

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE
UNIDAD DE POSTGRADO**



TRABAJO DE POSTGRADO

**“IMPORTANCIA DE LAS PRÁCTICAS EDUCATIVAS EN LA CARRERA DE
LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIONES DE LA
UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA”**

**PRESENTADO POR:
FIDEL ARTURO LÓPEZ EGUIZÁBAL**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:
MAESTRÍA EN PROFESIONALIZACIÓN DE LA DOCENCIA SUPERIOR**

**DOCENTE DIRECTOR:
MASTER JORGE ISMAEL GARCÍA CORLETO**

SANTA ANA

**DICIEMBRE DEL 2010
EL SALVADOR**

CENTROAMÉRICA

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
AUTORIDADES**



**RECTOR
INGENIERO Y MASTER RUFINO ANTONIO QUEZADA SÁNCHEZ**

**VICE-RECTOR ACADÉMICO
MASTER MIGUEL ÁNGEL PÉREZ RAMOS**

**VICE-RECTOR ADMINISTRATIVO
MASTER OSCAR NOÉ NAVARRETE**

**SECRETARIO GENERAL
LICENCIADO DOUGLAS VLADIMIR ALFARO CHÁVEZ**

**FISCAL GENERAL
LICENCIADO RENÉ MADECADEL PERLA JIMÉNEZ**

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE
AUTORIDADES**



**DECANO
LICENCIADO JORGE MAURICIO RIVERA**

**VICE-DECANO
MASTER ELADIO EFRAÍN ZACARÍAS ORTEZ**

**SECRETARIO
LICENCIADO VÍCTOR HUGO MERINO QUEZADA**

**JEFE DE LA UNIDAD DE POSTGRADO
MASTER RAÚL DE JESÚS LÓPEZ GRIJALVA**

INDICE

INTRODUCCIÓN	i
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
A. ANTECEDENTES	1
Historia de la Universidad Francisco Gavidia	1
La carrera de Licenciatura en Relaciones Públicas y Comunicaciones	1
B. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	6
C. JUSTIFICACIÓN	6
D. PROBLEMATIZACIÓN	7
E. OBJETIVOS	8
GENERAL	8
ESPECÍFICOS	8
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	
1 Antecedentes históricos de las Relaciones Públicas	9
1.1 Las raíces de las Relaciones Públicas	9
1.1.1 La currícula de la carrera de Relaciones Públicas de la Universidad Francisco Gavidia	10
1.1.2 Perspectiva Docente y Prácticas Educativas	11
1.1.3 Desarrollo Cognitivo y Aprendizaje Relevante	12
1.1.4 Condiciones para que se produzca un aprendizaje Significativo	16
2 ¿Qué deben enseñar las Escuelas de Comunicación?	16
2.1 Teoría versus prácticas educativas	17
2.1.1 Planes de estudio	17
2.1.2 Traslado de contenidos	18
2.1.3 Transparencia académica	18
2.1.4 Últimas reflexiones	19
2.1.5 La carrera de Comunicaciones en El Salvador	19
2.1.6 Comunicación Audiovisual	19
2.1.7 Objetivos docentes	20
2.1.8 Prácticas profesionales y utopía universitaria	22
2.1.9 Bloggers personales alrededor de los centros universitarios de comunicación	26
2.2 El claustro docente como comunidad de aprendizaje	28
2.2.1 El informe Delors: saber, ser, hacer, y poder hacer en las prácticas profesionales	29
2.2.2 El modelo de Enseñanza para el desarrollo de competencias profesionales	29
2.2.3 La enseñanza en las aulas universitarias	30
2.2.4 Las tareas dentro del aula universitaria: Las prácticas de Enseñanza	30
2.2.5 Modalidades de enseñanza y de aprendizaje	31
2.2.6 Prácticas de Enseñanza de Calidad	32
2.2.9 Los maestros y sus prácticas educativas	35
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	
3 Metodología e instrumentos de investigación	37

3.1 Tipo de estudio	37
3.1.1 Universo o población y muestra	37
3.1.2 Técnicas utilizadas en la recopilación de datos	37
3.1.3 Instrumentos	37
3.1.4 Protocolo de administración	38
3.1.5 Perfil de administradores	38
3.1.6 Procedimiento de análisis e interpretación	38
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	
1 Datos de clasificación de la encuesta realizada a los alumnos de la Universidad Francisco Gavidia	39
2 Análisis comparativo de entrevistas efectuadas a catedráticos y su respectiva interpretación	47
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
1 CONCLUSIONES	67
2 RECOMENDACIONES	69
3 Propuesta para mejorar las prácticas educativas de la Licenciatura en Relaciones Públicas y Comunicaciones de la Universidad Francisco Gavidia	70
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72
ANEXOS	75

Agradecimientos

- A Dios por guiarme en este trabajo arduo y lleno de sacrificios, por no dejarme perder la fe ante los obstáculos que se me presentaron en esta tesis.
- A mis padres Rafael Alfonso López Calderón y Berta Clementina Eguizábal de López ambos de grata recordación, por haberme dado la oportunidad de realizarme como profesional.
- A mi esposa Claudia Carolina Villatoro, quien me enseñó a nunca desfallecer y seguir adelante hasta llegar al final.
- A mis hijas Blanca Julia, Emilia Clementina, Carolina Maite y Alejandra Valeria, quienes han sido una inspiración durante el proceso de estudios en la carrera.
- A mi suegra Ana Julia Hernández de Villatoro, quien me ayudó en muchas circunstancias a no quedarme en el camino.
- A María del Rosario Eguizábal Aguirre (Mamá Chayito), quien estuvo atenta en esta etapa de mi vida profesional.
- A Gloria Elsa Luna de Arias, Jorge Horacio Eguizábal, quienes me apoyaron en muchas circunstancias.
- Al tutor MED. Lic. Jorge Ismael García Corleto, quien fue un guía ejemplar y clave en la etapa final de la Maestría.
- A mis compañeros de estudio, en quienes aprendí una lucha individual para seguir adelante.

INTRODUCCIÓN

La investigación presentada, es sobre las prácticas educativas realizadas en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la Universidad Francisco Gavidía, el punto de partida es haber indagado sobre los cambios que otras universidades realizan en la carrera de comunicaciones; además de verificar los comentarios y sugerencias realizadas por los alumnos y catedráticos de la universidad.

Las universidades vanguardistas han tomado aspectos fundamentales en la enseñanza aprendizaje, todas aplican lo siguiente: la educación, investigación y proyección social. Por tanto, el enfoque es sobre las prácticas educativas y la transformación que los alumnos tienen a lo largo de su proceso académico en la universidad.

En la Universidad Francisco Gavidía, la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones, ha tenido cambios estructurales, tanto en su currícula, personal académico e infraestructura. Las prácticas educativas han sido el aspecto importante de mejorar. La investigación se detalla en sus respectivos capítulos de la siguiente forma, a saber:

En el capítulo I, se hace referencia al planteamiento del problema, definición del problema, justificación de la investigación y los objetivos.

En el capítulo II, se detalla el marco teórico, una descripción general acerca de las temáticas correspondientes que deben poseer las carreras de comunicación, tales como: historia y definiciones de relaciones públicas, teorías pedagógicas, laboratorios de televisión, radio, fotografía, redes sociales, blogs y otras herramientas educativas y temáticas que ayudan al mejoramiento de las prácticas educativas.

En el capítulo III, se establecen aspectos referentes a la metodología utilizada, qué tipo de estudio es y los instrumentos que se tomaron en cuenta para recolectar la información pertinente.

En el capítulo IV, análisis e interpretación de datos, se verifica a través de gráficas los resultados sobre la encuesta pasada a los alumnos sobre las prácticas educativas; además se presenta los datos sobre las entrevistas realizadas a los catedráticos sobre su percepción sobre la carrera y sus prácticas educativas.

En el capítulo V, conclusiones y recomendaciones, estas se establecieron en relación con los objetivos planteados para la presente investigación, y en las recomendaciones, se incluye un breve perfil de la propuesta de prácticas educativas que el investigador elaboró a partir de los hallazgos.

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

A. ANTECEDENTES

Historia de la Universidad Francisco Gavidia

Desde que la Universidad abrió sus puertas al primer grupo de estudiantes el 7 de marzo de 1981, la historia de la institución no sólo se ha escrito, sino que está reflejada en su obra física, en su trayectoria académica, en su aporte investigativo, en su contribución a la sociedad formando profesionales competentes y responsables de su desempeño, así también como en los logros obtenidos por medio de su proyección social, y su compromiso con los sectores poblacionales más necesitados. Una ruta institucional que cubre más de un cuarto de siglo de prestar servicio a la nación con el más grande propósito; la formación de capital humano que se necesita para enfrentar los retos que demanda el desarrollo económico y social del país y de la región, en un ambiente de competitividad cuyos horizontes se determinan por los avances científicos y tecnológicos contemporáneos.

Esa historia se ha venido construyendo a medida que el devenir de los acontecimientos ha marcado puntos o pautas de trascendencia en la vida de la UFG. Los períodos de mayor importancia cubren ciclos similares en duración, pero de significado diferente. En esa línea de tiempo, el primer período se delimita desde 1981 a 1990, el segundo incluye la transición en el año 1990 al 1999 y el tercer periodo comienza en el año 2000 al presente.¹

La carrera de Licenciatura en Relaciones Públicas y Comunicaciones

La Universidad Francisco Gavidia analizó la necesidad de abrir la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones, tanto en la sede central San Salvador como en el Centro Regional de Occidente (CRO). La carrera está siendo ofertada desde el año 1993 por la Facultad de Ciencias Económicas.

La Universidad Francisco Gavidia no dispone de una Escuela de Comunicaciones o una Facultad de Comunicaciones y Periodismo, este es el primer motivo que se analizó incorporar la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones en la mencionada Facultad; además de ser la única carrera enfocada a las comunicaciones. En la Universidad Francisco Gavidia, no hay una facultad de Humanidades, mientras tanto, las indagaciones muestran que en otras universidades la carrera de Comunicaciones está incorporada en la facultad mencionada. Esta carrera, debería de estar ofertada por la Facultad de Ciencias Sociales de la UFG.

Desde su creación, la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones, ha tenido que estructurar planes de enseñanza, por aspectos que demandan los

¹ <http://www.ufg.edu.sv/historia.html?expandable=1>. Octubre 8 de 2009.

cambios en las carreras, para que el aprendizaje vaya ambientándose a los cambios tecnológicos, sociales y culturales.

Según el comunicólogo Jesús Martín Barbero, la carrera de las comunicaciones ha ido evolucionando, a saber: “Reflexionar hoy sobre la enseñanza en nuestras Escuelas y Facultades de Comunicación resulta doblemente importante. En primer lugar, por la aplicación de diversos modelos pedagógicos, teorías y metodologías a lo largo de la última década, ensayándose con ello ciertas alternativas, con lo cual se estaría empezando a sentar las bases de lo que en otras profesiones significa la tradición académica. En segundo lugar, porque el campo de la comunicación se ha ido definiendo al ritmo y según las exigencias propias de la industria cultural, del mercado, del desarrollo político y los movimientos sociales en cada país.

Se posee experiencia académica por evaluar y tenemos contingentes de egresados que se encuentran desempeñándose en el medio profesional. Más aún, la investigación en América Latina ha ido generando un campo intelectual propio, tal como la figura del comunicador es una realidad en el trabajo de producción.

Esto obliga como tantas otras veces a volver sobre sus propios pasos y se hacen preguntas con el respaldo de la experiencia. ¿El comunicador social que se forma es un intelectual, un artista, un productor, un técnico? ¿En qué medida la realidad del país está presente en la formación del estudiante y le permite al egresado ubicarse de mejor manera en la sociedad? ¿En qué puntos y temas se vienen encontrando con las preocupaciones de otros estudiosos de las ciencias sociales o de las ciencias humanas en general, en la comprensión de lo que ocurre en el país? ¿Es posible seguir siendo críticos en un momento en que la tecnología fascina, el individualismo cunde, la solidaridad pareciera innecesaria, y tenemos que olvidarnos del “otro”? ¿Qué ocurrió con aquella forma de ser críticos que tuvo su campo en la llamada comunicación popular o alternativa?.

Preguntas y problemas abundantes, pero también grandes retos para todos quienes seguimos convencidos de la función social que tiene la Universidad en nuestros países, y en el mío en particular, cuya crisis profunda pone en juego aspectos nodales de nuestra identidad”.²

Cabe destacar que esta carrera no se encierra sólo en aspectos teóricos como escribir un artículo y publicarlo en una revista o periódico, el profesional, debe tener experiencias tecnológicas para poder llevar la información a través

² Quiroz, Teresa, Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. FELAFACS. Perú (Diálogos de la Comunicación Edición N.31) Mayo – Agosto 2007.

de plataformas tecnológicas como páginas web, blogs, tecnologías de la información, entre otros. La sociedad ha cambiado y para poder influenciar en esta, el comunicólogo moderno debe estar al unísono con lo moderno. Si no, quedará en el olvido como aquellos viejos libros empolvados en el baúl de los recuerdos.

Barbero destaca el campo cultural en los medios de comunicación: “En el campo cultural los medios masivos compiten con la escuela en tanto proponen otro tipo de interrelación con los educandos y la ilusión de la modernidad a través del acceso a la tecnología. Transmiten a su vez una estética visual, formadora de referentes paralelos a los escolares, la que determina una agudización de las diferencias sociales. Asimismo acercan visualmente a los jóvenes a paisajes, hechos y obras para el establecimiento de una relación con el público que legitima al entretenimiento y al ocio, liberándose del juicio peyorativo que le atribuyó la vieja cultura”.³

El Salvador, no se puede quedar atrás, se han traspasado las barreras culturales en el campo de las comunicaciones, se tiene diversidad de culturas en la región y en cada una de ellas los aspectos informativos llegan y se quedan en el lector, televidente o radioescucha.

Con respecto al campo de las tecnologías, se sabe que los alumnos necesitan contar con prácticas educativas con tecnologías modernas, deben saber operar cámaras fotográficas digitales y ya no análogas como se hacía hace unos años. Los alumnos deben saber manejar softwares de computación como: Photoshop; en el mundo de la televisión, deben emplear en la edición programas como: Afterefects; en la radiodifusión deben saber editar la música con programas modernos; en el aspecto de edición de revistas y periódicos, deben saber programas como Corel Draw, Freehand, entre otros programas.

Un comunicador moderno es capaz de realizar un trabajo periodístico con tecnologías modernas, con ello es capaz de redactar la noticia, tomar fotos o videos, de editarlas con la ayuda de una computadora personal y de enviarla a su destino final en cuestión de minutos.

Los medios de comunicación han cambiado su forma de transmitir, la televisión, de una forma análoga a digital; los periódicos están desapareciendo físicamente, existen más de forma digital o electrónicos; las radios son más fácil que operar con tecnologías modernas, ahora podemos escuchar una emisora de cualquier país a través de Internet.

³ Quiroz, Teresa, Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. FELAFACS. Perú (Diálogos de la Comunicación Edición N.31) Mayo – Agosto 2007.

Por tanto, los profesores pueden ocupar estas tecnologías en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Esto facilita más el aprendizaje; ya que con estas herramientas se realicen videos, programas radiales realizados en forma on line, softwares especializados, etc. Si es cierto que aún la Universidad Francisco Gavidia, está en un proceso de cambios, en donde esto se podrá ir realizando paso a paso.

Un ejemplo a tomar son las prácticas educativas que realizan los alumnos en la Escuela de Comunicaciones Mónica Herrera, en donde la teoría es llevada a la práctica de una forma más significativa, debido a que los alumnos se adentran en las diferentes asignaturas a una verdadera práctica educativa. Eso es lo que se quiere abordar en esta temática, que la teoría se convierta en practicidad. Esta no es una carrera de letras o números, es una carrera en donde abarca todos los medios de comunicación.

El investigador de la Universidad Iberoamericana de México, Guillermo Orozco Gómez, manifiesta que "en el campo educativo el planteo es alfabetizarse en materia computacional; pero la introducción de la computadora en la escuela, sigue una racionalidad pedagógica o una racionalidad tecnológica?". Por otra parte, Jesús Martín Barbero proponía en los años setenta pasar de los medios a las mediaciones (Barbero, 1987), es decir, dejar de centrar el fenómeno de la comunicación en los medios, y otorgarle importancia a la relación de esos medios con la cultura, con el contexto social y especialmente con el acto de recepción⁴.

Según Jesús Martín Barbero "el paradigma hegemónico se sustenta en una fragmentación del proceso de comunicación al de transmisión de una información, mejor dicho, reduce aquél a éste".⁵

Con respecto a los medios digitales, el autor citado establece cinco ámbitos de mediación, que se pueden resumir en dos: uno que tiene que ver con la búsqueda de información en las redes, y otro que se relaciona con la producción de información. Dice el autor: "no se trata sólo de extraer información, sino también, y fundamentalmente, de aportarla". En definitiva, se trata del paso de consumidor a productor.

En un contexto económico en el que el conocimiento adquiere rasgos de producto de consumo masivo, la propuesta de la mediación pedagógica es la de utilizar ese producto, analizarlo en su contexto y en su relación con el entorno social y cultural. Pero sobre todo, la mediación pedagógica se trata de brindar las herramientas para poder producir información con el "valor agregado" que otorga la educación. El profesor ya no será un transmisor de conocimiento sino,

⁴ <http://www.razonypalabra.org.mx/n63/falbarello.html>

⁵ Barbero, Jesús Martín, De los Medios a las Mediaciones, Colombia, quinta edición, editorial Gustavo Gili, 2003, pág. 284.

sobre todo, un mediador y un facilitador de la apropiación de saberes críticos por parte de sus alumnos."

Según Francisco De la Torre Zermeño, un profesor debe poseer los siguientes atributos:

- ✓ Competencia científica: esto significa que es experto en la materia que ha de enseñar.
- ✓ Capacidad didáctica: se refiere a la aptitud o suficiencia para transmitir conocimientos; debe dominar las técnicas y métodos de enseñanza habitual.
- ✓ Competencia psicológica: el profesor posee la aptitud para captar los sentimientos de los demás y saber tratarlos.⁶

La Universidad Francisco Gavidia, modificó el Plan de la carrera de Licenciatura en Relaciones Públicas y Comunicaciones desde el ciclo 01-2010, en donde se incorporó en a currícula de los Planes de Estudio nuevas asignaturas; además las asignaturas propias de la carrera se reforzaron con temáticas modernas y con ello, se incrementará la práctica educativa, con el objetivo que la oferta académica sea percibida por los estudiantes como apta para poder aplicarlos en el futuro. Se ha planeado también abrir una carrera nueva, Licenciatura en Comunicación Corporativa, la cual se aprobó en el año 2010 por el Ministerio de Educación (MINED) y será otra opción en comunicaciones.

Los 770 alumnos inscritos hasta el ciclo 01-2010, necesitan evidentemente tener prácticas de laboratorio y de campo, asistida y autónoma, las cuales permiten capacitarlos de la mejor manera. En el presente ciclo, los alumnos de esta carrera, tuvieron que enfrentar una transición de cambios entre los pensum anteriores al actual, en donde los alumnos desde el primer ciclo, tienen prácticas educativas más constantes y acordes a la realidad.

Para realizar esta investigación, se partió de las opiniones de los estudiantes y los docentes, quienes reconocieron que se necesita de prácticas en el área de las relaciones públicas y de las comunicaciones, por tanto es evidente que tiene que haber una planificación o un proyecto para incorporar las prácticas en mencionada carrera.

La Universidad Francisco Gavidia, ha tenido la práctica educativa en las investigaciones de cátedra, en donde asignaturas como: Técnicas Audiovisuales, tienen en su programa de estudio la programación en el ciclo de incorporar enseñanzas prácticas en televisión y todo lo concerniente a la comunicación audiovisual. Acá es en donde los maestros tienen que llevar a los alumnos a visitas a canales de televisión.

⁶ De la Torre Zermeño, Francisco. Doce lecciones de Pedagogía, educación y didáctica, editorial Alfaomega, primera edición, México, 2005, Pág. 25

En la cátedra de Redacción para Medios de Comunicación, se presentó como muestra que los alumnos pueden realizar prácticas: la revista física “Mentes Globales”, su edición y redacción fue elaborada por los alumnos de la cátedra mencionada. La revista fue interrumpida, debido a que la asignatura no se imparte todos los ciclos del año. Las visitas a los medios de comunicación, a imprentas y agencias e publicidad son las pocas prácticas que los alumnos han tenido durante su carrera. Su práctica se imparte en pocas cátedras, dependiendo de la iniciativa con que cuenta el profesor.

B. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

En la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones inscrita en la facultad de Ciencias Económicas, se determinó que los alumnos necesitan mejorar y tener prácticas en las asignaturas de su respectiva especialidad, a saber: Técnicas Audiovisuales, Técnicas de Impresión para Medios Impresos, Opinión Pública Relaciones Humanas y Públicas, Relaciones Públicas, Ciencias de la Comunicación I y II, Comunicación Empresarial, Redacción para Medios de Comunicación.

Al consultar con los alumnos de la carrera, en especial a los de último año, se indagó que éstos necesitan de prácticas educativas en las asignaturas de la especialidad, por ende, es necesario que el decanato de Ciencias Económicas de la Universidad Francisco Gavidia se interese en implementar las prácticas educativas para preparar mejor a los alumnos en el mundo laboral al egresar de la mencionada carrera de estudios.

C. JUSTIFICACIÓN

En este mundo globalizado, el profesional en esta área debe mantener un contacto con todos los medios de comunicación y conocer todos los avances tecnológicos.

La falta de prácticas educativas en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones, exhorta a realizar una investigación que recopile información para que sea ejecutada en ésta.

Al no prepararse bien en las prácticas educativas durante su estancia en la universidad, a los alumnos se les genera consecuencias en el aprendizaje; además de no llevar a la práctica laboral los conocimientos indispensables para el buen desempeño. La Universidad Francisco Gavidia se beneficiará al poner en marcha una nueva planificación en las prácticas educativas que realizan los alumnos.

Por tanto, se necesita tener profesionales egresados con la capacidad de dirigir en diferentes áreas de desempeño como: ejecutivo de alto nivel, consultor de empresas de relaciones públicas, empresario, gerente de Relaciones Públicas, productor de televisión, director de medios de comunicación, entre otras

actividades. Lo anterior como se mencionó, implica estructurar y mejorar las prácticas de los estudiantes en las asignaturas que lo ameriten.

Además, se verificó que en el tesario de la Universidad Francisco Gavidia, no existen investigaciones referentes sobre las prácticas educativas en la carrera de Relaciones Públicas. Nada más hay tesis que versan sobre planes de imagen corporativa, y otras investigaciones referentes a las comunicaciones.

D. PROBLEMATIZACIÓN.

A continuación, se presentan algunas preguntas realizadas a 46 alumnos de último año de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones, para verificar el grado de satisfacción de aprendizaje que tuvieron al finalizar la carrera. Las cátedras en las que se efectuó las encuestas son: Técnicas Audiovisuales, Técnicas de Impresión de Medios Impresos y Redacción de Medios impresos.

¿En cuáles asignaturas realizó las prácticas educativas?

¿Es necesario realizar prácticas educativas fuera de la Universidad?

¿Es necesario realizar prácticas educativas de laboratorio de televisión en la Universidad?

¿Es necesario realizar prácticas educativas de laboratorio de radio en la Universidad?

¿En cuáles asignaturas hacen falta prácticas educativas?

¿Qué aprendizaje ha tenido en las asignaturas de la carrera con respecto a prácticas educativas?

¿Es necesario incorporar diplomados o cursos de reforzamiento en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones?

¿Debería de haber un periódico universitario?

¿Debería de editarse una revista universitaria?

¿Practicó usted en el laboratorio de fotografía de la UFG?

¿Sería importante cambiar la currícula de la carrera de Relaciones Públicas para mejorar la carrera?

¿Qué cursos de especialización deberían de incorporar la UFG después de egresar de la carrera?

¿Qué cambios considera que deberían de haber en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones?

E. OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

Identificar las prácticas realizadas por los alumnos de la carrera de RR.PP. en el plan de estudios implementado.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Descubrir en cuáles asignaturas se imparte práctica en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones.
2. Describir la naturaleza de dicha práctica en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones.
3. Plantear una propuesta que permita incrementar el grado de aprendizaje de los alumnos en las prácticas educativas de las asignaturas de la especialidad.

1. Antecedentes históricos de las Relaciones Públicas

Se llama relaciones públicas (RR.PP.) a la disciplina encargada de gestionar la comunicación entre una organización y un mapa de públicos clave para construir, administrar y mantener su imagen positiva. Es una disciplina planificada y deliberada que se lleva a cabo de modo estratégico. Tiene la característica de ser una forma de comunicación bidireccional, puesto que no sólo se dirige a su público (tanto interno como externo) sino que también lo escucha y atiende sus necesidades, favoreciendo así la mutua comprensión, y permitiendo que se use como una potente ventaja competitiva a la hora de pretender un posicionamiento. Esta disciplina se vale de la publicidad, la información y la promoción no pagada para realizar su cometido.

Las relaciones públicas consisten en ese conjunto de actividades e iniciativas (en su mayoría comunicaciones) que una organización desarrolla y persigue para dar de sí misma una imagen positiva con el fin de asegurarse el favor (la preferencia) y la simpatía del público en general o de determinados públicos.⁷

La idea básica de este nuevo rumbo es que quien lleve adelante este desafío sea el director de comunicaciones y que de ahí provenga la organización, en donde los fines de las acciones y políticas de comunicación sean compatibles a los de la institución. Es importante tener en cuenta que la actual posición de la comunicación y las RR.PP. está a la orden del día para los “públicos”, esto quiere decir que como empresa o institución es importante estar “más que presentables” ósea estar siempre predispuestos a la audiencia.

Hoy los nuevos canales de comunicación son los “ciberespacios” como redes sociales, blogs, etc., estos dan a la comunicación la oportunidad de estar siempre presentes, de renovarse continuamente y de ser creativos. Tomemos este desafío como ventaja para las RRPP, utilizando las nuevas tendencias como una gran herramienta para obtener una buena imagen.⁸

1.1 Las raíces de las Relaciones Públicas

Las relaciones públicas son un fenómeno típico del siglo XX cuyas raíces se pueden rastrear a lo largo de la historia; en cierto sentido, son tan antiguas como la propia comunicación.

Las Relaciones Públicas intentan desarrollar un clima de aceptación, buena voluntad, confianza, familiaridad y cordialidad entre los autores de los intercambios de bienes y servicios, facilitando así las transacciones de bienes por dinero que se intentarán generar a través de las acciones de venta.

⁷ Caldevilla Domínguez, David, Manual de relaciones públicas, España, editorial Visión net, Madrid, 2007, pág. 21

Las Relaciones Públicas ayudan al mejoramiento de la imagen en una organización, es por ello que esta investigación ayudará al fortalecimiento de los alumnos para que puedan poner en la práctica laboral los conocimientos aprendidos en la universidad y se encaminen al mundo empresarial a mejorar la “imagen institucional” de la misma. Aunque es evidente que en el país no existe una asociación de relacionistas públicos o una entidad que respalde la carrera, nada más las universidades que la imparten se responsabilizan por cumplir los objetivos de la carrera.

Es importante destacar que esta investigación al aplicarla, se analiza que instituciones del gobierno y privadas, han visto la necesidad de implementar el área o departamento de las relaciones públicas para poder mejorar su imagen; por ello los alumnos deben prepararse mejor para su desempeño profesional.

Toda empresa tiene que velar por sus aspectos éticos empresariales, con ello se hace hincapié que las relaciones públicas se han implementado para respetar las políticas del gobierno y por ende las de las empresas.

1.1.1 La currícula de la carrera de Relaciones Públicas de la Universidad Francisco Gavidia

La carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones presenta cambios estructurales en el Plan de estudios correspondiente al año 2010, enfocándose en el conocimiento de los nuevos procesos comunicativos en la sociedad de la información para poder conjugar la teoría y la práctica; por tanto, el profesional graduado podrá desempeñarse eficazmente en los campos de acción de aplicación de la carrera.

En el ciclo 01-2010, se aplicó un nuevo pensum, en donde se efectuó una reingeniería en la carrera, los alumnos tanto de los planes antiguos y nuevo, han manifestado la satisfacción, que sí habrán cambios al observar la carrera, con asignaturas nuevas. Al tener en el presente año, un pensum nuevo, los alumnos han aplicado a cambiarse de otras carreras a la de Relaciones Públicas y Comunicaciones. Aspecto que se ha contemplado en las estadísticas internas de la UFG.

El nuevo pensum contiene asignaturas nuevas, las cuales ayudarán a formarse profesionalmente con las nuevas tecnologías utilizadas en las comunicaciones. La carrera proporciona un aprendizaje práctico de los medios de comunicación, tanto televisivo, radiofónico y escrito; además se refuerza el conocimiento de las relaciones públicas, así como la redacción tanto para el área comunicacional de una empresa como en los medios de comunicación social.

Además, se enseña el manejo de softwares de aplicación en el mundo empresarial y medios de comunicación, esto es porque los mismos medios de comunicación emplean tecnologías avanzadas para informar inmediatamente.

La praxis en la carrera será fundamental para desarrollar sus conocimientos teóricos aprendidos en el salón de clases, se pretende que mencionadas prácticas sean las idóneas y las que se emplean en las empresas tanto públicas como privadas y por ende los medios de comunicación. Por tanto, los comunicólogos graduados en esta área, podrán desarrollarse en todo tipo de medios de comunicación o desempeñarse en las organizaciones que requieran de esta disciplina indispensable para mejorar tanto su imagen interna como externa⁹.

En el anexo No. 3, se presenta el Plan curricular 2010, la carrera en Licenciatura en Relaciones Públicas y Comunicaciones, el cual avaló el Ministerio de Educación, y fue puesto en vigencia a partir del ciclo 01-2010.

1.1.2 Perspectiva Docente y Prácticas Educativas

El concepto de "perspectiva" alude al conjunto de ideas y acciones coordinadas que una persona utiliza para actuar o resolver un problema en una circunstancia dada. Hace referencia a la forma habitual de pensar y sentir de un sujeto. Becker y otros desarrollan el concepto de perspectiva para el estudio de los procesos de enseñanza y los concibe como una compleja química en la que se conjugan dialécticamente creencias, valoraciones y comportamientos.

Las perspectivas tiene dos rasgos característicos: son específicas de una situación determinada, no se generalizan a una infinidad de circunstancias, y por otra parte, se disponen como un sistema colectivo compartidas por un grupo social dado, los docentes de primer año de las Carreras de Licenciatura en Sistemas de Información y Licenciatura en Sociología. Desarrollan un papel central y determinante en la manera en que los docentes enfrentan los hechos y exigencias propios del contexto universitario, específicamente las surgidas en el escenario áulico, y referidas al diseño, planes y ejecución de los procesos de enseñanza.

Esta perspectiva se construye a partir de tradiciones y de las experiencias particulares, en el marco de las interacciones de las personas. En el caso de los docentes se generan en los espacios de formación y en los espacios de articulación y elaboración del currículum, que facilita y propicia la cultura institucional de la Universidad. Es decir, se constituyen en una cultura docente particular, entendiendo por la misma al "conjunto de creencias, valores, hábitos y normas dominantes para determinar lo que dicho grupo social considera valioso en su contexto profesional, así como los modos políticamente correctos de pensar, sentir, actuar y relacionarse entre sí" (Pérez Gómez 1999) Pág. 162.

⁹ Plan de estudio 2010 carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones UFG.

El docente para afrontar las diversas y heterogéneas problemáticas planteadas en el espacio educativo (en la presente investigación "mala base de los alumnos ingresantes, excesivo número de alumnos por clase) estructura sus actos, ajustándose a un conjunto de conocimientos asimilados a lo largo de su trayectoria personal y profesional. Su práctica "conjunto de actividades que se organizan día a día por parte del maestro, en los que se conjugan habilidad, valores y conocimientos concretizados en estrategias didácticas" Es también un punto de enlace de trayectorias profesionales y biográficas, siempre mediados, tamizados por las perspectivas que le permiten a éste, interpretar y definir las exigencias institucionales.

Esta práctica docente está inscrita y limitada por las prácticas educativas, surgidas en la cultura universitaria que un grupo social "pone en marcha para asegurar el desarrollo de las personas y la supervivencia del propio substrato cultural". Prácticas educativas definidas por los currículums oficiales, las secuencias, los períodos temporales, las políticas, la tecnología, los modos de interacción, en suma, definidos y delimitados por la cultura universitaria.

Dada la imbricación descrita de las perspectivas con la práctica educativa y la propia práctica docente, aquellas se disponen como herramientas conceptuales idóneas para estudiar de qué manera impactan éstas (prácticas educativas) en el desarrollo cognitivo de los alumnos.

1.1.3 Desarrollo Cognitivo y Aprendizaje Relevante.

Para abordar el núcleo conceptual de Desarrollo Cognitivo seguimos la teoría de Vigotsky en la cual se formula dos líneas de desarrollo: la línea natural y la línea social del desarrollo.

A diferencia de la teoría de Piaget, la teoría de Vitgotsky estaba construida sobre la premisa de que no se puede entender el desarrollo individual sin hacer referencia al medio social, tanto institucional como interpersonal, en el que el niño está inmerso.¹⁰

La línea Natural de Desarrollo hace referencia a la maduración natural, biológica que todos los miembros de la especie experimentan de forma normativa, el desarrollo natural viene determinado por la genética, y en el mismo se incluye los procesos psicológicos elementales (son todas las sensaciones, percepciones, atención no conciente, memoria natural, reacciones emocionales básicas, etc.). Procesos comunes a todos los integrantes de la especie humana que ocurren sin intervención de la voluntad, sino que responden y son controlados por estímulos ambientales (Vitgostky 1978).

¹⁰ Berrocal, Pablo Fernández, La interacción social en contextos educativos, España, editorial Siglo XXI, 1995 pág.102

En cambio la línea Cultural del Desarrollo viene influida por las experiencias sociales y culturales que se le brinda al individuo en procesos de desarrollo. Esta línea es la que da origen a los Procesos Psicológicos Superiores (lo específicamente humano). Entre los procesos se incluyen la atención activa y conciente, el pensamiento abstracto, la memoria voluntaria, la afectividad, y por ende el lenguaje. La característica distintiva de estos procesos es su carácter mediatizado por signos, el lenguaje, hecho que conduce a su ejecución autorregulado y conciente. Según la teoría de Vigotsky, estos procesos psicológicos superiores aparecen siempre, primero en un plano social, interpersonal, y más tarde en un plano intrapersonal. Es decir, que estos signos son internalizados y el sujeto es capaz de activar estos procesos de manera autónoma y privada. Esto hace necesario la relación social con miembros de la especie más competentes.

Vigotsky distingue el aprendizaje del desarrollo. En contraposición a Piaget que considera que el desarrollo o maduración es una condición previa al aprendizaje. Es decir que el niño logrará determinados aprendizajes en función del desarrollo alcanzado. Vigotsky postula que los procesos de aprendizaje van a estimular los procesos de desarrollo. El aprendizaje debe constituirse entonces, en un momento interno y necesario de los procesos de desarrollo. Esto nos lleva a plantear la categoría conceptual de Vigotsky de Zona de Desarrollo Próximo. Una teoría como la propuesta determinante en el proceso de aprender. Se trata de una zona en la que la interacción y la apropiación se correlacionan y juegan el armazón de la posibilidad del desarrollo.¹¹

Distingue un nivel de desarrollo real, aquel en el cual, el niño actúa autónomamente, y un nivel de desarrollo potencial, es decir, aquel espacio en el que el niño es capaz de resolver una situación con ayuda de un adulto o de alguien más competente que él. Planteando que la zona de desarrollo próximo es la distancia existente entre estos dos niveles. "Lo que crea la zona de desarrollo próximo es un rasgo esencial de aprendizaje; Es decir, el aprendizaje despierta una serie de procesos evolutivos internos capaces de operar solo cuando el niño está en interacción con las personas de su entorno y en cooperación con algún semejante" (Vigotsky 1978, Pág. 138, 139). Por ende contextos educativos y sus prácticas, las interacciones sociales, presentes en la vida de los sujetos, dirigen y dan fuerza al desarrollo.

Según Vygotsky, "en cualquier nivel de desarrollo existen algunos problemas que el niño está a punto de poder resolver; lo único que necesita son ciertos indicadores, estructura, recordatorios, ayuda para recordar los detalles o pasos y motivación para perseverar".¹²

¹¹ Picardo Joao, Oscar, Diccionario Enciclopédico de Ciencias de la Educación, 2da. Edición El Salvador, 2008, Centro de Investigaciones en Ciencias y Humanidades (CICH), Universidad Dr. José Matías Delgado pág. 486

¹² Woolfolk, Anita, Psicología Educativa, México, editorial Pearson, 2010, pág. 47

Desde este enfoque socio- cultural no se puede entender al desarrollo cognitivo, como algo ajeno al contexto en el cual se produce; El conocimiento se produce en un contexto particular con una determinada forma de vinculación social y prácticas sociales que inducirán al desarrollo. Siguiendo la perspectiva de "la cognición situada" se considera al contexto, en tanto actividad, como inherente a los procesos de aprendizaje y desarrollo. En línea a los planteamientos de Vigotski consideran tanto a los factores culturales como al funcionamiento intersubjetivo como inherentes al desarrollo y al aprendizaje.

Según Piaget, refiriéndose a la relación maestro alumno, manifiesta "es un simple transmisor de un saber al alcance de todo el mundo. En otras palabras: se considera que un buen maestro enseña lo que se espera de él, ya que está en posición de una cultura general elemental y de algunas recetas aprendidas que le permiten inculcarla en el espíritu de los alumnos".¹³

Para investigar el aprendizaje en el plano comunitario fue necesario tomar en cuenta "la estructura institucional, las tecnologías culturales de la actividad intelectual, (en la escuela o en el trabajo) la necesidad de reconocer que la planificación implica propósitos, constricciones culturales, recursos, valores relacionados con los medios adecuados para alcanzar metas (tales como la improvisación versus planificación de todos los movimientos, antes de comenzar un acto y herramientas culturales, como mapas, lápices, y sistemas matemáticos y lingüísticos).

Los significados se construyen dentro de un contexto cultural (a través de la comunicación intersubjetiva) que ofrece recursos, instrumentación, estrategias y valores que legitiman las prácticas individuales. "Cada individuo construye sus esquemas de representación y actuación a partir de los esquemas de interpretación y acción legitimados en su comunidad cultural... las representaciones simbólicas individuales son en definitiva, apropiaciones singulares de las representaciones simbólicas colectivas". Desde este enfoque socio-cultural esta apropiación no debe entenderse como un proceso mecánico, al estilo conductista, sino que implica en tanto interiorización, una construcción activa por parte del sujeto.

Toda universidad debe estar organizada en muchos aspectos, por tanto se hace referencia "a la neguentropía o entropía negativa, la cual conduce al sistema a mantener el orden, la organización y la vigencia de los objetivos por los cuales fue creado".¹⁴

Aprendizaje Relevante. Para desarrollar el presente concepto se hace necesario definir el aprendizaje desde la concepción constructivista, como "proceso activo desde el punto de vista del alumno, en el cual, éste construye,

¹³ Piaget, Jean, Psicología y Pedagogía, España, editorial Ariel, 2001, pág.

¹⁴ Tamayo Alzate, Alonso Sistemas de información, Universidad Nacional de Colombia, enero 2000, pág. 30.

modifica, enriquece y diversifica sus esquemas de conocimiento con respecto a los distintos contenidos "disciplinares" a partir del significado y el sentido que puede atribuir a esos contenidos y al propio hecho de aprenderlos. Esto nos obliga a su vez, realizar una nueva distinción en la teoría del aprendizaje plasmada por Ausubel (1963-1968) en donde distingue el aprendizaje memorístico, del aprendizaje significativo.

Una razón que los alumnos suelen desarrollar una actitud de aprendizaje memorista al aprender contenidos potencialmente significativos, es que a partir de unas experiencias previas desafortunadas, aprenden que las respuestas sustancialmente correctas que no se ajustan de una manera literal a lo que se expone el enseñante o a lo que se expresa en los libros de texto no recibe ningún reconocimiento por parte de ciertos enseñantes.¹⁵

El aprendizaje memorístico es aquel en el que el alumno logra retener información por medio de la asociación espontánea o intencional entre los elementos de la realidad aunque esta asociación no implique un vínculo lógico con la naturaleza de su significado. Si bien es útil tiene serias limitaciones porque no permite ni la expansión, ni la transferencia de lo aprendido. Forma parte de la memoria episódica, y su recuperación no requiere de un proceso sistemático, ni razonado.

Mientras que el aprendizaje significativo, es aquel en el que el alumno incorpora la información estableciendo relaciones lógicas con los contenidos previos por lo tanto forman parte de la memoria semántica y se pueden expandir a diferentes situaciones y problemas. "Es el tipo de aprendizaje que permite la utilización creadora y crítica del conocimiento, a través de la inducción, la deducción, y la traducción. Y que, por su carácter lógico y significativo, posibilita un crecimiento sin límites".

A partir de esta distinción se sitúa al aprendizaje relevante, como un tipo particular de aprendizaje significativo capaz de provocar la reconstrucción de los esquemas habituales de conocimiento del sujeto. "El aprendizaje significativo de contenidos académicos no siempre tiene la virtualidad de provocar la reconstrucción de las ideas previas o conceptos intuitivos que los alumnos han elaborado en su vida cotidiana.

Puesto que solamente el aprendizaje relevante es capaz de provocar desarrollo cognitivo las prácticas educativas deben entenderse como una ayuda a ese proceso de aprendizaje. Y esto nos lleva a proponer la "ayuda educativa" tal como la entiende Coll, que se ajuste a las necesidades del alumno. Y que debe cumplir con dos requisitos: en primer lugar tomar como punto de partida, los significados de los que disponga el alumno y en segundo lugar debe ser capaz de provocar desafíos y retos, que inviten al alumno a cuestionar y a criticar sus

¹⁵ Ausubel, David, Adquisición y retención del conocimiento. Una perspectiva cognitiva, Barcelona, España, editorial Paidós Ibérica, 2000, pág. 124.

significados previos y a partir de ese cuestionamiento, modificarlos y producir una nueva comprensión.

Las estrategias metodológicas, están asociadas al diálogo y a la valorización del proceso del aprendizaje como un proceso que se realiza por fases y por niveles de complejidad creciente y que reivindican el papel directivo y mediador del docente y el papel activo del estudiante.¹⁶

1.1.4 Condiciones para que se produzca un aprendizaje significativo

Los alumnos en la práctica cotidiana, deben reunir las condiciones necesarias e indispensables para poder aprender, en las prácticas educativas en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones, se debe contar con laboratorios de televisión, de radio, de fotografía de avanzada, con tecnologías de punta para optimizar la enseñanza. A continuación, se presentan aspectos referentes para que se produzca el aprendizaje significativo.

- ✓ Que los materiales de enseñanza estén estructurados lógicamente con una jerarquía conceptual, situándose en la parte superior los más generales, inclusivos y poco diferenciados.
- ✓ Que se organice la enseñanza respetando la estructura psicológica del estudiante, es decir sus conocimientos previos y sus estilos de aprendizaje.
- ✓ Que los estudiantes estén motivados para aprender.
- ✓ La teoría de Ausubel aportó ideas muy importantes como la del aprendizaje significativo, el interés de las ideas previas y las críticas a los modelos inductistas. Sin embargo se ha criticado por varios autores su reduccionismo y el modelo didáctico que defiende la transmisión – recepción.
- ✓ Driver y Gil (1986) criticaron este modelo por no ser capaz de resolver los problemas asociados a la persistencia de los errores conceptuales o concepciones alternativas o creencias.¹⁷

2. ¿Qué deben enseñar las Escuelas de Comunicación?

La Universidad Francisco Gavidia no tiene en sí una escuela en comunicaciones, pero su fortaleza es contar con medios de comunicación como canal de televisión, radio y laboratorio de fotografía para poder llevar la teoría y la práctica de la mano para los alumnos inscritos.

¹⁶ De Zubiría Samper, Julián, Los Modelos Pedagógicos: hacía una pedagogía dialogante, editorial magisterio, Bogotá, Colombia, 2da. Edición, 2006, pág. 57.

¹⁷ Ortiz Ocaña, Dr. Luis Alexander, <http://books.google.com>. Pedagogía y Docencia Universitaria. Hacia una Didáctica de la Educación Superior, ediciones CEPEDID. Pág. 12. Octubre 8.

El inicio del tercer milenio está marcado por la eclosión de las ciencias de la comunicación, ya sea desde el punto de vista teórico, como práctico. Por lo tanto, tener unos comunicadores, adaptados a los requerimientos inmediatos y futuros del mercado nacional e internacional, es la prioridad número uno para los diversos centros de formación universitaria.

Según Jesús Martín Barbero, se confunde a la comunicación con los medios y la educación con sus métodos y técnicas hacer olvidar que la primera aportación innovadora desde Latinoamérica a la teoría de la comunicación.¹⁸

La posibilidad de disponer de profesionales altamente cualificados es muy importante para difundir contenidos "on-line" de manera veloz, ya que de ellos depende la calidad final en Internet, Web TV, y demás medios de comunicación modernos o tradicionales.

2.1 Teoría versus prácticas educativas

Un problema típico de ciertas licenciaturas en audiovisual o publicidad, en ciudades europeas, es que se orientan tan sólo en el aspecto práctico, dejando de lado la teoría, que al final es lo que más perdura en el tiempo. Aquí evidentemente predomina el factor mercantilista, que felizmente aún es un mal ajeno a numerosos centros de enseñanza, localizados desde la Patagonia hasta California.

La vorágine del fin del lucro dentro de la enseñanza de tercer ciclo en Europa puede incluso generar hasta campañas publicitarias, en donde se puede leer en los medios de transportes públicos carteles con el eslogan: "Estudie en nuestra universidad y le aseguramos un acceso a un puesto laboral". He aquí una prueba más de cómo existen centros de formación universitarios nada serios, porque con este método en vez de "estudiantes" están captando "clientes".

Ahora bien, esta penosa coyuntura se da en casas de altos estudios, que incluso absorben los subsidios o ayudas del dinero público. En otras palabras, que viven de los impuestos de los habitantes de la Unión Europea. Indudablemente, dichos centros de formación universitarios funcionan como sociedades anónimas camufladas.

2.1.1 Planes de estudio

El nombre de algunas asignaturas relacionadas con la tecnología es el talón de Aquiles de los planes de estudio en las universidades latinoamericanas. Empero, es menester evitar el término "comunicación digital" porque connota en algunos casos "comunicación manipulada". Además, la finalidad mercantilista que se respira en ciertos ámbitos académicos privados o semi-públicos, obliga

¹⁸ Barbero, Jesús Martín, La educación desde la comunicación, Bogota, Colombia, editorial Norma, 2003, pág. 19

por ejemplo a las facultades públicas de ciencias de la comunicación, información, etc., a competir con los escasos recursos que tienen a su disposición.

En ese sentido, se debe recurrir a la imaginación para renovar de manera creativa los títulos de las asignaturas, en este tipo de enseñanza. Quizás también es necesario realizar otro tipo de interrelaciones entre asignaturas, respetando más los aspectos multimediales y tecnológicos de la comunicación de nuestros tiempos.

2.1.2 Traslado de contenidos

El máximo de la sandez se da en el caso de trasladar contenidos de la formación anglosajona a la latina, sin los ajustes necesarios. Por ejemplo, si en una publicación internacional estadounidense o canadiense leen que los filósofos, psicólogos o sociólogos reúnen los requisitos idóneos para el trabajo de web editor (editor de páginas en Internet) automáticamente lo hacen. Esa incultura no hace más que menospreciar y perjudicar al experto en comunicación social o en ciencias de la información, quien realmente tiene todas las capacidades para una actividad de estas características.

