose de presupuesto para desarrollo del proyecto integrador.

Como se puede observar el valor total del proyecto es de \$1868,75 de los cuales solo se invirtieron \$280,75, esto gracias a la colaboración de la “Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada” por brindarnos, tanto para la realización de los talleres y para la presentación del blog, dos de los salones de eventos completamente equipados y gracias al CPA (centro de producción audiovisual) de la facultad de Filosofía de la UCSG por brindarnos los equipos audiovisuales para la cobertura de las dos etapas.

5.6. RESULTADOS OBTENIDOS

5.6.1. TALLERES

Para esta parte del proyecto se realizaron cinco talleres dictados a estudiante pertenecientes al club de periodismo de la Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada, con el propósito de brindarles las herramientas necesarias para el manejo, administración y realización de contenido web que tendrá como resultado textos y material multimedia que serán publicados en el blog del plantel.

Los talleres se desarrollaron durante cinco viernes en horarios de 3:00 pm a 6:00 pm en la sala de sesiones del plantel.

Se contó con un espacio cerrado con proyector, computadora, internet y audio. Los talleres fueron grabados para la constancia del trabajo y el contenido fue presentado en diapositivas realizadas bajo el programa Prezi, con el fin de darle dinamismo y originalidad a la presentación.

Los temas de estudio fueron seleccionados según el criterio de especialistas en el área y de las investigadoras, quienes concordaron que los puntos básicos a explicar deben ser los relacionados con redacción periodística, redes sociales y la capacitación en el manejo de una plataforma web, así como también enseñar a indagar e investigar; como lo explica el Lic. Daniel Lucas: “Debe despertarse en la persona la necesidad de investigar, ya que escribir para un medio digital no debe

significar que el producto carezca de fondo, de fuentes y verdad”.

5.6.1.1. Taller 1 (Viernes 14 de noviembre 2014)

El primer taller denominado “Redacción periodísticas” se llevó a cabo con 9 estudiantes de sexto curso del colegio, de las cuales todas fueron mujeres, y las edades rondan entre los 17 y 18 años de edad. La presentación del Taller 1 tuvo un total de 33 diapositivas presentadas en Prezi para obtener una presentación más dinámica y creativa.

Diapositivas:

http://prezi.com/wo8koftksn75/?utm_campaign=share&utm_medium=copy&rc=ex0share

El objetivo de este primer taller era acercar a las estudiantes al periodismo escrito. José Vicente Noboa, Director de Contenidos de MAKIA y Editor General en “País en Vivo”, considera que la primera temática que se debería aplicar es la redacción periodística, ya que es el nivel más básico para todo periodista de prensa escrita; por lo que los temas se ordenaron de la siguiente manera:

- Géneros periodísticos
- Géneros: clasificación
- La noticia
- Estructura de la crónica
- Estructura del perfil
- Estructura del testimonio
- Estructura del artículo de opinión
- Estructura de la entrevista
- Estructura del reportaje
- Estructura periodísticas
- Triángulo invertido
- Lead o entrada
- Tipos de

- El cuerpo o desarrollo
- Remates o cierres

5.6.1.1.1. Actividades del Taller 1

Una vez terminada la presentación y explicado todo el contenido de los Géneros periodísticos y las estructuras periodísticas, se procede a hacer una actividad sobre lo aprendido en el taller.

Como en una sala de redacción, cada integrante del club dio sus opiniones sobre las temáticas de las que se quería escribir. Se colocó como punto de partida el *Gráfico. 10* de la encuesta de interés en donde se refleja las temáticas preferidas por los estudiantes de la secundaria del plantel, por lo que se decidió dividir las 9 temáticas en 4 secciones, de esta manera, cada estudiante tendrá la responsabilidad de escribir un texto.

CONTROL TALLER 1	SECCIONES
Orientación personal	VIDA PLENA
Orientación familiar	
Asesoría pedagógica	
Deporte	SALUD y BIENESTAR
Salud y nutrición	
Científico	CONECTADOS
Tecnología	
Entretenimiento	ENTRETENIMIENTO UEBLI
Literatura	

Tabla 6. División de temáticas por secciones del blog.

Como se puede observar en el cuadro, la sección “Vida Plena” abarcará los temas referentes a la orientación personal de los jóvenes como los problemas que enfrentan en el ámbito personal y consejos para sobrellevar la etapa de la adolescencia, además está la orientación a los padres y familiares para que puedan manejar de mejor forma la comunicación con sus hijos y saber cómo reaccionar ante los problemas juveniles. Andrea Avilés, integrante del club de periodismo, mencionó su interés en los temas espirituales y religiosos por lo que se decidió cambiar la temática “Asesoría Pedagógica” por “Religión”.

Por otro lado, se nombró la sección “Salud y bienestar” a todos los temas referentes al deporte, a la nutrición y a todo lo referente al cuidado personal.

“Conectados” se designó a la sección especializada en tecnología y ciencias, en donde se hablará de las últimas tendencias tecnológicas y sobre temas de interés científico.

Por último se agrupó el entretenimiento con la literatura para formar la sección “Entretenimiento UEBLI”, en donde se publicarán temas de variedad, arte y cultura.

Con el material del primer taller, las estudiantes deberán escoger, durante la semana, las temáticas preferidas y seleccionar un género periodístico, una estructura periodística y un tipo de lead específico que se acople al enfoque que se le quiera dar al hecho. Eso será revisado el siguiente taller.

5.6.1.2. Taller 2 (Viernes 21 de noviembre 2014)

El segundo taller se lo denominó “Carretera 2.0” y se llevó a cabo con las mismas estudiantes, es decir 9 alumnas del sexto curso del colegio, todas fueron mujeres, y las edades rondan entre los 17 y 18 años de edad. La presentación tiene en total 17

diapositivas, las cuales fueron presentadas en Prezi para un mayor dinamismo y creatividad.

Diapositivas:

http://prezi.com/f3ip50c4xg5u/?utm_campaign=share&utm_medium=copy&rc=ex0share

El objetivo era introducir a las alumnas en el mundo digital, enseñándoles el lenguaje y conceptos básicos para que logren desenvolverse en la web. Además, se empieza a hablar del periodismo web, el manejo de contenido web y las herramientas necesarias para navegar y ser competitivos en la web. (Para un informe detallado sobre los temas por diapositivas, véase anexo 3.2)

Por otro lado, se enseñan las estructuras periodísticas pero para la web y, teniendo en cuenta las estructuras básicas de los medios tradicionales vistos en el primer taller, se pretende asociar y diferenciar el periodismo cotidiano con en digital. Los temas fueron:

- Periodismo digital
- La Web 2.0
- Web 2.0 y las redes sociales
- El ciberperiodismo
- Características de los contenidos digitales
- Modelo Margarita
- Redacción periodística para la web
- Titulación

5.6.1.2.1. Actividades del Taller 2

Una vez concluido el Taller 2, se procede a la realización de una actividad sobre lo aprendido hasta el momento.

Como en una sala de redacción, cada integrante del club dio sus opiniones sobre los temas tocados durante el taller. En este caso, las estudiantes trajeron una propuesta de tema con el género periodístico, la estructura, el tipo de lead y el enfoque del tema elegido.

Lo que se pudo observar es que los temas elegidos no estaban profundizados y las temáticas eran demasiado generales, por lo que se discutió entre todos los integrantes para lograr indagar más sobre el tema y poder encontrar así el enfoque deseado.

Por lo que los temas quedaron de la siguiente forma:

CONTROL TALLER 2			
SECCIONES	TEMÁTICAS	ENFOQUE	REDACTORA
VIDA PLENA	Orientación personal	¿Cómo enfrentar el Bullying?	Ma. Fernanda Baldeón
	Orientación familiar	¿Cómo saber si tu hijo es víctima del Bullying?	Elizabeth Aguilera
	Religión	¿Por qué nos da sueño en misa?	Andrea Avilés
SALUD Y BIENESTAR	Deporte	Ejercicio sin calentamiento	Yelena Arguello
	Salud y nutrición	La comida chatarra, colorantes en la salud	Emily Pérez
CONECTADOS	Científico	Reportaje sobre bacterias en celulares	Reciclado
	Tecnología	Daño en la audición por uso de auriculares	Laura Becerra
ENTRETENIMIENTO UEBLI	Entretenimiento 1	Francés de uñas: paso a paso e historia	Paula Miclos
	Entretenimiento 2	Celebración de año nuevo	Karla Camba
	Literatura	Critica: La ladrona de libros	Paula Barona

Tabla 7. División de temas por secciones, temáticas, enfoque y redactoras.

Durante la reunión de planificación las estudiantes trajeron la tarea asignada el taller anterior, por lo que cada una expuso delante de sus compañeras los temas de

su interés y entre todas cerrar los temas hasta encontrar el enfoque específico para cada temática ya que en su mayoría los temas se encontraban demasiado amplios.

Con respecto al tema del Bullying, por ejemplo Ma. Fernanda Baldeón y Elizabeth Aguilera eligieron el Bullying para abordar las temáticas de “orientación personal” y “orientación familiar” tomando en cuenta su participación en la semana cultural del colegio con el mismo tema. De esta manera, se dividió el tema en dos enfoques ¿Cómo enfrentar el Bullying escolar? y ¿Cómo saber si los hijos están siendo víctimas de Bullying?. De la misma forma, se centró en tema de la comida chatarra propuesto por Emily Pérez enfocados en los estragos que puede causar en la salud el consumo excesivo consumo de alimentos con colorantes y preservantes.

Por otro lado, se agregaron temas que ya estaban empezados como el tema de las bacterias en los celulares, el cual consistía en un reportaje realizado por las estudiantes del club de periodismo, pero por la falta de una plataforma para publicarlo estaba guardado. Otro tema era el de las tradiciones para fin de año alrededor del mundo.

5.6.1.3. Taller 3 (Viernes 28 de noviembre 2014)

El tercer taller se lo denominó “Galería Multimedia” y se llevó a cabo con las mismas estudiantes, es decir 9 alumnas del sexto curso del colegio, todas fueron mujeres, y las edades rondan entre los 17 y 18 años de edad. Esta presentación tuvo en total 30 diapositivas y fue presentada en Prezi para un mayor dinamismo y creatividad.

Diapositivas:

http://prezi.com/cjqoslsvbb4r/?utm_campaign=share&utm_medium=copy&rc=ex0share

Vale recalcar que para este taller se les pidió a las estudiantes que durante la semana previa al Taller 3 tomen fotografías de sus propias compañeras en

diferentes ángulos y con diferentes iluminaciones para luego adjuntarlas a la presentación de las diapositivas y a la explicación de las mismas

El objetivo era introducir a las alumnas en el manejo de contenidos multimedia. Se dividió el taller en tres partes la de audio, video y fotografías enseñándoles los encuadres, ángulos, y consejos que deben tener en cuenta al momento de capturar el hecho noticioso. Los temas fueron:

- Fotografías digitales
- Planos y ángulos
- Iluminación
- Enfoque
- Editando fotografías digitalmente
- Vídeo
- Audio

5.6.1.3.1. Actividades del Taller 3

Una vez concluido el Taller 3, se procede a la realización de una sala de redacción para la revisión de los avances en los textos.

En esta altura del proceso y con el contenido visto hasta ahora, empiezan a dividir las tareas, se hace una revisión de los textos más profunda y se toman decisiones sobre el blog.

- Puntos acordados en la reunión:
 - El nombre del blog se eligió por votación unánime quedando con el título “What’s up UEBLI”.
 - Cada estudiante debe elegir el número de fotografías para cada texto, además el plano, ángulo y encuadre.
 - Durante la semana las estudiantes, respectivamente deberán hacer las entrevistas respectivas para cada tema. Según las fuentes escogidas para el desarrollo de cada tema.

- Para el siguiente taller deberán traer el primer borrador de los textos.

- División de tareas:
 - **Directora y Correctora de estilo:** Mgs. Maribel Sacoto Morán (encargada del club de periodismo).
 - **Editora de contenido:** Andrea Avilés y Elizabeth Aguilera
 - **Editora web:** Paula Barona y Emily Pérez Icaza
 - **Fotografía:** Yelena Arguello y Karla Camba
 - **Edición de fotografía:** Paula Miclos
 - **Redes sociales:** Laura Becerra Andrade (Facebook y Twitter)
 - **Redes sociales:** María Fernanda Baldeón (Instagram y Youtube)

La directora y redactora de estilo, es el último filtro por el que pasan los textos antes de ser subidos a la web. Es el puesto más importante debido a que es la corrección definitiva y es el que da la aprobación de los textos, y contenido multimedia, por esta razón la encargada del blog con su experiencia académica y laboral será la que tome la decisión.

Por otro lado, están los editores de contenido que son quienes hacen la primera revisión de los textos y son los que tienen poder de decisión en el enfoque que se le da a los textos y las temáticas, eso va a depender del estilo del blog.

Las editoras web, en cambio, son aquellas que manejan la plataforma web, son las que suben el contenido y las que pueden decidir sobre alguna modificación que se quiera realizar en la plataforma. Además, deciden sobre cómo graficar la noticia, son los encargados de enriquecer el texto con el lenguaje web y el contenido digital.

El trabajo de la fotógrafas es el capturar las imágenes, pero también son las que le dan el concepto a las fotografías, siempre y cuando el redactor esté de acuerdo con el concepto. Una vez tomadas las fotografías pasan a manos del editor de

fotografías; este se encarga de retocarlas, colocar filtros, fondos, recortar, entre otras cosas las fotos para darles un aspecto más profesional.

La encargadas de las redes sociales deben estar actualizando, posteando, twitteando, etc. en todas las cuentas que existan en las redes sociales y son las promotoras, por medio de la web, del trabajo que se esté realizando.

De esta forma, se le otorga una responsabilidad más a cada estudiante e incentiva al trabajo en equipo ya que deberán organizarse para conseguir las tareas asignadas las entregas de los textos a tiempo.

5.6.1.4. Taller 4 (Viernes 5 de diciembre 2014)

El cuarto taller se lo denominó “Taller práctico y fotografías” llevó a cabo con las mismas estudiantes, es decir 9 alumnas del sexto curso del colegio, todas fueron mujeres, y las edades rondan entre los 17 y 18 años de edad. En este caso, el tiempo del taller se lo dividió en dos partes. No hubo diapositivas debido a que se trabajó directamente y de manera práctica con el material recabado durante la semana. El objetivo de este taller era el desarrollo del contenido periodístico que posteriormente se subiría a la plataforma web.

Primera parte (de 3:00 a 4:30pm)

La primera hora y media se trabajó en el aula designada al club de periodismo del colegio. Este tiempo se designó a la corrección de los primeros borradores de los textos redactados por las estudiantes. La editora de contenido, con ayuda de la tesista y de las demás integrantes, se reunió una por una para la revisión del texto. (Véase textos corregidos en anexos 4).

Se observaron los siguientes puntos:

- Lead o entrada
- Género periodístico
- Fuentes

- Citas
 - Propuesta de contenido multimedia (links, hipervínculos, tags).
-
- Segunda parte (de 4:30 a 6:00pm)

La segunda hora y media, se trabajó en el aula de cómputo del plantel debido a que se solicitó el uso de computadoras para la creación de emails para la socialización del material trabajado durante la semana. Para fines netamente de este proyecto se les enseñó a las estudiantes cómo crear una cuenta en Gmail para que puedan manejar la nube de google “Google Drive” en el que pueden editar en conjunto archivos con el formato de Microsoft Word. Sin embargo, vale recalcar que el blog se puede crear desde cualquier email (Hotmail, Yahoo!, etc.).

Una vez enseñada las herramientas de Gmail y de Google Drive, se les solicitó a las alumnas que suban sus textos a Drive y que los compartan con las editoras de contenido. De la misma forma se les pidió que compartan las fotografías tomadas para su selección y posterior retoque.

- Fotos editadas

Una vez seleccionadas las fotografías para cada texto, se procedió a explicar el proceso para editar imágenes a la Editora de fotografía.

