



Universidad Nacional de Córdoba
Repositorio Digital Universitario
Biblioteca Oscar Garat
Facultad De Ciencias De La Comunicación

**MEDIOS INTERACTIVOS EN LA ENSEÑANZA DE LA COMUNICACIÓN:
Una propuesta integrada para la orientación audiovisual de la ECI - UNC**

Florencia Nates

Candela Nieto

Cita sugerida del Trabajo Final:

Nates, Florencia; Nieto Candela. (2015). "Medios interactivos en la enseñanza de la comunicación: una propuesta integrada para la orientación audiovisual ECI-UNC". Trabajo Final para optar al grado académico de Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba (inédita). Disponible en Repositorio Digital Universitario

Licencia:

Creative Commons Atribución – No Comercial – Sin Obra Derivada 4.0 Internacional





AV audiovisual.eci

“Medios interactivos en la
enseñanza de la comunicación:
Una propuesta integrada para la
Orientación Audiovisual
de la ECI - UNC”

Florencia Nates - Candela Nieto

2015

Trabajo Final de grado de la Licenciatura en Comunicación Social

Dirección: Dra. Susana Morales

Co-dirección: Dra. Mónica Viada



A nuestras madres

ÍNDICE

Introducción 5

Capítulo I: Abordaje metodológico

Capítulo II: Fundamentación teórica.

Capítulo III: Relevamiento institucional.

Capítulo IV: Prácticas de uso de medios digitales por parte de los docentes de la Orientación Audiovisual.

Capítulo V: Prácticas de uso de internet y plataformas digitales por parte de estudiantes de la UNC.

Capítulo VI: Plataformas virtuales.

Capítulo VII: Producto.

Capítulo VIII: Valoraciones finales.

Breve glosario

Bibliografía.

Agradecimientos

Anexos (DVD)

INTRODUCCIÓN

La comunicación encuentra otro medio de expresión a través de las tecnologías digitales. A su vez, estas tecnologías plantean un estilo de vida que se mantiene en constante transformación, entre otros cambios con la creación de nuevos puestos laborales y el desarrollo de industrias vinculadas a lo digital de carácter global.

Las tecnologías digitales impulsan nuevos medios interactivos y multidireccionales, que a través de diferentes aplicaciones optimizan la comunicación e información hacia los públicos específicos. Éste público pasa a cumplir un rol activo donde interactúa con otros medios generando redes de intercambio de información con otros sujetos, es decir se convierte en *usuario*.

De este modo, en los últimos 20 años instituciones, empresas, gobiernos, escuelas comenzaron a implementar herramientas tecnológicas que impactan entre otras cosas, en los procesos de construcción de conocimiento y el aprendizaje de los sujetos.

Con nuestra experiencia como estudiantes de la Orientación Audiovisual de la ECI, nos interesamos en cómo potenciar el uso de medios interactivos como complemento a la modalidad presencial en el marco de la enseñanza. Por ello proponemos una herramienta para favorecer la comunicación con medios digitales que ya están incorporados en nuestra vida cotidiana.

Este trabajo titulado: *“Medios interactivos en la enseñanza de la comunicación: una propuesta integrada para la Orientación Audiovisual de la ECI - UNC”* busca integrar la información disponible, de carácter institucional y educativo, y optimizar la comunicación entre docentes y estudiantes aprovechando las alternativas que ofrece Internet. Proponemos el desarrollo de una herramienta que permita posibles formas de comunicación interna (intercátedras y entre estudiantes-docentes) o externas (estudiantes e instituciones) a través de un sitio web con aulas virtuales.

Para ello, en primer lugar realizamos un análisis del contexto tecnológico que practican los siete docentes de la Orientación Audiovisual, atendiendo a sus roles y asignaturas para conocer la manera en que se comunican con los estudiantes y a través de qué medios tecnológicos. Posteriormente, con la información recolectada, procedimos al desarrollo de la herramienta que es objeto de la presente tesis de Licenciatura.

En el Capítulo I expone el abordaje metodológico para el desarrollo de la tesis, incluyendo el planteo de objetivo general y específicos. El Capítulo II aborda los aspectos teóricos que son fundamentales, por un lado para la perspectiva general del campo comunicación-tecnología-educación, y por otro lado, para la especificación de los términos de referencia de la herramienta web y su contexto actual. Luego en el Capítulo III se describe el relevamiento de usos y áreas tecnológicas de la ECI.

Con los resultados y análisis de las entrevistas realizadas a los docentes de la orientación, y el Capítulo IV especifica las prácticas de uso de medios digitales por parte de ellos. Continuando con el análisis de fuentes, el Capítulo V detalla las prácticas de uso de Internet y plataformas digitales por parte de estudiantes de la UNC. El Capítulo VI explica las plataformas virtuales a considerar en la propuesta, que en el Capítulo VII será plasmada de acuerdo a las elecciones de diseño y contenido. Finalizaremos en el Capítulo VIII, exponiendo las valoraciones de dicho trabajo ahondando en la viabilidad del producto y la experiencia personal en el desarrollo del trabajo.