Este desconocimiento del perfil de un profesional de la comunicación social, por ejemplo, ha acarreado en algunos países europeos una ralentización en los temas de multimedia en casi una década. El motivo de dicha anomalía es que se ha apostado por profesionales provenientes de cualquier sector de las ciencias sociales, menos del mundo de la información o comunicación. El por qué de tal disparate está en la ignorancia funcional de ciertos responsables en el marco universitario.

Estos cambios deberían estar acompañados del copyright, para evitar sorpresas desagradables en la otra punta del planeta. Al respecto, llama poderosamente la atención cómo en algunas jóvenes universidades europeas se ha constituido, en un tiempo récord, los departamentos relacionados con la comunicación social.

2.1.3 Transparencia académica

Una manera de indagar la transparencia de aquellos sitios de ultramar que se dedican a formar profesionales de la comunicación, consiste en evaluar todo plan de estudio con sus correspondientes programas, bibliografías detalladas, créditos -si la universidad tiene este sistema-, e idiomas de las clases. Estas son las variables básicas que potencian la calidad académica de un centro de formación universitaria. El aspecto lingüístico de las lecciones debería estar "garantizado por escrito", cuando en un país se hablan diversas lenguas o dialectos en el sentido saussuriano.

En Internet, la información latinoamericana sobre los planes de estudios es más transparente o completa. En ellas es fácil conocer el objetivo general y los secundarios en cada una de las licenciaturas, el perfil o atributos psicológicos que debe reunir el estudiante, la orientación laboral, todas las materias por cursar y un largo etcétera. De alguna manera todo ello constituye la transparencia del centro de formación.

2.1.4 Últimas reflexiones

Las universidades en Latinoamérica desde siempre han apostado más por una formación universal que nacional, lo que es una ventaja ante la aldea global de las comunicaciones. La calidad de estos planes de estudios en muchas universidades y desde el punto de vista de las licenciaturas, hoy puede equivaler, en muchos casos, a los doctorados en Europa. Por eso, sería un gran error insertar exámenes al final de una licenciatura latinoamericana para otorgar una habilitación profesional, cuando en realidad esta profesión debería gozar de muy buena salud en todos sitios, particularmente ahora con el apogeo de las comunicaciones.

Con las nuevas tecnologías la oferta laboral se ha abierto a todos. Actualmente, desde cualquier sitio del planeta es factible gestionar la información de un portal de Internet, por ejemplo. Es decir, debería haber una salida laboral mayor, comparada con las décadas anteriores. Por eso, hace falta orientar el bagaje de la experiencia teórica y práctica del sector de las comunicaciones sociales hacia los contenidos multimediales, sean de tipo "on-line" como de "off-line".

2.1.5 La carrera de Comunicaciones en El Salvador

En el país, la primera universidad que enseñó comunicaciones o periodismo es la Universidad de El Salvador, actualmente existen una docena de universidades que están enseñando la carrera de comunicaciones, en cada casa de estudios, varía el nombre, sus tipos de aprendizajes, prácticas, equipos tecnológicos, etcétera. Las universidades privadas que enseñan esta disciplina son: Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas", Universidad Dr. José Matías Delgado, Universidad Don Bosco, Universidad Salvadoreña Alberto Masferrer, Universidad Nueva San Salvador, entre otras.

2.1.6 Comunicación Audiovisual¹⁹

Las empresas del sector audiovisual demandan incesantemente profesionales formados en las últimas tecnologías, con sólidos conocimientos teóricos y habilidades personales que les permitan desempeñar con eficacia su trabajo en un entorno que exige creatividad, competencia, el liderazgo, la gestión de

¹⁹ <http://www.nebrija.com/carreras-universitarias/comunicacion-audiovisual/index.htm>

proyectos y el trabajo en equipo, así como un moderno y actualizado conocimiento de las diferentes industrias que lo componen.

Los nuevos estudios de Grado en Comunicación Audiovisual de la Universidad Antonio de Nebrija tienen como fin la formación integral de profesionales capaces de desarrollar su carrera en los ámbitos del cine, la televisión, la radio o los entornos multimedia, tanto los perfiles más técnicos como en los artísticos. En esta titulación, los alumnos profundizan en conocimientos generalistas acerca de los medios audiovisuales, así como en ámbitos técnicos y procesos como la capacidad expresiva en diferentes medios y formatos, el guión, la cámara, el sonido, la edición, la realización, la producción o la gestión de empresas audiovisuales, a los que se suma un atractivo enfoque cultural y humanista.

La adquisición equilibrada de este conjunto de saberes y destrezas garantizará al graduado en Comunicación Audiovisual una adecuada preparación para su posterior vida laboral.

La educación ha de ponerse al día y servirse de las enormes ventajas que los sistemas cibernéticos, la inteligencia artificial y los sistemas expertos le pueden proporcionar, puesto que las tecnologías son un bien deseable en la educación, pero pierden eficacia si falta el concurso del educador, quien es quien le concede todo su valor, al integrarlas debidamente en el proceso educativo, y tiende el puente entre el tecnificado mundo exterior y una escuela actual y mejorada de dicho mundo.²⁰

Para ello, la facultad cuenta con modernos estudios de radio y televisión, una amplia oferta de prácticas en empresas obligatorias para la obtención del título-, y un cuerpo de profesores en el que se integran expertos profesionales en ejercicio.

2.1.7 Objetivos de los docentes

Por lo general los docentes pretenden formar profesionales que, en consonancia con la creciente demanda laboral y la expansión del sector audiovisual en nuestro país y en las restantes naciones de la Unión Europea, sean capaces de desarrollar óptimamente las tareas de guionista/director/realizador audiovisual, productor/gestor, editor/diseñador de posproducción en medios audiovisuales e investigador/docente en áreas de la Comunicación.

²⁰ Medina Rivilla, Antonio y Mata, Francisco Salvador, Didáctica General, Madrid, España, editorial Prentice Hall, 2002, página 193.

Proporcionar un amplio dominio de los recursos expresivos del lenguaje escrito, del lenguaje audiovisual y de las herramientas tecnológicas, que predispongan a los estudiantes hacia la innovación en los diferentes soportes y producciones audiovisuales y digitales.

Combinar las enseñanzas propias de la comunicación audiovisual con disciplinas humanísticas, jurídicas, económicas y sociales, que proporcionen al estudiante una sólida formación cultural, capacitándolo para el ejercicio de la actividad analítico-crítica de carácter multidisciplinar, reforzando sus competencias en el campo de la investigación tanto académica como aplicada.

Conocer exhaustivamente las técnicas y procesos de creación y difusión de audiovisuales en sus diversas fases, siendo capaces de tomar decisiones creativas y profesionales en el campo de la comunicación audiovisual y de la gestión de recursos tecnológicos y humanos de las empresas del sector.

Incorporar a los aspectos específicos de la profesión un conjunto adicional de herramientas básicas para el profesional de la comunicación audiovisual: tratamiento informático de mensajes audiovisuales, idiomas y técnicas necesarias para el ejercicio profesional. Estos aspectos facilitarán a los estudiantes la adaptación a los futuros entornos tecnológicos propios de la comunicación multimedia.

Inculcar a los estudiantes los valores de ética y responsabilidad social que deben presidir su futura labor profesional, respetando la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades, la no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, así como el fomento de la educación y la cultura de la paz.

Desarrollar la creatividad de nuestros estudiantes, traducida en producciones audiovisuales que deben ser fruto de la conjunción entre una atmósfera estimulante de trabajo y estudio, los medios técnicos imprescindibles para la realización de las prácticas y la adecuada tutela de los profesores a través de talleres, seminarios, laboratorios docentes, estudios de rodaje y mercado profesional.

El análisis al respecto, es en el campo audiovisual, especificando que en cada universidad, la carrera en comunicaciones, encierra un variado campo de actividades, en donde los estudiantes pueden optar por una o varias especializaciones. Además, los alumnos que estudian esta carrera, tienen que ser una personas con objetividad, veraces, empáticos, que posean una conciencia social profunda para poder transmitir el mensaje a través del medio en que laboren.

2.1.8 Prácticas profesionales y utopía universitaria

Ninguna universidad ofrece un verdadera práctica profesional, en cierta medida, cada una busca su perfección. Por tanto, las universidades cuentan con normativas, misiones y visiones para alcanzar sus objetivos institucionales. Un sinónimo o analogado de la utopía es la visión, entendida en el contexto estructural de la misión, fines y objetivos de la Universidad; dentro de los excesos realistas, dogmáticos y rígidos que exigen la definición de una misión, entendida esta como un mandato programático y realista alcanzable, al igual que los fines y objetivos, es menester ceder espacios a los perfiles humanos que se han dedicado a definir lo realizable, para que brote lo irrealizable, es decir las utopías y sueños, las pretensiones ideales de lo que se querría ser y no se es.²¹

En el marco de la crisis económica, política y cultural que enfrenta América Latina desde principios de los ochenta, que no se limita a factores ni a manifestaciones nacionales, y de las nuevas corrientes de la globalización y de los bloques regionales que ha traído consigo el término de la guerra fría y el mundo bipolar, se ha ido extendiendo en la comunidad académica del campo de la comunicación la conciencia de la necesidad de una revisión extensa y profunda y de una renovación crítica, quizá radical- de la mayor parte de las acciones que, dentro y fuera de las universidades, contribuyen a la formación de comunicadores, al igual que de los demás profesionistas y agentes sociales. Sin embargo, las propuestas apuntan a direcciones divergentes y a veces opuestas.

La universidad misma, como institución social, ha sido puesta en crisis, desde las esferas financieras hasta las ideológicas, ya que parecen haberse desarticulado gravemente sus relaciones y funciones sociales y disminuido drásticamente la calidad de su aportación académica en todos los campos. Las políticas de modernización neoliberal imperantes ahora en la actuación de la mayoría de los gobiernos latinoamericanos han agudizado aun más el debate no sólo en y acerca de las instituciones públicas, sino también en muchas de las privadas. Las maniqueas distinciones entre unas y otras tienden al mismo tiempo a disolverse en la práctica y a revitalizarse en el discurso, ante los rápidos cambios contextuales.

En el sector que constituyen las escuelas de comunicación se han conjuntado, además de las bruscas transformaciones económicas, políticas, culturales, los problemas generales de la educación superior con los específicos del campo, muchos de los cuales compartimos con las demás áreas de las ciencias sociales, que atraviesan a su vez, en todo el mundo, una aguda crisis epistemológica y teórico-metodológica. Y si a eso se agrega el hecho de que el crecimiento desmedido de las escuelas de comunicación no se ha detenido y

²¹ Picardo Joao, Oscar, Transición, Retos y problemas de las Universidades en El Salvador, San Salvador, El Salvador, editorial UFG editores, 2002, Pág. 22.

que hay ya más de cien mil estudiantes en más de 250 escuelas en la región (aunque México y Brasil concentran, cada uno; un tercio de esas cifras), el panorama futuro no puede verse con optimismo simplista.

Pero para discutirla, entre otras cosas, es indispensable contar con un conocimiento sistemático y detallado de las relaciones concretas que mantienen la currícula y los ejercicios profesionales de la comunicación en cada país y región. Conceptualmente, el problema va siendo cada vez mejor planteado y ubicado, pero es completamente insuficiente la evidencia empírica que hasta ahora se ha producido en la casi totalidad de las instituciones latinoamericanas.

Tanto en los sistemas universitarios en general como en las escuelas de comunicación más particularmente, a todo lo largo y ancho de América Latina, hay un gran conjunto de vicios y de insuficiencias, ya muchas veces descritos y analizados, que han contribuido a desarticular la formación de comunicadores del desarrollo de los sistemas dominantes de comunicación y de las transformaciones sociales que, a diferentes escalas, están en proceso y que se conocen en realidad muy poco, a pesar de estar siendo atravesados y reconstituidos por ellas. Pero, en esas mismas instituciones se han acumulado también recursos considerables que, crítica y estratégicamente aprovechados, pueden apoyar la renovación desde hace décadas.

Como fundamento de su argumentación, Orozco entiende, siguiendo a Bourdieu, por campo educativo un conjunto de prácticas interrelacionadas entre sí de acuerdo a la función que cumplen en la división del trabajo de producción, reproducción y difusión del conocimiento, ampliamente entendido como un conjunto de saberes y habilidades. La premisa implícita de esta comprensión es que esos saberes y habilidades son “objetivables” y traducibles a planes de estudio concretos a través de los cuales se pueden enseñar y así reproducir. De acuerdo con esto, es posible diferenciar entre los “saberes prácticos”, esto es, saberes que se han aprendido pero no se han enseñado y aquéllos que debido a su objetivación pueden enseñarse. Así es posible entender la existencia de comunicadores en la sociedad que no han pasado por la universidad, pero cuya práctica profesional no necesariamente difiere de la de aquellos que sí han cursado la carrera y poseen un título como profesionales de la comunicación.

Pero los saberes prácticos del oficio no lo son todo en la profesión, que siguiendo a Pablo Latapí, se concibe como estructura social:

Una profesión cualquiera, no es la prestación de un servicio de un individuo a otro individuo. Es un conjunto de relaciones estables entre hombres con necesidades y hombres con la capacidad de satisfacerlas. Por esto las profesiones adquieren modos de funcionamiento acordes con la formación social en que están insertas. Por esto son estructuras sociales.

Para explicarse el proceso por el cual se han ido constituyendo esas “relaciones estables” en el campo de la comunicación, es necesario identificar cómo y quién

define las necesidades de comunicación, sobre qué bases y desde qué posición en la sociedad. Es una desarticulación múltiple la que caracteriza al campo y la insuficiencia de información concreta que sobre la profesión del comunicador se ha producido.

Cada profesión tiene un específico modo de producción de sus servicios; un perfil de funciones que corresponden a determinados sectores sociales; una jerarquía de las necesidades humanas; una ideología que le dicta sus normas, sus valoraciones y sus conductas; una pauta para dividir y especializar sus servicios; y una manera correcta de relacionarse con otras profesiones afines. Todos estos elementos constituyen a la profesión en estructura social y hacen que, dejada al libre juego del mercado, refuerce el actual sistema de diferenciación de clases y distribución del poder.

Según informante clave, Licda. Lídice Pérez “Nuestro hacer cotidiano, desemboca en diversos resultados: pueden ser favorables a nuestros propósitos, satisfactorios, y siempre mejorables. La dificultad estriba en reconocer y valorar el resultado de nuestro hacer, sobre todo cuando necesitan ajustes y mejoras. Ello implica el análisis de nuestras prácticas y su ponderación con otras. En el campo de la educación, el proceso de enseñanza y el de aprendizaje, complejos de por sí, son pasibles también de un análisis. Estos requieren de ciertos conocimientos indispensables, que pueden ser utilizados como referentes válidos para interpretar lo que sucede en el aula.”²²

La relación entre formación universitaria y ejercicio profesional de la comunicación debe situarse en dos niveles: el primero de ellos es la inscripción funcional de los comunicadores universitarios en la dinámica social como profesionales especializados, mientras que el segundo correspondería a su constitución como agentes de transformación social, innovadores de las prácticas sociales de comunicación en sentido opuesto al reforzamiento del «actual sistema de diferenciación de clases y distribución del poder.

A esta doble consideración de la relación entre formación universitaria y ejercicio profesional de los comunicadores universitarios lleva el planteamiento, al menos discursivo, de la mayor parte de los diseños curriculares vigentes y de casi todos los estudiosos del tema. La utopía de un ejercicio comunicacional democrático y democratizador sigue siendo la orientación predominante en la retórica, aunque habría que analizar hasta qué punto en la mayor parte de las prácticas académicas y profesionales.

Referente a quien va a tomar las decisiones sobre planificación y organización curricular y qué rol han de asumir los agentes no universitarios en ello, se concluye que en la mayoría de centros universitarios no se puede hablar

²² Pérez, Lídice, catedrática de Relaciones Públicas, Universidad Francisco Gavidia, 2010.

realmente de planificación curricular como tal, este currículum emerge desde la visión particular de un departamento o área.²³

Si aceptamos que siempre ha habido comunicadores, que muchos de ellos de hecho han ejercido la comunicación profesionalmente, pero que es en los años sesenta cuando aparecen las primeras Facultades de Comunicación, resulta evidente que esa fecha sólo marca la constitución del campo educativo de la comunicación, pero no la de las prácticas profesionales de la comunicación, ni mucho menos define la existencia de los comunicadores. La creación de las Facultades de Comunicación muestra simplemente la objetivación de ciertos saberes y conocimientos que constituían las prácticas de comunicación que ya existían y su traducción a un plan de estudios específico.

Sin embargo, la conformación del campo educativo de la comunicación se realizó a partir de legitimar sólo ciertas prácticas profesionales. En su mayoría fueron aquellas que eran funcionales al desarrollo capitalista de los modernos medios masivos y por tanto eran prácticas que interesaban principalmente a los grupos que controlaban (y controlan) esos medios. Prácticas que deberían posibilitar su expansión y consolidación como empresas económicas y no sólo como instituciones culturales.²⁴

Así, las universidades tienen cierta capacidad de conformar el campo educativo de la comunicación, a partir de la objetivación de saberes y habilidades imbuido en prácticas de comunicación distintas a las requeridas para los medios y tecnologías de información o para satisfacer los requerimientos comunicativos de los sectores de la clase dominante. La universidad, puede dirigir su atención a las prácticas de comunicación de otros sectores sociales para conocerlas y luego traducirlas a prácticas educativas que permitan otro tipo de formación de profesionales de la comunicación. Esta utopía universitaria puede tomar la forma de una hipótesis:

El reto de una formación de comunicadores más relevante socialmente no radica en la intención de hacerlo (solamente), sino en la metodología para traducir adecuadamente las prácticas profesionales de comunicación y en general las prácticas sociales de comunicación en campos educativos. Para dar un paso más en el desarrollo de esa metodología renovadora, hay otra aportación de Jesús Martín-Barbero:

Un plan de estudios, un currículum, articula siempre, de alguna manera, la lógica de las disciplinas a la dinámica de las sociedades, y los modelos pedagógicos a las configuraciones profesionales que presenta el mercado de trabajo. De ahí que no pueda avanzarse en la renovación de los estudios de la comunicación

²³ Benedito, Vicenc, La formación universitaria a debate, editorial universitaria de Barcelona, España, 1995, pág. 53.

²⁴ <http://www.dialogosfelafacs.net/articulos/pdf/31RaulFuentes.pdf>. Enero 2010.

sin que las escuelas construyan y reconstruyan permanentemente el mapa de las prácticas profesionales de comunicador que tienen legitimidad y vigencia en el país, mapa que incluye al menos los siguientes niveles:

Competencias y oficios: ¿qué saberes y destrezas conforman el bagaje básico y qué diferentes figuras hegemonizan el campo de la comunicación en el país?

- ✓ Agencias de legitimación: ¿cuáles son las instancias que garantizan o devalúan esas competencias y oficios -las empresas de comunicación, las organizaciones gremiales, las instituciones estatales, las universidades, etc. y cuál es el peso relativo de cada una de ellas?
- ✓ Dinámicas de transformación: ¿desde qué fuerzas, movimientos y actores sociales-políticos, tecnológicos, educativos, intelectuales, artísticos- se activan cambios en las competencias del comunicador y cuáles son las líneas de transformación y los rasgos principales de las figuras profesionales emergentes?.

Así como la universidad, el conocimiento y el trabajo académico tienden a ser instrumentalizados según los intereses divergentes de distintos agentes sociales, la comunicación también tiende a ser reducida en algunas de sus aplicaciones funcionales a lo que esos agentes buscan: el lucro, el poder, la reproducción del sistema, el control social.

El educador se educa en la educación con el educando y éste en la comunicación con el educador. Comunicarse más y mejor es educar y educarse más auténticamente. El aprendizaje es decir, el cambio, es un condicionante y una prueba tanto del buen comunicador como del buen educador. Aprenden tanto el que comunica al codificar la realidad, como el que decodifica, al aprender esa misma realidad.²⁵

2.1.9 Bloggers personales alrededor de los centros universitarios de comunicación

¿Qué es un blog?, se entiende por este diario personal, un documento escrito en el cual se relata lo ocurrido cada cierto periodo de tiempo, generalmente un día, es una bitácora.²⁶

La Universidad Francisco Gavidia, posee cuentas de redes sociales como: Facebook, Twitter y Youtube, los cuales están en la página web, esto ha sido un “boom” hacia la comunidad administrativa, claustro de maestros y los alumnos, debido a la importancia que tienen para informar, para subir o adjuntar información de las actividades que se realizan en las diferentes carreras. Además, para los alumnos de comunicaciones es una fuente para poder hacer trabajos investigativos y periodísticos. Lo anterior, se puede referir a prácticas

²⁵ Gutiérrez, Francisco, Educación como praxis política, editorial Siglo XXI, pág. 184.

²⁶ Martínez, Samuel, Blogs, bloggers, blogósfera, Universidad Iberoamericana, México, 2010, Pág. 107

educativas, ya que los alumnos y maestros utilizan las redes sociales para trabajos en el área de comunicaciones.

Las universidades y las Facultades de Comunicación no pueden evitar su presencia digital ya que aparecen colectivos sólo por poner en su currícula (perfiles) en Internet que cursaron determinados cursos o postgrados en alguno de nuestros centros. Algunas redes sociales incluyen puntuaciones, comentarios de egresados, etc.²⁷

Disponer de blogs propios genera un discurso diferente y más cercano que el que se están construyendo en redes como My Space, Facebook, Xing, Orkut. La imagen fragmentaria y caleidoscópica de las instituciones en blogs y en redes sociales justifica a quienes retiran de funciones educativas a videoblogs, fotologs, My Space y otros formatos de blogs. Se trata de reformas y generaciones que ha experimentado el blog en una década de existencia.

No hay que olvidar por un momento de criterios y convenciones sobre el aprendizaje y la evolución curricular a los que están acostumbrados en las facultades. Sin mirar principios evaluadores ni docentes al uso, la comunidad bloguera considera que los blogs más naturales, "los verdaderos blogs", son aquellos que surgen espontáneamente, comentando lo mejor y lo peor de sus facultades, lo que hacen, cómo lo valoran, lo que consideran aprendizaje y lo que ven como inútil repetición de obsoletos contenidos, etc.

Esto no es nuevo en Internet. Antes de los blogs educativos, ya eran conocidas páginas que recogían frases "célebres" y modismos de profesores.

Un poco al margen del sí es o no es blog educativo, el uso y disfrute personal de un blog, en los alrededores de nuestro aprendizaje en comunicación, debería ilustrar la espontaneidad, la sinceridad o incluso la credibilidad que alguien en algún lugar dijo que caracterizaban a la mejor universidad y a la mejor comunicación. Si lo hubiera dicho en Internet sería más fácil de citar y reelaborar. Si no fuera una utopía sería menos creíble. Con todo lo que tiene de probable.

La Universidad Francisco Gavidia UFG, cuenta con un claustro de catedráticos que poseen su propio blog, con ello, incentivan a los alumnos a través de las respectivas asignaturas en abrir su propio blog. Una experiencia única que en el presente siglo ha ido aumentando. Puntualizando, los blogs están desplazando en cierta medida el trabajo periodístico, debido a la diversidad de temáticas que se incorporan en ellos.

En conclusión, los bloggers y redes sociales ayudan a las prácticas educativas, a tener una comunicación más rápida y fluida. Las universidades,

²⁷ Navarro Fuentes, Raúl, Prácticas profesionales y utopía universitaria, FELAFCS. Julio 2010

los docentes de comunicaciones, deben de emplear estas herramientas tecnológicas para transmitirlo a sus discentes, para que estos puedan emplearlos y sepan que se utilizan para diferentes fines.

2.2 El claustro docente como comunidad de aprendizaje

El claustro docente reúne en las diversas cátedras profesionales expertos, con profundos saberes académicos y años de experiencia en la actividad docente y de investigación, con otros profesionales jóvenes, con una formación básica concluida, con titulación lograda, pero que apenas pueden distinguir su formación de estudiantes universitarios de la práctica docente que empiezan a ejercer.