Para este caso, se utilizó “PicMonkey” un editor de fotos online que permite retocar en pocos pasos y de manera sencilla fotografías. Esta aplicación es gratuita y no requiere registrarse.

5.6.1.5. Taller 5 (Viernes 12 de diciembre 2014)

El último taller se denominó “¿Cómo crear un blog? Lo que debo saber del mundo web” y se llevó a cabo con las mismas estudiantes, es decir 9 alumnas del sexto curso del colegio, todas fueron mujeres, y las edades rondan entre los 17 y 18 años de edad. Esta presentación tuvo en total 18 diapositivas y fue presentada en Prezi

para un mayor dinamismo y creatividad.

Diapositivas:

http://prezi.com/4iv2dumsy5pu/?utm_campaign=share&utm_medium=copy&rc=ex0share

Tiene como objetivo la culminación del proceso en donde las estudiantes deberán dominar todas las herramientas para la administración y publicación de un blog periodístico.

Como contenido final, se les enseñará cómo desarrollar la creación de un blog en donde publicarán en contenido periodístico que han venido trabajando desde el primer taller. Para este proyecto se eligió trabajar con Wordpress debido a que cuenta con una gran variedad de plantillas que se acoplan mejor forma a las necesidades y gustos de los usuarios.

Además, dentro del taller se profundizará en lenguaje web especializado en las necesidades que implica en manejo de una plataforma web. Por lo que los temas se ordenaron de la siguiente manera:

- Diccionario web
- Diccionario Redes sociales
- Diccionario de términos y herramientas web 2.0
- Crea tu cuenta en Wordpress
- Difusión

5.6.1.5.1. Actividades del Taller 5

Al finalizar el taller se hizo una reunión con las integrantes del club para hacer la última corrección de los textos antes de enviarlos a la directora para que corrija según los parámetros establecidos por el colegio y dentro de los talleres y así aprobarlos. Se revisaron las fotografías editadas, se creó la cuenta del blog y se eligió la plantilla de Wordpress con la que se va a trabajar. Además, se empezó con la organización de un evento para el lanzamiento del blog.

Como resultado de los cinco talleres dictados, se pudo observar el desempeño de las estudiantes con relación al periodismo. Lograron redactar un texto completo sobre una temática específica, indagaron e investigaron sobre el hecho noticioso que eligieron. Además, cada una desarrolló destrezas competitivas que se vieron reflejadas en el ámbito multidisciplinario que la comunicación y el periodismo ofrecen. Experimentaron el trabajo en equipo y, por medio de los talleres y tareas asignadas, lograron ampliar el campo de la educomunicación dentro de su colegio.

5.6.2. DISEÑO DE UN BLOG

Se denominó el “diseño de un blog” como técnica de investigación, ya que en esta se pondrán a prueba los conocimientos adquiridos, dentro de los talleres realizado por las investigadoras, por las integrantes del club de periodismo.

Además se realizó la selección y diagramación de una plataforma web (todos los factores que inciden en esa construcción) que sea amigable con el usuario, en este caso para un target juvenil, y de fácil acceso al contenido.

Vale recalcar que los aspectos técnicos, la estética de la publicación, el correcto uso del lenguaje, el estilo de redacción, la puntuación, ortografía, etc., fueron abordados dentro de los talleres, tomando en cuenta los lineamientos generales puestos en práctica en las actividades periodísticas realizadas anteriormente por el club. Es por esto que la estricta aplicación de estas políticas editoriales queda en manos de la institución educativa que quiera seguir este proceso.

Para lo cual se realizó:

El blog fue creado con el servicio de blogs gratuito ofrecido por Wordpress. La personalización dentro de Wordpress se maneja por medio un interfaz administrador, dentro de la cual podemos encontrar un menú con las siguientes

opciones: entradas, biblioteca de medios, enlaces, páginas, comentarios, sugerencias, apariencia, usuarios, herramientas, configuración. (Véase anexo 6).

Se utiliza un tema pagado llamado MH Magazine, el cual ha sido modificado para dar un look tanto informativo como juvenil.

<http://www.mhthemes.com/support/documentation-mh-magazine/>

La personalización visual del blog se realizó por medio del menú de apariencia el cual lleva a un sub-interfaz de personalización. Dentro del cual, por medio de widgets/módulos, se organizó la presentación de la información y menús para las páginas de artículos, paginas personalizadas (“¿Quiénes somos?”) y la página principal.



Gráfico 11. Menú principal del blog.

Cabe recalcar que al ser un tema comprado, se debieron seguir ciertas normativas de diagramación, dadas por el creador del tema, para poder obtener el estilo deseado.

La creación de los menús (principal, cabecera y pie de página) se realizó bajo la opción “menú” dentro de la opción apariencia. La creación de un menú es sencilla,

primero se le asigna un nombre al menú y luego se agregan las opciones de cada uno. Se puede referenciar a categorías, páginas o enlaces exteriores.

Antes de la creación de cualquier artículo se debe primero crear las categorías a las cuales se les va a asignar a cada publicación. Esto se hace dentro de la opción “Entradas”, solo se ingresa dentro de un formulario un nombre y una descripción para categoría.

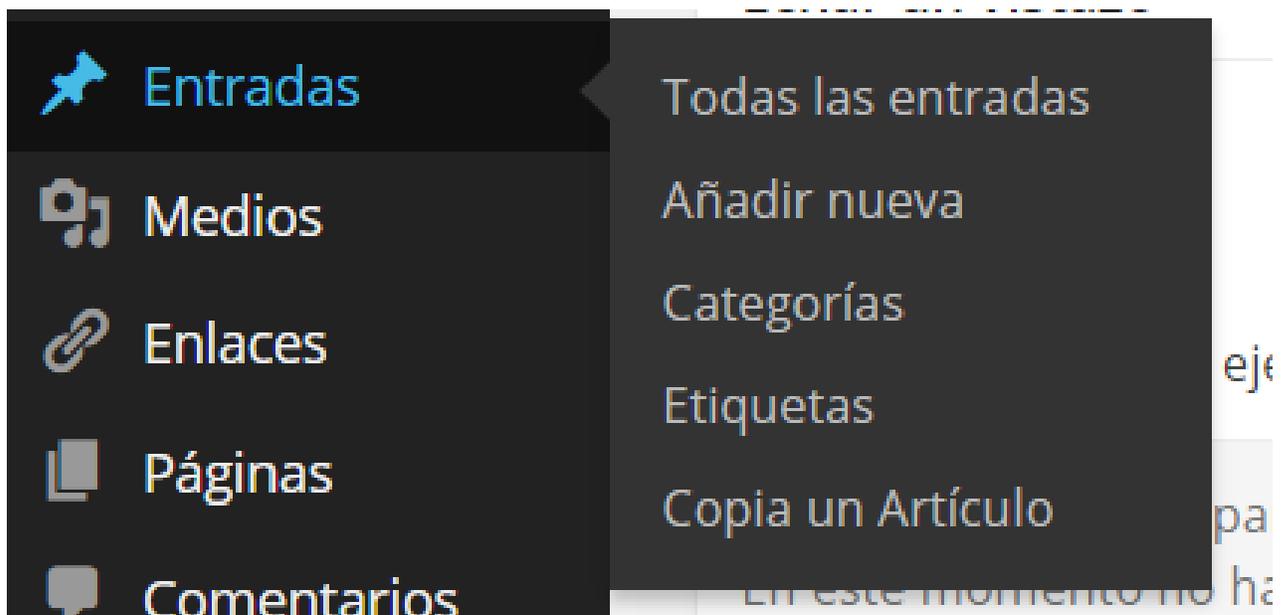


Gráfico 12. Ventana de Entrada dentro del administrador del blog.

La creación y publicación de las entradas/artículos se realizó bajo la opción “Añadir nueva” dentro de la opción “Entrada”. Aquí se redacta la nueva publicación y se le asigna una categoría, se agregan videos o imágenes, formularios, datos estadísticos, etiquetas de búsqueda.



Gráfico 14. Presentación de notas en el blog.

Como parte del diseño del blog se realizó un logo tipo con el nombre del club de periodismo "What's Up UEBLI" se eligieron diferentes tipografías y formas geométricas para dar un aspecto más juvenil y se trabajó con los colores del colegio blanco, azul y amarillo.



Gráfico 15. Logotipo para el blog "What's Up UEBLI".

Los comentarios ingresados en los diferentes artículos del blog deben pasar primero por un filtro, que en este caso es el administrador que debe primero aprobarlos para poder ser observados dentro del blog.

<https://whatsupuebli.wordpress.com/>

Las fotografías publicadas en el blog son, en su mayoría, tomadas por las estudiantes involucradas. Cada texto tiene dos fotografías mínimas, una foto de portada y una de presentación del texto, además de los foto reportajes realizado para los diferentes textos. (Véase anexo 7).

5.6.3. PRESENTACIÓN Y PUBLICACIÓN DEL BLOG

Para esta etapa se realizó un evento dentro del colegio el martes 13 de enero a las 9:00 am. (Véase anexo 8)

En este evento se socializó el blog por medio de una pequeña presentación de diapositivas en Prezi donde se explicaba de manera breve el proceso que se siguió para obtener el blog. También se explicaron todas las secciones del blog y la función de cada una.

Además se presentó la página web oficial del colegio en donde se muestran las secciones del colegio, los exalumnos y los eventos institucionales que se realicen en el colegio.

Para finalizar el evento, se procedió a la entrega de los diplomas a las integrantes del club de periodismo por haber asistido a las 15 horas dictadas pertenecientes a los talleres. Estos diplomas estuvieron certificados por la decana de la Facultad de

Filosofía, letras y ciencias de la educación, Elba Bermúdez y Efraín Luna, director de la carrera de Comunicación Social y periodismo (Véase anexo 11).



Gráfico 16. Diploma impreso entregado alas integrantes del club de periodismo por su participació en los talleres.

5.6.4. INFORME DE EVALUACIÓN DE IMPACTO

Al culminar con la presentación y publicación del blog, se prosiguió a realizar un corto seguimiento para determinar la receptividad y aceptación que tuvo el blog dentro del plantel educativo. Esto se lo realiza por medio de un informe sobre las métricas que arroja el contabilizador de Wordpress y por medio de una segunda encuesta para conocer el alcance que se tuvo con el blog entre el estudiantado.

5.6.4.1. Informe de Métricas de Wordpress

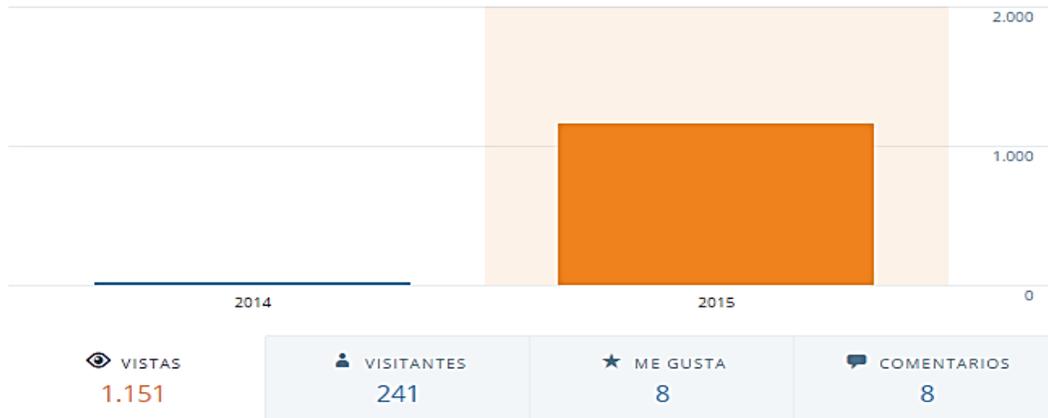


Gráfico 17. Estadísticas de visitas de "What's Up UEBLI".

A partir del 13 de enero del 2015, día en el que se inauguró el blog, se ha logrado tener 1.151 vistas, lo cual representa un número mayor a la cantidad de alumnas y alumnos con los que cuenta el colegio.

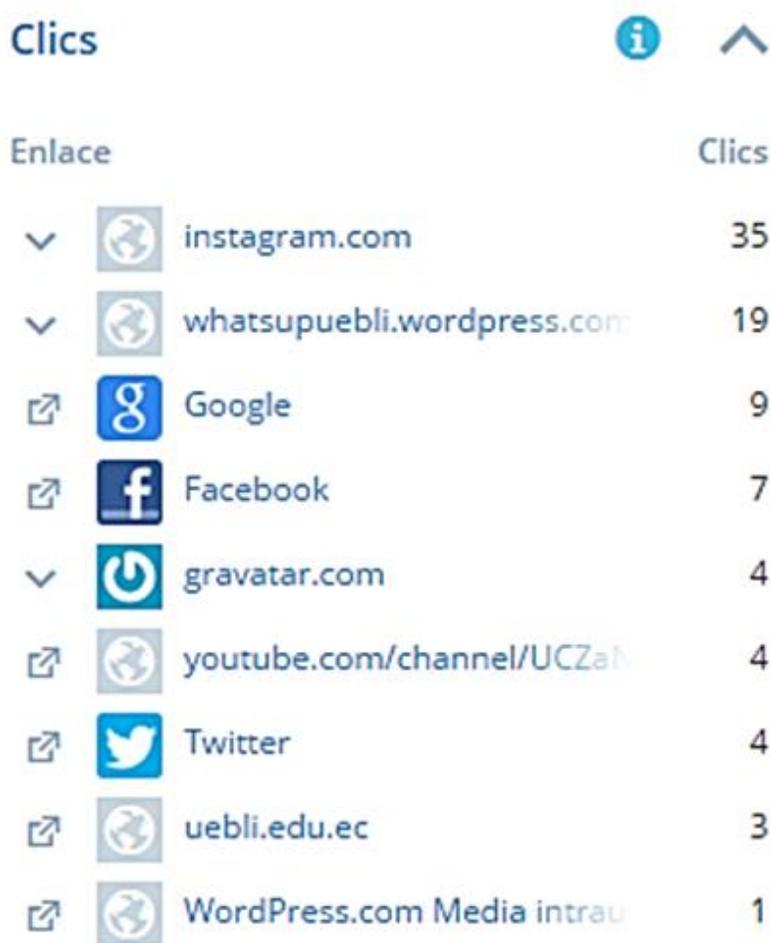
Las vistas se han generado en las siguientes categorías:

Título	Vistas
Inicio	331
Home page / Archives	303
Quiénes somos	65
2 APPS DISEÑADAS PARA JÓVENES LECTORES	61
¿POR QUÉ A LOS JÓVENES LES SUELE DAR TANTO SUEÑO EN LA MISA?	56
LOS CELULARES TAMBIÉN TIENEN BACTERIAS	56
¡ATENCIÓN PADRES!	49
LA LADRONA DE LIBROS	40
MANICURA FRANCESA, TRADICIONALMENTE A LA MODA	37
SI CALIENTAS BIEN, EVITARÁS LESIONES	32
¡ CUIDADO! EL USO EXCESIVO DE AURICULARES AFECTA TU AUDICIÓN	30
FIN DE AÑO, UNA TRADICIÓN MUNDIAL	26
BULLYING, UN PROBLEMA PARA RESOLVER EN FAMILIA	24
LA COMIDA CHATARRA PUEDE CAUSAR DOLORES DE CABEZA	24
10 EJERCICIOS BÁSICOS DE CALENTAMIENTO PARA EVITAR LESIONES	13
Contáctenos	4

Gráfico 18. Lista de los textos más visitados de mayor a menor.

Como podemos observar, la página principal y la de información “¿Quiénes somos?” son las que tienen más vistas. Así como los artículos de Vida plena, Salud y bienestar, entretenimiento y conectados. Por lo que los cibernautas, se interesan por conocer sobre las autoras del blog, además que se sienten atraídos por noticias que tengan que ver con tecnología ya que el texto “2 Apps diseñadas para jóvenes lectores” es el texto más visitado.