CAPÍTULO I
ABORDAJE METODOLÓGICO

En este capítulo exponemos algunos aspectos metodológicos relativos nuestro trabajo de finalización de Licenciatura, entre ellos el método de indagación a partir del cual generamos un camino planificado, reflexivo y abierto que permitieron llevar a cabo la elaboración del producto comunicacional: sitio web para la orientación audiovisual de la ECI.

En primer lugar, se detallan los objetivos que guiaron nuestro abordaje:

Objetivo general

Potenciar el uso de medios interactivos en la Orientación Audiovisual de la Licenciatura en Comunicación Social de la ECI.

Objetivos específicos

- Indagar la factibilidad de la implementación de una herramienta interactiva en la Orientación Audiovisual.
- Diseñar una herramienta de hipermedia para las materias de la Orientación Audiovisual, que permita optimizar la información y comunicación interna (intercatedras y entre estudiantes-docentes) o externas (estudiantes e instituciones) y externa de interés audiovisual.

Para diseñar el método contemplamos técnicas de carácter práctico, definiéndolas como conjunto de reglas y operaciones concretas para el manejo de instrumentos que permiten la aplicación del método. Considerando a su vez, a los instrumentos como los objetos concretos que facilitan la aplicación precisa de la técnica de acuerdo al objeto de estudio.¹

Para conocer la viabilidad de nuestra propuesta, decidimos realizar una indagación de tipo *cualitativa* (entrevista focalizada) que nos permitió a conocer además la manera en que establecen la comunicación los docentes y estudiantes de las diferentes materias. Nuestro propósito fue el de contextualizar el espacio de interés en relación con la

¹ Paulina B. Emanuelli. "Herramientas de metodología para la investigación en comunicación". Tomo II. 2009. Copy-Rapido.

herramienta desarrollar y recolectar insumos para el diseño de nuestra propuesta para la Orientación Audiovisual.

En primer momento, nos dirigimos a las áreas de Tecnología Educativa y Comunicación Institucional de la ECI para entrevistar a los encargados y realizar un relevamiento institucional relacionado a usos tecnológicos: proyectos de incorporación de *entornos virtuales* a las clases presenciales, instalaciones y espacios de producción de contenidos de todo tipo (Cepic, Centro de Medios, Universidad Abierta, Sala de Informática, Gabinete Audiovisual) y el sitio web de la ECI (incluyendo el portal de contenidos *Qué*)

Luego a fines del 2013, comenzamos nuestro trabajo exploratorio mediante reuniones informales con los docentes a cargo de las materias de la Orientación Audiovisual como prueba necesaria del proyecto. Los encuentros fueron cara a cara en la ECI, por lo general antes o después de las clases, y previamente acordados por correo electrónico o teléfono celular. Con este acercamiento, buscamos recopilar información sobre los medios de comunicación utilizados por las cátedras, que luego nos valió para desarrollar el modelo de entrevista formal.

A principios del año lectivo 2014, con una propuesta más clara sobre el proyecto, efectuamos las entrevistas exploratorias a los siete docentes de la orientación: *Roberto Sniezek* (Conducción periodística en televisión 4° año), *Mariela Parisi* (Narración Televisiva I y profesora asistente de Conducción Periodística en Televisión 4° año), *Laura Rinaldi* (Producción Televisiva I 4° año), *Ulises Oliva* (Políticas de Programación en TV 4° año), *Víctor Hugo Díaz* (Dirección Televisiva 5° año), *Alfredo Caminos* (Narración Televisiva II 5° año) y *Julio Ataide* (Producción Televisiva II 5° año).

Realizamos entrevistas semiestructuradas con preguntas y cuestiones básicas a explorar con el objetivo de generar también un espacio conversación con los entrevistados. El registro de las mismas se realizó en la ECI mediante los instrumentos de cámaras filmadoras y micrófono. Por ello adaptamos el guión de la entrevista al formato audiovisual compuesta por tres momentos y cinco preguntas:

1) Presentación del docente: Nombre y materia/s a cargo.

2) Preguntas de indagación:

a) ¿Cómo se comunica con los estudiantes?

b) ¿Utiliza algún tipo de comunicación entre cátedras de la orientación audiovisual? ¿Cual/es?

3) Se comenta al docente sobre la herramienta a desarrollar.

4) Preguntas sobre la herramienta:

a) ¿Qué imagina que podría hacer con la herramienta comentada?

b) ¿La utilizaría cargando contenidos, información y para comunicarse con los estudiantes?

c) ¿Considera la posibilidad de la interacción de cátedras a través de la herramienta?

Una vez realizadas las entrevistas a los siete docentes, comenzamos el tratamiento de los datos obtenidos mediante la desgravación de las mismas a texto digital. De esta forma codificamos las posibles unidades de análisis: medios de comunicación que utilizan las cátedras y la viabilidad de nuestro proyecto. Luego interpretamos la información y diferenciamos por una parte el relevamiento de los espacios de comunicación de la orientación, y por otra las características que necesitamos determinar para diseñar la herramienta digital.

En segundo momento metodológico, realizamos un análisis documental proveniente de fuentes secundarias con el objetivo de conocer y recopilar información relevante para nuestro trabajo. Seleccionamos el informe de encuestas del PROED a estudiantes de grado de la UNC: “Uso de la computadora e Internet”, y el informe de investigación “Relevamiento de Aulas Virtuales pregrado y grado de la UNC”.