Los docentes expertos no sólo lo son porque saben más de su especialidad sino también porque saben enseñar mejor, es decir, conocen un sinnúmero de procedimientos que son capaces de seleccionar y combinar estratégicamente para cooperar con el aprendizaje que realizan los alumnos.

Los docentes jóvenes, por su parte, asumen la necesidad de su formación pedagógico-didáctica como un proceso permanente, que permitirá mejorar la práctica áulica cotidiana. En general, son consientes de que muchas veces suplen la formación docente apelando a sus biografías personales y, también, que dejan ver poco sus falacias pedagógicas a los otros profesores integrantes de las cátedras.

La formación docente es vista por muchos profesores noveles como un continuo que se inicia en la propia experiencia como alumnos hasta lograr la formación de grado, y que aspiran a continuar en la participación como miembros de una cátedra, iniciándose como ayudantes o asistentes. El trabajo intra-cátedra posibilita la socialización profesional con una inserción real y concreta que da identidad a los miembros y, a la vez, asegura la circulación del saber experto tanto científico como cultural y pedagógico, entre todos.

Los diálogos intra-cátedra destacan como elementos fundamentales la reflexión sistemática en torno a la formación en la propia disciplina, dando origen a un vínculo intelectual y social con la materia y con los colegas.

Las intervenciones conjuntas de profesores expertos y jóvenes posibilitan también compartir el interés y el entusiasmo por la disciplina junto con la mayor o menor experiencia de docentes-aprendices de la enseñanza disciplinar. De este modo, formación y práctica docente se pueden considerar dos procesos indisociables, que interactúan permanentemente y que se hallan vinculados en razón del fin al cual se orientan: mejorar la práctica docente, mejorar el estilo de enseñanza para que los alumnos puedan mejorar su estilo de aprendizaje.

El aprendizaje y la enseñanza reflexiva tienen importancia sobre todo entre los jóvenes y los adultos. El profesor que se inicia debería asumir su formación con el carácter propio de una formación reflexiva, una conversación con sus pares

de cátedra acerca del proceso de enseñanza disciplinar y del contexto en el cual se realiza, es decir, una conversación reflexiva acerca de la acción docente.

2.2.1 El informe Delors: saber, ser, hacer, y poder hacer en las prácticas profesionales

Es necesario tomar en cuenta este documento, debido a la importancia que encierra al mencionar las prácticas educativas. Los alumnos y maestros están interrelacionados sobre las teorías y prácticas dentro y fuera del salón de clases.

En el documento de Delors, aparecen aspectos referentes a lo que la educación desea en el ser humano, Delors manifiesta:

En la investigación, realizada por alumnos de la Universidad de Córdoba, Argentina, se detallan aspectos en las prácticas profesionales.

1. Sobre “ser”: qué valores se consideran centrales para el desempeño profesional.
2. Sobre “saber”, qué conocimientos, competencias y habilidades son necesarios para desempeñarse con solvencia.
3. Sobre “hacer” y “saber hacer”: qué rutinas, tareas, acciones concretas se realizan en la actividad profesional.
4. Sobre “poder hacer”: qué facilidades y limitaciones tienen o pueden tener en la práctica.

El informe Delors se enfoca bastante en la construcción de conocimiento, acá es donde se hace referencia al poder hacer las cosas. Los alumnos son capaces de construir sus propios saberes.

Aprender a vivir juntos constituye una de las principales empresas de la educación contemporánea, de esta forma comienza el Informe Delors, el tratamiento, uno de los cuatro pilares de la educación al siglo XXI.²⁸

2.2.2 El modelo de enseñanza para el desarrollo de competencias profesionales

En las competencias profesionales, se encuentra una variada gama de enseñanzas para poder hacer competitivo a los alumnos en el futuro.

Este modelo se basa en varias conceptualizaciones sobre el impacto que los profesores, el aula y las actividades extracurriculares pueden tener en el aprendizaje del estudiante. El modelo de desarrollo de competencias profesionales describe el aprendizaje y desarrollo del estudiante como un

²⁸ Argos, Javier y Ezquerro, María Pilar, IV jornadas de teorías e instituciones educativas Contemporáneas, España, publicaciones de la Universidad de Cantabria, 1999, pág. 42.

producto de la interrelación entre las características pre-universitarias del estudiante y de las experiencias del estudiante en el contexto institucional. Las características pre-universitarias del estudiante incluyen su capacidad académica, su estatus socio-económico, sus aspiraciones educativas, el grupo étnico a que pertenece y su género.

El contexto institucional está compuesto por actividades en el aula y fuera de ella. Las experiencias en el aula incluyen la exposición a los métodos de enseñanza, al currículo y a la interacción con los compañeros y el profesorado. Las experiencias fuera del aula incluyen las actividades extracurriculares, el trabajo en el campus o fuera de él y la interacción social. Ambos tipos de experiencia contribuyen al desarrollo del alumno; pero las experiencias en el aula parecen tener una mayor y más variada influencia en el resultado obtenido por el estudiante.

El modelo de enseñanza para el desarrollo de competencias profesionales hace hincapié en las prácticas en el aula y propone que las características del estudiante previas a la universidad, las técnicas de enseñanza y el ambiente en el aula como indicadores para predecir las mejoras en la competencia profesional del estudiante.

El modelo también supone que las técnicas de enseñanza y el ambiente en el aula tienen una única contribución en el desarrollo del estudiante, así como una contribución compuesta al reforzarse mutuamente.

2.2.3 La enseñanza en las aulas universitarias

La formación en un campo profesional implica la enseñanza no sólo de saberes teóricos y prácticos sino del modo de desarrollar las tareas en un contexto social específico. Ser profesional implica ser competente en un campo de saberes teóricos y prácticos especializados que son utilizados o demandados por la sociedad, adquiridos a través de un extenso proceso de aprendizaje que acredita la posesión de ciertas aptitudes.

Es preciso considerar que este campo se conforma por la lucha de diferentes sectores por la hegemonía del saber de que se trate constituyendo posiciones científicas, políticas, económicas y sociales para generar y legitimar ciertas prácticas de intervención especializada que se ofrecen a la sociedad y que están sostenidas por la expertos en un área del saber científico.

2.2.4 Las tareas dentro del aula universitaria: Las prácticas de enseñanza

La enseñanza en las cátedras se pone de manifiesto en el trabajo de los docentes en relación con los ejes curriculares mencionados: las disciplinas y el campo profesional para el logro de ciertos aprendizajes en los alumnos. En este sentido, se advirtió durante el análisis de los datos, la fuerte presencia de otro

componente característico de la enseñanza en los primeros años del nivel universitario: las estrategias de aprendizaje y estudio.

Respecto del significado atribuido a la enseñanza, existen diversas posturas según el enfoque teórico desde el cual se aborda este concepto, lo que da cuenta de la existencia de diferentes acepciones de la enseñanza.

De acuerdo a Tomachewski el conocimiento teórico y la práctica deben formar una sólida unidad. En este sentido es como se puede llamar a la práctica al motor del conocimiento.²⁹

La tarea central de la enseñanza es posibilitar que el alumno realice las tareas del aprendizaje, sin que haya una dependencia real de ambos procesos, esa dependencia podría caracterizarse como de carácter ontológico y no causal (Contreras Domingo, 1990). El fenómeno de la enseñanza no radica en la provocación de los aprendizajes sino en una situación social que se caracteriza por someter a los sujetos a interacciones personales, así como también a relaciones con el medio externo desde definiciones de los roles institucionales y curriculares.

Las prácticas de enseñanza se pueden observar básicamente desde dos posturas una definida desde la corriente tradicional y otra desde la línea crítica contemporánea. Para la primera, la actividad de la enseñanza, el enseñar, implica transmitir contenidos culturales, poner a disposición de las nuevas generaciones el saber acumulado por la sociedad y la cultura de toda la humanidad, en este contexto, la práctica está centrada en el contenido teórico, el profesor lo comunica y el alumno lo recibe tal como está dado.

Desde la otra perspectiva, la significación es más compleja porque enseñar es “enseñar a pensar”, orientar los procesos de construcción del conocimiento. La enseñanza es una práctica que facilita la transformación del pensamiento, el comportamiento, las actitudes, los valores de los alumnos. Todo ello está sistematizado por el docente quien pretende intervenir de un modo peculiar (modalidad didáctica) con un cuerpo de conocimientos específicos (disciplinares).

2.2.5 Modalidades de enseñanza y de aprendizaje

Los profesores, al desarrollar las prácticas de enseñanza, conforman ciertos repertorios que les permiten interactuar con los estudiantes y configurar de cierto modo los ambientes destinados a la educación, esto posibilita identificar ciertas prácticas constantes en el desarrollo del proceso que van generando modalidades de enseñanza. Los modelos de enseñanza conforman también modelos de aprendizaje porque cuando el docente orienta o conduce a los estudiantes en actividades tales como obtener información, ideas, habilidades,

²⁹ Tomachewski, Karheim Didáctica General, México, editorial Sixto M. Sarmiento, 2003, pág. 18

valores, modos de pensar y medios para expresarse, se les está enseñando a aprender.

La manera como se lleva a cabo la enseñanza influye enormemente en la capacidad de los estudiantes para educarse a sí mismos, es decir, para aprender. Los docentes comprometen a los alumnos en sólidas tareas cognitivas y sociales y les enseñan a utilizarlas productivamente.

Se han tomado como orientadores del análisis de los datos los cuatro modelos de enseñanza que proponen los autores mencionados:

Modelo Social: en tanto se identifiquen prácticas docentes que posibiliten la construcción en el aula de grupos o comunidades de aprendizaje con la intención que los alumnos desarrollen relaciones cooperativas para lograr los aprendizajes.

Modelo Procesamiento de la Información: cuando se detectan prácticas de orientación a la obtención y organización de la información, al planteo y resolución de problemas, a la elaboración de conceptos y de un lenguaje para transmitirlos.

Modelo Personal: cuando se den prácticas que atiendan a la individualidad de cada uno de los alumnos y se promueva la independencia productiva desde su personalidad.

Modelo Conductual: se manifiesta en prácticas que se encuentran altamente determinadas, estructuradas y pautadas para indicar el rendimiento de la actividad que se desarrolla.

2.2.6 Prácticas de Enseñanza de Calidad

Se entiende por buenas prácticas de enseñanza de calidad, aquellas que generan en los estudiantes aprendizajes profundos, vale decir, una influencia duradera e importante en la manera cómo el estudiante piensa, actúa y siente.

La práctica de enseñanza es “buena” en un sentido moral, referido a las acciones de docentes basadas en principios morales que promueven en los estudiantes aprendizajes en valores; y es “buena” en un sentido epistemológico que tiene que ver con lo que vale la pena ser enseñado en su disciplina, lo que se justifica, lo que importa. La buena enseñanza es una enseñanza comprometida social y culturalmente, implicada. Las buenas clases deben ser reflexivas, en las cuales circula el pensamiento crítico.

Esta clase de aprendizaje consigue desarrollos intelectuales y personales. Desarrollo intelectual en el sentido de comprender las ideas estructurantes de las disciplinas, aprender a aprender cada una de ellas, razonar a partir de evidencias, usar conceptos abstractos y mantener conversaciones sobre ellos, incluso por escrito, plantear preguntas sofisticadas, generar los hábitos de usar

las capacidades antes mencionadas. Desarrollo personal entendido como la comprensión de uno mismo (la propia historia personal, las emociones, las capacidades, el temperamento, las limitaciones, los prejuicios) y lo que significa ser un humano, desarrollo de la responsabilidad para con uno mismo y para con los demás, incluido el desarrollo moral, la capacidad de tener compasión, la capacidad de entender y utilizar las propias emociones.

Los logros de los mejores profesores y de sus estudiantes están orientados por una red compleja de creencias, concepciones, actitudes y prácticas. La fortaleza de cada hebra de la red depende de todas las demás hebras. Separadas unas de otras hasta podrían parecer triviales y superficiales. Al respecto la investigación de Bain (2007) muestra que las buenas prácticas de enseñanza se caracterizan por seis rasgos fundamentales:

La clave del buen profesor que conoce bien su materia (la erudición no tiene necesariamente una correlación con la buena docencia) es que ha desarrollado la capacidad de reflexionar sobre cómo llegó a saber lo que sabe en la disciplina que enseña (metacognición: razonamientos sobre la manera de pensar).

Los mejores profesores conocen la historia de sus disciplinas, incluyendo las controversias que se han agitado en ellas, y esa comprensión parece que les ayuda a reflexionar sobre la naturaleza del pensamiento en su campo. Pensar sobre cómo ha pensado para llegar a entender tal cosa le permite intuir cuál es el proceso que seguirá el alumno. Así puede distinguir entre conceptos fundamentales e ideas accesorias, en ideas que deben aparecer primero o después. Dónde están los principales obstáculos a la comprensión.

Los buenos profesores tienen como objetivo que sus alumnos comprendan y asimilen ideas para aplicarlas incluso fuera de sus clases, no solo que salven los exámenes. También se preguntan si cambian los estudiantes su forma de pensar asistiendo a sus clases. La cuestión no es si los estudiantes pueden aprobar los exámenes que les ponemos, sino si su educación les proporciona una influencia positiva, significativa y duradera en la forma en que razonan actúan y sienten.

Los buenos profesores desafían intelectualmente a los alumnos. El desafío intelectual se consigue fundamentalmente a través de las preguntas. Los buenos profesores se hacen cargo de la situación en la que se encuentran sus alumnos y desde ahí construyen la asignatura y su explicación.

En el aprendizaje asistido de la teoría de Vigotsky, sugiere que los profesores necesitan hacer más que tan sólo adecuar el entorno para que los alumnos sean capaces de hacer descubrimientos por sí mismos.³⁰

³⁰ Woolfolk, Anita, Psicología Educativa, México, editorial Pearson, 2010, pág. 50.

Los buenos profesores utilizan las preguntas para proponer contexto de aprendizaje ricos en problemas y relaciones, estimulando a los estudiantes a que se formulen sus propias preguntas.

Los buenos profesores favorecen el desarrollo de un clima de confianza entre profesor y estudiante. Mantienen una relación cuyo pilar es la confianza que el profesor deposita en el alumno y que se materializa en que cree que todos los alumnos desean y quieren aprender y que, hasta que no se demuestre lo contrario, pueden hacerlo. No sólo lo creen sino que además lo hacen saber a sus alumnos puesto que lo comunican.

Los mejores profesores creen que la mayoría de los estudiantes pueden aprender, buscan formas que ayuden a todos a conseguirlo. Se preguntan cómo animar a los estudiantes a pensar en voz alta y cómo crear una atmósfera no amenazadora en que puedan hacerlo. Buscan y aprecian el valor individual de cada estudiante.

Los mejores profesores establecen estándares altos y muestran una gran confianza en la capacidad de los estudiantes para lograrlos. Presentan gran exigencia pero con oportunidades para revisar y mejorar un trabajo antes de ser calificado. Estimulan el aprendizaje a partir de los errores en el proceso. Desarrollan situaciones de aprendizaje desafiantes para el alumno pero al mismo tiempo son seguras en cuanto que el alumno percibe que tiene control sobre la misma.

Al hablar de aprendizaje nos referimos no sólo al proceso de adquisición de conocimientos sino a la construcción de toda persona dentro y fuera de la escuela; el comportamiento que posteriormente desarrolle estará en función de cómo se ve la persona a sí misma, cómo la ven las demás y cómo ve las situaciones a las que se enfrenta y la interrelación que existe entre estas percepciones.³¹

Así, a pesar de las actividades son abiertas, los profesores marcan cierta estructura que permite que el alumno progrese en su aprendizaje. Podría parecer que diseñar este contexto o entorno de aprendizaje obliga a que el profesor modifique su metodología de enseñanza hacia técnicas más participativas. Sin embargo algunos de estos buenos profesores crean este ambiente en las clases magistrales, otros con discusiones y otros con estudios de casos.

Quienes ejercen bien la docencia tienen algunos rasgos en común respecto a su manejo del aula, por ejemplo, cuidan la entonación, los gestos y la estructura

³¹ Beltrán Llera, Jesús, *Psicología de la educación*, Barcelona, España, editorial Boixareu Universitaria, 1995, pág. 169.

del discurso; tienen un lenguaje cálido; saben dar explicaciones; dejan que hablen los alumnos. Utilizan la evaluación para ayudar a aprender, no sólo para clasificar y jerarquizar los esfuerzos y el aprendizaje de los estudiantes, por lo cual es un proceso en el tiempo.

La pregunta que se plantean estos profesores es: ¿Qué tipo de desarrollo intelectual y personal quiero que disfruten mis estudiantes en esta clase y qué evidencias podré obtener sobre la naturaleza y el progreso de ese desarrollo? Las siguientes son algunas dimensiones que se desprenden de lo anterior y que se operativizarán en categorías e indicadores durante la investigación:

Tiene altas expectativas: el profesor plantea y se plantea grandes expectativas y altas exigencias; promueve el desarrollo de las funciones superiores del pensamiento (aplicación, integración, análisis, síntesis, evaluación); el profesor es experto en la materia que enseña, provoca “inmersión” en el pensamiento disciplinar.

Integra la diversidad: el profesor busca que todos aprendan desde la diversidad, respeta los estilos de aprendizaje; fomenta la autoestima.

Impulsa la responsabilidad: prioriza el aprendizaje responsable, autónomo, eficaz, activo generando soportes (andamiajes).

Fomenta la interacción: el profesor aplica retroalimentación y aprendizajes basados en la permanente interacción; es activo en el lenguaje, la comunicación; combina las formas de comunicar coloquiales o narrativas con las formas motivadoras.

Promueve la cooperación: y el trabajo colaborativo
Es activo: el profesor organiza los contenidos para que el receptor tenga pensamiento activo; es activo en la inmersión en los campos disciplinar y profesional; utiliza puentes cognitivos y motivadores.

Siente placer: por la docencia, se apasionan con la tarea, no mide el tiempo que le dedica (impulso vital por “conocer”).

2.2.7 Los maestros y sus prácticas educativas

A continuación, se presentan aspectos importantes que ayudarán a fundamentar esta carrera para aplicarla en la UFG, así se tendrá una perspectiva en mejorar cada día las prácticas educativas, con la diferencia que los maestros son los encargados de enseñar, contando primeramente con las herramientas necesarias e idóneas.

La carrera de Especialización en “Comunicación, medios y prácticas educativas” reconoce la centralidad de los estudios sociales de la comunicación que se articulan a la problemática de lo educativo a partir de las

transformaciones y conflictos culturales generados por los nuevos modos de producir, transmitir y recibir el conocimiento a partir de la expansión de las tecnologías de la información y particularmente por el desarrollo de los medios masivos de comunicación.

La complejidad de estos procesos y la intensidad de los conflictos que genera la mediatización de las instituciones y prácticas educativas plantea la necesidad de formación específica de postgrado para profesionales que puedan abordar estos problemas de un modo crítico y sistemático con el propósito de fundamentar y orientar futuras investigaciones o intervenciones educativas.³²

Desde un espacio académico interdisciplinario esta carrera está destinada a satisfacer la demanda de capacitación de profesionales de la comunicación interesados en los procesos educativos y de educadores que participen de prácticas comunicacionales. Se propone cubrir la necesidad emergente de numerosos profesionales, investigadores y docentes que desde sus formaciones de grado originarias necesitan proseguir su capacitación. Está pensada siguiendo pautas comunes a los demás posgrados de la institución, lo que permitiría su articulación posterior con Maestrías y Doctorados afines.

³² http://www.cea.unc.edu.ar/of_academica/c_posgrado/15esp_comunicacion_medios.php.
Febrero 2010.

3 Metodología e instrumentos de investigación

El proyecto general en el que se incluye el presente trabajo centró su interés en dos aspectos claves de la educación superior: la enseñanza y el aprendizaje. Se trabajó en dos planos de análisis, por un lado, el docente como integrante de una cátedra y, por otro lado, la perspectiva del estudiante.

Para estudiar la enseñanza vinculada a las prácticas, se aplicaron dos cuestionarios, uno para estudiantes y otro para catedráticos, con el objetivo de revelar información sobre los aspectos de estudio mencionados. También se recurrió a datos estadísticos secundarios sobre planta de personal docente, entrevistas a informantes claves para seleccionar las cátedras y análisis de los planes de estudio.

3.1 Tipo de Estudio

El tipo de investigación es cualitativo y cuantitativo, de carácter descriptivo porque no pretende explicar razones causales en lo referente a la relación prácticas de estudio, solamente describir como esta situación se da en la Universidad Francisco Gavidia a partir de los datos recogidos.

3.1.1 Universo o población y muestra.

Se recolectó información de la totalidad de alumnos, los cuales eran 46 de último año de la carrera en el momento en que se realizó la investigación de campo. Las cátedras que se tomaron de referencia fueron: Técnicas Audiovisuales y Redacción para Medios de Comunicación, las cuales, se impartieron en el ciclo 01-2009 y ciclo 02-2009, éstas son asignaturas de último año de la carrera.

3.1.2 Técnicas utilizadas en la recopilación de datos

Los alumnos se entrevistaron durante las prácticas educativas, ya sea en la Radio UFG 105.3, en el canal 15 UFG de Televisión, en el laboratorio digital de fotografía, en los trabajos de investigación de las cátedras de especialización.

3.1.3 Instrumentos

Se utilizó dos cuestionarios, uno en calidad de guía de entrevista para recoger datos de catedráticos y otro en calidad de encuesta para recoger datos de alumnos de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones, preferentemente de las cátedras en donde se recibieron las prácticas educativas y de la especialización; con ello se recogió la información pertinente para poder hacer un diagnóstico al respecto de la práctica educativa de parte de los maestros hacia los discentes.

3.1.4 Protocolo de administración

El investigador abordó a los estudiantes en sus respectivas cátedras y se les explicó el objetivo de la investigación y se les pasó el instrumento a cada uno de los asistentes.

Los catedráticos encuestados, respondieron el test; además se les preguntó aspectos generales sobre las prácticas educativas en la carrera mencionada. Los 46 alumnos también contestaron las preguntas. En la encuesta, se presentó como a una especialista en comunicaciones extranjera, por tanto, se toma como entrevista a través del medio online.

Las encuestas se pasaron a alumnos de último año, por tanto la percepción de ellos ante el aprendizaje en su carrera difiere de los alumnos del primer ciclo del plan de estudios 2010 de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones. Se aclara que estos últimos entran con un plan diferente con asignaturas más acordes a la carrera y con prácticas educativas desde el primer ciclo de estudio.

3.1.5 Perfil de administradores

Los personajes involucrados en la investigación, fueron catedráticos que tienen mayor experiencia en las asignaturas, debido a que se recogieron mejores resultados y no se tuvieron datos que vengán a perjudicar la enseñanza-aprendizaje de la Universidad Francisco Gavidia. Los catedráticos involucrados fueron 7.

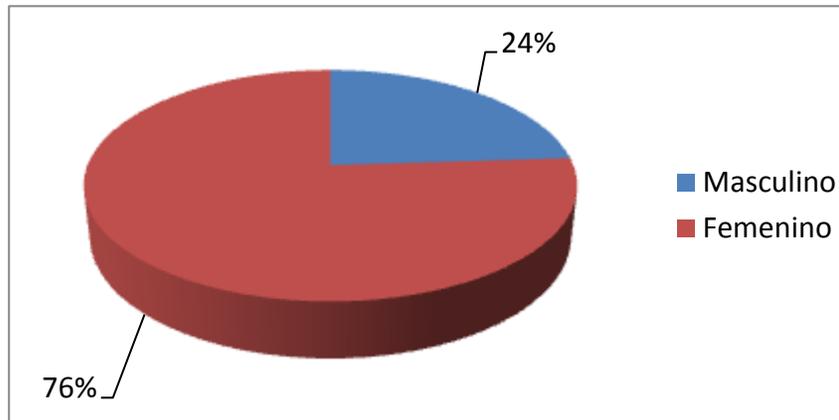
3.1.6 Procedimiento de análisis e interpretación

Los datos se recolectaron de tres fuentes: los estudiantes con encuestas, los catedráticos de la Universidad Francisco Gavidia con entrevistas y catedráticos externos (España) con una entrevista vía Web, de tal manera que se contrastaron los datos.