En cuanto a los enlaces con otros sitios, los que veremos a continuación son los links en los que los visitantes hacen clic de forma más habitual:



Clics			
Enlace			Clics
▼		instagram.com	35
▼		whatsupuebli.wordpress.com	19
↗		Google	9
↗		Facebook	7
▼		gravatar.com	4
↗		youtube.com/channel/UCZaM	4
↗		Twitter	4
↗		uebli.edu.ec	3
↗		WordPress.com Media intrau	1

Gráfico 19. Enlaces vinculados al blog.

Al ser “What’s Up UEBLI” un blog nacional, la mayoría de nuestros seguidores son de Ecuador, sin embargo también tenemos interacción desde otras partes del mundo. Esto se debe a la activación del blog a la cuenta de Gmail, los Tags, entre otras herramientas las que permiten al blog estar dentro de las búsquedas de Google.



Gráfico 20. Mapa de países que visitan el blog.

En general la recepción del blog ha sido de gran impacto, se ha logrado obtener un gran número de visitas en solo un mes. Además las personas interactúan en este

blog dejando sus comentarios y visitando las redes sociales del colegio (véase anexo 10).

2 Comentarios en FIN DE AÑO, UNA TRADICIÓN MUNDIAL



BuenTrip ec // febrero 4, 2015 en 00:07 // Responder Editar

👍 0 👎 0 ⓘ Rate This

La mejor celebración es la ecuatoriana.

Incluso en países como España y EEUU venden monigotes miniaturas para que los emigrantes puedan quemar el viejo dentro de sus hogares y seguir con la tradición!

★ Me gusta



buentrip2014 // febrero 4, 2015 en 00:09 // Responder Editar

👍 0 👎 0 ⓘ Rate This

Rebloguéo esto en Buen Trip – Blog de Viajesy comentado:

Una muy buena iniciativa del colegio La Inmaculada de Guayaquil para un grupo de estudiantes de colegio que quieran incursionar en el periodismo web.

★ Me gusta

Gráfico 21. Comentarios del texto Fin de año, una tradición mundial.

5.6.4.2. Análisis de resultados – Encuesta de Receptividad

Se realizó una segunda encuesta a los estudiantes del mismo colegio, para diagnosticar el interés y la rentabilidad del blog periodístico What's Up UEBLI. En esta encuesta se pudo conocer la percepción de los y las estudiante frente a esta plataforma realizada y administrada por el club de periodismo del colegio.

Se encuestó a alumnas y alumnos, de 12 a 17 años que se encontraban entre octavo de básica y tercero de bachillerato, para contrastar la utilidad de que un club de periodismo incursione en la web.

Formato ideal para el Club de Periodismo

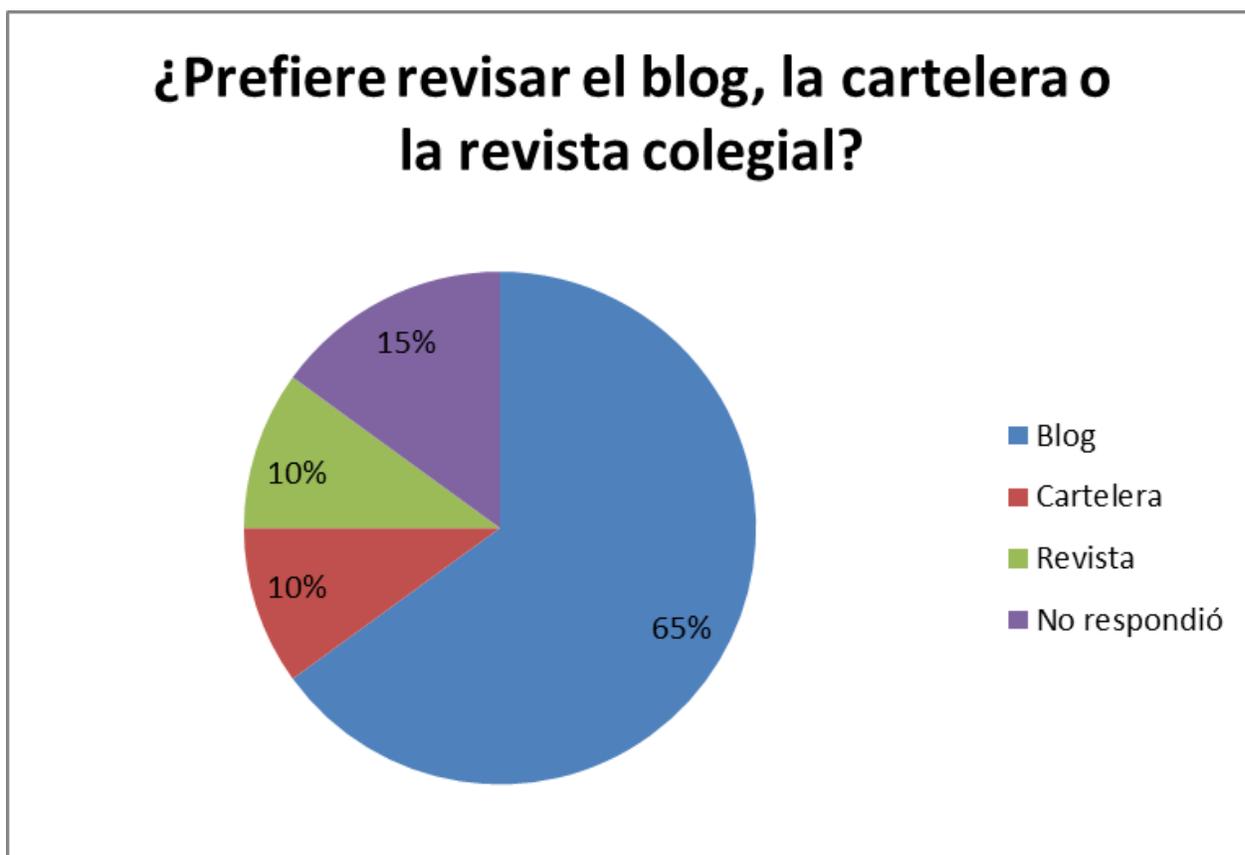


Gráfico 22. Encuesta de Receptividad: ¿Prefiere revisar el blog, la cartelera o la revista colegial?

Profundizando en el tema, en la segunda encuesta se preguntó al alumnado: en qué formato preferían ver los artículos del Club de Periodismo, la cartelera, el blog o la revista colegial. La mayoría se inclinó por el blog con un 65%, seguido de la revista y la cartelera con un 10% cada uno. Esto nos indica que la plataforma indicada para captar mayor atención de los jóvenes si fue el blog.

Fidelidad hacia el blog

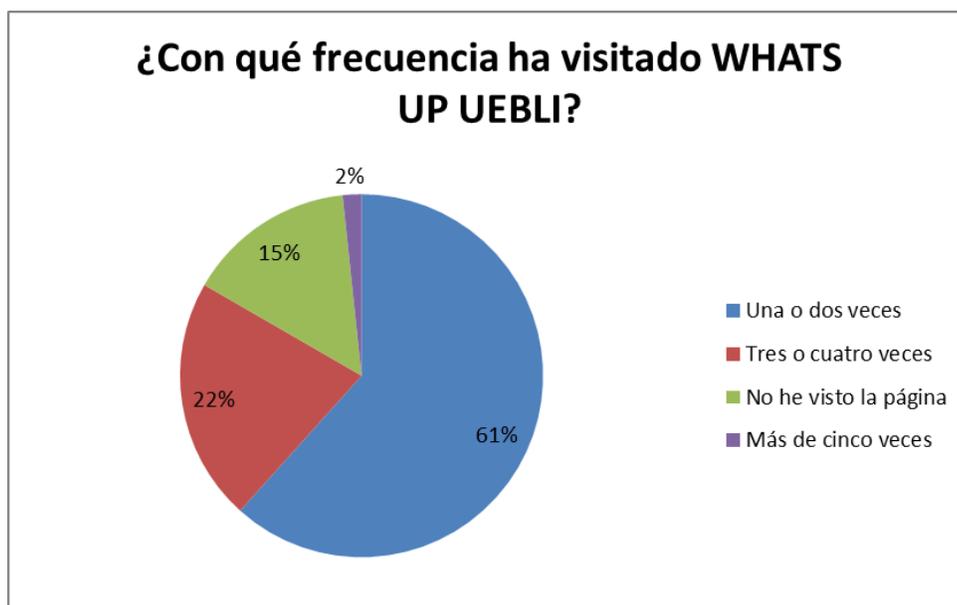


Gráfico 23. Encuesta de Receptividad: ¿Con qué frecuente ha visitado What's Up UEBLI?

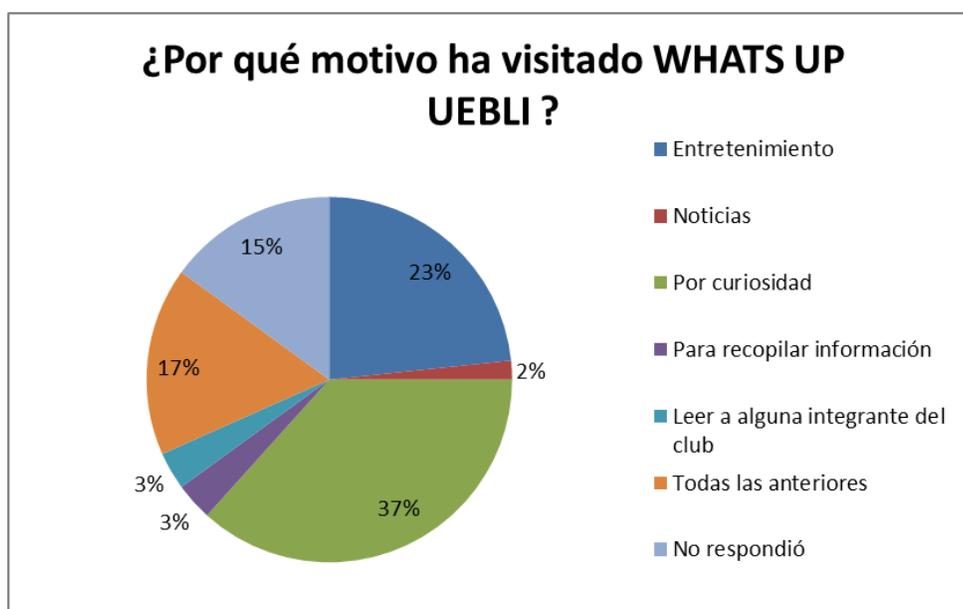


Gráfico 24. Encuesta de Receptividad: ¿Por qué motivo ha visitado What's Up UEBLI?

El 61% de los encuestados señaló que ha visitado WHATS UP UEBLI, una o dos veces, en contraparte, el 15% no ha visto el blog. Esto nos indica que hay un interés por el blog, a diferencia de la cartelera y la página web del colegio, la cual no era

visitada por la mayoría de los estudiantes. Y Cuando se preguntó el motivo por el que visitan el blog del Club de Periodismo, el 37% marcó Por curiosidad, el 23% por Entretenimiento.



Gráfico 25. Encuesta de Receptividad: ¿Volvería a visitar el blog en los próximos 15 días

Las cifras favorecen la gestión del Club ya que los estudiantes prefieren revisar el contenido del mismo y el 73% de los estudiantes asegura que volverá a visitar el blog.

Aceptación del blog

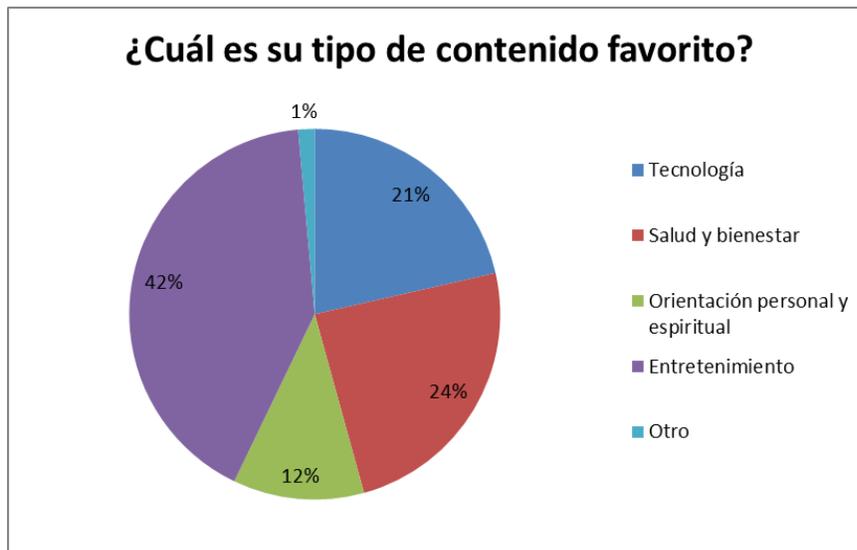


Gráfico 26. Encuesta de Receptividad: ¿Cuál es su tipo de contenido favorito?

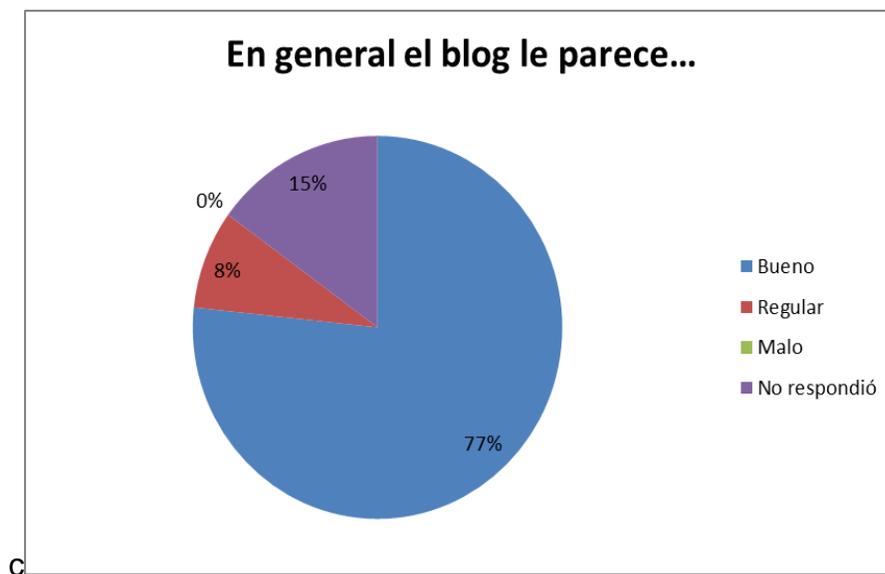


Gráfico 27. Encuesta de Receptividad: En general, el blog le parece...

Para contrastar las respuestas de anteriores, en la segunda encuesta, cuando el blog ya estaba en línea, se indagó sobre los contenidos favoritos de los estudiantes, a lo que respondieron: el 42% prefiere el contenido de Entretenimiento, a pesar de que en la encuesta anterior, sólo el 3% había señalado que preferían

Entretenimiento, el 24% Salud/bienestar, el 21% Tecnología y el 12% Orientación personal y espiritual.

En general, el blog cuenta con la aceptación del 77% de los encuestados, habiéndolo señalado como bueno, mientras que el 8% lo calificaba como regular.

En general, la segunda encuesta constató que el uso del blog periodístico, realizado por el club de periodismo de la Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada, fue beneficioso tanto para los estudiantes como para las integrantes del club de periodismo. La receptividad de la plataforma web fue alta y con eso se observa el interés y la necesidad de tener el contenido de interés en un espacio digital.