De esta forma adquirimos datos sobre el uso de herramientas digitales en general de la UNC y de la ECI, que nos valió para seleccionar y desarrollar los recursos web que más se adapten a la orientación Audiovisual de la ECI.

CAPÍTULO II
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

*“Reconocemos que las nuevas tecnologías potencian el acceso a información actualizada, desarrollan propuestas comunicacionales alternativas y pueden favorecer la comprensión”
(Litwin, 2006).*

Percibimos parte del mundo y el contexto que nos rodea a través de los medios de comunicación instaurados en el siglo XX: los periódicos, el cine, la radio, la televisión y actualmente, el conjunto de los medios ligados a la revolución digital.

En los últimos años, la aparición de nuevos medios que convergen de los adelantos tecnológicos, pone de manifiesto nuevas formas y espacios donde las personas se relacionan y aprenden en conjunto. A partir de esta realidad, surgen conceptos que intentan explicar estos fenómenos y su incidencia en aspectos sociales, políticos y educativos de la vida cotidiana.

Nuestro trabajo se apoya en algunas ideas que pretenden explicar los fenómenos tecnológicos (nuevos medios) asociados al campo educativo, tales como interactividad, creatividad y aprendizaje colaborativo.

La idea de **nuevos medios** define a las estructuras de comunicación que desarrollan su actividad a través de Internet. Algunas de las principales formas de comunicación o nuevos medios son por ejemplo: los diarios digitales, portales, comunidades virtuales, weblogs, buscadores, entre otros.

Estos nuevos medios de comunicación se alejan de las características primordiales de los medios masivos en cuanto a la audiencia numerosa y homogénea, como también lo relacionado a la uniformidad en los mensajes para todos los receptores. El cambio aparece con una multiplicidad de mensajes y fuentes que generan una audiencia estratificada y específica, que selecciona los mensajes de acuerdo a sus intereses y necesidades.²

Además, a través de estos medios se trabajan formas de interacción que estimulan constantemente proponiendo al usuario que sea productor y receptor de mensajes, creando espacios de intercambios de contenidos y conocimiento.

² Guillermo López García y equipo. “El ecosistema digital. Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet”. Valencia. Servei de Publicacions de la Universitat de València. 2005.

La presencia de los nuevos medios nos obliga a construir nuevos marcos de referencia teórica adecuados para las nuevas prácticas, en virtud del avance tecnológico constante en la vida cotidiana de las personas. La percepción y consumo diario de información a través de los medios presenta más relevancia en estos tiempos que antes. Por ello diferentes autores desarrollaron conceptos de comunicación mediados por la tecnología para entender y explicar los nuevos espacios en los que convivimos.

Por otro lado, el tipo de comunicación que se genera a partir de la presencia de estos nuevos medios, se denomina **comunicación digital**. Se trata de un tipo de comunicación que involucra de manera más activa a los actores del proceso comunicacional, y sus interacciones, comprende a la comunicación como relación de emisor-mensaje-receptor incorporados a las tecnologías digitales es producto de la evolución de la comunicación, tanto en las prácticas como en lo teórico. Existen autores que han desarrollado esta idea de los cuales nos interesa nombrar ciertas características que se complementan con nuestro trabajo, permitiéndonos fundamentar y así mismo entender el proceso.

Estamos experimentando en este tiempo la comunicación en red y la integración de diferentes formas de comunicación interactiva, como lo explica Castells: “(...) la integración potencial de texto, imágenes y sonido en el mismo sistema, interactuando desde puntos múltiples. En un tiempo elegido (real o demorado) a lo largo de una red global, con un acceso abierto y asequible, cambia de forma fundamental el carácter de la comunicación. (...)” (2000: 360-361).

Guillermo López García en su aporte en “El ecosistema digital”, clasifica niveles de comunicación que pueden darse en Internet según los autores Morris y Ogan (2002):

- a) Comunicación asincrónica uno-a-uno: como es el caso del Email;
- b) Comunicación asincrónica de muchos-a-muchos: como los foros de debate (de páginas webs, aulas virtuales, webs de noticias, etc.) que suelen requerir registrar un usuario, y a veces un software determinado que se descargue e instale desde el mismo Internet que permita acceder a los contenidos o mensajes;
- c) Comunicación sincrónica que puede darse uno-a-uno, uno-a-pocos, o uno-a-muchos: el caso de los chats;

d) Y comunicación asincrónica caracterizada generalmente por la necesidad del usuario de buscar una ubicación en concreto para acceder a la información, que puede implicar a su vez diversos tipos de relaciones entre emisor y receptor (muchos-a-uno, uno-a-uno, o uno-a-muchos), como es el sucede en los sitios web.³

Estas diferentes formas de comunicación e interacción que surgen en Internet, son aptas para diferentes propósitos. Conocer los funcionamientos y circuitos comunicativos, así como sus potencialidades, son útiles para poder definir el marco de su utilización. Así la *comunicación digital* asociada a nuevos medios digitales, se caracteriza por ser interactiva, personalizada, multimedia, instantánea, hipertextual, universal e innovadora.⁴ Existen cinco componentes de la interacción mediada por tecnologías interactivas, en la comunicación en red, que deberían ser considerados si se desea planificar una acción comunicativa en ese marco:

- Objetivos o finalidad de la comunicación: implica diferenciar la finalidad de los medios, donde estos pueden ser a) informativa o noticiosa (cibermedios), b) comunicativa o relacional (comunidades virtuales), c) de servicio informativo, de gestión y de entretenimiento (portales), y d) de intermediación o infomediación (buscadores y directorios);
- Contenidos: relacionado a lo anterior, difunde: a) información; b) servicios; c) comunicación o relaciones; y d) infomediación o intermediación;
- Audiencia/usuario: capacidad del público de Internet, que se presenta más o menos pasivo (audiencia) y que incorpora según sus necesidades nuevos roles activos como interactuar con otros, como ser emisor de información en diferentes formas posibles (usuario);

³ Guillermo López García y equipo. “El ecosistema digital. Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet”. Valencia. Servei de Publicacions de la Universitat de València. 2005.

⁴ Alonso y Martínez (2003), citado por Guillermo López García y equipo. “El ecosistema digital. Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet”. Valencia. Servei de Publicacions de la Universitat de València. 2005.

- Comunicador digital: aparecen nuevas funciones de emisor de la información, con nueva creación y gestión de contenidos, siendo intermediario y organizador de la información del medio;
- Herramientas para la interactividad: para medios de comunicación interpersonal y colectiva, incluyendo su propio lenguaje en Internet (hipertexto) y nuevas posibilidades que se generan desde la interactividad del usuario.⁵

Desde el punto de vista del modelo que subyace a esta práctica comunicacional, algunos autores postulan que la Teoría de Usos y Gratificaciones⁶ explica el tipo de relación que se establece entre los interactuantes, puesto que “(...) el modelo de la comunicación generado por cada medio dependerá tanto del emisor como del receptor, de las necesidades que uno y otro decidan satisfacer en cada momento, y de las particularidades, respectivamente, del modelo de generación de contenidos y de consumo de la información. (...)” (Lopez García; 2005).

Por otro lado, se abren posibilidades a las nuevas formas de comunicación interpersonal, ya que se amplían la disponibilidad de diferentes herramientas, permitiendo un flujo comunicativo horizontal con la participación de los usuarios. Ésta interacción genera, por un lado, un nuevo lenguaje (complemento del oral y escrito) con nuevos signos y símbolos propios de la red; y por otro lado el rol de los usuarios que adquiere mayor protagonismo. De esta forma, se considera a la comunicación interpersonal entre usuarios como expresión de la interactividad del medio, donde los contenidos a su vez permanecen lejos de su relación de dependencia y se mantiene activo su rol de receptor y de emisor.

⁵ Guillermo López García y equipo. “El ecosistema digital. Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet”. Valencia. Servei de Publicacions de la Universitat de València. 2005.

⁶ La teoría de usos y gratificaciones (TUG) de E. Katz, Jay G. Blumer y M. Gurevich plantea que con una teoría sobre los usos del medio se tiene mayor probabilidad de comprender sus efectos, y toma como punto de partida al consumidor de los medios y explora su conducta comunicativa en función de su experiencia directa con los medios. Contempla a la audiencia como usuarios activos del contenido de los medios. De esta manera, el usuario acciona para gratificar sus necesidades y elige que medios consumir. M. de Moragas (ed.) “Sociología de la comunicación de masas. GG Mass Media. 1986.

INTERNET Y RECURSOS WEB

En la década de los 90's, Tim Berners-Lee crea el navegador World Wide Web (WWW) en referencia a la Red de Informática Mundial o simplemente la Web. Desde este momento en adelante, fue aumentando el número de los computadores conectados a la red y se formaliza una de sus características principales que es la expansión ilimitada de los espacios geográficos y la permanencia de los datos en el tiempo.

Con Internet en los hogares, aparecen en el nuevo siglo las aplicaciones Web 1.0 y 2.0: en un proceso evolutivo, la primera es sustituida por la segunda, que implica una innovación en las formas de acceso y usabilidad a la red, como también de interacción e información. La primera, la *Web 1.0* refiere al espacio donde los usuarios tenían acceso a información de cualquier tipo pudiendo indagar en base a sus intereses pero limitado sólo a la lectura de textos.

Tiempo después se comienzan a plantear las aplicaciones *Web 2.0* (creada por O'Reilly en el año 2004) donde el espacio de información también se convierte en espacio de interacción y colaboración, y en esta instancia el usuario es emisor y receptor de contenidos. Se considera esta *web social* como un fenómeno tecno-social del cual surgieron en los últimos años las plataformas de colaboración más utilizadas como Wikipedia, Youtube, WordPress, Flickr, Facebook, etc. Las herramientas de Web 2.0 "(...) son apenas formas primitivas de nuevos embriones tecnoculturales que reinventados y reanalizados ofrecerán una potente combinación de la calidad de la vieja cultura analógica (personalizada e individualizada) con la potencia creativa y el valor selectivo y de filtrado (colectivo) de la nueva cultura digital. (...) (Piscitelli: 2007)"⁷

Para esta nueva aplicación revolucionaria en los usos de Internet, O'Reilly se encargó de pautar los principios constitutivos que establece esta nueva generación de contenidos (Romaní – Kuklinski: 2007):

- La *World Wide Web* como plataforma de trabajo.
- Fortalecimiento de la inteligencia colectiva.
- Gestión de las bases de datos como competencia básica.