Datos de clasificación de la encuesta realizada a los alumnos de la Universidad Francisco Gavidia

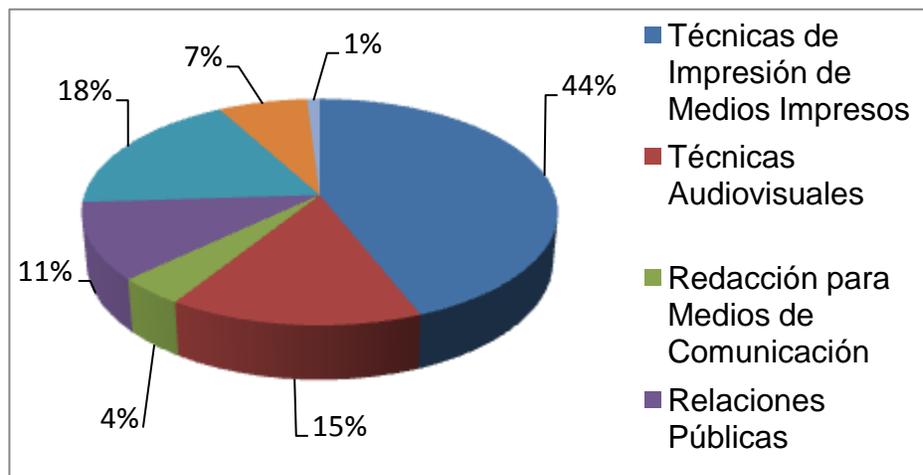
Se presentan a continuación las gráficas correspondientes a los datos recolectados con los estudiantes de último año de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones

Sexo



Pregunta 1. ¿En cuáles asignaturas realizó prácticas educativas?

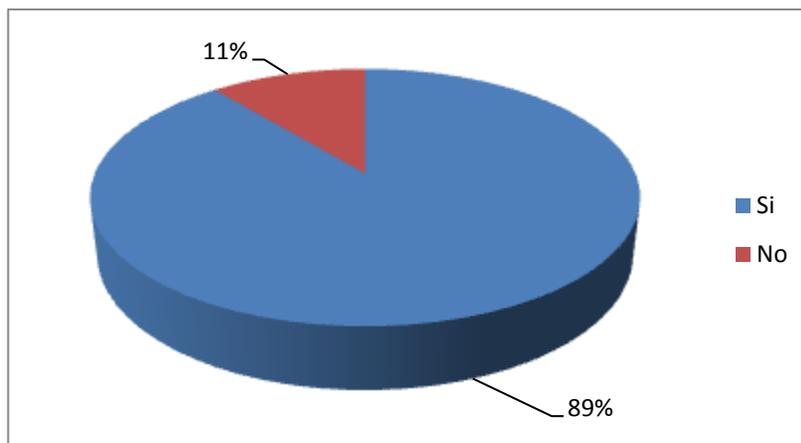
Objetivo: Conocer en cuáles asignaturas los alumnos de Relaciones Públicas y Comunicaciones, realizaron sus prácticas educativas.



Análisis: Según los datos, los alumnos realizaron más prácticas educativas en las asignaturas Técnicas de Impresión de Medios Impresos con un 44% y Protocolo y Dirección de Empresas. **Nota:** La frecuencia es de 137 respuestas debido a que la pregunta tenía la opción de contestar más de una respuesta.

Pregunta 2. ¿Es necesario realizar prácticas educativas fuera de la Universidad?

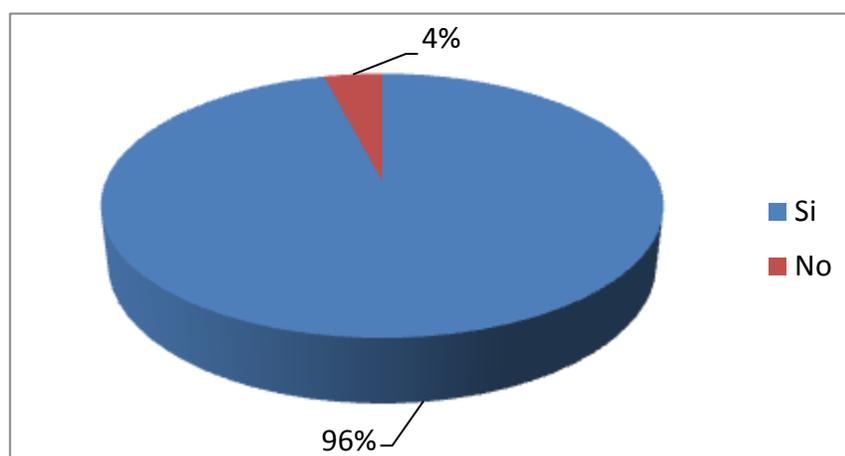
Objetivo: Conocer la necesidad de parte de los alumnos de realizar prácticas educativas fuera de la Universidad.



Análisis: El 89% de los alumnos manifestó que es necesario realizar prácticas educativas.

Pregunta 3. ¿Es necesario realizar prácticas educativas de laboratorio de televisión en la Universidad?

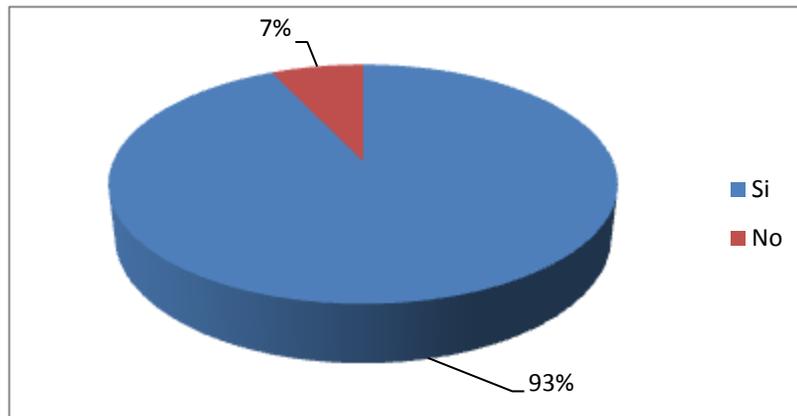
Objetivo: Identificar si es necesario que los alumnos realicen prácticas de televisión en la Universidad.



Análisis: El 96% de los alumnos desean tener prácticas de televisión según los datos analizados.

Pregunta 4. ¿Es necesario realizar prácticas educativas de laboratorio de radio en la Universidad?

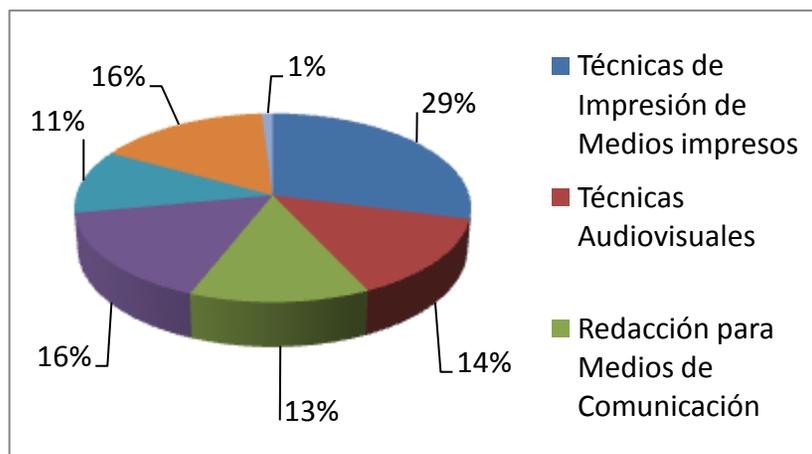
Objetivo: Conocer si es necesario que los alumnos realicen prácticas educativas en laboratorio de radio en la universidad.



Análisis: Los alumnos han manifestado que un 93% de estos deben realizar prácticas en radio.

Pregunta 5. ¿En cuáles asignaturas hacen falta prácticas educativas?

Objetivo: Investigar en cuáles asignaturas hace falta que los alumnos realicen prácticas educativas.

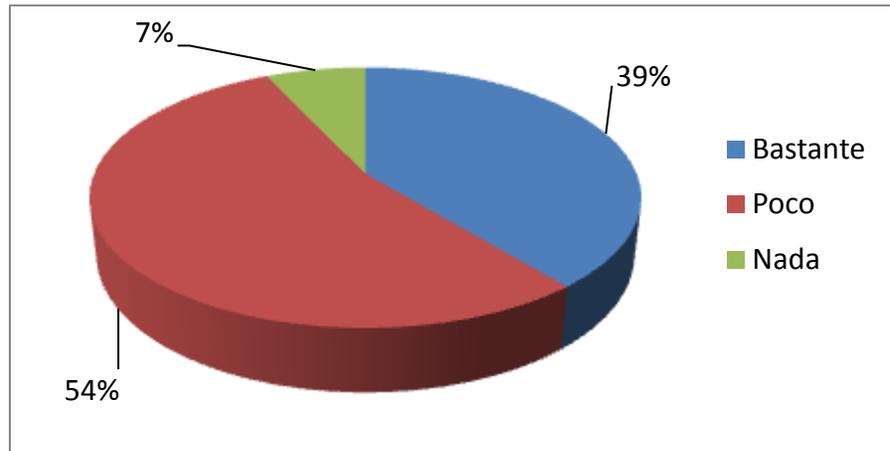


Análisis: En las asignaturas Técnicas de Impresión de Medios Impresos con un 29%, Relaciones Públicas con un 16%, son las que se debe tener más prácticas educativas.

Nota: La frecuencia es de 108 respuestas debido a que la pregunta tenía la opción de contestar más de una respuesta.

Pregunta 6. ¿Qué aprendizaje ha tenido en las asignaturas de la carrera con respecto a prácticas educativas?

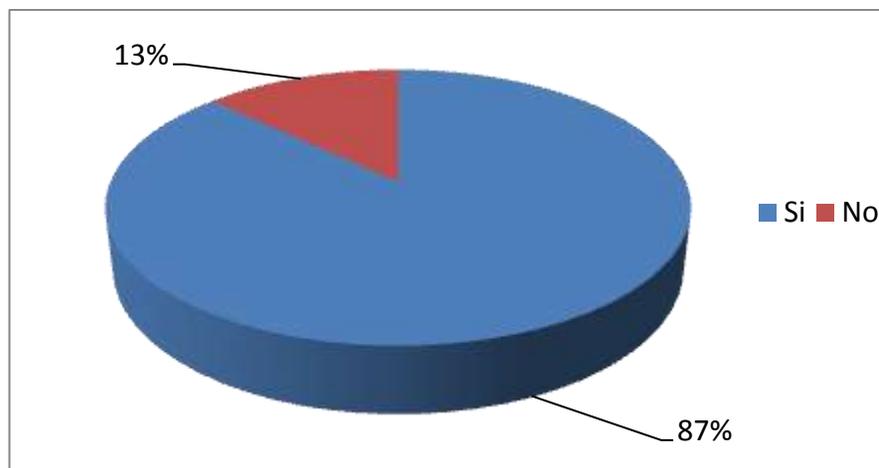
Objetivo: Identificar la cantidad de aprendizaje que los alumnos han obtenido con respecto a las prácticas educativas.



Análisis: El 54% de los alumnos, manifestó que realizan poca práctica educativa.

Pregunta 7 ¿Es necesario incorporar diplomados o cursos de reforzamiento en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones?

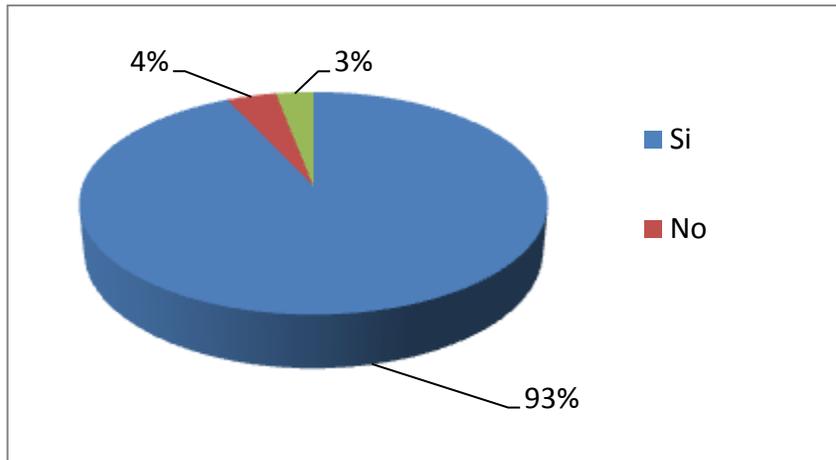
Objetivo: Conocer si los alumnos de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones manifiestan si es necesario incorporar diplomados de reforzamiento para que tengan más conocimientos en su carrera.



Análisis: El 87% de los alumnos, manifestaron la importancia de incorporar diplomados o cursos de reforzamiento.

Pregunta 8. ¿Debería de haber un periódico universitario?

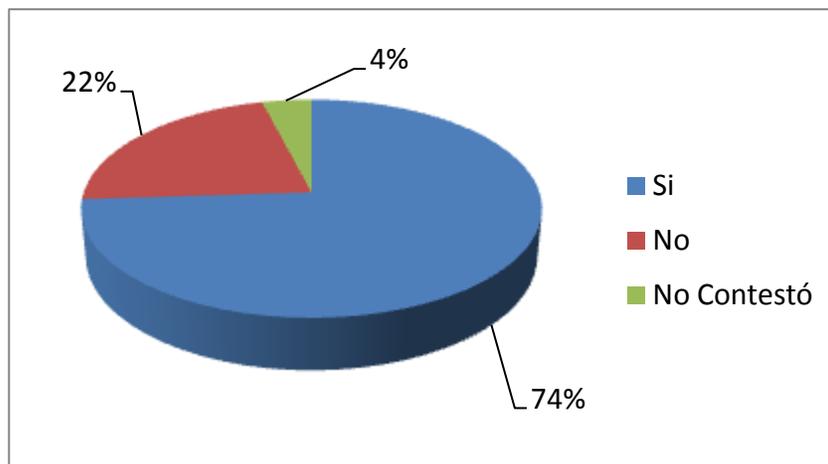
Objetivo: Saber si los alumnos manifiestan la importancia que la Universidad cuente con un periódico universitario.



Análisis: El 93% de los alumnos manifestaron que debe de haber un periódico universitario.

Pregunta 9. ¿Debería de editarse una revista universitaria?

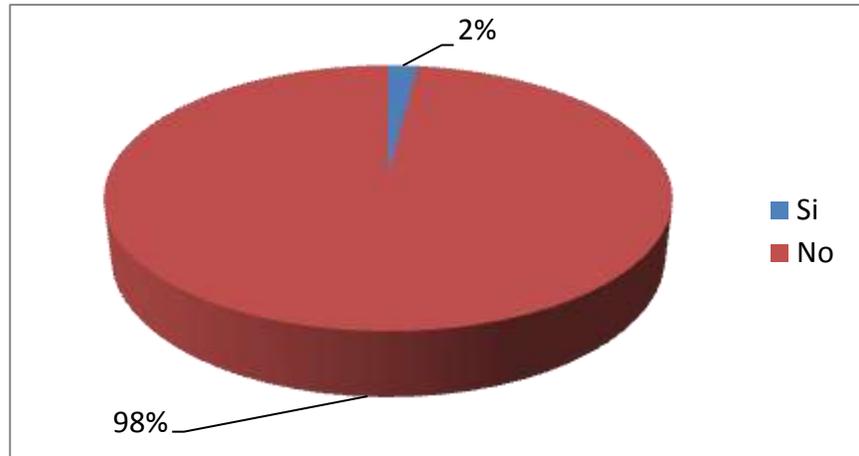
Objetivo: Saber si los alumnos desean que se edite una revista universitaria en la Universidad Francisco Gavidia.



Análisis: Según los datos arrojados, el 74% de los alumnos encuestados respondieron que sí desean que exista una revista.

Pregunta 10. ¿Practicó usted en el laboratorio de fotografía de la UFG?

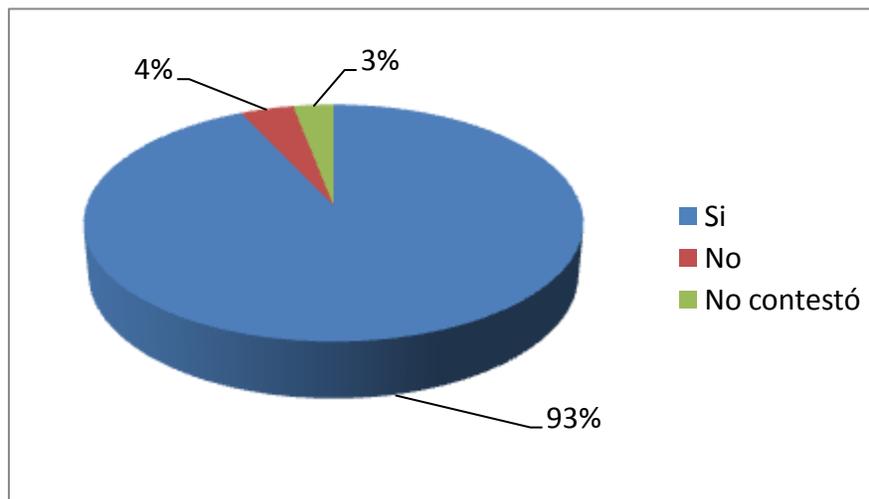
Objetivo: Saber si los alumnos tuvieron prácticas en el área de fotografía.



Análisis: Se comprobó que el 98% de los alumnos no han tenido prácticas educativas sobre fotografía.

Pregunta 11. ¿Sería importante cambiar la currícula de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones?

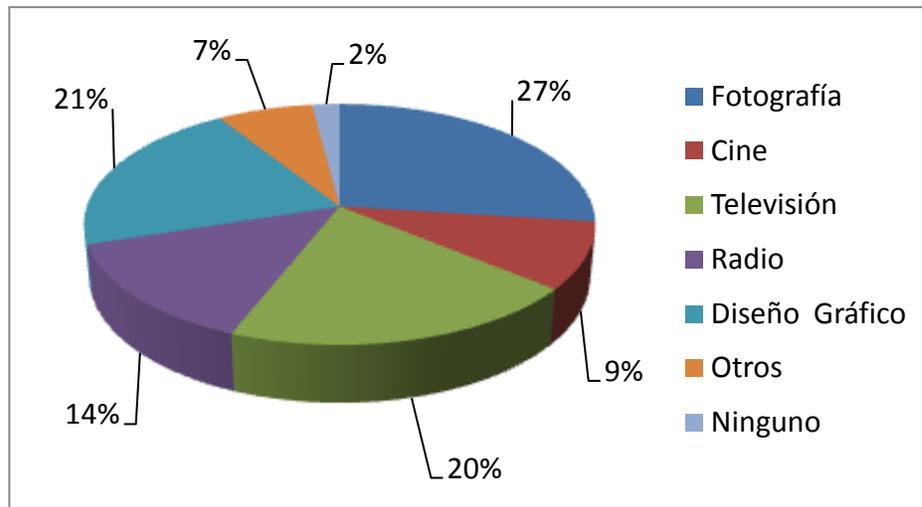
Objetivo: Conocer si debe haber cambios en la currícula o pensum de la carrera de relaciones Públicas y Comunicaciones.



Análisis: El 93% de los encuestados, manifestaron que es importante que se cambie la currícula o pensum de la carrera.

Pregunta 12. ¿Qué cursos de especialización deberían de incorporar la UFG después de egresar de la carrera?

Objetivo: saber qué cursos de especialización deberían de incorporar en la UFG luego de egresar.



Análisis: El 27% de los alumnos, están dispuestos a estudiar Fotografía, el 21% diseño Gráfico y el 20% televisión.

NOTA: La frecuencia es de 138, debido a que hubo bastantes opciones para contestar.

Pregunta 13. ¿Qué cambios considera que deberían de haber en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones?

Objetivo: saber las percepciones que tienen los alumnos sobre cambios en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones y qué aspectos se deberían de mejorar.

- ✓ En las prácticas deberían de hacer la dinámica de “aprender haciendo”, más dinámicas las clases con prácticas fuera de la universidad.
- ✓ No he percibido ningún cambio, pero se deberían de explotar más los medios de comunicación que dirige la universidad.
- ✓ Los cambios son mínimos, existe una radio, televisión y periódico virtual, pero no permiten a los alumnos que realicen sus prácticas. Debe haber más espacio para las prácticas para estudiantes.
- ✓ En el ciclo 01-2010, cambiaron el pensum de la carrera y se ve mejor porque agregaron nuevas asignaturas de acorde a la comunicación, para mejorar las prácticas. Se debe de utilizar todos los recursos de la universidad, utilizar a los alumnos y no pagar a extraños para que trabajen en ellos.

- ✓ Enfocarse más en la carrera, agregar materias relacionadas con la carrera.
- ✓ Ahora en día, cantamos con el canal y radio, sería mejor hacer talleres de investigación para conocer temas.
- ✓ Más práctica en canal 15 de televisión, y más involucramiento con empresas para que uno aprenda.
- ✓ Cambios, ninguno. Incorporar cursos, talleres de las materias como Técnicas Audiovisuales, Técnicas de Impresión para Medios Impresos y Protocolo y Dirección de Eventos.
- ✓ En cierta manera han mejorado las clases que tienen que ver con las prácticas en el canal de la universidad, es una experiencia favorable para nosotros. Antes no se hacía.
- ✓ Más prácticas, debe haber más materias alusivas a la carrera y no tan generales.
- ✓ Durante el tiempo que llevo de mi carrera, no he tenido ni percibido ningún cambio, pero sí es necesario que haya prácticas.
- ✓ Mejorar las relaciones interpersonales, aprender a expresarme en público.
- ✓ He adquirido aún más conocimientos en Protocolo, pero no han sido los suficientes; ya que esa carrera es amplia y la universidad, no tiene lo suficiente para dar a un relacionista público, debería de haber más laboratorios o impartir la materia de fotografía.
- ✓ Los cambios sólo serían en el pensum, eliminar unas materias y proponer otras más acordes a relaciones públicas y no a mercadeo.

2 Análisis comparativo de entrevistas efectuadas a catedráticos y su respectiva interpretación

A continuación se presenta el análisis de respuestas obtenidas en las entrevistas que se hicieron a los catedráticos de la UFG a través de matrices de comparación y su correspondiente interpretación.

Análisis comparativo

Pregunta	Entrevistados		
<p>¿Por qué razón son importantes las prácticas educativas en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones?</p>	<p>Lic. Santos Vidal Palacios.</p> <p>La Importancia de las prácticas educativas en los alumnos, radica en “como estudiante quizá fue la interacción entre el maestro y el alumno, donde el profesor enseña y el estudiante pregunta. Por otra parte considero que se vuelve importante relacionar la práctica educativa con la practicidad; es decir, practicar la teoría.”</p> <p>Como catedrático de una materia en la carrera, solamente en esa ha realizado prácticas educativas con los alumnos, en donde ha realizado eventos en donde los alumnos han aprendido todo lo</p>	<p>Lic. Mario Alfredo Cantarero.</p> <p>Las prácticas educativas son el medio para fomentar en los alumnos el saber hacer, en eso radica la importancia de ella.</p>	<p>Licda. Mercedes Seligman</p> <p>Porque ellas nos permiten ampliar el panorama al posibilitar evidenciar con otros recursos lo que recibimos a través de información bibliográfica. Las prácticas Educativas constituyen un importante recurso con el que se cierra el círculo del aprendizaje: información escrita vrs. práctica.</p>

	referente a protocolo y etiqueta.		
--	---	--	--

Interpretación

Las prácticas deben reflejar el “saber hacer”. Los alumnos tienen que tener la capacidad de poder llevar la teoría junto con la práctica. Con ello logra mayor aprendizaje y comprensión.