CONCLUSIONES

Luego de 3 meses de trabajo dirigido a las estudiantes pertenecientes al club de periodismo de la “Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada” de la zona sur de la ciudad de Guayaquil, se concluye mediante el análisis de los resultados de las encuestas, entrevistas, documentación recabada y la presentación del proyecto integrador, que:

- Con la elaboración de talleres que ponen en conocimiento las prácticas periodísticas, la utilización de la web 2.0, técnicas de redacción, el manejo de contenido multimedia y de una plataforma digital; se actualizaron las prácticas periodísticas. Consecuentemente, con la creación de un blog se realizó el traspaso de conocimientos a un ejercicio periodístico actual para el club de periodismo de la “Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada”.
- Se concluye también que la utilidad de What’s up UEBLI permite a la comunidad estudiantil mantenerse informada de los acontecimientos del colegio y otros temas de interés. Además facilita a las y los estudiantes acceder rápida y cómodamente a la información. Asimismo, viraliza de manera más efectiva los contenidos propios del club. Este se vuelve un espacio útil y beneficioso para que las estudiantes pueden practicar el ejercicio de esta profesión.
- Este trabajo comprende el proceso que se debe seguir para actualizar las prácticas periodísticas de un club de periodismo escolar: Investigación previa de las necesidades del plantel, capacitación a los integrantes del club, creación de un blog y su debida publicación.
- Detallar las teorías fundamentales que vinculan a las ciencias de la comunicación con las estructuras periodísticas digitales.

- Por medio del concepto de las “Nuevas tecnologías” de Julio Cabero y de la teoría planteada por Jordi Adell en donde propone el concepto de “la sociedad de la información”, la cual involucra a la tecnología con el desarrollo de las poblaciones, se pudo constatar que las ciencias de la comunicación se vinculan con las estructuras periodísticas digitales ya que el periodismo es una de las ramas más expresivas de la comunicación y los periodistas deben conocer las formas de transformar los fenómenos sociales en hechos noticiosos.
- En la aplicación de 5 talleres a las miembros del club, las estudiantes manifestaron un bajo nivel de conocimiento periodístico. Esta capacitación permite el desarrollo de habilidades para la creación de contenido periodístico digital y conocer las herramientas necesarias para el uso de la web.
- El blog periodístico diseñado, logró brindar un espacio dedicado a los jóvenes del colegio, con temáticas de interés estudiantil. Favorablemente con este proceso se consiguió mejorar la interacción y participación de los alumnos con respecto a las actividades que se realizan dentro del colegio.
- La creación del blog fue eficaz ya que tuvo la receptividad esperada por los estudiantes de la unidad educativa. Debido a que el 77% calificó al blog como bueno y 65% de los estudiantes prefirió el blog ante los medios tradicionales como la cartelera informativa y la revista.
- La aplicación de esta propuesta respondió a las expectativas marcadas de este proyecto debido a que actualizó a los estudiantes en el ejercicio del periodismo digital. Este proyecto es aplicable a otros colegios que cuenten o deseen incursionar con un blog de periodismo, ya que en su totalidad sirve como una guía para el proceso de creación de una plataforma web estudiantil.

RECOMENDACIONES

- Es recomendable que en los colegios se incluya un club de periodismo como alternativa extracurricular porque ayuda al enriquecimiento intelectual de los jóvenes y crea altos en la lectura mediática en los jóvenes, es decir aprenderían a discernir la información que encuentran en la web.
- Se recomienda que los y las estudiantes de comunicación social de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, realicen servicio social dentro de la “Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada”, como charlas, seminarios y otros proyectos relacionados al periodismo para mantener actualizadas las prácticas periodísticas de club.
- Dentro de una sociedad mediatizada, es necesario que los jóvenes estén conectados con el mundo digital, por eso es recomendable seguir realizando estudios sobre la aplicación de nuevas tecnologías a las prácticas periodísticas dentro de la educación.
- El periodismo que los jóvenes estudiantes tienen que practicar debe ser un periodismo dinámico y práctico, sobre todo si se trabaja con un blog donde puedan salir a contar historias y expresar sentimientos originales, incluso desde sus propios celulares.
- Que esta tesis sirva, en su totalidad, como guía para los diferentes clubes juveniles que quieran aplicar el uso de una plataforma web como medio de comunicación.
- Que el blog “What’s up UEBLI”, siga incrementando su contenido y las siguientes generaciones del club de periodismo de la Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada continúen con el trabajo realizado.

BIBLIOGRAFÍA

1. Adell, J. (1997). Tendencias en educación en la sociedad de las tecnologías de la información. *EDUTECH, Revista electrónica de tecnología educativa*, Vol 7, p 1-19. Recuperado el 20 de Noviembre del 2014 URL http://edutec.rediris.es/Revelec2/Revelec7/Edutec-e_n7_Adell.pdf
2. Albornoz, L. A. (2006). *Los diarios online de información general: El caso de los grandes periódicos en español*. Servicio de Publicaciones, Vicerrectorado de Cultura, Deporte y Política Social. Universidad Complutense de Madrid.
3. Albertos, J. L. M. (2001). *El mensaje periodístico en la prensa digital. Estudios sobre el mensaje periodístico*. Universidad Complutense de Madrid (7), p 19-32.
4. Area, M. (2004). *Las tecnologías de la información y comunicación en el sistema escolar. Una revisión de las líneas de investigación*. Revista Relieve España URL http://www.uv.es/RELIEVE/v11n1/RELIEVEv11n1_1
5. Barranquero, Alejandro (2007). *Concepto, instrumentos y desafíos de la edu-comunicación para el cambio social*. Revista Científica de Comunicación y Educación: Comunicar (Málaga) Año 2007, Vol. 15. Recuperado el 30-03-07 en el URL http://www.revistacomunicar.com/numeros_anteriores/archivospdf/29/29-19-investigaciones-barranquero.pdf
6. Briggs, M. (2007). *Periodismo 2.0 Una guía de alfabetización digital*. Estados Unidos.
7. Cabero, J. (1996). *Nuevas tecnologías, comunicación y educación*. Revista Electrónica de tecnología educativa. Vol 1. P 97-103.
8. Castedo, Mirta Luisa (1993) *Construcción de lectores y escritores*. Buenos Aires: Editorial UNIRED
9. Castells, M. (1986). *Nuevas tecnologías, economía y sociedad en España: volumen (Vol. 1)*. Alianza editorial.
10. Cevallos, Patricio (2011). *Medios digitales aumentan en Ecuador*. Fundamedios Recuperado el mayo de 2014 URL

<http://www.fundamedios.org/autorregulacion-capacitación/articulos/medios-digitalesaumentan-en-ecuador>

11. Colegio Internacional SEK. Portal web en el URL <http://www.sekguayaquil.com/>
12. Corrales, F. & Hernández, H. (2009). *La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. Razón y Palabra*, (70).
13. Crucianelli, S. (2010). *Herramientas digitales para periodistas*. Austin: Knight Center for Journalism.
14. Dallal, Alberto (1985) *Periodismo y Literatura*. Libro Diálogos: Artes, Letras, Ciencias humanas Colección 6 Recuperado por Colegios de México en el URL <http://www.jstor.org/discover/10.2307/27933466?uid=2134&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21102549928323>
15. Donaldo, Alonso (2005) *De la información a la opinión : los géneros periodísticos* Bogotá : Cooperativa Editorial Magisterio.
16. Encalada, Erika (2011) *Diseño de un periódico escolar como medio alternativo de comunicación (tesis inédita de Licenciatura)*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana. URL <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2379/1/Tesis.pdf>
17. Falconí, M. (2003). Situación del periodismo electrónico en Ecuador. Tesis. Quito, Ecuador: Universidad Internacional SEK.
18. Franco, Guillermo (2008) *Cómo escribir para la web: Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción 'online'*. Universidad de Texas en Austin: Centro Knight para Periodismo en las Américas. URL <http://online.upaep.mx/campusTest/ebooks/Comoescribirparalaweb.pdf>
19. Galeano, Ernesto (1997). *Modelos de Comunicación*. Barcelona: Ediciones Macchi.
20. García, Matilla (2006). *Educomunicación en el Siglo XXI*.

21. Gil, A., Feliu, J., Rivero, I., & Gil, E. P. (2003) *¿Nuevas tecnologías de la información y la comunicación o nuevas tecnologías de relación? Niños, jóvenes y cultura digital*. Ediciones simbióticas España. Recuperado el 24 de Noviembre del 2014. URL http://www.edicionessimbioticas.info/IMG/pdf/nuevas_tecnologias_y_la_comunicacion.pdf
22. Gomis, Lorenzo. (1991) *Teorías del Periodismo: Cómo se forma el presente*. Barcelona: Editorial Paidós.
23. Hanada, T. (2002): “*Una aproximación conceptual a la esfera pública*”, en: J. Vidal-Beneyto (ed.): *La ventana global*. Madrid: ediciones Taurus.
24. Jacques Delors, In'am Al Mufti, Isao Amagi, Roberto Carneiro, Fay Chung, Bronislaw Geremek, William Gorham, Aleksandra Kornhauser, Michael Manley, Marisela Padrón Quero, Marie-Angélique Savané, Karan Singh, Rodolfo Stavenhagen, Myong Won Suhr, Zhou Nanzhao (1996) *La educación encierra un tesoro: Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la Educación para el Siglo XXI*. Compendio UNESCO: Ediciones UNESCO
25. Logos Academy. (2014) *Blog Club de periodismo* en la URL <http://clubperiodismologos.blogspot.com/>
26. Martini, Stella y Lila Luchessi (2004). *Los que hacen la noticia: periodismo, noticia y poder*. Buenos Aires: Editorial Biblos.
27. Martini, Stella (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
28. Mattelart, A., Mattelart, M. (1997) *Historia de las teorías de la comunicación*. Ediciones Paidós, Ibérica, S.A. Argentina.
29. Morán, P (2010). *Un acercamiento crítico a la consideración del weblog como género periodístico*. Revista Razón y Palabra. Recuperado el 24 de Noviembre del 2014 en la URL <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n48/bienal/mesa14.pdf>
30. Noguera Vivo, J. M. (2010). *Redes sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook*.

31. Rey, J. I. (1995). *La comunicación alternativa y el discurso de la sociedad civil*. Revista Comunicación Vol. 90 29-34. Recuperado el 20 de Noviembre del 2014 en el URL http://www.gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM199590_29-34.pdf
32. Sáez, C. (2009) “*Invisibilización de la comunicación alternativa: propuestas de entrada y salida*”, del sitio web RevistaLatincas.org. Recuperado el 20 de Noviembre del 2014 en el URL http://www.revistalatinacs.org/09/art/34_833_44_ULEPICC_16/Chiara_Saez.html
33. Santana, L. M. (2008). *El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Acercamiento a sus rasgos formales y de contenido*. Revista Latina de Comunicación Social España.
34. Sandoval, M (2009). *El periodista digital: precariedad laboral y las nuevas oportunidades*. Revista online Tribunas de la Comunicación. Recuperado el 25 de Noviembre del 2014 URL <http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulotribuna.asp@idarticulo=2&rev=63.htm>
35. Varela, J. (2011). *Perspectivas y retos. Periodismo mutante*. Telos: Cuadernos de comunicación e innovación, No 86 p 107-110.
36. Víctor Manuel, García, Liliana, Gutiérrez (2011) *Manual de géneros periodísticos*. Bogotá: ECOE Ediciones y Universidad de La Sabana.
37. Vidal, J., Alejandro, M. (2004). *Comunicación y educación popular*. La Habana: Editorial Caminos.
38. Rivera, J. (2012). Mapas de medios digitales del Ecuador. CIESPAL. <http://tikinauta.com/blog/wp-content/uploads/2014/09/Mapa-medios-digitales-Jos%C3%A9-Rivera-Costales.pdf>

ANEXOS

1. Revista "Consigna"



Collage de extractos de la revista "Consigna".

2. Cartelera Informativa



Collage de fotografías de la cartelera informativa del club de periodismo.

3. Primer borrador de textos trabajados en Taller 4

Conica

"Si calientas bien evitarás lesiones"

Antes

Beneficios del calentamiento físico después del ejercicio.

Me encontraba en la cuarta hora de clases, justo antes de la hora del receso, luego sonó el timbre para ir a tomar un refrigerio, conversar con los amigos, despejar la mente de las tareas y mas que nada para jugar. Me fijé en que, como es de esperarse, todos salimos corriendo o ansiosos por descansar un rato y los niños que practican algún deporte, sólo bajan y comienzan con su actividad deportiva.

En nuestro colegio se juegan tres deportes: basquetbol, voleibol y fútbol. La mayoría de los varones en seguida forman sus equipos y comienzan el partido de fútbol sin haber si quiera calentado. Ahí me puse a reflexionar el por qué ellos llegaban con dolores al día siguiente y a veces no podían participar en las clases de educación física, no realizaban (hasta ahora no lo hacen) los respectivos calentamientos físicos que evitan problemas como los nombrados anteriormente.

El calentamiento y estiramiento de los músculos es fundamental a la hora de emprender cualquier actividad física o deportiva. Con una rutina simple pero bien hecha, podemos prevenir esguinces, desgarros y torceduras que nos pueden provocar graves fracturas. Ese día probé a jugar sin calentar previamente para ver lo que causa y como era mi desempeño al jugar. Me sentí cansada y ni quiera llevaba mucho tiempo jugando. Al siguiente día, a pesar que llegué al colegio con algunos dolores musculares, realicé una ronda de calentamiento físico apenas tocó el timbre del recreo, luego jugué con mis compañeros y se notó la diferencia, jugué mejor que el día anterior y no me cansé tan rápido.

Además de reducir la tensión muscular, mejorar la postura y prevenir lesiones, los estiramientos contribuyen a optimizar la coordinación y fluidez de nuestros movimientos, así como de la circulación sanguínea.

Entrevista a dos o tres chicos que juegan en el colegio:

seleccionar a un hilo conductor
hablar de su caso

Insertar un video
de rutina...

Bibliografía

<http://www.efdeportes.com/efd138/el-calentamiento-en-las-clases-de-educacion-fisica.htm>

<http://bienestar.salud180.com/salud-dia-dia/importancia-del-calentamiento-antes-del-ejercicio>

Muy largo

¿Por qué a los jóvenes nos suele dar tanto sueño en la misa?

Introducción: ~~Asistir a misa es una actividad muy importante~~ dentro de nuestra Iglesia Católica, ~~puesto~~ ^{ya que} que nos alimentamos espiritualmente de Jesús y aprendemos de su Palabra. Sin embargo, suele suceder que nos da sueño constantemente, nos distraemos y muchas veces no sabemos el por qué.

Cuerpo: (haré entrevistas a sacerdotes, la madre del colegio y algunos estudiantes)

- Una opinión de un sacerdote que encontré: Podría ser un problema fisiológico o falta de sueño. Pero si usted se da cuenta que ese sueño SOLO le ocurre en la misa, puede que sea una tentación. No se asuste. Los santos también tenían pruebas. Pida al Señor y a la Virgen que le sanen de esa condición, pida a los hermanos que oren por usted, prepárese bien para la misa, aprenda a meditarla con devoción y persevere con humildad aunque por un tiempo no vea resultados. No se deje vencer. Su lucha perseverante es muy agradable a Dios. (Padre Jordi)

hiperorado

¿Dónde es el padre y de dónde sacaste la cita?

¿Por qué nos da sueño al comunicarnos con El Amado?

Empecemos por lo obvio: dejamos nuestras oraciones para el final de la jornada; muchas horas de trabajo, estudio o actividades que prácticamente nos dejan sin fuerzas y que, al momento de la oración, el recogimiento y el cerrar los ojos para meditar, se termina convirtiendo en un placentero viaje al mundo de los sueños, dejando incompleta aquella conversación con el Señor; en otras palabras, dejamos el teléfono descolgado con el Señor en la línea.

No podemos olvidar el pasaje del Evangelio en el cual Jesús está en el huerto y deja orando a los discípulos de confianza cerca de Él. Y eran los discípulos más cercanos: Pedro, Santiago y Juan, los mismos que le vieron transfigurado, y estos caen, no precisamente en éxtasis. Amorosamente Jesús les despierta y pide que continúen orando "el espíritu está dispuesto pero la carne es débil", les deja y adivinen: ¡se vuelven a dormir! Que batalla la que se libra entre la oración y el sueño.