⁷ Piscitelli, Alejandro. "Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food". 2007. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF

- Software no limitado a un solo dispositivo.
- Las experiencias enriquecedoras de los usuarios.

Dentro de la *plataforma o sitio web*, existen aquellas que tienen como posibilidad la *hipermedia*, donde se pueden cargar y compartir contenidos en formato de texto, imagen, audio, video, y aquellos más recientes como soportes de búsqueda, conexión a redes sociales, plataformas colaborativas, mapas de ubicación, entre otros. Lo que permite esta plataforma a su vez, es generar espacios de interacción interna y externa potenciando la comunicación y entornos de conocimientos.

Además, la funcionalidad de una plataforma se define por criterios de *usabilidad* y *accesibilidad*, que permiten medir el impacto de dicho sitio, ya que están referidos entre otras cuestiones a la presencia de elementos gráficos y visuales para la mejor adaptación y navegación del usuario. Según la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) la *usabilidad* tiene dos definiciones, la primera Regla 9126 “(...) se refiere a la capacidad de un software de ser comprendido, aprendido, usado y ser atractivo para el usuario, en condiciones específicas de uso (...)”. La segunda 9241 expresa que “(...) usabilidad es la efectividad, eficiencia y satisfacción con la que un producto permite alcanzar objetivos específicos a usuarios en un contexto de uso específico (...)”.⁸ De este modo el usuario pasa a ser un elemento primordial, y a su vez es necesario que tenga ciertos conocimientos o que esté predispuesto a conocerlos para llevar a cabo la navegación más óptima. Por ello en el momento de idea y diseño de un sitio web se identifica una audiencia concreta con acceso a contenidos específicos basados en sus necesidades e intereses. Permite de este modo, que la usabilidad del sitio en sus dos aspectos sea de carácter eficiente y a la vez genere un éxito para el usuario en su búsqueda.

Tal como lo expresa Guillermina Franco Álvarez en su interpretación: “(...) la *usabilidad* debe ser entendida siempre en relación con la forma y condiciones de uso por parte de sus usuarios, así como con las características y necesidades propias de estos

⁸ La Organización Internacional para la Estandarización, ISO por sus siglas en inglés (International Organization for Standardization), es una federación mundial que agrupa a representantes de cada uno de los *organismos nacionales de estandarización* (como lo es el IRAM en la Argentina), y que tiene como objeto desarrollar estándares internacionales que faciliten el comercio internacional.

usuarios. (...)", para no caer en conceptos universalistas donde se piensa a la web independientemente del rol y las necesidades del usuario, perdiendo así el carácter práctico del sitio. Por ello, tomando a la autora, el sitio será más usable en la medida que éste se adapte a las necesidades e intereses específicos de la audiencia.

Para continuar con los criterios que presenta el sitio web, es necesario ahora vincular la usabilidad a la *accesibilidad*. Cuando hablamos de *acceso* hacemos referencia al usuario potencial que hace uso del sitio, incluyendo usuarios con limitaciones personales (motrices, visuales, etc.) como también de sistema (software, conexión de Internet, etc.).

Según Pardo Kuklinski "(...) cuando se habla de *alfabetización digital*, se puede afirmar que la alfabetización de mayor nivel es la producción de contenidos, es decir, la transformación de los usuarios en desarrolladores, en este caso, a instancias de las aplicaciones Web 2.0 (...)" (2007:91). Entonces, usabilidad, accesibilidad deben estar al servicio no sólo del consumo sino de la producción de contenidos, que es en definitiva el objetivo de las aplicaciones 2.0. En "Planeta Web 2.0", se plantea evitar el *analfabetismo digital* y tomar el conocimiento en tecnología y computación como formas productivas de supervivencia y actualmente necesarias en la *digitalización institucional*. El autor Wilhelm (2004) propone: utilizar las *TICs* para acceder, administrar, integrar, evaluar y crear información con el objeto de vivir en una sociedad del conocimiento y aportando a la convivencia de la tecnología con el mundo de la vida.

Por otro lado, con la Web 2.0 surge el concepto de *inteligencia colectiva*⁹ de Pierre Lévy que tiene como característica principal generar conocimiento mediante el intercambio de contenidos. A través de esta práctica colaborativa los usuarios pueden ser participes además de su uso, del mejoramientos de las herramientas colectivas, como ser el propio Internet. Suele relacionarse al impulso de *software libre*, con sus actualizaciones e innovaciones, como estimulantes de la comunicación y cooperación entre los usuarios para el libre intercambio de conocimientos (idea de conocimiento abierto).

Lévy (2004) explica que la *inteligencia colectiva* es el resultado de un proceso que busca generar un espacio y método de conocimiento colectivo abierto a todas las personas,

⁹ "La inteligencia colectiva es un proceso de crecimiento, de diferenciación y de reactivación mutua de las singularidades. Inteligencia colectiva como momento de la evolución humana para el aprendizaje, y en constante proceso y estudio mismo para su comprensión y adaptación". Libro *Inteligencia Colectiva* Por una antropología del ciberespacio, Pierre Lévy: Washington DC Ed 2004

instituciones, pensamientos, etc. Por ello, adoptar la tecnología en la cotidianeidad, ayuda a crear esos espacios de inteligencia colectiva donde se comparten los conocimientos y el aprendizaje es en conjunto, sin prejuicios y asumiendo el respeto a la diversidad opiniones, experiencias, y contextos que es preciso hacer coexistir.