Se comprueba que en cualquier carrera, se debe de tener prácticas educativas, es en donde se encierra el círculo información escrita versus práctica.

Análisis comparativo

Pregunta	Entrevistados		
¿En cuáles asignaturas ha realizado prácticas educativas con sus alumnos?	Lic. Vidal Palacios Como catedrático de una materia en la carrera, solamente en esa ha realizado prácticas educativas con los alumnos, en donde ha realizado eventos en donde los alumnos han aprendido todo lo referente a protocolo y etiqueta.	Lic. Mario Cantarero Comunicación empresarial, a través de la realización de diagnósticos y estrategias comunicacionales para las empresas Ciencias de la comunicación I, por medio de elaboración de discursos persuasivos Ciencias de la comunicación II, a través de investigaciones cuantitativas sobre la audiencia salvadoreña Redacción para medios de comunicación, por medio de prácticas	Licda. Mercedes Seligman Quizá el más importante: la integración e interrelación entre compañeros además de una medición inherente de sus propias capacidades y aptitudes. El estudiante aprendió de manera rápida a desenvolverse y a ser más libre y abierto en cuanto a su expresión y manejo de la situación.

		permanentes de elaboración de noticias. Comunicación estética, a través de la planificación y producción de videos.	
--	--	--	--

Interpretación

El Lic. Palacios, como es catedrático hora clase, imparte solamente una cátedra Protocolo y Dirección de Eventos, en donde los alumnos según manifestó y además en supervisión realizada por un par evaluador, se constató que si han aprendido a través de prácticas educativas, los alumnos han elaborado en el mismo salón de clases actividades protocolarias referentes a aspectos militares, eclesiásticos, graduaciones, etc. Los alumnos realizan congresos, en donde se aplica en su mayoría el protocolo y ceremonial.

Los alumnos realizan diagnósticos comunicacionales, a redactar noticias; además realizan investigaciones cuantitativas sobre las audiencias en los medios de comunicación. Es acá en donde los alumnos utilizan las tecnologías educativas; ya que se realizan a través de encuestas a través de un link especializado para llenar cuestionarios.

Los alumnos deben tener aspectos actitudinales como expresión y comportamiento y a tener inteligencia emocional para poder triunfar en el mundo de las comunicaciones.

Análisis comparativo

Pregunta	Entrevistados		
Con el nuevo Plan de Estudios de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones, ¿qué diferencias encuentra con el plan anterior?	Lic. Vidal Palacios	Lic. Mario Cantarero	Lic. Jorge Colindres
	Con respecto al nuevo plan de estudios 2010 y al anterior 2004, el catedrático manifestó lo siguiente "el plan anterior es más administrativo que medio. Sin embargo	Se incluye 13 asignaturas de carácter prácticas, a través de las cuales los alumnos tendrán la oportunidad de participar en talleres de	Considero que en el nuevo plan se han incluidos mas materias que tiene que ver con la carrera en sí, cosa que faltaba en el anterior plan.

	<p>creo que los dos planes tienen sus pro y contras. En el primer plan me enseñaron a ser un ejecutivo de comunicaciones, mientras que en el segundo plan, me enseñan más a ser un trabajador de medios. Reflexión. Con lo cerrado que son los medios, manifestó que la UFG cuenta con el equipo idóneo como creo que hoy día para el nuevo plan que está enfocado en los medios, la UFG, tiene los medios necesarios, prensa, radio y televisión.</p>	<p>producción de radio, de televisión y de prensa.</p>	
--	--	--	--

Interpretación

El nuevo plan de estudios ha dado un giro de 180 grados en la carrera de relaciones públicas, el Lic. Palacios manifestó que en el plan 2004, los alumnos se gradúan con más aprendizajes administrativos y que su enfoque es ejecutivo, mientras que en plan 2010, los alumnos aprenden más a tener las herramientas para trabajar en los medios de comunicación.

Los alumnos aprenderán más, debido a que el plan cuenta con más asignaturas idóneas en la carrera. En total 13 asignaturas nuevas que refuerzan el aprendizaje.

Análisis comparativo

Pregunta	Entrevistados		
¿Cuenta la UFG con el equipo idóneo para las prácticas educativas?	Lic. Jorge Colindres	Lic. Mario Cantarero	Licda. Mercedes Seligman
	Hace falta que los alumnos tengan	Dispone de un canal de	Claro que sí. Nuestro estudio

	<p>acceso a cámaras de televisión, a la cabina de radio, existen estos insumos en la Universidad, pero los alumnos no tiene acceso a ellos y es importante que los alumnos los manipulen y creen sus propios proyectos de comunicación.</p>	<p>televisión, de una radioemisora y laboratorios informáticos. Se está en proceso de compra de softwares especializados en periodismos y comunicaciones, para adiestrar a los alumnos en esas técnicas.</p>	<p>de tv, si bien es bastante modesto, perfectamente puede competir con cualquiera del mercado nacional. De igual manera la radio y ni qué decir de nuestra plataforma virtual y el Internet de banda ancha. Todos excelentes recursos y 100% invertidos a la educación de nuestros estudiantes.</p>
--	---	--	--

Interpretación

Existen los medios de comunicación para las prácticas educativas, por tanto pueden realizar sus trabajos dependiendo la cátedra que estén cursando.

Esto sucede en las universidades, pero es justo y necesario, que todos los alumnos sin excepción, se queden sin sus prácticas educativas, más si se cuenta con los recursos idóneos y suficientes. Los catedráticos astutos y que cumplen los objetivos de la cátedra buscan la manera de llevar a los alumnos a canales de televisión, radioemisoras, periódicos, agencias de publicidad, estudios fotográficos, etc.

En las universidades, en donde se cuenta con las carreras en comunicaciones, los alumnos son los que realizan y producen programas. Buen inicio para poder incursionar luego en un medio de comunicación fuera de la universidad.

Análisis comparativo

Pregunta	Entrevistados		
¿En cuáles asignaturas hacen falta prácticas educativas?	Lic. Jorge Colindres	Lic. Mario Cantarero	Licda. Yesenia Chávez
	Televisión, Radio,	En las	En la mayoría,

	RR.PP	asignaturas del área común En un 70% del plan de estudios	para mi punto de vista todas las materias deben poseer un porcentaje de prácticas educativas. Ya que cuando las materias son 100% teóricas el estudiante se pierde motivación y en muchas ocasiones hasta prefieren retirar la materia.
--	-------	--	---

Interpretación

Se observa que los entrevistados señalan que hace falta que los alumnos realicen sus prácticas en las 13 asignaturas que se presentan en el plan nuevo (ver anexo 1), pero es de corroborar que todo alumno que se incorpora en la carrera de comunicaciones, lógicamente debe de saber al finalizar la carrera aspectos referentes sobre los medios de comunicación. Producir un spot, realizar un comercial de TV, hacer cuñas radiales, etcétera, es parte de su mundo.

Los alumnos deben tener prácticas en todas las asignaturas, es parte del aprendizaje, según manifiestan los otros licenciados. En todas las asignaturas de la especialización, se deben tener prácticas.

No puede haber asignaturas de la carrera que no cuenten con una práctica educativa especialmente en carreras que correspondan o vinculada a la industria de las comunicaciones. Cada una de ellas está apta para poder practicarse en los diferentes laboratorios o talleres que cuenta la UFG.

Análisis comparativo

Pregunta	Entrevistados		
¿Qué aprendizajes percibió en los alumnos al tener	Licda. Yesenia Chávez	Lic. Mario Cantarero	Lic. Jorge Colindres
	En primer lugar,	Habilidades en	Yo trabajo con

con ellos prácticas educativas diferentes ámbitos?	ellos manifiestan el interés y la motivación. También desarrollan mejor la capacidad de analizar, sintetizar y de relacionar los conocimientos nuevos con los previos o teóricos.	el manejo del lenguaje de los medios Habilidad para operar equipo técnico	ellos las prácticas fotográficas, pero los oriento a trabajar en proyectos con contenido social y ellos muestran mucho agrado en esta área.
--	--	--	---

Interpretación

Es indispensable que los alumnos puedan hacer análisis sobre los acontecimientos: sociales, político y económicos. Al trabajar en los medios de comunicación, deben de saberlo hacer. Quiere decir que debe tener: conciencia social, ser analítico, crítico y pensante. Además, manifestó que los alumnos aprendieron a analizar el lenguaje de los medios de comunicación. Estos deben saber que cada medio de comunicación cuenta con diferentes líneas editoriales, vocabularios y lenguaje. Los alumnos también aprendieron a manejar equipo técnico.

A los alumnos no solamente se les enseña a manejar el equipo técnico; además aprenden a concienciar a la opinión pública sobre temáticas sociales que se manifiestan en el país. Aprenden a transmitir aspectos sociales, económicos, culturales y políticos a través de las fotografías.

Análisis comparativo

Pregunta	Entrevistados		
¿Qué sugerencias propone usted como catedrático para mejorar las prácticas educativas en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la UFG?	Lic. Jorge Colindres Definir muy bien el perfil de los docentes que imparten las materias para la carrera. Crear un departamento de Relaciones Publicas Universitario donde	Lic. Mario Cantarero Equipar con más equipo de laboratorios, para las prácticas comunicativas Contratar profesores con experiencia en los medios de comunicación	Licda. Yesenia Chávez Necesitamos reforzar y unificar los programas de cada asignatura en las cuales podamos incorporar las prácticas educativas y hacer de cada

	<p>los alumnos realicen sus prácticas. Establecer alianzas estratégicas con empresas para que permitan a los estudiantes realizar prácticas en los departamentos de comunicaciones. Desarrollar más talleres de redacción de noticias Organizar más foros de debate entre estudiantes y profesionales de comunicación.</p>	<p>Formación de profesores en las nuevas tecnologías de la comunicación.</p>	<p>tema algo innovador y sobretodo desarrollar la creatividad en los estudiantes que tanta falta hace.</p>
--	--	--	--

Interpretación

La Universidad Francisco Gavidia cuenta con un grupo de edecanes que ayudan a las actividades protocolarias, pero la universidad, no posee un departamento de relaciones públicas. Además este es indispensable en las universidades para atención personalizada de las relaciones públicas y comunicaciones, tanto para los públicos internos y externos.

Los profesores en el área de comunicaciones, tienen que actualizarse en el conocimiento de las tecnologías comunicacionales. Un catedrático en esta área, debe de contar con las herramientas y aprendizajes fundamentales para ejercer el proceso enseñanza aprendizaje. Con ello, los catedráticos podrán enseñar sobre producción audiovisual, radial, periodística, entre otros.

El reforzamiento en las prácticas educativas es necesario, estas deben ser ejecutadas profesionalmente tanto dentro y fuera del aula.

Percepciones generales de los catedráticos sobre las prácticas educativas en la carrera de relaciones públicas y comunicaciones.

El catedrático responsable de la cátedra de Protocolo y Dirección de Eventos, Lic. Vidal Palacios, manifestó lo siguiente sobre las prácticas educativas:

- ✓ La Importancia de las prácticas educativas en los alumnos, radica en “como estudiante quizá fue la interacción entre el maestro y el alumno, donde el profesor enseña y el estudiante pregunta. Por otra parte, considero que se vuelve importante relacionar la practica educativa con la teoría.”
- ✓ Como catedrático de una materia en la carrera, solamente en esa ha realizado prácticas educativas con los alumnos, y eventos en donde los alumnos han aprendido todo lo referente a protocolo y etiqueta.
- ✓ Con respecto al nuevo plan de estudios 2010 y al anterior 2004, el catedrático manifestó lo siguiente “el plan anterior es más administrativo que medio. Sin embargo creo que los dos planes tienen sus pro y contras. En el primer plan me enseñaron a ser un ejecutivo de comunicaciones, mientras que en el segundo plan, me enseñan más a ser un trabajador de medios. Reflexionó sobre lo cerrado que son los medios. Manifestó que la UFG cuenta con el equipo idóneo como creo que hoy día para el nuevo plan que está enfocado en los medios, la UFG, tiene los medios necesario, prensa, radio y televisión.
- ✓ En las asignaturas que hace falta prácticas educativas están: “Protocolo, Relaciones públicas, Redacción para medios, y creo que en todas.. Aunque en la cátedra de Protocolo y Dirección de Eventos, es una de las asignaturas en donde más se ha realizado prácticas educativas, según su percepción
- ✓ Los aprendizajes percibidos por los alumnos son “en lo personal creo que todo lo que uno trata de enseñarles, desde poder caminar, sentarse, comer, tratar, mirar, etc. (Cátedra Protocolo y Dirección de Eventos)”
- ✓ Los diplomados son importantes, ya que permitirán una mayor base en su vida profesional.
- ✓ Las sugerencias para mejorar las prácticas educativas son: “que haya un mayor involucramiento y control, no podemos hacer cosas aisladas, uno haciendo una cosa y otro otra, siendo la misma asignatura. Pero para ello deberá existir una mayor conciencia y constantes reuniones de trabajo para mejorar la carrera”.

El catedrático Lic. Mario Cantarero, investigador y coordinador de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones, manifestó lo siguiente sobre las prácticas educativas en la carrera de comunicaciones en la UFG:

¿Por qué razón son importantes las prácticas educativas en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones?

- ✓ Las prácticas educativas son el medio para fomentar en los alumnos el saber hacer, en eso radica la importancia de ella.

¿En cuáles asignaturas ha realizado prácticas educativas con sus alumnos?

- ✓ Comunicación empresarial, a través de la realización de diagnósticos y estrategias comunicacionales para las empresas
- ✓ Ciencias de la comunicación I, por medio de elaboración de discursos persuasivos
- ✓ Ciencias de la comunicación II, a través de investigaciones cuantitativas sobre la audiencia salvadoreña
- ✓ Redacción para Medios de Comunicación, por medio de prácticas permanentes de elaboración de noticias.
- ✓ Comunicación Estética, a través de la planificación y producción de vídeos.

Con el nuevo Plan de Estudios de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones, ¿qué diferencias encuentra con el plan anterior?

- ✓ Se incluye 13 asignaturas de carácter prácticas, a través de las cuales los alumnos tendrán la oportunidad de participar en talleres de producción de radio, de televisión, de prensa.

¿Cuenta la UFG con el equipo idóneo para las prácticas educativas?

Dispone de un canal de televisión, de una radioemisora y laboratorios informáticos. Se está en proceso de compra de softwares especializados en periodismos y comunicaciones, para adiestrar a los alumnos en esas técnicas.

¿En cuáles asignaturas hacen falta prácticas educativas?

- ✓ En las asignaturas del área común
- ✓ En un 70% del plan de estudios

¿Qué aprendizajes percibió en los alumnos al tener con ellos prácticas educativas en diferentes ámbitos?

- ✓ Habilidades en el manejo del lenguaje de los medios
- ✓ Habilidad para operar equipo técnico

¿Es necesario incorporar diplomados o cursos especializados de reforzamiento para los alumnos de Relaciones Públicas y Comunicaciones?

Para compensar lo que no se les ofreció en un plan de estudios saturado de asignaturas de administración de empresas y mercadeo.

Sabe si la UFG ha planificado incorporar nuevos equipos para las prácticas educativas.

La colección de Adobe CSA 4, que incluye tecnología para radio, televisión, internet, prensa, fotografía.

¿Cómo percibe la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la UFG con otras carreras en comunicaciones en el país?.

La carrera de Relaciones Públicas y comunicaciones de la UFG se ubica entre el grupo de carreras de comunicaciones generalistas en el país, en donde prácticamente se les enseña conocimientos enciclopedistas y dispersos del área de conocimiento, digo esto porque hay otro grupo de universidades que ofrecen la carrera de manera más especializada, como la Universidad Don Bosco y la Escuela de Comunicaciones Mónica Herrera.

¿Qué sugerencias propone usted como catedrático para mejorar las prácticas educativas en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la UFG?.

- a. Equipar con más equipo de laboratorios, para las prácticas comunicativas
- b. Contratar profesores con experiencia en los medios de comunicación
- c. Formación de profesores en las nuevas tecnologías de la comunicación.

Comentarios de la Directora de Desarrollo Estudiantil de la UFG, Licda. Mercedes Concepción Seligman

¿Por qué razón son importantes las prácticas educativas en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones?

Porque ellas nos permiten ampliar el panorama al posibilitar evidenciar con otros recursos lo que recibimos a través de información bibliográfica. Las prácticas educativas constituyen un importante recurso con el que se cierra el círculo del aprendizaje: información escrita vrs. práctica.

¿En cuáles asignaturas ha realizado prácticas educativas con sus alumnos?

Generalmente en mis asignaturas tenemos un porcentaje de horas dedicadas a la práctica. En algunas, la práctica se da cuando asistimos a otros espacios como museos o sitios culturales de gran importancia para el país y desarrollamos una guía de trabajo práctico alrededor de la temática en estudio. En otras se orienta a los estudiantes para que ellos, de manera libre y ajustados a su tiempo, desarrollen esas guías, pero siempre bajo la observación del catedrático, utilizando los excelentes recursos y medios audiovisuales de que dispone la UFG.

Con el nuevo Plan de Estudios de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones, ¿qué diferencias encuentra con el plan anterior?

Me parece excelente la incorporación de otras asignaturas, muy necesarias para la profesión, como Fotografía y más de Publicidad. En realidad creo que la carrera ha estado más teorizada y alejada del contexto actual de la publicidad y del mercado real al que van a enfrentarse nuestros jóvenes. Aplaudo la iniciativa.

¿Cuenta la UFG con el equipo idóneo para las prácticas educativas?

Claro que sí. Nuestro estudio de TV, si bien es bastante modesto, perfectamente puede competir con cualquiera del mercado nacional. De igual manera la radio y ni qué decir de nuestra plataforma virtual y el Internet de banda ancha. Todos excelentes recursos y 100% invertidos a la educación de nuestros estudiantes.

¿En cuáles asignaturas hacen falta prácticas educativas?

Me parece que todas necesitarían de una manera o de otra hacer prácticas en los medios, o realizar prácticas en otros medios para que el alumno tenga mayor acceso a ese mundo real y competitivo al que se enfrentará cuando se gradúe.

¿Qué aprendizajes percibió en los alumnos al tener con ellos prácticas educativas en diferentes ámbitos?

Quizá el más importante: la integración e interrelación entre compañeros; además de una medición inherente de sus propias capacidades y aptitudes. El estudiante aprendió de manera rápida a desenvolverse y a ser más libre y abierto en cuanto a su expresión y manejo de la situación.

¿Es necesario incorporar diplomados o cursos especializados de reforzamiento para los alumnos de Relaciones Públicas y Comunicaciones?

Siempre es necesario un plus en todas las actividades académicas. Nunca se termina de aprender y este tipo de actividades constituyen un “refreshment obligado”.

Sabe si la UFG ha planificado incorporar nuevos equipos para las prácticas educativas.

La UFG permanentemente está en su proceso de Mejora Continua y es de reconocer el esfuerzo que hace en suplir las necesidades de equipo para las prácticas de sus estudiantes. Por ejemplo en el área de tv y radio, se dotará próximamente de mejor equipo, según información de su Director.

¿Cómo percibe la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la UFG con otras carreras en comunicaciones en el país?

Mucho mejor que otras, sí, pero todavía le falta algo que bien podría ser, el involucramiento de su staff docente en actividades reales de publicidad y medios. La UFG ha tenido excelentes catedráticos que han podido conciliar el mundo real con el académico, es decir, han logrado trabajar medio tiempo en sus empresas de medios y/o publicidad e impartir clases. Creo que eso bien puede rescatarse. También me parece necesario que la UFG se involucre más

en congresos (que seamos organizadores, anfitriones) de manera que nos constituyamos en referentes.

¿Qué sugerencias propone usted como catedrático para mejorar las prácticas educativas en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la UFG? Organizar reuniones periódicas con toda la planta docente de la Carrera de RR.PP. y Comunicaciones para compartir experiencias o proponer nuevas estrategias de trabajo y de prácticas.

¿Realiza usted prácticas educativas con sus alumnos afuera de la UFG?

Actualmente no, dados los índices de delincuencia y violencia; pero mis alumnos forman parte del staff de la radio y televisión, y otros realizan sus prácticas en las asignaturas inscritas

Entrevista efectuada a Licda. Yesenia Chávez, catedrática de la asignatura Ciencias de la Comunicación I

¿Por qué razón son importantes las prácticas educativas en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones?

Es un método con el cual el alumno puede conocer la realidad que le rodea y ello le otorga una importancia relevante ya que la teoría por muy buena que pueda ser, sin la práctica no tiene una validez objetiva.

¿En cuáles asignaturas ha realizado prácticas educativas con sus alumnos?

En materias como Cultura General, Sociedad Informacional y Ciencias de la Comunicación I.

Con el nuevo Plan de Estudios de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones, ¿qué diferencias encuentra con el plan anterior?

Lamentablemente no conozco a profundidad el plan de estudios anterior.

¿Cuenta la UFG con el equipo idóneo para las prácticas educativas?

La universidad UFG posee el equipo idóneo tanto en el área humana como en el área técnica. La universidad constantemente busca la innovación y se preocupa por preparar al cuerpo docente ante cualquier novedad. Ejemplo de ello es el Diplomado para tutores virtuales.

¿En cuáles asignaturas hacen falta prácticas educativas?

En la mayoría, para mi punto de vista todas las materias deben poseer un porcentaje de prácticas educativas. Ya que cuando las materias son 100%

teóricas el estudiante se pierde motivación y en muchas ocasiones hasta prefieren retirar la materia.

¿Qué aprendizajes percibió en los alumnos al tener con ellos prácticas educativas en diferentes ámbitos?

En primer lugar, ellos manifiestan el interés y la motivación. También desarrollan mejor la capacidad de analizar, sintetizar y de relacionar los conocimientos nuevos con los previos o teóricos.

¿Es necesario incorporar diplomados o cursos especializados de reforzamiento para los alumnos de Relaciones Públicas y Comunicaciones?

El estudiante termina con deficiencias como: no poder hablar en público, no saben expresarse de manera correcta en fin son muchas las deficiencias con las que terminan, por la razón que las nuevas generaciones no se preocupan por aprender o buscar aprender más, sino que se le tiene que ofrecer y sobretodo motivar.

¿Cómo percibe la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la UFG con otras carreras en comunicaciones en el país?

A pesar de tener los medios que fortalecen la carrera, no se les está dando la debida importancia y eso hace que en comparación con los demás quede en un nivel intermedio, es tarea de nosotros como docentes transmitirle la mayor cantidad de conocimientos a los estudiantes, para que ellos estén preparados con un poco de cada cosa.

¿Qué sugerencias propone usted como catedrático para mejorar las prácticas educativas en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la UFG?

Necesitamos reforzar y unificar los programas de cada asignatura en las cuales podamos incorporar las prácticas educativas y hacer de cada tema algo innovador y sobretodo desarrollar la creatividad en los estudiantes que tanta falta hace.

Entrevista efectuada al Lic. Iván Gómez Trejo, coordinador del Centro de Opinión Pública (COP) y catedrático de Técnicas de Impresión de Medios Impresos, Opinión Pública y Técnicas Audiovisuales

¿Por qué razón son importantes las prácticas educativas en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones?

La práctica tiene que ir relacionada al aprendizaje independientemente la carrera que se estudió. Pero, cuando hablamos de las relaciones públicas, esta se relaciona a la competencia, y el que ejerce mejor competencia logra alcanzar sus objetivos. Nos encontramos frente a una competencia humana, o sea

nuestros estudiantes son en buen número, por lo que hay que medir, aptitud, actitud y vocación.

No son las mejores calificaciones la que determinan al buen profesional, más bien, es la forma en que se ponen en práctica.

¿En cuáles asignaturas ha realizado prácticas educativas con sus alumnos?

Ciencias de la Comunicación, Redacción para Medios de Comunicación y Técnicas para Medios Impresos.

Con el nuevo Plan de Estudios de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones, ¿qué diferencias encuentra con el plan anterior?

Esta encaja a la carrera, es decir que desde las primeras asignaturas, el estudiante fortalece su aprendizaje.

¿Cuenta la UFG con el equipo idóneo para las prácticas educativas?