Otra de las razones para dormirmos son nuestras malas posturas al orar. Hermanito, si haces oración acostado, estás jugando con fuego y casi con certeza te "quemas" o mejor dicho te "quedas" dormido.

Si no te acuestas sino que te sientas para orar, pero lo haces de cualquier manera, entiendase, te desparramas en una silla, terminarás durmiéndote.

el tema es sobre la misa

*Entrevista Madre Superiora
102 estudiantes.*

*Argumentar
y explicar que quiere decir
y por qué es importante*

flaner dice Nombre

Lead con hilo conductor.

Anónima se siente sola. Sentada al final de la clase se pregunta las horas restantes para llegar a casa e huir a su mundo en donde se sentirá a salvo. A salvo del rechazo, el aislamiento y de todas las otras características que hacen tan conocido a el Bullying escolar.

Educación es una tarea muy difícil ya que los padres ni las madres son expertos en pedagogía o han nacido ya preparados para educar a sus hijos. Pero la familia se construye y su estado es considerado esencial para la socialización de los niños, a través de la transmisión de valores, normas o comportamientos. La familia es la que tiene que establecer lo que es inaceptable y lo que es aceptable, en casa y en las relaciones sociales.

Según los expertos en acoso escolar, la ausencia de reglas, la falta de supervisión y de control razonables de la conducta de los hijos fuera del colegio, de lo que hacen y con quién van, una disciplina demasiado dura, la falta de comunicación y la presencia de tensiones y de peleas en la familia, pueden llevar a los hijos a la adquisición de conductas agresivas.

Recursos familiares contra el acoso

Existen cursos y reuniones en las escuelas de padres y madres que pueden orientar a los progenitores acerca de lo que se puede hacer para mantener alejados a sus hijos del bullying. Se basan, normalmente, en reglas básicas como:

1. Preocuparse por los hijos, hablando con ellos y creando un canal de diálogo. Evitar los monólogos. Se aprende y se conoce mejor a los hijos, escuchándoles.
2. Estar pendiente de los posibles síntomas como nerviosismo, falta de apetito, insomnio, bajo rendimiento escolar o fobia escolar.
3. Controlar y supervisar las conductas de los hijos, observando qué hacen, a dónde van, con quién juegan, cuáles son sus intereses y proyectos.
4. Determinar los límites y las normas. Exigir el cumplimiento de las elementales.
5. Educar para controlar las emociones, para comportarse con los demás y para convivir con otros.
6. Observar los comportamientos, estados de ánimo y cambios en los hábitos de los niños.

El papel de la escuela en el acoso

El tipo de disciplina que exista en las aulas y en el centro escolar es de fundamental importancia en la construcción de una buena conducta. La constante supervisión de la conducta de los niños en las aulas y en el patio, así como en el comedor, cuenta a la hora de detectar si está o no ocurriendo algún caso de acoso escolar. Profesores y cuidadores deben estar presentes y pendientes, siempre.

Actuación de la escuela frente al acoso escolar

En un principio, no cerrar los ojos a la realidad. Establecer reglas para evitar el bullying, mantener un buzón de sugerencias y de quejas siempre abierto, tratar el tema a través de cursos, conferencias o tutorías, poner a cuidadores o vigilantes en el comedor, en el recreo, y en otras zonas de riesgo, introducir y mantener asignaturas de educación en valores, e intervenir de una forma rápida, directa y contundente en el caso de haya alguna sospecha de acoso escolar. En complicidad con el centro escolar, los profesores deben colaborar en la identificación de algún caso, o simplemente estableciendo con sus alumnos unas normas de no agresión.

Las instituciones y los medios de comunicación

Crear y mantener un teléfono público para los niños es una forma de abrir una puerta a sus posibles conflictos. Las campañas anuales de sensibilización también pueden funcionar para prevenir el acoso escolar. En cuanto a los medios de comunicación, sería interesante y muy viable que controlasen más los contenidos que emiten o publican. La sociedad en general debe prevenir y atajar posibles brotes de acoso. Es necesario estar atento y no dejar pasar nada o pensar que todo es normal o se trata de una broma. Cuando un niño se burla, amenaza o pega a otro niño, se debe intervenir para que eso no se repita. Cuando en el patio del colegio alguien se burla del aspecto de otra persona, hay que reprenderle.

Conclusiones insertar cita de algún padre de familia o una o primicias de la psicóloga

4. Talleres Dictados



Taller 3. Editar fotos y audio para la web



Taller 1. Géneros periodísticos



Taller 4. Revisión de textos y edición de fotografías

5. Barra de menú del administrador del blog

The screenshot shows the WordPress administrator dashboard. On the left is a dark sidebar menu with the following items: Mis comentarios, Estadísticas del sitio, Mis blogs, Blogs que sigo, Estadísticas de Akismet, Omnisearch, **Tienda**, Entradas, Medios, Enlaces, Páginas, Comentarios, Sugerencias, Apariencia, Usuarios, Herramientas, Configuración, and Cerrar menú. The main content area is titled 'Echar un vistazo' and displays: 12 entradas, 3 páginas, 8 comentarios, and a message from WordPress.com about the MH Magazine theme. Below this is a section for Akismet spam, showing 3.072 MB of allowed space and 26.67 MB (1%) of used space. The 'Actividad' section lists recent posts: 'LA LADRONA DE LIBROS' (13 ene, 04:32), 'FIN DE AÑO, UNA TRADICIÓN MUNDIAL' (13 ene, 02:42), 'LOS CELULARES TAMBIÉN TIENEN BACTERIAS' (12 ene, 04:35), '¡ATENCIÓN PADRES!' (12 ene, 01:23), and 'LA COMIDA CHATARRA PUEDE CAUSAR DOLORES DE CABEZA' (12 ene, 01:18). A 'Comentarios' section shows a comment from Lorena on the post '2 APPS DISEÑADAS PARA JÓVENES LECTORES #', mentioning her use of Wattpad.

6. Fotografías tomadas para el blog



7. Presentación de Blog en el plantel educativo



8. Encuestas de Interés

Encuesta de interés

Edad

Curso

Sexo

Encerrar en un círculo la respuesta elegida. Seleccionar una sola respuesta por pregunta.

1.- ¿Con qué frecuencia utilizas el internet?

1 vez por semana

Todos los días

Solo los fines de semana

2.- ¿Cuál es el uso que, mayormente, le das al internet?

Entretenimiento

Para hacer deberes

Noticias

Todas las anteriores

Otras _____

4.- ¿Visitas la página web de tu colegio?

Si

No

Por qué _____

5.-¿Cuántas veces te detienes a ver la cartelera del colegio?

1 vez por semana

2 o 3 veces a la semana

Nunca

6.-¿Preferirías leer artículos del club de periodismo por internet?

Si

No

7.-¿Qué tipo de contenido preferirías que publiquen en el blog?

Científico _____

Orientación familiar _____

Orientación personal _____

Salud/nutrición _____

Literatura _____

Asesoría pedagógica _____

Deportes _____

Otro _____

Encuesta de interés

Edad 14 años
Curso 9^{no} A
Sexo masculino

Encerrar en un círculo la respuesta elegida. Seleccionar una sola respuesta por pregunta.

1.- ¿Con qué frecuencia utilizas el internet?

- 1 vez por semana
- Todos los días
- Solo los fines de semana

2.- ¿Cuál es el uso que, mayormente, le das al internet?

- Entretenimiento
- Para hacer deberes
- Noticias
- Todas las anteriores
- Otras Facebook

4.- ¿Visitas la página web de tu colegio?

- Si
- No
- Por qué es aburrida y siempre la misma información

5.-¿Cuántas veces te detienes a ver la cartelera del colegio?

- 1 vez por semana
- 2 o 3 veces a la semana
- Nunca

6.-¿Preferirías leer artículos del club de periodismo por internet?

- Si
- No

7.-¿Qué tipo de contenido preferirías que publiquen en el blog?

- | | | | |
|----------------------|-------------------------------------|---------------------|-------------------------------------|
| Científico | _____ | Literatura | _____ |
| Orientación familiar | _____ | Asesoría pedagógica | _____ |
| Orientación personal | _____ | Deportes | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Salud/nutrición | <input checked="" type="checkbox"/> | Otro | _____ |

Encuesta de interés

Edad 13 años
Curso 8º B
Sexo Masculino

Encerrar en un círculo la respuesta elegida. Seleccionar una sola respuesta por pregunta.

1.- ¿Con qué frecuencia utilizas el internet?

- 1 vez por semana
- Todos los días
- Solo los fines de semana

2.- ¿Cuál es el uso que, mayormente, le das al internet?

- Entretenimiento
- Para hacer deberes
- Noticias
- Todas las anteriores
- Otras _____

4.- ¿Visitas la página web de tu colegio?

- Si
 - No
- Por qué no se cual es y sinceramente no interesa descubrirlo

5.-¿Cuántas veces te detienes a ver la cartelera del colegio?

- 1 vez por semana
- 2 o 3 veces a la semana
- Nunca

6.-¿Preferirías leer artículos del club de periodismo por internet?

- Si
- No

7.-¿Qué tipo de contenido preferirías que publiquen en el blog?

- | | | | |
|----------------------|-------------------------------------|-----------------------|-------------------------------------|
| Científico | <input checked="" type="checkbox"/> | Literatura | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Orientación familiar | <input type="checkbox"/> | Asesoría pedagógica | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Orientación personal | <input type="checkbox"/> | Deportes | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Salud/nutrición | <input type="checkbox"/> | Otro <u>Comunidad</u> | <input checked="" type="checkbox"/> |

Encuesta de interés

Edad 17 años
Curso 6^{to} Ciencias
Sexo femenino

Encerrar en un círculo la respuesta elegida. Seleccionar una sola respuesta por pregunta.

1.- ¿Con qué frecuencia utilizas el internet?

1 vez por semana
 Todos los días
Solo los fines de semana

2.- ¿Cuál es el uso que, mayormente, le das al internet?

Entretenimiento
Para hacer deberes
Noticias
 Todas las anteriores
Otras _____

4.- ¿Visitas la página web de tu colegio?

Si
 No
Por qué en la formación la rectora nos informa todo

5.- ¿Cuántas veces te detienes a ver la cartelera del colegio?

1 vez por semana
2 o 3 veces a la semana
Nunca

6.- ¿Preferirías leer artículos del club de periodismo por internet?

Si
No porque es más práctico y lo puedo hacer en cualquier lugar

7.- ¿Qué tipo de contenido preferirías que publiquen en el blog?

Científico	<input checked="" type="checkbox"/>	Literatura	<input checked="" type="checkbox"/>
Orientación familiar	<input checked="" type="checkbox"/>	Asesoría pedagógica	<input checked="" type="checkbox"/>
Orientación personal	<input checked="" type="checkbox"/>	Deportes	<input checked="" type="checkbox"/>
Salud/nutrición	<input checked="" type="checkbox"/>	Otro	<u>de todo un poco</u>

9. Encuesta de receptividad

Encuesta de Receptividad

Edad

Curso

Sexo

Subraye la respuesta de su preferencia.

1.- ¿Con qué frecuencia ha visitado usted WHATS UP UEBLI en los últimos 15 días?

1 - 2

3 - 4

Más de 5 veces

No he visitado la página

Si la respuesta es no, ha finalizado la encuesta.

2.- ¿Por qué motivo ha visitado usted WHATS UP UEBLI?

Entretenimiento

Noticias

Para recopilar información

Por curiosidad

Todas las anteriores

Otro motivo _____

3.- ¿Prefieres leer artículos del club de periodismo por internet, en la cartelera o en la revista colegial?

En la cartelera

En la revista

En el blog digital

4.- ¿Cuál es su tipo de contenido preferido en el blog?

Tecnología

Salud y bienestar

Orientación personal y espiritual

Entretenimiento

Otro _____

5.- En general el blog le parece:

Bueno

Malo

Regular

6.- ¿Volverá a visitar el blog en los próximos 15 días?

Sí

No

No estoy segura/o

Encuesta de interés

Edad 18
Curso 6TO
Sexo femenino

Subraye la respuesta de su preferencia.

1.- ¿Con qué frecuencia ha visitado usted WHATS UP UEBLI en los últimos 15 días?

1 - 2
3 - 4
Más de 5 veces
No he visitado la página

Si la respuesta es no, ha finalizado la encuesta.

2.- ¿Por qué motivo ha visitado usted WHATS UP UEBLI?

Entretenimiento
Noticias
Para recopilar información
Por curiosidad
Todas las anteriores
Otro motivo _____

3.- ¿Prefieres leer artículos del club de periodismo por internet, en la cartelera o en la revista colegial?

En la cartelera
En la revista
En el blog digital

4.- ¿Cuál es su tipo de contenido preferido en el blog?

Tecnología
Salud y bienestar
Orientación personal y espiritual
Entretenimiento
Otro _____

5.- En general el blog le parece:

Bueno
Malo
Regular

6.- ¿Volverá a visitar el blog en los próximos 15 días?

Sí
No
No estoy segura/o

Encuesta de interés

Edad 12
Curso 8^{ava} "A"
Sexo Varon/men.

Subraye la respuesta de su preferencia.

1.- ¿Con qué frecuencia ha visitado usted WHATS UP UEBLI en los últimos 15 días?

- 1 - 2
- 3 - 4
- Más de 5 veces
- No he visitado la página

Si la respuesta es no, ha finalizado la encuesta.

2.- ¿Por qué motivo ha visitado usted WHATS UP UEBLI?

- Entretenimiento
- Noticias
- Para recopilar información
- Por curiosidad
- Todas las anteriores
- Otro motivo _____

3.- ¿Prefieres leer artículos del club de periodismo por internet, en la cartelera o en la revista colegial?

- En la cartelera
- En la revista
- En el blog digital

4.- ¿Cuál es su tipo de contenido preferido en el blog?

- Tecnología
- Salud y bienestar
- Orientación personal y espiritual
- Entretenimiento
- Otro _____

5.- En general el blog le parece:

- Bueno
- Malo
- Regular

6.- ¿Volverá a visitar el blog en los próximos 15 días?

- Sí
- No
- No estoy segura/o

Encuesta de interés

Edad 15 años
Curso 4 Técnico
Sexo Femenino

Subraye la respuesta de su preferencia.

1.- ¿Con qué frecuencia ha visitado usted WHATS UP UEBLI en los últimos 15 días?

- 1 - 2
- 3 - 4
- Más de 5 veces
- No he visitado la página

Si la respuesta es no, ha finalizado la encuesta.

2.- ¿Por qué motivo ha visitado usted WHATS UP UEBLI?

- Entretenimiento
- Noticias
- Para recopilar información
- Por curiosidad
- Todas las anteriores
- Otro motivo _____

3.- ¿Prefieres leer artículos del club de periodismo por internet, en la cartelera o en la revista colegial?

- En la cartelera
- En la revista
- En el blog digital

4.- ¿Cuál es su tipo de contenido preferido en el blog?

- Tecnología
- Salud y bienestar
- Orientación personal y espiritual
- Entretenimiento
- Otro _____

5.- En general el blog le parece:

- Bueno
- Malo
- Regular

6.- ¿Volverá a visitar el blog en los próximos 15 días?

- Si
- No
- No estoy segura/o

10. Invitación a evento de presentación del blog



UNIDAD EDUCATIVA BILINGÜE
DE LA INMACULADA
GUAYAQUIL



Guayaquil, 6 de enero 2015

Máster Efraín Luna
Director de Carrera de Comunicación Social de La UCSG

Máster María Emilia García
Tutora de Licenciatura

Estimados:

Reciban un cordial saludo de parte de nuestra Unidad Educativa y a la vez la invitación para que asistan al lanzamiento del rediseño de nuestra página web, la cual incorporará un blog manejado por nuestras alumnas del club de periodismo, elaborado en conjunto con dos de sus estudiantes quienes realizan su licenciatura en comunicación social.