Una tesis interesante es la de Surowiecki (2004) llamada “*Sabiduría de las multitudes*”, donde a grandes rasgos, el autor explica que las decisiones colectivas resultan más acertadas que las individuales. Apuesta a la diversidad e independencia de los grupos de personas para estimular sus conocimientos hacia un grado de inteligencia. El autor también propone cuatro condiciones para alcanzar la *sabiduría colectiva*: diversidad de opiniones entre los individuos que conforman el grupo, independencia de criterio, cierto grado de descentralización que permita la existencia de subgrupos dentro del colectivo, y la existencia de algún mecanismo de inclusión de los juicios individuales en una decisión colectiva.¹⁰

Otro concepto que emerge es el de *intercreatividad* definido por Berners-Lee como el proceso de hacer cosas o resolver problemas de forma interactiva. Entre otras interpretaciones de intercreatividad, la de Pardo Kuklinski (2005) refiere a que: “(...) La intercreatividad propicia los mecanismos necesarios para que toda la comunidad pueda aportar su conocimiento al producto desarrollado, en forma horizontal y organizada. (...)”. Desde el usuario, con este intercambio creativo, se alcanzan conocimientos cooperativos involucrando a todos los que participen.

En la actualidad somos usuarios de la *Web 3.0*, también llamada *Web Semántica* relacionada a la interacción, conexión e interpretación entre un mayor número de personas. Su principal aporte es la *Nube o Cloud Computing* que se presenta como un servicio de almacenamiento y compartimiento ilimitado de datos a través de Internet. Para su uso, se requiere estar conectado a Internet en cualquiera de los múltiples dispositivos (Computadoras, Smartphone, Tablets, iPhone, etc.). La consulta y descarga de datos se realiza ingresando a un link (por ejemplo *depositfiles.com*) o a través de un aviso en al email (*wetransfer.com*). No es necesario explorar en los buscadores predeterminados y es

¹⁰ Pardo Kuklinski, Hugo cita a Surowiecki . “Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food”. 2007. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF.

también uno de los promotores de la inteligencia artificial, web geoespacial, web 3D, entre otros.

La Web 3.0 con la *Nube* permitieron el gran paso de las aplicaciones web con almacenamiento propio, y de esta manera sitios como *YouTube* o *Google* + amplían las herramientas y permiten actualmente subir, reproducir y descargar videos, imágenes, audios y textos en menos tiempo y sin costo.

ROL DEL USUARIO 2.0

Jaime Alonso Ruiz (2005) toma como referencia a José Luis Orihuela que explica que con la incorporación de Internet el concepto de audiencia se trasmuta al de *usuario*. A su vez, el autor distingue tres dimensiones de usuarios:

- *Pasivo*: usuario que consume contenidos publicados en Internet.
- *Activo*: además de ser consumidor de contenidos también participa como coautor en el medio.
- *Determinante*: usuario que participa en un nuevo medio y su participación implica el funcionamiento del mismo.

Ocurre que posicionar al usuario como principal eslabón de la comunicación genera que, desde la perspectiva digital, los nuevos medios emergentes estén pensados, entre otras cuestiones, para un público que será estratificado y donde los criterios de contenido y diseño responderán a ellos. Por consiguiente, cuando referimos al usuario dejamos atrás el término de comunicación de masas.

El usuario que nos interesa presentar en este apartado, es el público universitario, que comenzaremos a referir en adelante como *Usuario 2.0*. Éste aparece como producto de la comunicación digital y se caracteriza por generar una relación multidireccional con otros usuarios, invirtiendo roles de autor de contenidos en espacios de interactividad y colaboración.

Se atribuye a los usuarios 2.0 una experiencia de audiencia distinta, vinculada a la transformación de la comunicación ahora digital. La experiencia que transitan es diferente ya que los nuevos medios se presentan de manera trascendental en sus vidas: “han nacido y

crecido con Internet”. Esta nueva generación de usuarios se la considera como *nativos digitales*¹¹ (Prensky, 2001; Piscitelli, 2009). Estos usuarios también denominados como generación red o generación digital, que refieren a usuarios de Internet que no se limitan sólo a publicar, si no que generan además contenidos y a su vez esto forma parte de su vida cotidiana.