Tenemos desde hace un poco más de un año, con los medios, radio, televisión y periódicos en el que el estudiante se puede acercar para hacer práctica.

¿En cuáles asignaturas hacen falta prácticas educativas?

De momento, desconozco otra asignatura más de la que imparto.

¿Qué aprendizajes percibió en los alumnos al tener con ellos prácticas educativas en diferentes ámbitos?

Afortunadamente ya existen algunos estudiantes que trabajan en algunas instituciones y medios de comunicación.

¿Es necesario incorporar diplomados o cursos especializados de reforzamiento para los alumnos de Relaciones Públicas y Comunicaciones?

Porque mientras más nos actualizamos fortalecemos nuestro conocimiento

¿Cómo percibe la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la UFG con otras carreras en comunicaciones en el país?

No conozco a fondo los planes de estudios de otras instituciones

¿Qué sugerencias propone usted como catedrático para mejorar las prácticas educativas en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la UFG?

Mayor interés de los catedráticos para que sus alumnos lo ejecuten. Ellos tienen que incorporarse también.

Comentarios surgidos en la encuesta de parte del Lic. Jorge Colindres, coordinador del Laboratorio de Fotografía Publicitaria de la UFG

¿Por qué razón son importantes las prácticas educativas en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones?

Son muy importantes, ya que a través de las prácticas los alumnos van descubriendo y desarrollando nuevas habilidades enfocadas a prepararles para ser profesionales competitivos.

¿En cuáles asignaturas ha realizado prácticas educativas con sus alumnos?

En la materia de Fotografía I

Con el nuevo Plan de Estudios de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones, ¿qué diferencias encuentra con el plan anterior?

Considero que en el nuevo plan se han incluidos mas materias que tiene que ver con la carrera en sí, cosa que faltaba en el anterior plan.

¿Cuenta la UFG con el equipo idóneo para las prácticas educativas?

Hace falta que los alumnos tengan acceso a cámaras de televisión, a la cabina de radio, existen estos insumos en la Universidad, pero los alumnos no tiene acceso a ellos y es importante que los alumnos los manipules y creen sus propios proyectos de comunicación.

¿En cuáles asignaturas hacen falta prácticas educativas?

Televisión, Radio, Relaciones Públicas

¿Qué aprendizajes percibió en los alumnos al tener con ellos prácticas educativas en diferentes ámbitos?

Yo trabajo con ellos las prácticas fotográficas, pero los oriento a trabajar en proyectos con contenido social y ellos muestran mucho agrado en esta área.

¿Es necesario incorporar diplomados o cursos especializados de reforzamiento para los alumnos de Relaciones Públicas y Comunicaciones?

Porque de esta manera los alumnos son más competitivos y pueden profesionalizarse más.

¿Cómo percibe la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la UFG con otras carreras en comunicaciones en el país?

Creo que se están haciendo muchos esfuerzos para fortalecer la carrera, pero falta mucho camino que recorrer y muchas acciones a tomar.

¿Qué sugerencias propone usted como catedrático para mejorar las prácticas educativas en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la UFG?

- ✓ Definir muy bien el perfil de los docentes que imparten las materias para la carrera.
- ✓ Crear un departamento de Relaciones Públicas Universitario donde los alumnos realicen sus prácticas.
- ✓ Establecer alianzas estratégicas con empresas para que permitan a los estudiantes realizar prácticas en los departamentos de comunicaciones.
- ✓ Desarrollar más talleres de redacción de noticias
- ✓ Organizar más foros de debate entre estudiantes y profesionales de comunicación.

Comentarios surgidos en la encuesta de parte de la Licda. Lídice Pérez, catedrática de la asignatura Relaciones Humanas y Públicas de la UFG

¿Por qué razón son importantes las prácticas educativas en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones?

El objetivo principal de todo profesional es el de ser competente en su oficio. Mejorar y progresar en esas competencias, son el resultado de la asimilación de conocimientos y la experiencia: el conocimiento de las condiciones que intervienen en la práctica y la experiencia para dominarla.

Nuestro hacer cotidiano, desemboca en diversos resultados: pueden ser favorables a nuestros propósitos, satisfactorios, y siempre mejorables. La dificultad estriba en reconocer y valorar el resultado de nuestro hacer, sobre todo cuando necesitan ajustes y mejoras. Ello implica el análisis de nuestras prácticas y su ponderación con otras. En el campo de la educación, el proceso de enseñanza y el de aprendizaje, complejos de por sí, son pasibles también de un análisis. Estos requieren de ciertos conocimientos indispensables, que pueden ser utilizados como referentes válidos para interpretar lo que sucede en el aula.

¿En cuáles asignaturas ha realizado prácticas educativas con sus alumnos?

En la asignatura de Relaciones Humanas y Públicas

Con el nuevo Plan de Estudios de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones, ¿qué diferencias encuentra con el plan anterior?

La diferencia es que las asignaturas si guardan relación con el nombre de la carrera

¿Cuenta la UFG con el equipo idóneo para las prácticas educativas?
Para la producción de radio no hay espacios de prácticas para los estudiantes, por mencionar una. Computadoras con software de diagramación publicitaria.

¿En cuáles asignaturas hacen falta prácticas educativas?

Las prácticas educativas deben ser un eje transversal para todas las asignaturas.

¿Qué aprendizajes percibió en los alumnos al tener con ellos prácticas educativas en diferentes ámbitos?

Entendían mejor los conceptos teóricos de los libros.

¿Es necesario incorporar diplomados o cursos especializados de reforzamiento para los alumnos de Relaciones Públicas y Comunicaciones?

Cada día en el mercado laboral se están actualizando nuevos conocimientos y los programas de estudio son estáticos

¿Sabe si la UFG ha planificado incorporar nuevos equipos para las prácticas educativas?.

No, no sé si la UFG ha planificado incorporar nuevos equipos para las prácticas educativas.

¿Cómo percibe la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la UFG con otras carreras en comunicaciones en el país?

Muy atrás. Le hace falta realizar pasantías durante la carrera para que este al mismo nivel de otras universidades.

¿Qué sugerencias propone usted como catedrático para mejorar las prácticas educativas en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la UFG?

Pasantías con las empresas.
Poner casos reales de aplicación

13.1 Fundamentos de catedráticos de universidades extranjeras sobre las prácticas educativas en el área de comunicaciones:

Entrevista con la Doctora Begoña Zalbidea, catedrática de la Escuela de Periodismo y Comunicaciones de la Universidad del País Vasco, Bilbao España

Hay que diferenciar entre el alumnado que cursa Periodismo y los que hacen Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas, Todos hacen prácticas, pero adaptadas a las licenciaturas respectivas.

Nuestro alumnado hace prácticas en cada una de las asignaturas y también en empresas de comunicación (prensa, radio, televisión, agencias de noticias, medios online, gabinetes de prensa o de comunicación...) o dedicadas al marketing y la publicidad. En este caso, son regladas. Es decir, a través de convenidos entre la Facultad y las empresas. Las suelen hacer en los dos últimos años de carrera, bien en el verano o durante el curso, siempre respetando el horario de las clases (mañana-tarde). Algunas empresas suelen pagar y otras no.

En las aulas, en función del curso, hacen noticias, trabajan los géneros y las columnas de opinión, y ya, en tercero y cuarto (últimos años de la licenciatura) se les exige que hagan reportajes, crónicas y entrevistas en profundidad.

Para dar forma a esas tareas se les facilita el acceso a salas multimedia, dotadas con ordenadores y todos los programas necesarios para la redacción, diseño y edición de sus trabajos (en algunas asignaturas tienen que elaborar una revista completa). Les acompaña un profesor/a para resolver todo tipo de dudas.

Si las noticias, reportajes... son para radio y/o televisión, en ese caso utilizan los estudios de radio (salas de edición...) y los platós de televisión.

Sintetizando los aportes de los diferentes entrevistados, a continuación, se cita un consolidado de los mismos.

- ✓ En la asignatura Protocolo y Dirección de Eventos es en donde más se ha realizado prácticas educativas.
- ✓ La UFG cuenta con los medios de televisión, radio y prensa para realizar sus prácticas educativas.
- ✓ Tiene que haber más involucramiento en las prácticas educativas, no se debe aislar este panorama.
- ✓ Los alumnos han realizado investigaciones de campo en cátedras como Ciencias de la Comunicación I y II sobre audiencias, diagnósticos y estrategias de comunicación.
- ✓ En la cátedra de Relaciones Públicas, los alumnos realizan como práctica, un plan de relaciones públicas
- ✓ En la cátedra de Comunicación Estética, se desarrolló planificación y producción de videos con temáticas escogidas por los alumnos y guiadas por su respectivo catedrático.
- ✓ El plan de estudios de la carrera en Relaciones Públicas y Comunicaciones, incluye 13 asignaturas nuevas para mayor aprendizaje.
- ✓ Los alumnos tienen la oportunidad e hacer trabajos publicitarios con la ayuda de los medios con que cuenta la UFG.

- ✓ Diplomados como tutores virtuales, es una oportunidad de enseñanza a través de este medio.
- ✓ Los alumnos aprenden a hablar en público, realizar discursos, aspectos protocolarios y de etiqueta.
- ✓ A pesar de contar con medios de comunicación, no todos los alumnos han logrado tener la experiencia en todos los medios. Algunos solamente lo han tenido en un solo medio.
- ✓ Con las prácticas educativas, los alumnos han logrado incursionar en medios de comunicación.
- ✓ El plan antiguo de la carrera, posee bastantes asignaturas administrativas, las cuales no ayudan al objetivo primordial del aprendizaje en comunicaciones.
- ✓ Los catedráticos que han sido evaluados con la evaluación denominada 360 grados y que no tuvieron la oportunidad de cumplir con los objetivos de aprendizaje por los alumnos, tuvieron que ser despedidos.

1 Conclusiones

En relación con los objetivos para la presente investigación, se establecen las siguientes conclusiones:

1.1 Respecto al objetivo 1

- ✓ Solamente el 2% de alumnos realizó prácticas en un laboratorio de fotografía o lo realizó por su propia iniciativa.

1.2 Respecto al objetivo 2

- ✓ Actualmente es importante realizar prácticas educativas fuera de la universidad como: talleres de televisión, de radio, fotografía. Los catedráticos tienen la oportunidad de llevar a medios de comunicación externos de la UFG a los alumnos en las cátedras en donde es indispensable y obligatorio realizar prácticas.
- ✓ El 96 por ciento de los alumnos están interesados en realizar prácticas educativas en un estudio de televisión.
- ✓ Como componente de su proceso de formación profesional, los alumnos pertenecientes al plan 2004, han realizado pocas prácticas educativas.
- ✓ La generalidad de alumnos (96%) manifestaron la necesidad de tener prácticas en radio. La UFG cuenta con una radio en FM, pero para los alumnos destacados. Además realizaron pruebas para quedar en el staff de la radio.
- ✓ En las cátedras Técnicas de Impresión para Medios Impresos, Técnicas Audiovisuales, Relaciones Públicas, se necesita tener más prácticas educativas. Tener periódicos y revistas físicas, implica un presupuesto alto para la Universidad. Actualmente, la Facultad de Ciencias Económicas, en donde se sirve la carrera en Relaciones Públicas y Comunicaciones, cuenta con un periódico virtual UFG News, un boletín electrónico "Acontecer UFG", en donde los alumnos tienen la oportunidad de escribir, producir artículos para estos medios.
- ✓ Los alumnos pertenecientes al plan 2004, han realizado tenido pocas prácticas educativas.
- ✓ Los alumnos están conscientes que es necesario que la carrera, se refuerce con diplomados y cursos en el área de comunicaciones. Actualmente, la UFG imparte cursos en Fotografía, los cuales son de una forma abierta, tanto para alumnos o interesados en saber sobre la fotografía. En el pensum 2010, los alumnos reciben en las cátedras Fotografía I y II conocimientos fundamentales.
- ✓ Al analizar que un 93% de los alumnos manifestaron que se debe cambiar la currícula, se llega a la conclusión que éstos necesitaban de cambios en el pensum.
- ✓ Los cursos de especialización que los alumnos esperan tener para tener mayores conocimientos son: Fotografía, Diseño Gráfico y Televisión.

1.3 Respecto al objetivo 3

- ✓ Se requiere además del plan curricular 2010 que ya está vigente para el nuevo ingreso, que los alumnos tengan mayor conocimiento en cursos de especialización tales como: televisión, radiodifusión, fotografía, entre otros.

2 Recomendaciones

En relación con los objetivos para la presente investigación, se establecen las siguientes conclusiones:

2.1 Respecto al objetivo 1

- ✓ Tanto el coordinador como los catedráticos respectivos, deben de asegurar que los alumnos realicen en todas las cátedras de especialización de la carrera prácticas educativas. En la planificación de las asignaturas (RP01 y RP02), se debe contar con prácticas educativas durante el ciclo lectivo. Prever la contratación idónea de los catedráticos. Cada asignatura tiene que contar con un especialista para poder enseñar lo que se espera, tanto teóricamente como en la práctica.

2.2 Respecto al objetivo 2

- ✓ Si la UFG cuenta con los medios de comunicación y talleres de prácticas como: canal 15 UFG, radio 105.3 UFG, laboratorio de fotografía digital, y boletín virtual, es necesario que todos los alumnos sin excepción alguna tengan la oportunidad de tener sus prácticas educativas.
- ✓ Los encargados de monitorear las prácticas educativas, deben tener un control de éstas, ya sea internas como externas. En la planificación del programa de la asignatura, los catedráticos deben planificar realizar prácticas educativas en medios de comunicación y otras prácticas relacionadas en comunicaciones.
- ✓ Que el canal de televisión de la UFG, canal 15, planifique durante los dos ciclos lectivos y el interciclo, prácticas educativas.

2.3 Respecto al objetivo 3

Los alumnos deben tener las prácticas educativas, tanto adentro como fuera de las aulas y realizar actividades extracurriculares como: diplomados, talleres, foros entre otras actividades.

3 Propuesta para mejorar las prácticas educativas de la Licenciatura en Relaciones Públicas y Comunicaciones de la Universidad Francisco Gavidia

A continuación, se presenta una propuesta según lo manifestado en el objetivo 3, con el objetivo de mejorar las prácticas educativas en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones. Estas son tomadas luego del análisis de resultados en la investigación, en donde se encontró fortalezas y debilidades, por ello es indispensable que las autoridades de la universidad tomen a consideración los siguientes aspectos:

- ✓ Los alumnos de la cátedra Técnicas Audiovisuales, deben de realizar sus prácticas en el área audiovisual, lo más idóneo es que las realicen en el canal 15 UFG TV. La propuesta para que todos los alumnos puedan acceder al laboratorio es que la Universidad Francisco Gavidia, un laboratorio de televisión para poder atender a todos los alumnos en el área televisiva.
- ✓ La Universidad, debe de adquirir un nuevo equipo o consola de radio para el mejoramiento de las prácticas radiales. El objetivo es que todos los alumnos de comunicaciones puedan hacer sus trabajos como: cuñas radiales u otro trabajo que se refiera al mundo radial.
- ✓ En las cátedras de publicidad, los alumnos deben acceder al laboratorio de fotografía. Con ello, estos egresarán con los conocimientos principales en el área fotográfica.
- ✓ En la programación de las asignaturas de especialización, los catedráticos deben de llevar a los alumnos a visitar periódicos, imprentas, agencias de publicidad; además deben de recibir talleres extracurriculares en el área de televisión, radio, fotografía, etc.
- ✓ Los catedráticos de las asignaturas de la especialidad, deben de llevar a los alumnos a prácticas educativas fuera de la universidad, con el objetivo de aprender herramientas, programas, tecnologías, etc., concernientes en el mundo de las comunicaciones. Los catedráticos, deben de llevar a prácticas comunicacionales a los alumnos a: canales de televisión, radioemisoras, periódicos, imprentas, agencias de publicidad, etc.
- ✓ Equipar a todas las asignaturas de la especialidad con programas sofisticados de computación. Los software que los alumnos deben aprender son: Photoshop, After Effects, Free Hand, etc.
- ✓ Las prácticas educativas tienen que ser con un enfoque ético, todos los trabajos realizados, ya sean investigaciones de cátedra o institucionales, deben de poseer temáticas que reflejen conciencia social, con temáticas con carácter social.
- ✓ Se debe proporcionar las condiciones necesarias para que los alumnos editen de una forma física periódicos, revistas, boletines, etc.
- ✓ Los alumnos deben de practicar en el periódico virtual de la universidad (UFG News) y tener capacitaciones de parte del consejo editorial. Con ello se garantizará un aprendizaje en los conocimientos modernos en la elaboración de periódicos virtuales.

- ✓ Realizar diplomadas en el área televisiva, radial fotográfica, prensa y otros campos en el área de las comunicaciones.
- ✓ Las prácticas educativas deben contar con la supervisión idónea y profesional de parte del equipo de docentes que cuenta la Universidad Francisco Gavidia. Los catedráticos deben estar constantemente recibiendo capacitaciones en el campo de las tecnologías comunicacionales.
- ✓ Los catedráticos tienen que formar alumnos competentes, éticos y con las capacidades fundamentales en cada cátedra impartida.
- ✓ La Universidad Francisco Gavidia, debe poseer laboratorios modernos para las prácticas educativas. Las autoridades, deben de tomar en consideración las sugerencias realizadas por los alumnos de la carrera y además por el coordinador de la carrera.
- ✓ Un profesional ético y formado en valores vale mucho, una sociedad necesita profesionales que conviertan a este país, que realicen un verdadero cambio revolucionario en las prácticas televisivas, radiales, periodísticas, etc.
- ✓ Los catedráticos hora clase y tiempo completo, deben recibir capacitaciones por parte de especialistas en las comunicaciones.
- ✓ Se ha demostrado que las universidades necesitan cambiar de planes de estudios, de cambiar su estructura curricular y estar siempre atentos en los cambios tecnológicos, a los cambios que las mismas empresas, (en este caso las empresas en el área de comunicaciones) realizan constantemente.
- ✓ Los laboratorios deben estar más equipados y contratar profesores con más experiencia y que los docentes deben de tener capacitaciones en las tecnologías en los medios de comunicación.
- ✓ Que los alumnos tengan la oportunidad de tener todos los conocimientos de televisión, tanto en la teoría como en la práctica.
- ✓ Debe de haber otro laboratorio de fotografía o modificar el existente, debido a la demanda de alumnos que están recibiendo las cátedras Fotografía I y Fotografía II, y toda cátedra que requiera práctica fotográfica.
- ✓ Las producciones audiovisuales, radiales, periodísticas, fotográficas, etc., se deben de llevar a la práctica. Estas deben ser presentadas a concursos que convocan organismos nacionales e internacionales.
- ✓ Los catedráticos y alumnos de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones, deben de capacitarse en áreas comunicaciones como FELAFACS y otras entidades encargadas que den fe de un aprendizaje de calidad.
- ✓ La Universidad Francisco Gavidia, debe de realizar más convenios con radioemisoras, canales de televisión, periódicos, agencias de publicidad, empresas comunicativas y otras universidades para mejorar sus prácticas educativas.
- ✓ Los alumnos deben ser capaces de realizar cualquier tipo de trabajo institucional en el campo de las comunicaciones, tanto para los públicos internos y externos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Argos, Javier y Ezquerro, María Pilar, IV jornadas de teorías e instituciones educativas Contemporáneas, España, publicaciones de la Universidad de Cantabria, p. 342, 1999.

Barbero, Jesús Martín, De los Medios a las Mediaciones, Colombia, editorial Gustavo Gili, quinta edición, 351 p., 2003.

Barbero, Jesús Martín, La educación desde la comunicación, editorial Norma, Bogota, Colombia, p. 136, 2003.

Beltrán Llera, Jesús, Psicología de la educación, Barcelona, España, editorial Boixareu Universitaria, p. 639, 1995.

Benedito, Vicenc, La formación universitaria a debate, Barcelona, España, editorial universitaria de Barcelona, p. 242, 1995.

Berrocal, Pablo Fernández, La interacción social en contextos educativos, España, editorial Siglo XXI, España, p. 413, 1995.

Caldevilla Domínguez, David, Manual de relaciones públicas, España, editorial Visión net, Madrid, p. 323, 2007.

De la Torre Zermeño, Francisco. Doce lecciones de pedagogía, educación y didáctica, México, editorial Alfaomega, primera edición, p. 263, 2005.

De Zubiría Samper, Julián, Los Modelos Pedagógicos: hacia una pedagogía dialogante Colombia, editorial Magisterio 2da. edición, p.250, 2006.

Gutiérrez, Francisco, Educación como praxis política, México, editorial Siglo XXI, p. 184, 1999.

Martínez, Samuel, Blogs, bloggers, blogósfera, Universidad Iberoamericana, México, 2010.

Mata, Francisco Salvador y Meina Rivilla, Antonio, Didáctica General, Madrid, España editorial Prentice Hall, p. 435, 2002.

Piaget, Jean, Psicología y Pedagogía, España, editorial Ariel, p. 174, 2001.

Picardo Joao, Oscar, Diccionario Enciclopédico de Ciencias de la Educación, 2da. Edición El Salvador, Centro de Investigaciones en Ciencias y Humanidades (CICH), Universidad Dr. José Matías Delgado, 2008.

Picardo Joao, Oscar, Espacios y Tiempos de la Educación, Oscar. El Salvador. Ediciones y servicios Educativos, 2001.

Picardo Joao, Oscar, Transición, Retos y Problemas de las Universidades en El Salvador, editorial UFG, p. 155, 2002.

Plan de Estudio, carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones Universidad Francisco Gavidia, 2010.

Tamayo Alzate, Alonso, Sistemas de información, Universidad Nacional de Colombia, p. 121, 2000.

Tomachewski, Karheim, Didáctica General, México, editorial Sixto M. Sarmiento, p. 295, 1983.

Wilcox, Dennis L. Relaciones Públicas, estrategias y tácticas, octava edición, editorial Pearson, p. 783, 2007.

Woolfolk, Anita, Psicología Educativa, México, editorial Pearson, p. 613, 2010.

Informantes claves

Cantarero, Mario Alfredo, Coordinador carrera Relaciones Públicas y Comunicaciones y catedrático de Ciencias de la Comunicación I y II, Redacción para Medios de Comunicación, Universidad Francisco Gavidia. UFG.

Colindres, Jorge, catedrático de Fotografía y coordinador de Laboratorio Fotográfico, Universidad Francisco Gavidia.

Gómez, Iván, Coordinador Centro de Opinión Pública y catedrático de Técnicas Audiovisuales y Opinión Pública, Universidad Francisco Gavidia.

Henríquez Ramos, Mauricio, Director de Difusión y Desarrollo de la Universidad Francisco Gavidia.

Palacios, Santos Vidal. Catedrático Protocolo y Dirección de Eventos y Relaciones Públicas, Universidad Francisco Gavidia.

Pérez, Lídice, catedrática de Relaciones Humanas y Públicas, Universidad Francisco Gavidia.

Seligman, Mercedes. Coordinadora Extensión Cultural, Universidad Francisco Gavidia.

Zalbidea, Begoña, catedrática de Periodismo y Comunicaciones, Universidad del País Vasco, Bilbao, España.

Fuentes electrónicas

El claustro docente como comunidad de aprendizaje, la universidad por un nuevo humanismo. Jubileo de los docentes universitarios. II encuentro nacional de docentes universitarios católicos comisión 104.

Ojeda, Mariana Cecilia y María Teresa. La enseñanza en las aulas universitarias. Una mirada desde las cátedras: aspectos curriculares que inciden en las prácticas pedagógicas de los equipos docentes. Revista Iberoamericana de Educación (ISSN: 1681-5653). Alcalá, Universidad Nacional del Nordeste, Argentina.

Quiroz, Teresa, Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. FELAFACS. Perú (Diálogos de la Comunicación Edición N.31) Mayo - Agosto 2007.

Revista académica de la federación latinoamericana de facultades de comunicación social FELAFACS, Diálogos de la Comunicación. Raúl Fuentes Navarro.

Vásquez, Carlos, S.I. Seminario de Universidades de AUSJAL del Cono Sur.