El evento se llevará a cabo el martes 13 de enero de 09:00 a 10:00 en el Salón de Actos del Plantel y contará con la presencia de alumnos invitados de diferentes unidades educativas pertenecientes a clubes de periodismo.

Cabe mencionar que nuestras alumnas trabajaron en conjunto con las señoritas Jennifer Núñez y Mishelle Neira, estudiantes de Licenciatura en Comunicación Social de la UCSG, quienes les impartieron talleres durante 5 semanas para prepararlas en el manejo de contenidos y técnicas de redacción digital, como parte de su proyecto de tesis.

Durante este evento se presentará el trabajo que realizaron y los objetivos de la creación del blog.

También deseamos felicitarlos por haber motivado este proyecto, en que ambas partes se desarrollaron adecuadamente.

Esperamos contar con su distinguida presencia.

Quedamos de ustedes,

Muy atentamente;


Msc. Sor Julia Elena Naranjo
Rectora del Plantel


Lda. Maribel Sacoto M.
Directora del Club de Periodismo



ELOY ALFARO 2101 ENTRE COLOMBIA Y CAMILO DESTRUJE TELÉFONO: 244-0300 - FAX: 244-8277 - Guayaquil - Ecuador
www.uebli.edu.ec • e-mail: inmaculada@telconet.net • inmaculada@uebli.edu.ec

11. Formato de diploma

 <p>UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL</p>	<p>FACULTAD</p>  <p>FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN</p>
<p>CONCIERNE ESTE DIPLOMA A</p> <p>ANDREA MICLOS</p>	
<p>POR HABER ASISTIDO, EN UN TOTAL DE 15 HORAS DICTADAS, AL TALLER REALIZADO POR LAS ESTUDIANTES JENNIFFER NÚÑEZ DÍAZ Y MISHELL NEIRA MARTÍN DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL COMO PARTE DEL PROYECTO INTEGRADOR TITULADO "DISEÑO DE UN INSTRUCTIVO PARA LA ADMINISTRACIÓN Y PUBLICACIÓN DE UN BLOG PERIODÍSTICO COMO MEDIO ALTERNATIVO DE COMUNICACIÓN PARA LOS CLUBES DE PERIODISMO COLEGALES. CASO DE ESTUDIO: "UNIDAD EDUCATIVA BILINGÜE LA INMACULADA" DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL" PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO..</p>	
<hr/> <p>PS. ELBA BERMUDEZ REYES DECANA DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN</p>	<hr/> <p>MGS. EFRAÍN LUNA MEJÍA DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO</p>
<p>ENTREGADO EL 13 DE ENERO DEL 2015</p>	

12. Comentarios del blog

Comentarios		
Por autores		Por entradas y
Título	Página	Comentarios
FIN DE AÑO, UNA TRADICIÓN MUNDIAL	↗	2
LOS CELULARES TAMBIÉN TIENEN BACTERIAS	↗	2
LA LADRONA DE LIBROS	↗	1
¡ATENCIÓN PADRES!	↗	1
2 APPS DISEÑADAS PARA JÓVENES LECTORES	↗	1
¿POR QUÉ A LOS JÓVENES LES SUELEN GUSTAR LAS APPS?	↗	1

<input type="checkbox"/>	Autor	Comentario	En respuesta a	★
<input type="checkbox"/>	 Loirena buentrip2014@gmail.com 190.131.98.217	Enviado el 05/02/2015 a las 23:41 👍 0 🗨️ 0 🗳️ Rate This me gusto mucho Wattpad xq puedo seleccionar frases y colocar comentarios de la frase y tb puedo ver comentarios de otras personas	2 APPS DISEÑADAS PARA JÓVENES LECTORES 1 Ver entrada	0
<input type="checkbox"/>	 buentrip2014 buentrip2014.wordpress.com x buentrip2014@gmail.com 190.131.98.217	Enviado el 04/02/2015 a las 00:15 👍 1 🗨️ 0 🗳️ Rate This Reblogué esto en Buen Trip - Blog de Viajes https://buentrip2014.wordpress.com/2015/02/04/los-celulares-tambien-tienen-bacterias/ y comentado: Un reportaje muy completo sobre este tema.	LOS CELULARES TAMBIÉN TIENEN BACTERIAS 2 Ver entrada	0
<input type="checkbox"/>	 buentrip2014 buentrip2014.wordpress.com x buentrip2014@gmail.com 190.131.98.217	Enviado el 04/02/2015 a las 00:09 👍 0 🗨️ 0 🗳️ Rate This Reblogué esto en Buen Trip - Blog de Viajes https://buentrip2014.wordpress.com/2015/02/04/fin-de-ano-una-tradicion-mundial/ y comentado: Una muy buena iniciativa del colegio La Inmaculada de Guayaquil para un grupo de estudiantes de colegio que quieran incursionar en el periodismo web.	FIN DE AÑO, UNA TRADICIÓN MUNDIAL 2 Ver entrada	0
<input type="checkbox"/>	 BuenTrip ec compycloud.com/buentrip/ x buentrip2014@gmail.com 190.131.98.217	Enviado el 04/02/2015 a las 00:07 👍 0 🗨️ 0 🗳️ Rate This La mejor celebración es la ecuatoriana. Incluso en países como España y EEUU venden monigotes miniaturas para que los emigrantes puedan quemar el viejo dentro de sus hogares y seguir con la tradición!	FIN DE AÑO, UNA TRADICIÓN MUNDIAL 2 Ver entrada	0

1 Comentario en ¡ATENCIÓN PADRES!



Daniel Lucas // febrero 2, 2015 en 23:38 // Responder Editar

👍 0 🗨️ 0 🔒 Rate This

Me parece una gran iniciativa que sean los propios alumnos los que están escribiendo sobre estas problemáticas. El bullying es un problema que se incerta silencioso en nuestras escuelas y colegios.

★ Me gusta

13. Entrevistas Completas

ENTREVISTAS UNIDAD EDUCATIVA BILINGÜE LA INMACULADA

Entrevista a Sor. Elena Naranjo Vega

Soy Sor. Elena Naranjo Vega, Rectora de la Unidad Educativa Bilingüe La Inmaculada, tuve la dicha de que mis padres escogieran este colegio para educarme desde preescolar y Dios me dio la Gracia de ser religiosa y estoy en este momento tratando siempre de ayudar a todas las alumnas que Dios pone en mí.

He notado que cada una de las alumnas siguen en los mismos pasos que nuestras primeras hermanas nos dejaron hace 115 años pero que nos íbamos adaptando a los tiempos modernos. Noté que los medios digitales en cierta forma les ayudaban un poco a la investigación científica pero por otra parte quizá talvez en la edad difícil que es de los onces a los quince años estaba haciendo no gran daño pero si un poco de daño a nuestras queridas jóvenes, entonces traté de que realmente hubiera un Club de Periodismo, qué para mí ha sido digamos un puntal dentro de la formación de las alumnas, porque en este momento al crear las redes sociales y sacar todo lo que ellas van haciendo dentro de los niveles de los colegios se ha despertado en los alumnos y en las alumnas un deseo de más unirse, de estar al día en todo lo que sucede en la ciudad y también de que este espíritu de

solidaridad sea más efectivo y práctico dentro de las aulas del colegio y en cada una de las actividades que realizamos.

¿Cuántos años lleva usted siendo rectora?

Bueno yo tuve seis años aquí y 18 años con la sección primaria.

¿Por qué es importante para el colegio como institución apoyar este tipo de proyecto como en este caso el club de periodismo?

Es importante por qué generalmente los medios de comunicación colectiva, hacen despertar en los alumnos la curiosidad. Debe haber un sistema moderno científico y sobre todo este sistema de guardar los valores morales, y espirituales que no tienen moda.

¿Cómo trabaja el colegio con este grupo de estudiantes que tiene esta iniciativa de hacer noticias, cómo la institución apoya al club?

Nosotros apoyamos al club de periodismo primero para que ellas tengan un lugar para que ellas se reúnan y tengan también una persona que se encargue solo de ellas. El Club de periodismo fue descubierto digamos por la Máster Maribel Sacoto, ex alumna también de nuestro colegio.

El club de periodismo se inició en el 2013, pero antes del 2013 igual se han venido haciendo revistas y productos periodísticos.

Claro, la primera persona que intervino fue Sor María Fernanda Villacis que también comenzó con la consigna, el término consigna significa unámonos todas para alcanzar los objetivos que nos proponemos, tuve la dicha también de ser unas de las que estuve junto a ella para ayudarle.

Nosotros por cada vez que tenemos actividades como por ejemplo, ahorita que está Haití en este momento en boga, las niñas toman parte y escriben sobre eso. Las alumnas se expresan, hemos respetado siempre la libertad de palabra y la libertad de expresión la crítica constructiva para que ellas se den cuenta en el medio en que viven y defiendan cuando estén en la sociedad.

Tuvimos como consigna una revista, que es la historia del colegio mientras que tenemos una agenda personal y podemos ir apuntando cosas que nos interese de tal manera que el colegio tiene hoy las dos cosas.

¿Cuáles son las expectativas que como colegio se tiene con el club de periodismo con el proyecto que hemos trabajado durante estos meses?

Bueno en primer lugar diría yo tengo que agradecer de una manera especial a la Universidad Católica que siempre nos valora en este sentido y pide la apertura del colegio para que sea haga las prácticas, nosotros en este momento tenemos grandes expectativas de la funcionalidad del club y de otros proyectos, por ejemplo estamos tratando inclusive de que parta una profesora y una ex alumna a Haití para que realmente nosotros comenzar apadrinar a los niños de Haití. Esperamos que las cosas funcionen de la mejor manera posible.

Yo le agradezco a Usted a su compañera y también a Maribel que realmente para nosotros es el ícono del periodismo en nuestro Colegio.

Entrevista a Maribel Sacoto Morán

Mi nombre es Maribel Sacoto Morán yo soy maestra de aquí de la UEBLI la docente de Literatura en cuarto de Bachillerato y Lectura Crítica de mensajes. En sexto también manejo el área de comunicación y Relaciones Públicas de la institución, en lo que comprende en manejo de todo en las redes Sociales página web de la Institución la revista y la creación del taller del periodismo del colegio con el cual realizamos varios proyectos de comunicación.

¿Cuál ha sido el trayecto del club del periodismo desde que se creó?

Se creó en el 2013. Un grupo de aproximadamente de 16 jóvenes ingresaron y con ellos pues hicimos lo que era trabajo de reportería en todo los eventos de la institución, sacábamos notitas en la cartelera cada quince días actualizábamos la cartelera designadas del plantel en la escalera lateral izquierda de la capilla.

Nosotros cada quince días actualizábamos con tres notas, fotos, una frase de la semana y algunos anuncios de síguenos en Twitter, Facebook, en todo lo que era

manejo de redes sociales aquí en la institución que empezamos con Facebook, y Twitter. Las chicas tenían a su cargo la cartelera, tomar fotos, hacer el bancos de fotos para lo que es la revista consigna que fue el producto final que sacamos de lo que era el año lectivo 2013- 2014. Todo ese producto final con la ayuda de las chicas del Club del Periodismo, ellas hicieron algunos artículos junto con mi asesoría, con mi trabajo de edición de los textos; en el taller de Periodismo hicimos básico para que las chicas puedan guiarse puedan hacer trabajo.

¿Cuál es la diferencia entre las chicas de sexto curso y las que forman el club de periodismo o es una sola?

Básicamente he tenido mucha suerte de trabajar con las chicas de sexto, siempre en sexto curso las niñas están con toda esta nostalgia de que ya es su último año que ya se van, entonces ellas quieren dejar esa huella en el colegio en la institución de hacer la revista que corresponde a su promoción entonces con eso comenzamos, con el grupo de sexto del 2013, que buscaban de todas las maneras hacer una cobertura global de todo el Colegio pero también de resaltar las cosas que promocionan el sexto curso hacíamos. Por ejemplo las actividades que hacían con el consejo estudiantil, las actividades de solidaridad que realizaban en diferentes ámbitos pastorales de aquí del colegio etc. Todas las labores que ellos hacían le dan a su colegio un poco de lo que ellas han recibido durante todos los años de estudios en la institución entonces eso fue como que la meta lo que han trabajado hasta aquí.

¿El club de periodismo solo puede ser con estudiantes de sexto?

La verdad no, siempre ha sido abierto pero son como que las de sexto curso las que toman la iniciativa las que dicen nosotras queremos hacer, por ejemplo ahora tengo alumnas del cuarto curso que yo soy maestra y me dicen “miss yo quiero el próximo año meterme en el Club de periodismo” pero hay que ver cómo nos manejamos este año, cómo va hacer la mecánica, si vamos a tener una hora extra. Por ejemplo en el 2013 teníamos nosotros después de clases los talleres, yo me manejaba con una hora a la semana que metía como una hora de planificación,

ahora yo por ejemplo este año tenía que dentro de las horas de recreo, dentro de las horas de clases, gracias a Dios por la tecnología del grupo de whatsapp, yo me comunico con ellas y las organizo con que es lo que vamos hacer para la cartelera, para la impresión de fotos, para una cosa. Entonces ya es otra mecánica que he tenido con ellas por el asunto tiempo. Hemos tenido ese tiempo fuera de clases para estar, sin embargo, se dio la oportunidad de que ustedes vinieran a realizar el blog con ellas y que compartieran esos talleres que les sirvieron de mucho y como un currículo para ellos en quedarse todas esas horas después de clases.

¿Cómo es la mecánica dentro del club de periodismo? ¿Cómo ustedes se manejan para publicar noticias para la cartelera?

Por lo general con dos fotógrafas, una fotógrafa que es titular que es la niña Jelena Arguello, ella es la fotógrafa. Por ejemplo el año pasado era Anita Matamoros, son personas que por lo general a mí me gusta trabajar mucho con las actitudes de las chicas y yo ya las veo como ellas se desenvuelven... si les gusta más redactar, si les gusta más tomar fotos, si les gusta por ejemplo manejar lo que son redes sociales, voy viendo más o menos los perfiles de ellas y yo les digo de qué se van a encargar. La semana Cultural nosotros hicimos un tema sobre el cyberbullying y sobre lo que es manejar con cuidado las redes sociales, cómo los jóvenes debe manejar con cuidado las redes sociales de manera de que no permitan a extraños ser sus amigos o de repente gente que puedan lastimarlos o ser acosadores; eso fue manejado con el Club de Periodismo, según lo que investigaron. Hicieron todo esto como para presentar algo en la semana Cultural y a la vez que sea beneficio para el colegio entonces presentamos algo bien chévere. El autoestima y todo eso todo ese trabajo ellas lo realizaron. No solamente es el ámbito de que manejan una cartelera o manejan por ejemplo este año el Instagram.

¿Cómo funciona con la cartelera?

La verdad lo de la cartelera eso si es algo que me preocupa a veces porque las chicas están bien atareadas, o sea, cuando venimos recién de vacaciones no me habían actualizado la cartelera porque ellas estaban con los exámenes y todo

esto Dios mediante ya este año yo pedí una impresora para imprimir nuestras propias fotos. Antes reuníamos dinero y ellas imprimían sus fotos, las llevan a imprimir estos centros comerciales que imprimen fotos. Han mantenido periodicidad con excepciones de Navidad, Año Nuevo, que son festividades que se dan.

¿Cada cuánto actualizan la cartelera?

Tratamos por lo general cada quince días de mantenerla actualizada, ya cuando no está quince días actualizada ya yo empiezo a sufrir, no me gusta que eso quede ahí se retrasa el trabajo que ellas han venido realizando.

¿El club de periodismo desde que se lo creó, se lo maneja como una hora extra curricular?