En “Audiencias Juveniles y cultura digital”, Javier Callejo Gallego (2014) de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED – España), contextualiza una audiencia atravesada por la interacción y consumo de mensajes que construye su realidad cotidiana. Según el autor, el usuario 2.0 desarrolla diferentes experiencias basadas en:

- *La pantalla*: la relación con los medios se realiza a través de pantallas donde los dispositivos de comunicación se convierten en dispositivos de visión.
- *Tecnología táctil*: es la experiencia desde la proximidad del tacto que permite otro tipo de acceso a los dispositivos.
- *Interactividad vs pasividad*: la particularidad que presenta el usuario es la interacción y participación como nueva forma de relación con los medios digitales.
- *La segunda oralidad*: los usuarios son más movidos por la escucha, los sonidos y por el habla, hasta hacer de la propia escritura una continuación del habla, como sucede por ejemplo en los mensajes *sms*.¹²

INTERNET Y EDUCACIÓN

Cristóbal Cobo Romaní expresa que las herramientas 2.0 “(...) estimulan la experimentación, reflexión y la generación de conocimientos individuales y colectivos, favoreciendo la conformación de un ciberespacio de intercreatividad que contribuye a crear un entorno de aprendizaje colaborativo (...)” (2007:101)

La tecnología digital y todo lo que comprende (Internet, Web 2.0, aprendizaje colaborativo, etc.) está presente en nuestro sector de interés que es el educativo. Convergen

¹¹ Se denomina *nativo digital* u *homo sapiens digital* a todas aquellas personas que nacieron durante las décadas de los años 1980 y 1990, cuando ya existía una tecnología digital bastante desarrollada y la cual estaba al alcance de muchos. http://es.wikipedia.org/wiki/Nativo_digital

¹² Amparo Huertas Bailén, Mónica Figueras Maz (Eds.). “Audiencias Juveniles y cultura digital”. Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona. 2014.

en este ámbito tecnologías y software específicos, que potencian la colaboración y buscan formar nuevos soportes de uso educativo en espacios virtuales.¹³

La Web 2.0 se integra con las tecnologías de uso educativo porque permiten crear y difundir contenidos sin un rol fijo, es decir, los emisores son receptores y viceversa. La lectura y escritura desde la web queda simplificada, el estudiante y el docente pueden aportar sus conocimientos y contenidos de manera productiva. Las plataformas de uso educativo generan espacios para muchos emisores y muchos receptores y estimulan la colaboración y el intercambio de contenidos, como por ejemplo *Blogs* y *Wikis*.

En este contexto, aparece el concepto de *e-learning* que hace referencia a la educación a través de computadoras e Internet. Estas herramientas concretan cierta negociación en el camino hacia el conocimiento, que es generado por el intercambio constante de los usuarios de aplicaciones. Jhonson (1992) agrega tres conceptos de aprendizajes:¹⁴

1. Aprender haciendo / learning-by- doing: se utilizan herramientas web de lectura y escritura que permiten al estudiante y docente desarrollar ideas y corregirlas. Se forma un proceso creativo entre lo individual y colectivo con el intercambio entre ambos. Es recomendable para presentaciones de estudiantes donde pueden publicar audios, textos y videos.

2. Aprender interactuando / learning-by-interacting: la gestión de contenidos mediada por plataformas web permiten el intercambio de opiniones y comentarios entre los usuarios. Este aprendizaje se muestra en la relación comunicacional entre pares, que con el uso de hipervínculos la interacción se puede dar posteando un video en la plataforma y luego crear chats o correos electrónicos.

3. Aprender buscando / learning-by-searching: utilizar los buscadores de Internet como fuentes para consultar información o material de estudio. Funciona como un proceso de investigación, selección y entendimiento para el usuario.

¹³ Piscitelli, Alejandro. “*Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*”. 2007. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF.

¹⁴ Cristóbal Cobo Romaní. “*Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*”. 2007. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF.

Lundvall (2002) citado por Cobo Romaní, anuncia una cuarta forma de aprendizaje vinculada a la herramienta de Web 2.0:

4. Aprender compartiendo / learning-by-sharing: el aprendizaje colaborativo promovido por el intercambio y la cooperación entre usuarios estudiantes y docentes, genera instancias donde se comparten conocimientos que contribuyen al proceso educativo. En Internet, las plataformas que se utilizan para compartir contenidos sirven para que los usuarios suban videos, audios, imágenes o textos y que otros vean y a su vez compartan nuevamente.

En los últimos años, aparece el concepto de **m-learning** referido al aprendizaje móvil, es decir, a través de teléfonos celulares, tablets, netbook, entre otros, que permitan el acceso a Internet. Se caracterizan por ser dispositivos fabricados con inteligencia tecnológica en constante evolución, de menor costo y tamaño. Con m-learning los usuarios consultan contenidos, generan conversaciones o realizan comentarios en cualquier momento y lugar. Estos dispositivos brindan las condiciones necesarias para conectar a los usuarios de tecnologías educativas de manera creativa y activa.

Por último, el **Blended Learning o B-Learning**¹⁵, engloba el aprendizaje semi-presencial. Implementa recursos virtuales que se complementan con el aprendizaje presencial con el objetivo de optimizar el uso de las tecnologías en la educación.

Con las aplicaciones de la Web 2.0 en el entorno educativo, se plantean nuevas expectativas de aprendizaje para los estudiantes y docentes que interactúan en un contexto mediado por la información, la tecnología y las redes de comunicación.¹⁶

El informe realizado en el año 2010 por Aparici, Campuzano, Ferrés, y Matilla, describe algunos elementos que caracterizan a la educación con las aplicaciones 2.0 que pasaremos a llamar *Educación Mediática*¹⁷. Ellos son:

- **Roles 2.0 en la relación profesor-alumno:** con la nueva modalidad la relación entre docente-estudiante es bidireccional y horizontal, donde el docente actúa como mediador del proceso educativo intervenido por las tecnologías digitales. Esta relación implica formación

¹⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/Aprendizaje_semipresencial

¹⁶ Roberto Aparici, Antonio Campuzano, Joan Ferrés, Agustín G^a. Matilla. “La Educación Mediática”. 2010

¹⁷ Roberto Aparici, Antonio Campuzano, Joan Ferrés, Agustín G^a. Matilla. “La Educación Mediática”. 2010

y capacitación de los docentes y estudiantes sobre el uso de la tecnología (software y hardware), lenguajes de multimedia, interactividad, aprendizaje colaborativo, etc.