<http://educacion.idoneos.com/index.php/287950>

<http://www.razonypalabra.org.mx/n63/falbarello.html>

http://www.bausate.edu.pe/inicio/talleres/t_tv.php

<http://books.google.com>. Pedagogía y Docencia Universitaria. Hacia una Didáctica de la Educación Superior, Dr. Alexander Luis Ortiz Ocaña, ediciones CEPEDID.

<http://www.elsalvadorcultural.net>

<http://educacion.idoneos.com/index.php/287950> 20 de Marzo de 2006.

<http://www.ufg.edu.sv/historia.html?expandable=1>.

Anexo No. 1 Encuesta realizada a catedráticos de la UFG



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE

I. Solicitud de colaboración

Soy estudiante de la Maestría en Profesionalización de la Docencia Superior de la Universidad de El Salvador, Facultad Multidisciplinaria de Occidente, el objetivo de esta encuesta es la de recopilar información con respecto a las prácticas educativas que usted realizó como estudiante en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones. Con la información recabada podré realizar satisfactoriamente la tesis: "La Importancia de las Prácticas Educativas en la Carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la Universidad Francisco Gavidia".

1. ¿Por qué razón son importantes las prácticas educativas en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones?

2. ¿En cuáles asignaturas ha realizado prácticas educativas con sus alumnos?

3. Con el nuevo Plan de Estudios de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones, ¿qué diferencias encuentra con el plan anterior?

4. ¿Cuenta la UFG con el equipo idóneo para las prácticas educativas?

Si _____ No _____ ¿por qué?

5. ¿En cuáles asignaturas hacen falta prácticas educativas?

6. ¿Qué aprendizajes percibió en los alumnos al tener con ellos prácticas educativas en diferentes ámbitos?

7. ¿Es necesario incorporar diplomados o cursos especializados de reforzamiento para los alumnos de Relaciones Públicas y Comunicaciones?

Si _____ No _____ ¿por qué?

8. Sabe si la UFG ha planificado incorporar nuevos equipos para las prácticas educativas.

Si _____ No _____ ¿cuáles?

9. ¿Cómo percibe la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la UFG con otras carreras en comunicaciones en el país?

10. ¿Qué sugerencias propone usted como catedrático para mejorar las prácticas educativas en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la UFG?

11. ¿Realiza usted prácticas educativas con sus alumnos afuera de la UFG?
Si_____No_____ ¿en qué lugar la s ha realizado?

Anexo No. 2 Encuesta a alumnos de la UFG sobre las prácticas educativas



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE

I. Solicitud de colaboración

Soy estudiante de la Maestría en Profesionalización de la Docencia Superior de la Universidad de El Salvador, Facultad Multidisciplinaria de Occidente, el objetivo de esta encuesta es la de recopilar información con respecto a las prácticas educativas que usted realizó como estudiante en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones. Con la información recabada podré realizar satisfactoriamente la tesis: “La Importancia de las Prácticas Educativas en la Carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la Universidad Francisco Gavidia”.

II. Datos de clasificación

Género: Femenino Masculino Edad _____

III. Cuerpo del cuestionario

Indicaciones: Marque con una X la respuesta que usted considere conveniente; además conteste en las preguntas abiertas.

1. ¿En cuáles asignaturas realizó las prácticas educativas?

- Técnicas de Impresión para Medios Impresos
- Técnicas Audiovisuales
- Redacción para Medios de Comunicación
- Relaciones Públicas
- Protocolo y Dirección de Eventos
- Publicidad y Promoción I
- Otras. ¿Cuáles? _____

2. ¿Es necesario realizar prácticas educativas fuera de la Universidad?

Si

No

¿Por qué? _____

3. ¿Es necesario realizar prácticas educativas de laboratorio de televisión en la Universidad?

Si

No

¿Por qué? _____

4. ¿Es necesario realizar prácticas educativas de laboratorio de radio en la Universidad?

Si

No

¿Por qué? _____

5. ¿En cuáles asignaturas hacen falta prácticas educativas?

- Técnicas de Impresión para Medios Impresos
- Técnicas Audiovisuales
- Redacción para Medios de Comunicación
- Relaciones Públicas
- Protocolo y Etiqueta
- Publicidad y Promoción I
- Otras ¿Cuáles? _____

6. ¿Qué aprendizaje ha tenido en las asignaturas de la carrera con respecto a prácticas educativas?.

- Bastante
- Poco
- Nada

7. ¿Es necesario incorporar diplomados o cursos de reforzamiento en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones?

Si

No

Si contestó si, mencionar ¿cuáles?:_____

8. ¿Debería de haber un periódico universitario?

Si

No

¿Por qué?_____

9. ¿Debería de editarse una revista universitaria?

Si

No

¿Por qué?_____

10. ¿Practicó usted en el laboratorio de fotografía de la UFG?

Si

No

11. ¿Sería importante cambiar la currícula de la carrera de Relaciones Públicas para mejorar la carrera?

Si

No

12. ¿Qué cursos de especialización deberían de incorporar la UFG después de egresar de la carrera?

- ✓ Fotografía
- ✓ Cine
- ✓ Televisión
- ✓ Radio
- ✓ Diseño gráfico
- ✓ Otros_____

13. ¿Qué cambios considera que deberían de haber en la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones?

**Anexo No 3. Plan 2010 carrera Relaciones Públicas y Comunicaciones
aprobado por el Ministerio de Educación**

NOMBRE DE LA CARRERA	Licenciatura en Relaciones Públicas y Comunicaciones
REQUISITOS DE INGRESO	Título de Bachiller o grado equivalente obtenido en el extranjero
TITULO A OTORGAR	Licenciado(a) en Relaciones Públicas y Comunicaciones
DURACIÓN	5 años (10 ciclos académicos)
NÚMERO DE ASIGNATURAS	48
NÚMERO DE UNIDADES VALORATIVAS	192
SEDE DONDE SE IMPARTIRÁ	Sede Central (San Salvador), Centro Regional de Occidente (Santa Ana)
FACULTAD RESPONSABLE	Ciencias Económicas

1.2 JUSTIFICACIÓN DE LA CARRERA

En el país se necesita que se formen profesionales en el área de Relaciones Públicas y Comunicaciones para que respondan a la realidad económica y social del país, con una formación sólida y completa para hacerle frente al reto personal y social en el área que se desarrollarán.

La presente carrera está diseñada de acuerdo a los cambios pertinentes que se suscitan en los medios de comunicación, por tanto se desarrollará en áreas en donde pueda desempeñarse como tal, por ello, es necesario que los alumnos cuenten con conocimientos tecnológicos y actualizados para desempeñarse en el mundo empresarial de las comunicaciones. La carrera ayudará a que la sociedad pueda contar con profesionales que puedan tomar decisiones empresariales concernientes a las comunicaciones; además de formar opinión en la sociedad.

1.3 OBJETIVO DE LA CARRERA

Que los estudiantes aprendan de un conjunto de conocimientos que le dan base apropiada para poder tener una capacidad de interpretación y análisis en el área de relaciones públicas, los medios de comunicación y otras disciplinas, a fin de que pueda desempeñarse apropiadamente en diferentes campos de acción de la carrera. Así mismo, los alumnos tendrán la oportunidad de poner en práctica sus conocimientos en los medios de comunicación del país y fuera de este.

1.4 PERFIL DEL PROFESIONAL QUE SE PRETENDE FORMAR

1.5 HABILIDADES

- ✓ Para producir textos comunicacionales y publicitarios

- ✓ Tener un manejo en los medios de comunicación social
- ✓ Para diagnosticar la imagen de las organizaciones
- ✓ Para aplicar las nuevas tecnologías en los medios de comunicación
- ✓ Para la comunicación oral, escrita o en otros medios.
- ✓ Para recolectar y proporcionar información en las empresas donde labore.
- ✓ Para entrevistar y para hablar en público
- ✓ Para realizar trabajo en equipo

1.6 DESTREZAS

- ✓ Manejo de equipo informático con aplicación a los nuevos software y hardware
- ✓ Dominar las técnicas de redacción
- ✓ Manejo adecuado de equipos de medios de comunicación (televisión, radio, fotografía, prensa escrita)

1.7 PUESTOS A DESEMPEÑAR

Gerente de Relaciones Públicas
 Director de protocolo en instituciones públicas
 Director de Medios de Comunicación
 Coordinador de eventos en instituciones no gubernamentales
 Asesor en el área de comunicaciones
 Ejecutivo de alto nivel
 Director de Gabinete
 Jefe de ceremonial en instituciones públicas y privadas
 Asesor en propagandas políticas

1.8 ORGANIZACIÓN DEL PENSUM

1.9 ÁREAS DE ASIGNATURAS

a) ASIGNATURAS COMUNES

Inglés I
 Inglés II
 Ética
 Sociedad de la Información
 Lógica Proposicional
 Tecnologías de la Información y las Comunicaciones I
 Tecnologías de la Información y las Comunicaciones II
 Redacción y Ortografía
 Cultura General
 Filosofía de la Calidad

b) ASIGNATURAS BÁSICAS

- ✓ Teoría Administrativa I

- ✓ Teoría Administrativa II
- ✓ Introducción a la Psicología
- ✓ Introducción a la Economía I
- ✓ Publicidad y Promoción I
- ✓ Publicidad y Promoción II
- ✓ Matemática I
- ✓ Estadística I
- ✓ Investigación de Mercados
- ✓ Mercadotecnia I
- ✓ Mercadotecnia II
- ✓ Metodología para Trabajos de Investigación
- ✓ Organización y Métodos
- ✓ Gestión Empresarial

c) ASIGNATURAS PROPIAS DE LA CARRERA

- ✓ Fotografía I
- ✓ Fotografía II
- ✓ Psicología de la Comunicación
- ✓ Ciencias de la Comunicación I
- ✓ Ciencias de la Comunicación II
- ✓ Comunicación Empresarial
- ✓ Producción en Radio
- ✓ Relaciones Públicas I
- ✓ Relaciones Públicas II
- ✓ Redacción Creativa
- ✓ Opinión Pública
- ✓ Producción en Televisión
- ✓ Introducción al Protocolo
- ✓ Semiótica de la Comunicación
- ✓ Gramática I
- ✓ Gramática II
- ✓ Técnicas Audiovisuales
- ✓ Protocolo Oficial
- ✓ Técnicas de Impresión para Medios de Comunicación Social
- ✓ Redacción para Medios de Comunicación

d) ASIGNATURAS ELECTIVAS (AE)

- ✓ Comunicación Estética
- ✓ Guionismo Audiovisual
- ✓ Arte y Literatura
- ✓ E-marketing
- ✓ Protocolo Empresarial
- ✓ Teoría del Lenguaje
- ✓

Anexo No. 4 Periódicos virtuales

Periódicos virtuales

Hoy basta con contar con un ordenador y una línea telefónica para convertirse en un patrón de prensa en el sentido tradicional del término. Se acabó el comprar toneladas de papel de periódicos y el movilizar camiones para distribuir los periódicos al quiosco de la esquina.

La aplicación de las nuevas tecnologías en el mundo de la prensa se ha globalizado de tal manera que ya ha llegado a todos los segmentos de producción, elaboración y edición de las informaciones de los periódicos. Si bien, la aplicación de los ordenadores en una redacción fue originariamente empleada en los servicios administrativos, los editores se dieron cuenta inmediatamente de la rentabilidad de estas máquinas en la redacción. Desde entonces, quienes controlan la información en todo su proceso son los propios redactores, es decir, que el poder pasó de la sala de linotipias y de los talleres a la redacción.

En este proceso, los periodistas no sólo adquirieron el control de la información, sino que fueron aprendiendo a emplear las nuevas tecnologías en beneficio propio, es decir, aprovechar todos los recursos que éstas ofrecían, especialmente a la hora de matizar, corregir o reelaborar la información. Contaban, además, con el factor tiempo, ya que al ser ellos mismos quienes llevaban a cabo todo el proceso, podían ir cambiando y ultimando aspectos noticiosos de última hora, con lo que la mejora del producto informativo era evidente.

Sin embargo, esta primera gran revolución en la prensa se aplicó de forma muy desigual. A lo largo de este siglo se han ido implanto mejoras, sobre todo en talleres y en impresión, como la introducción del color, y en el departamento de administración para controlar los suscriptores y también las cuentas generadas por la publicidad, pero los avances en redacción fueron más lentos. Hasta la llegada de los ordenadores, estas mejoras apenas habían ofrecido rentabilidad al redactor.

En menos de un cuarto de siglo toda esta estructura ha sufrido una nueva revolución, la segunda gran revolución de este siglo y que alargará sus tentáculos hasta el comienzo del próximo, ya que ha sido en la última década del actual donde se han ido fraguando las principales innovaciones que permitirán elaborar la información en un futuro próximo. De hecho, ya hay una gran cantidad de empresas que están invirtiendo en nuevas tecnologías de cara a su compromiso con los lectores de comienzos de siglo, aun a riesgo de que una parte importante de esas inversiones termine en fracaso porque, y eso lo tenemos que determinar a lo largo de este artículo, aún no se sabe de forma certera cuál será el producto definitivo de la prensa del siglo XXI.

El periodismo digital

Para empezar, el término periódico tiene que ver más con el significado clásico, es decir, con algo impreso, con la cultura que ha movido la civilización a lo largo de quinientos años. Con frecuencia, la mayoría de expertos cuando tratan este tema apuntan la muerte de la era Gutenberg y el comienzo de la revolución digital, de la revolución de las tecnologías, de la revolución de la informática, etc. En todas ellas, como precisa Negroponte siempre que se le pregunta, la digital, es decir la posibilidad de convertir los átomos en bits, de tal forma que desaparezca el peso y la velocidad de circulación supere a la de la luz. Ser digital implica además una nueva concepción de la información (Negroponte, 1995): "En un mundo digital el medio no es el mensaje, sino una encarnación de éste. Un mensaje puede tener varias encarnaciones que derivan de manera automática de la misma información. En el futuro, el emisor enviará una corriente de bits, como por ejemplo la previsión meteorológica, que el receptor convertirá en muchas maneras."

La primera idea, desechar lo impreso, o al menos considerarlo como un factor en desuso es el paso inmediato por parte de los lectores. Ante esta situación, los editores aún se resisten, porque el negocio impreso ha sido durante muchos años rentable y porque consideran que aún puede serlo una década más. Pero que el triunfo del periodismo digital es inminente lo demuestra el hecho de que estos mismos editores han elaborado otro producto, al principio con el mismo contenido, pero con posterioridad diferente al impreso, de tal forma que con el mismo nombre o modificado de forma genérica, generalmente añadiendo la palabra online, se han constituido nuevos periódicos.

Por tanto, lo impreso ha perdido fuerza, porque el proceso de elaboración de un periódico de estas características es más costoso y con el tiempo ofrecerá peor tratamiento informativo. Se elimina sobre todo la distribución, que tantos problemas ocasiona en países con una orografía muy pronunciada. Hay otros aspectos de menor consideración, como los ecológicos, ya que se ahorra una gran cantidad de papel y consecuentemente una menor tala de árboles, sobre todo porque los periódicos electrónicos pueden también imprimirse en papel digital, que permite borrar cada día y cargar un periódico nuevo.

La situación real afecta de forma directa a la prensa escrita. Un dato muy significativo indica que a lo largo de 1997 fueron varios los periódicos de Estados Unidos que decidieron recortar su formato para ahorrar en costes de papel, porque cada vez la materia prima con la que se editan esos periódicos es más cara y cuesta más prepararla y ponerla al servicio de las empresas de prensa. Esta decisión se hizo incluso en contra de la opinión de los anunciantes que exigían que la mancha no se redujera porque perdían espacio visual. Al final se impuso la versión de los editores, que obligados por el constante

aumento del precio del papel, decidieron adaptar su formato a las necesidades del mercado.

El origen de los primeros medios electrónicos hay que situarlo en Estados Unidos. Inicialmente se consideraba información electrónica aquella que se elaboraba a través de una ENG (Electronic News Gatering) para la televisión, sobre todo para las emisoras locales. Pero actualmente el concepto de información electrónica se refiere a todas aquellas noticias que circulan por las redes, especialmente por Internet y que tienen un contenido de actualidad, porque se pueden ir modificando según se van produciendo nuevos acontecimientos.

Fue, precisamente, en algunos medios de Estados Unidos, al comienzo de esta década cuando se pensó que había que buscar una solución al menor número de lectores que cada día acudían a comprar el periódico, sobre todo porque los ingresos por publicidad también eran menores y, consecuentemente, el propio negocio periodístico se resentía.

Entonces, las empresas de prensa hicieron varios ensayos para atraerse otra vez lectores que habían perdido. Al principio, se ofrecía, como luego sucedió en el resto de los países, un contenido muy similar a la versión impresa, pero tampoco esto garantizaba que hubiera más lectores. El siguiente paso, que es el que ha dado origen a lo que hoy son los periódicos electrónicos, fue la actualización de la información. Al comienzo, una o dos veces al día era suficiente, pero con el paso del tiempo se entrará en una guerra entre los medios para determinar quién es el que ofrece antes la información y quién hace más modificaciones.

Ante esta situación, la llegada del periodismo digital era una necesidad, más que un experimento, si bien los primeros intentos se quedaron en eso. En Estados Unidos, los grandes periódicos comenzaron ofreciendo parte de su contenido informativo a los grandes distribuidores de información, como America Online, que cobraba a sus suscriptores una pequeña cantidad por entregarles el periódico uno o dos días después de que hubiera salido a la calle.

Sin embargo, fueron las mismas empresas de prensa quienes se dieron cuenta de la necesidad de ofrecer una verdadera prensa electrónica. Ya no se trataba de seleccionar unas cuantas noticias y colocarlas en un servidor veinticuatro o cuarenta y ocho horas después. Las posibilidades técnicas que ofrecían las tecnologías iban a abrir el camino hacia otras formas de envío de los contenidos informativos a los lectores.

Las principales empresas deciden entonces publicar versiones online de sus periódicos impresos, de modo que el lector puede acceder a ediciones electrónicas del San José Mercury News o del Chicago Tribune y poco tiempo después otros medios europeos como The Independent o The Telegraph.

De esta forma, la prensa digital pasó a ser el elemento necesario para los lectores. Se crean nuevas redacciones, se emplean nuevos colaboradores, situados en el mismo lugar en el que se produce la información, de tal forma que van actualizando su contenido cada vez que aparece un nuevo enfoque periodístico y compitiendo con la radio y la televisión, enviando online esa información y sus fotografías a su página web del periódico.

El mundo de la prensa ha sufrido una gran revolución al final de este siglo. Ya no se trata de una edición cada veinticuatro horas, ni siquiera dos o tres al día, dependiendo de los acontecimientos informativos. La prensa digital es algo vivo, no tiene reloj. De esta forma, el periódico no es uno, sino un conjunto de informaciones cambiantes que impiden que una página permanezca así durante varias horas. Su contenido es tan actual, que el lector se ha de conectar varias veces o esperar que un avisador le indique que hay nuevas informaciones. Así pues, el gran y único periódico ha muerto. Viva el multiperiodico.

Tratamiento gráfico y visual

Todos estos cambios que se iban introduciendo en los periódicos electrónicos respondían a nuevas aplicaciones que la informática ponía a disposición de los periodistas y de los lectores. Aquí no vamos a explicar las ventajas de Internet, ni cómo es el periodista dentro de la red, ya que estos conceptos están desarrollados en trabajos anteriores de esta misma publicación.. Pero sí hemos considerado que la mejor manera de conocer cuál es el tratamiento gráfico y visual es bajando de la propia red algunos ejemplos de periódicos electrónicos y haciendo un estudio, en parte comparativo y en parte independiente.

Ya hemos mencionado que el concepto de periódico cambia de forma radical. Sin embargo, su estructura permanece, es decir, que se respetan las secciones, si bien aparecen algunas nuevas, relacionadas con las nuevas tecnologías, en las que se recogen los avances constantes que se producen en este campo. La primera consideración importante cuando hablamos de imagen que diferencia a los periódicos impresos de los online es que en los primeros es siempre fija, mientras que en los segundos se puede activar cada fotografía de tal forma que a la vez que muestra la información se pueden añadir otras que están incluidas en la misma. En segundo lugar, la imagen en movimiento permitirá competir a los periódicos online con la televisión. Así, con motivo de la boda de la Infanta Cristina, ABC e emitió en tiempo real las cuatro horas que la televisión ofreció del acontecimiento. Con la ventaja de que el lector no tiene por qué grabarlas, ya que este periódico durante mucho tiempo dejó en su página web un resumen de la boda, con las imágenes incluidas para que el lector pudiera recordar visualmente el acontecimiento.

El tratamiento de la información mediante vídeo, de tal forma que compita con otros medios como la televisión, aún está en sus comienzos, pero antes de que

acabe este siglo, será un elemento visual más, junto a la fotografía y a la presencia de gráficos e imágenes en 3D. Incluso, cuando se alcance la idea esencial de los periódicos electrónicos, es decir, que la información se actualice constantemente, el vídeo será la herramienta de trabajo visual que acompañará al periodista. Pero esto es adelantarse a la realidad, si bien, ya hay intentos como los demostrados por el diario ABC.

Por tanto, ya no se trata de una única fotografía o una secuencia del mismo hecho noticioso, sino de una fotografía enlazada a otras muchas, que tienen que ver con esa información, de tal forma que una vez que se activa la que acompaña la información pueden aparecer otras, aportadas por el archivo fotográfico o de actualidad. De este modo la información gráfica es mucho más completa al mostrar diferentes aspectos de la misma.

La imagen visual cambia radicalmente, si bien, como veremos, la portada y el enunciado de cada una de las secciones parece muy similar a la forma en que presentan la información los periódicos impresos. Pero no siempre es así.

Usa Today (<http://www.usatoday.com>) ofrece en sus tres páginas de portada cinco fotografías para presentar cinco contenidos diferentes.

Como sucede con los periódicos tradicionales, la información más importante suele ir acompañada de una fotografía un poco más amplia que el resto de las que se incluyen en la portada. Pero hay otros elementos gráficos, como varios gráficos empleados para hacer más atractiva la publicidad. Aunque, en ocasiones, la fotografía forma parte también de los contenidos publicitarios.

Un periódico online con menos tratamiento gráfico y visual, es decir, que se parece más a la versión impresa es Los Angeles Times (<http://www.latimes.com>) pues apenas da importancia en su portada a este tipo de elementos. Suele ser frecuente el empleo de una fotografía de pequeño tamaño o bien dos más pequeñas, que acompañan a la información del día. Esto se completa con uno o dos gráficos que aparecen en la publicidad.

Otro periódico americano, del grupo Knight Ridder, Mercury Center (<http://www.sjmercury.com>) suele ofrecer un equilibrio entre la información fotográfica, es decir el empleo de varias fotografías y la presencia de elementos gráficos creados a través de la infografía y 3D, si bien en ambos casos el espacio dedicado es pequeño, fundamentalmente una especie de retratos a una columna en el primero de los casos y una mancha muy corta para el segundo.

No suele tener una fotografía que domine sobre las demás, aunque como hemos mencionado anteriormente, se pueden activar y ampliar su tamaño.

Uno de los pioneros de la red, que además emplea redactores y fotógrafos para llevar a cabo su versión online es el periódico argentino Clarín Digital (<http://www.clarin.com> o <http://www.clarin.com.ar>) que es un ejemplo de cómo se aprovechan este tipo de recursos, sobre todo, varios gráficos para llamar la

atención de los lectores hacia ciertos productos o servicios que contiene el periódico y, por supuesto, varias fotografías de tamaño considerable acompañan a diferentes informaciones.

En Europa, el tratamiento suele ser muy similar al que ya antes ofrecían en la versión impresa, si bien hay excepciones, es decir, empresas que consideran que es tan importante la presencia de la imagen como el texto, sobre todo por las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías, a pesar de que algunos medios sigan sin aprovecharlas. Por ejemplo, The Irish Times on the Web (<http://www.irish-times.ie>) no es muy partidario de aportar informaciones gráficas y visuales.