Si primero como una hora extra curricular y ahora se lo manejó como una hora dentro de las horas de colegio. Ellas tenían en su programa clases de redacción periodística hasta el 2013, pero ya después por cuestiones del ministerio solo son un tronco común de materias especiales en los colegios, entonces no se los dio. Pero yo no tengo con las alumnas que vienen, esas bases de redacciones que yo daba antes. Ahora es un poquito más empírico, en el poco tiempo que las veo, he tratado de darles pautas.

¿Dentro del club de periodismo hay cargos?

Sí, fotógrafa, redactora, videógrafas y tienen ellas un carnet de periodismo con su función. Se las incentiva de esta manera para que ellas tengan presencia dentro del colegio y se las reconozca. Hace unos tres meses recibimos una invitación dentro de los clubes del Periodismo de la zona a una charla que fue muy productiva dictada por Cecilia Alargacha y otra chica, en el Cristóbal Colón. Las chicas fueron se motivaron al ver el trabajo de campo que realiza un periodista.

¿El club de periodismo cuenta con la ayuda de algún departamento externo?

No todos lo hacen ellas y yo porque soy la que maneja el club y yo las animo y las incentivo, veo cómo podemos hacer las cosas.

¿Ustedes cuentan con, por ejemplo, un espacio de audiovisual?

No, recién este año tenemos nuestra propia aula, a su vez es donde realizan su propia cartelera y hacen sus investigaciones. Tenemos internet y nos dieron este año una cámara semi-profesional, lo cual es como un avance de lo que el año pasado empezamos desde cero. Las chicas traían su propia cámara que eran también profesionales, entonces las chicas se encargaban de tomar sus propias fotos, pero de ahí poco a poco la idea es que de cada año vayan incrementando los implementos. Me gustaría hacer reportajes. Una vez hicimos uno y lo subimos en youtube, pero ahí nos ayudó el canal de la católica.

¿Es importante o influye en alguna forma la cantidad de alumnos que pertenecen al club de periodismo? ¿Cómo les es más fácil trabajar?

Yo creo que no porque uno trabaja con pocos alumnos pero que les gustas trabajar que saben trabajar, es mejor que decir tengo mucho alumnos y de ellos la mitad trabaja. Yo prefiero tener poco pero con todos hagan cada uno su rol y yo sé que puedo encargarle una tarea a alguien y la va a cumplir.

¿Es difícil llegar a los estudiantes sobre todo con temas periodísticos que son más complicados de manejar?

No es difícil, quizás unos de los grandes problemas que tenemos en el sistema educativo es en la redacción pero no en cómo escriben los chicos si no en cómo se organizan en sus ideas, porque si uno ya como profesional a veces tener tanta información no sabe cómo condensarla o canalizarla, peor a los estudiantes que recién comienzan por este paso; entonces me topo con este problema de que ellos van hacer una reportería y me traen los datos pero todo hecho un shampoo y me ha tocado a veces rearmarles los texto pero le pongo en rojo y le digo mira esto tienes que mejorar.

¿Cómo tú ves los productos que han sacado como club de periodismo? ¿Han tenido retroalimentación, aceptación por parte de los estudiantes?

Los estudiantes por lo general son un poquito despistados, a mí me gusta por ejemplo concentrarlos en un salón de acto y decir ¡hey! hemos hecho tal cosa. A los cursos con los que tengo clases yo les digo vayan a tal link miren esto e inclusive en nuestra misma página de Facebook y Twitter yo les digo qué ver. Al adolescente hay que darle las cosas como que masticaditas para que ellos de ahí vayan a buscar al resto no como por decir miren en el País está pasando esto, tenemos tal problema con el petróleo...

¿Cuáles son las expectativas que se tienen con este proyecto y con el club de periodismo de aquí en adelante?

Las expectativas de este proyecto es continuar con lo que se ha sembrado, con el blog de periodismo, que las chicas que vienen el siguiente año tengan presencia en la web al igual que en la revista. Si hay algún tipo de concurso en el cual tenemos la oportunidad de participar en cuanto a comunicación pues ahí estaremos. Este proyecto les servido a ellas para motivarse.

¿Qué tan importante es introducir con el lenguaje web y todo lo que tiene que ver con la era digital, el club de periodismo estudiantil y el colegio en general?

Es vital porque todo es por internet, la mayoría de los diarios se manejan por tablet, no digo que el periódico va a desaparecer pero es lo que se está viendo el periodismo, se está encaminando mucho más a lo que es la era digital. La tecnología ha permitido que a través de estos Tablet o iPad, celulares, puedan descargarse aplicaciones y tener sus propios periódicos, links favoritos enlazados y ver, estar revisando constantemente los links. Estamos rodeados de información a toda hora y a cada minuto entonces es importante y los jóvenes también consuman, son mediáticos por naturaleza en esta era digital.

ENTREVISTAS A EXPERTOS

Entrevista a José Vicente Noboa

Soy director del área de contenido de la agencia Makia, es una agencia que se dedica a fabricar, crear y editar contenido en blogs de distintas marcas y de medios que nosotros mismos estamos creando

¿Cuál crees que es la ventaja de hacer periodismo web y de la utilización de una plataforma web en comparación al medio tradicional?

Más que una ventaja es adaptarse a lo que ya está dispuesto. Hasta hace un par de años podíamos haber dicho no, pero partiendo desde la parte comercial por ejemplo, te vas a dar cuenta que ahora ya no están buscando los espacios impresos como antes y eso es consecuencia de que las personas ya no están buscando esos medios impresos para saber lo que está pasando ¿por qué? porque tienen el celular aquí y desde el celular puedes enterarte rápidamente de todo. Es eso, la premura, la facilidad para publicar un contenido es realmente la ventaja y la razón por lo cual eso se está yendo a otro lado y uno para relacionarse con la noticia que está ocurriendo, para compartírselas a otras personas que ellos consideran que les vas a interesar ese contenido específico, entonces en base a eso por supuesto que va ser el medio predominante y entonces ya ni siquiera es una ventaja, es una prioridad tener una plataforma virtual.

¿Cuál crees que sería la plataforma web ideal para este club de periodismo, tomando en cuenta que son estudiantes y que va dirigido a estudiantes?

Depende del tiempo que le vayan a dedicar, eso es muy importante. Si estamos para comunicar un mensaje, estamos hablando de una pequeña redacción que va encaminada a que el medio virtual se divida, por decir un modo, en dos partes fundamentales: la social media (redes sociales) y el sitio que aloja el contenido en sí, en una página web. Para poder mostrar un contenido es preferible tenerlo alojado en una página web, fan page, etc, porque eso te permite tener mejores métricas o mejor control de cómo se está moviendo todo y compartirlo incluso mucho mejor. Si uno escribe algo directo en Facebook, se va a perder, se va a refundir y no tiene un buen acceso posterior a esto, en cambio un contenido que sea muy chévere lo puedes estar dando vuelta y sabes donde lo puedes linkear,

entonces le puedes estar dando vuelta y lo linkeas aquí o acá, es decir lo transmites vía redes sociales pero lo tienes almacenado en un lugar en concreto. Entonces habría que tener claro una plataforma, un blog, compras el dominio y armas las redes sociales básicas, puede ser Facebook y Twitter o las dos, sugiero algo visual estilo Instagram.

¿Para tener el contenido como tú dices...?

Para tener el contenido puede ser WordPress y crear a partir de una plantilla gratuita o buscar una pagada y creas un dominio y ya te queda como si fuera tu web propia. Eso le un aire más comprometido, sobre todo para alguien que recién va a crear una publicación, con una dirección propia, puede decirle a alguien más que revise ese sitio web. Como se supone que este blog es la voz del estudiante, sería recomendable dentro de la página de la institución, tener alojado un banner que diga 'este el blog de los estudiantes'. Si ya no lo quieren publicar, es cuestión de ellos.

¿Cómo debería ser la organización dentro de un blog, cómo se manejaría el equipo humano?

Bueno tienen que sembrar un equipo de gerencia dentro de los mismos estudiantes, si fuese un grupo de amigos obviamente todos harían de todos pero aquí tienen la chance de involucrar a muchas personas según sus habilidades, entonces realmente es una oportunidad a no desperdiciar de que todos hagan de todo, esta es una gran oportunidad para involucrar a mucha gente y delegar tareas y también para que haya una verdadera sala de redacción. Los lunes puede hacerse una reunión en general, se ve qué temas van a tratar, qué funcionó o no funcionó, etc. Bueno, en la parte de redacción está, el editor, el jefe de redacción con sus reporteros y redactores y adicional está el fotógrafo, el diseñador, está el programador que en este caso podría ser un externo y esa es la parte de la redacción que aparte está coordinado con el equipo ya gerencial que en este caso sería el director, el gerente comercial o el gerente administrativo del medio que sería encargado de hacer Relaciones Públicas, de ver que no le falte nada. Estos

de aquí serían como que la voz del periódico del club de periodismo hacia las autoridades.

Para mí dentro de la redacción si debe haber involucrado un profesor o algo así, es mi opinión porque eso en todo caso le da un aire que todo lo que produzcan ahí, tiene a alguien que lo autorice sin problema. Tendría que ser un profesor elegidos por ellos, que vele por ellos

¿Crees que los estudiantes están en la capacidad de poder manejar aparte de lo que vayan a publicar, manejar las audiencias?

Por lo general ya los estudiantes están en una edad en la cual vivimos con la tecnología, por ende no habría problema ya que se llevan muy bien con las cámaras, las fotos, todo eso. En cambio yo vería complicado el que haya la responsabilidad de decir por ejemplo, yo publico esto a las tres de la tarde y no más de las tres de la tarde, porque si por lo general los adultos ponen excusas ahora no más aún los adolescentes y por eso igual sugiero que haya alguien que pueda ser una buena autoridad.

¿Consideras que el periodismo web estudiantil es bueno ponerlo como una actividad particular dentro del colegio?

Si de hecho me parecería ideal que en los colegios se incluya esto porque tú te das cuenta que la gente que está leyendo noticias en twitter lo ve y ya se lo cree y no va más allá, ocurre un alto porcentaje que te comparte noticias sin leerlas, entonces es una nueva forma de crear altos de lectura. Y lo más importante es algo que sea muy visual, muy gráfico, muy rápido, no largos textos porque eso no los va apreciar los jóvenes. En este aspecto el Periodismo que tienen que practicar es un Periodismo muy de imágenes, incluso de salir y de captar momentos cotidianos, lo que ellos están pasando....

En un blog se expresa un sentimiento, es subjetivo, un blog que te está diciendo siempre las cosas muy ordenadamente muy políticamente correctas está bien pero tiene que haber en algún momento un redactor que exprese una opinión distinta a la que todos estemos pensando. Eso lo hace más en carne y hueso.

¿Cómo debería ser el manejo en cuanto a contenido?

Los textos deben ser cortos, tres párrafos... Podrían tener publicaciones diarias pero preparar uno o dos especiales cada semana, el cual va hacer un poco más largo y de ahí que no sean de más de tres párrafos, que hagan publicaciones de noticias en general por ejemplo tendencias, el video más visto de youtube, lo que más publican en twitter, etc. Ellas tienen que una reunión para ver qué les interesa, quienes mejor que ellas para saber de qué quieren escribir, deben también justificar los temas, no es que te van hablar sobre las relaciones con los novios.

En los títulos deben resaltar alguna emoción específica, los posts tienen que estar encaminados a emocionarnos y tomar el tema principal en base a una sola persona o a una sola reacción, entonces y de ahí ya van divididos los temas.

El título es casi la conclusión, el título te prepara para lo que vas a sentir, el título ahorita en la web tiene que ser una apuesta tiene que decirte te voy hacer llorar o reír.

¿Cuáles serían las herramientas que tú recomendarías para medir la audiencia en general?

Redes sociales, porque el administrador va a permitir ver cuáles son las publicaciones se movieron más, el movimiento orgánico o sea sin pagar, movimientos por pago y más...

Sobre la comunidad que se cree, una vez que ya trataron de llegar a todos y ya determinaron quienes están realmente enfóquense en eso entonces para medir redes sociales porque de ahí va a tener a métricas suficientes y va estar mejor explicada. Como igual va a tener un blog y todo eso van a tener acceso a la analítica pero a lo mucho lo que verán es el número de visitas cuantos se quedaron, quizá a este nivel el preferible para ustedes que sus parámetros sean los likes las interacciones, cuantas personas están hablando entonces tendrían que crearles una página de Facebook al blog, podrían crear una twitter y así.

¿Qué equipos crees que debería de tener un club de periodismo?

Deberían tener el equipo que ya tienes ja ja ja en el sentido que no va a tener que financiarlo ellos mismos y ese no es el caso porque el colegio es el que debería surtirles esto porque esa es la razón porque si no ya están haciendo en el sentido de que sea privado. Si ya tienen un inventario úsalo porque eso lo va a justificar para pedir nuevos eventos horita nuevos eventos hablo de como para tener la cámara clásica pero pueden tener un iPhone tranquilamente un iPhone toma súper buenas fotos súper bueno videos es mejor que una cámara elemental, alguna computadora potente que aguante fácilmente videos que haya que editar porque usas muchos videos porque es importante usar videos suban por su teléfono a YouTube a Facebook pero bueno si quieren súbalas a YouTube y bueno esta en grabador no hay ningún problema go pro, sería muy chévere pueda prestar a alguien si la tenga y pueden hacer muchos videos interesantes en movimiento. Si tienen fotos y a esa galería la convierten en alguna actividad y la transforma en un hashtag entonces ahí si funciona. Sería interesante que a lo mejor haya editores rotativos no se alguien que siempre este a cargo de un puesto físico de redacción cosa que a lo mejor algún estudiante pueda pedir una hora libre a esta hora y luego viene con los siguientes estudiantes que no tienen hora libre cosa como que siempre está funcionando. Sino usamos Tablet o computadoras porque todos están usando la misma pero ya te digo como que uno hace para redactar y una para diseño porque en diseño se pierde tiempo una de diseño tranquilamente una Maac y también te sirve para diseño eso si tienen alguien quien ilustre...

¿Cuáles crees que sean los temas que deberían de darse antes de que el club de periodismo incursione en el blog?

Los contenidos que de ley tienen que darse es redacción periodística básica, y de ahí un curso rápido de redes social porque de ahí no es necesario que todas sepan sobre blogs ya que en algún momento todas van a aprender a usar el WordPress. En un taller todo se aprende más con la práctica. Entonces es eso la redacción es como principal y luego aprender las técnicas de social media.

Entrevista a Said Kalil

Soy Said Kalil Ingeniero en Producción y Dirección en Artes Multimedia, tengo 27 años, Libanés. Estudié en la Universidad Central de Chile. Parte de mi experiencia laboral ha sido trabajar en el Grupo Noboa, Ecuavisa, y actualmente en La Prefectura del Guayas.

¿Cuál es la diferencia entre la redacción web y la de un medio escrito tradicional?

Para la Web no existen los límites, pero no quiere decir que solo hablamos de límites de caracteres, es decir, la redacción web puede ir acompañada de contenido multimedia que ayuden a enriquecer una nota (Fotos, Videos, Audios, etc) eso versus la redacción tradicional.

Pero es necesario realizar cierto tipo de estudios acerca de lo que se escribe en la web por motivos de salud que afecta a los usuarios como el brillo de la pantalla y etc., el papel no molesta la vista.

¿Cuál es la ventaja de la utilización de una plataforma digital como medio alternativo de comunicación?

La ventaja es la inmediatez, en el caso de un medio tradicional como el periódico – usemos un ejemplo claro, Diario El Universo- se limita a crear, diseñar, segmentar, diagramar y redactar todo de una manera organizada y estructurada para que se empiece el proceso de impresión, pero que sucede si hay una noticia importante a las 11 de la noche, ¿regresan todos los periódicos? ¿Se pierde el tiraje ya impreso?

La respuesta es tan sencilla como que el redactor web se encargue de trabajar la noticia por su portal web y que sea compartida por las distintas redes sociales que maneja.

En resumen la ventaja es la inmediatez con la que una noticia llega a cierto público objetivo (Público que disponga de conexión a internet).

¿Cuál es la plataforma web que mejor se acopla a las necesidades de un club de periodismo estudiantil?

Pues depende de que es exactamente lo que se quiere hacer, en la actualidad existen muchos CMS (Content Manager System “Sistemas de Manejo de Contenido”), blogspot que nos ayudan con una interfaz sencilla para la publicación, que maneja usuarios a niveles desde editores hasta administradores, pero depende de cómo es que quiero comunicar a una audiencia una noticia, si es con texto y video puede usar una plataforma en Joomla, Wordpress, Drupal, Blogspot, etc., si es una emisora online se puede hacer por Soundcloud, Mixcloud, etc., si desea ser solo un vlogger (Video Blogger) se puede tener un canal de Youtube, Daily Motion, etc.

¿Considera al periodismo web como una alternativa para las actividades extracurriculares para los jóvenes estudiantes?

Considero actividades extracurriculares a toda función se cumpla fuera de las jornadas de clases regulares, siempre que ayuden al enriquecimiento intelectual de un estudiante, el periodismo de por si es una profesión que requiere pasión para poder seguirlo, es importante que los jóvenes desde su formación colegial lo vayan desarrollando.

¿Qué equipos se utilizan o deben utilizarse en un club de periodismo digital?

Internet sobre todo, en la actualidad en un mundo donde las redes sociales son parte fundamental para cualquier empresa o medio de comunicación, diría que las herramientas del periodista deben ser varias, empezando por un teléfono inteligente o una Tablet, que sirve como grabadora, como cámara de fotos y de video y con acceso a internet para publicar el contenido de manera inmediata.

Pero eso es solo el periodista, el club del periodismo, debe tener equipos para la redacción, con conexión a internet, una computadora dedicada a la edición del material, cámaras de video, micrófonos, libretas.

Previo la creación de un blog, se impartieron talleres para darles a las estudiantes, las herramientas necesarias para el manejo y publicación de contenido en el blog. ¿Cuáles considera Ud. que deberían ser las temáticas impartidas a estas estudiantes?

Las temáticas deben ser primero que nada clases de redacción, ortografía, escritura creativa, manejo de redes sociales o community management, capacitación en el manejo del portal que se use como medio de comunicación, Teoría de la imagen, fundamentos del diseño, fotografía.

Al pasar de la publicación de una revista impresa, a la publicación de contenido en un blog, ¿Cómo es o debería ser la organización del equipo humano para el manejo de esa plataforma web?

Bueno, todo equipo sea para un medio impreso, en este caso una revista, o un medio web como un blog, debe tener siempre un redactor y un editor o coordinador, eso en la parte de la noticia, el redactor es quien prepara el texto y el editor es quien lo revisa, lo corrige de ser necesario y lo aprueba para su publicación, pero ese editor debe tener también un diseñador para saber que imagen debe usar a la hora de la diagramación.

El blog creado es un espacio para que el club de periodismo pueda tocar temas de interés propio y no institucional. ¿Cómo debe ser el manejo del contenido dentro de este club de periodismo estudiantil?

El club de periodismo no debe de dejar descuidado también su área estudiantil, nunca sabes cuando alguien puede estar interesado en difundir un tema de interés de la institución, cuando se habla de interés propio es decir buscamos las noticias que solo nos interesan a nosotros o buscamos noticias para informar a la comunidad. Al final del día la labor del periodista es la de comunicar a su público y mantenerlo al día con las noticias.

El manejo debería ser que los periodistas investiguen y sigan a medios internacionales, agencias de noticias de donde puedan obtener información y llevarlo hasta su público.

¿Cuáles son las mejores herramientas para medir la receptividad y la calidad del contenido que se brinda a los usuarios y cuál sería la estrategia que utilizaría para llegar a un público juvenil (estudiantes de colegio) por medio de la web?

Las mejores herramientas para medir si una noticia es muy leída y visitada en la Web, siempre va a ser Google Analytics, el robot de Google nos dice cuántas veces una persona se mete a nuestro sitio, a nuestra noticia y etc., luego están las redes sociales, por medio de los métodos de compartir actuales podemos ver que tanto alcance tienen nuestras publicaciones.

¿Considera que los alumnos están en capacidad de manejar y monitorear el sitio web y las redes sociales? Y cuales son las herramientas más fáciles con las que podrían trabajar.

Claro, las redes sociales hoy en día son utilizadas desde niños menores de 10 años, tal vez no de la forma adecuada para periodismo, pero alumnos con mejor criterio y un objetivo específico (El de comunicar), no tendrá inconveniente alguno para usar las redes sociales, las publicaciones, programar noticias y manejar el Google Analytics.

Las herramientas más sencillas para trabajar:

- Para un sitio web considero que Wordpress es una herramienta sencilla y muy intuitiva para usarlo como herramienta de publicación.
- Para redes sociales el uso de la herramienta Hootsuite, es fundamental para la programación de noticias (Tanto como para Twitter, Facebook, Instagram, etc.) y el Tweetdeck también es fundamental (Funciona para lo mismo pero solo con Twitter).
- Topsy es una herramienta útil para saber el alcance de un HT (Hashtag) en las redes sociales, al igual que Twitter Analytics.
- Google Analytics es una herramienta que nos ayuda a llevar un control y monitoreo de nuestro sitio.
- Photoshop es una herramienta muy útil para la edición de las imágenes.

¿Tiene ejemplos de productos web, blogs, periódico digital, realizados por clubes de periodismo?

No, la verdad no tengo ejemplos específicos.

¿Cuáles son los errores en los que no debería caer un club de periodismo?

En los de quedarse en una zona de confort, no quedarse solo viendo que pone otro medio para luego ponerlo, el periodismo requiere salir a campo a buscar las noticias.

Siempre dar los respectivos créditos a cualquier medio cuando se usa como una fuente de información. No pensar que las redes sociales no son necesarias, porque sí lo son.

No dejar de acompañar una nota de una buena imagen. Una buena foto puede contar una noticia.

No hacer textos tan largos, sean claros, precisos y concisos.

No aburrirse de la profesión.

Entrevista a Daniel Lucas

Soy Licenciado en Comunicación Social y Literatura y actualmente trabajo como Editor web y diseñador en Matavilela.

¿Cuál es la ventaja de la utilización de una plataforma digital como medio alternativo de comunicación?

Las ventajas son muchas, entre las que puedo rescatar se encuentran: una plataforma digital te da inmediatez, es decir poder colgar información y que el lector tenga acceso inmediata y en cualquier parte del mundo a la misma. Una plataforma digital democratiza el oficio de informar, ahora no necesitas ser periodista o trabajar en un medio de comunicación para subir y compartir información, lo que se llama periodismo ciudadano.

¿Cuál considera Ud. es la plataforma web que mejor se acopla a las necesidades de un club de periodismo estudiantil?

Lo que más se acopla, sin duda, es un blog, que se puede transformar en una revista digital, periódico, bitácora, etc. Por lo general los clubes de periodismo experimentan con blogs o revistas en los que los alumnos publican textos de su autoría e investigación. Y bueno, la necesidad de un club de periodismo es en esencia el interés de los alumnos. ¿Qué quieren escribir, investigar e incluso leer los alumnos que forman parte de los clubes de periodismo de las instituciones educativas? Esta pregunta es importante porque de eso depende el éxito de un proyecto periodístico estudiantil y, además, porque lo contrario sería que un club hable sobre los eventos de la institución, en cual caso ya no sería un periódico estudiantil sino un medio institucional.

¿Considera al periodismo web como una alternativa para las actividades extracurriculares para los jóvenes estudiantes? ¿Por qué?

Por supuesto. Un periódico web o alternativa digital como medio periodístico para alumnos es, incluso, necesario en una sociedad mediatizada. Los jóvenes están conectados, mediatizados y hay que aprovechar eso.

¿Qué equipos se utilizan o deben utilizarse en un medio digital?

Lo básico es tener equipo que permita recoger material audiovisual: cámaras fotográficas digitales, cámaras de video, grabadoras de audio y un equipo de computadoras con acceso web. Pero esto se puede ajustar a las necesidades del medio, por ejemplo, habrá una propuesta de medio digital estudiantil que se dedique a informar a través de una aplicación como Vine, por ejemplo, en tal caso sólo se necesita un teléfono celular o tablet con acceso web.

Previo la creación de un blog, se impartieron talleres para darles a las estudiantes, las herramientas necesarias para el manejo y publicación de contenido en el blog. ¿Cuáles considera ud. que deberían ser las temáticas impartidas a estas estudiantes?

Creo que debe hablarse sobre escritura para medios digitales, también es importante que se enseñe sobre herramientas digitales, aplicaciones móviles y cómo usar herramientas como cámaras, grabadoras y más. Debe despertarse en la

persona la necesidad de investigar, ya que escribir para un medio digital no debe significar que el producto carezca de fondo, de fuentes y verdad.

Al pasar de la publicación de una revista impresa, a la publicación de contenido en un blog, ¿Cómo es o debería ser la organización del equipo humano para el manejo de esa plataforma web?

Se debe estructurar al personal humano, sin duda. Se debe decidir y asignar roles. Como, por ejemplo, quién estará encargado de subir y graficar la información en el blog (editor web), quien va a tomar las fotos, quien va a asumir el rol de director del proyecto, del editor de contenidos, etc.

El blog creado es un espacio para que el club de periodismo pueda tocar temas de interés propio y no institucional. ¿Cómo debe ser el manejo del contenido dentro de este club de periodismo estudiantil en relación a las herramientas web que se usan?

Como ya lo dije un club de periodismo debe diferenciarse de un medio institucional por una cuestión clave: ¿Qué quieren escribir y leer los Jóvenes? Luego de ese primer paso viene la labor del editor de contenidos que debe servir como filtro para, tampoco, publicar cualquier cosa. Ahí entran en juego las teorías de la comunicación y las categorías que existen para las noticias: importancia, relevancia, novedad, etc.

Teniendo en cuenta el corto tiempo que lleva Matavilela y la receptividad que han tenido, ¿Cuáles son las mejores herramientas para medir la receptividad y la calidad del contenido que se brinda a los usuarios y cuál sería la estrategia que utilizaría para llegar a un público juvenil (estudiantes de colegio) por medio de la web?

Bueno, dos años no es poco tiempo. Un medio digital tiene algunas herramientas para medir la receptividad. Por ejemplo, en algunas plataformas blogs, hay herramientas incluidas que cuentan las visitas diarias que ha tenido un artículo. También hay herramientas externas como las de análisis de Google. Otras maneras de medir es la interacción del público con el contenido, es decir, los comentarios en

el blog o en las redes sociales, las veces que se comparte un artículo en la web a través de Facebook o Twitter, etc.

Llegar a un público joven es difícil, creo que hay que ser creativo. Usando texto y mucho recurso audiovisual. Hay que hablar y tratar temas que a los jóvenes les parecen interesantes y, tratar temas que no les interesa pero usando recursos para que ellos se sientan atraídos.

¿Considera que los alumnos están en capacidad de manejar y monitorear el sitio web y las redes sociales? Y cuales son las herramientas más fáciles con las que podrían trabajar.

Sí, los jóvenes son muy receptivos con todo lo tiene que ver con la tecnología. Hay herramientas de Google que te permite monitorear. Hay herramientas en twitter que te permiten cuantificar el impacto de un artículo en esa red social, igual en Facebook.

¿Cuáles son los errores en los que no debería caer un club de periodismo?

Los errores: convertir al club de periodismo en un medio institucional para hablar de los eventos y logros de la institución. Obviar la opinión del alumno, son ellos los que deben proponer los temas con la guía del editor de contenidos. Tratar muchos temas superficiales: moda, tecnología, dietas, etc. y si lo van a hacer, que se elijan enfoques diferentes a lo cotidiano y profundizar en ellos.

Entrevista a Ivanna Zauzich

Me he dedicado al periodismo desde el 2003. He escrito para Soho, Gestión y trabajé cinco años en diario El comercio cubriendo secciones de Economía y Política. Actualmente soy directora del blog de periodismo gastronómico morderdepiedra.com y Brand Strategist de Céntrico Digital.

¿Cuál es la diferencia entre la redacción web y la de un medio escrito tradicional?

Hoy no debe tener ninguna diferencia sino que deben ser integradas. Las redacciones de un medio impreso solían tener máquinas de escribir y cámaras de rollo, pero eso ha cambiado. Hoy todos son computadoras con sistemas para encajar las notas y esos archivos se imprimen en el papel periódico o revistas.

¿Cuál es la ventaja de la utilización de una plataforma digital como medio alternativo de comunicación?

Lo digital no debe ser lo alternativo, sino un complemento. Es decir, si un medio es fuerte pero sus periodistas no saben tuitear ni transmitir los sucesos en vivo a través de las redes sociales no le está dando un valor agregado a la audiencia. Porque hoy la noticia se lee en el time line de Twitter, muro de Facebook o de Google Plus. La ventaja, entonces, es dar ese valor agregado y agregar inmediatez. En el papel deben ir temas pensados y de largo aliento que quizá alienten a la compra de ese producto.

¿Cuál es la plataforma web que mejor se acopla a las necesidades de un club de periodismo estudiantil?

Según mi experiencia, un Club de Periodismo debe enfocarse en crear contenido, por lo que debería tener un blog -Wordpress o Ning- para mostrar lo que está haciendo y su aporte a la sociedad.

¿Considera al periodismo web como una alternativa para las actividades extracurriculares para los jóvenes estudiantes?

Totalmente y no solo debería ser alternativa, sino una práctica desde que están en el primer año de Periodismo. Salir con sus celulares y contar historias urbanas y paulatinamente construir marca 2.0.

¿Qué equipos se utilizan o deben utilizarse en un club de periodismo digital?

Celulares de última generación, con buenas cámaras y buena memoria para poder descargar aplicaciones para Streaming. Fotos, videos, etc. Además, cámaras digitales para llevar un registro, tablets y laptops.

Previo la creación de un blog, se impartieron talleres para darles a las estudiantes, las herramientas necesarias para el manejo y publicación de contenido en el blog. ¿Cuáles considera Ud. que deberían ser las temáticas impartidas a estas estudiantes?

Es importante la estructura al escribir, redacción web, apuesta multimedia y cobertura en vivo.

Al pasar de la publicación de una revista impresa, a la publicación de contenido en un blog, ¿Cómo es o debería ser la organización del equipo humano para el manejo de esa plataforma web?

Cada periodista debe manejar secciones y dedicarse. la planificación debe ser la misma, solo que para digital deben enfocarse en apuesta multimedia. Es decir, hacer videos, fotogalerías, etc., para contar de una manera más dinámica la historia.

El blog creado es un espacio para que el club de periodismo pueda tocar temas de interés propio y no institucional. ¿Cómo debe ser el manejo del contenido dentro de este club de periodismo estudiantil?

De manera independiente, siendo un medio que cuenta historias ciudadanas con un equipo joven que sale a buscarlas. No se debe incluir nada institucional, porque se pierde interés de la audiencia.

¿Cuáles son las mejores herramientas para medir la receptividad y la calidad del contenido que se brinda a los usuarios y cuál sería la estrategia que utilizaría para llegar a un público juvenil (estudiantes de colegio) por medio de la web?

Contar historias de sus colegios. Ser la voz de ello.

¿Considera que los alumnos están en capacidad de manejar y monitorear el sitio web y las redes sociales?

Y cuales son las herramientas más fáciles con las que podrían trabajar. Claro. De ley debe ir Facebook porque tiene más de 8 millones de usuarios en Ecuador. Las otras dependen del tipo de contenido que comparten.

¿Cuáles son los errores en los que no debería caer un club de periodismo?

Errores de redacción y principios periodísticos como verificación. Tampoco debería hacer cercanía con las fuentes. No importa lo amateurs, el periodismo debe ser recto desde el inicio.