- **Modelo comunicativo 2.0:** el continuo intercambio de emisor-receptor manifiesta el modelo comunicativo donde docentes y estudiantes sean participantes activos en la producción del conocimiento. Esto se genera a partir de la colaboración individual y colectiva donde todos puedan ser autores y coautores en un modelo de comunicación dialógico. En la enseñanza presencial, hay que tener en cuenta incluir conocimientos de multimedia de antiguas y nuevas tecnologías que reflejen el principio dinámico de la interactividad para el aprendizaje de cualquier tipo de medio.

- **Redes sociales:** con el aumento de usuarios y de aplicaciones basadas en la Web 2.0, Internet se transforma en un depósito de información y de inteligencia colectiva. La principal característica de las redes sociales es su espacio de participación generado por motivaciones personales, institucionales, de interés general, etc., ampliando sus motivos a medida que los usuarios se relacionan y presentan nuevas necesidades.

- **Interactividad y participación:** con la evolución tecnológica en las últimas décadas, estos conceptos se asimilan para describir la acción a través de internet. Considerando a la Web 2.0, el usuario ahora puede acceder a la red y gestar sus propios contenidos sin necesidad de poseer conocimientos de informática. Es decir, se conoce la tecnología a través de la interactividad que genera el aprendizaje colaborativo e inteligencia colectiva como ser el caso de las *Wikis*.

- **Narrativa digital y convergencia de medios:** la narrativa digital hace referencia a la libertad que se le brinda al usuario-autor para la elección y producción de contenidos, caracterizada por su no linealidad y su estructura abierta. Aquí se incluyen antiguos y actuales medios, pero el próximo cambio viene de la convergencia de la telefonía móvil conectada a Internet.

- **Inmersión-simulación:** los jóvenes de la generación digital están inmersos en tecnologías virtuales que apuntan a las prácticas de simulación como nueva era de medios tradicionales como el cine o la televisión. Se llama cultura de la simulación a los mundos virtuales creados por los jóvenes y basados en la constante interacción con la tecnología y otras personas (como el caso de algunos videojuegos). Así los usuarios son capaces de desarrollar la línea narrativa del relato y a veces también a personajes. Como se expresa en el libro de Educación Mediática, al explorar estos modelos computacionales, interactuar con un programa, aprender a aprender puede ser muy útil para asimilar grandes cantidades de información acerca de las estrategias y estructuras de interacción en una pantalla.¹⁸

- **La incertidumbre:** la interacción a través de Internet está manifestando otra lógica caracterizada por el pensamiento hipertextual, donde se estima la posibilidad de nuevas habilidades cognitivas como la velocidad de procesamiento de la información de imágenes, la difusión más rápida de ideas y datos, entre otras. Se destaca aquí la capacidad de realizar múltiples tareas y su consideración a las formas de conocimiento estándares.

- **Teoría de aprendizaje 2.0:** corrientes de pensamiento como el constructivismo plantea al estudiante como constructor activo de conocimientos y estructuras cognitivas que producen el aprendizaje. A su vez, se plantean otras teorías como la Conectivista de George Siemens (2010) explica cómo se produce el aprendizaje dentro del contexto de nuevas las tecnologías digitales a través de sus fundamentos en la teoría de la complejidad¹⁹, algunos principios de la teoría del caos²⁰ y además describe las formas sobre como aprendemos e interactuamos en la era digital cuestionada por la fragmentación de información.

¹⁸ Roberto Aparici, Antonio Campuzano, Joan Ferrés, Agustín G^a. Matilla. “La educación mediática”. 2010

¹⁹ Formas sobre como aprendemos y nos relacionamos con los conocimientos en la posmodernidad caracterizada por la fragmentación de la información.

²⁰ Los integrantes de las generaciones nacidas en los noventa, se destacan por su desarrollo en conjunto con la evolución tecnológica, donde piensan y aprenden de manera diferente a sin preocuparse por un final determinado o determinista. Estos principios se basan en la teoría del caos. Cuando hablamos de caos no nos referimos al desorden, sino a una organización diferente teniendo como características: un lenguaje visual y sonoro que permite la comprensión rápida del mensaje de las imágenes y el contexto en que se encuentran inmersas, la posibilidad de navegar en diferentes pantallas al mismo tiempo y elegir lo más interesante en un momento dado.

- **Aprendizaje colaborativo:** se lo considera una instancia de aprendizaje horizontal que tiene como premisa “todos aprendemos con todos” y es posible a través de la participación individual activa e interacción colectiva. La idea de trabajo en grupo e intercambio de conocimientos permite desarrollar habilidades de colaboración como la toma de decisiones por consenso y selección de ideas, donde cada participante es autor o coautor de la producción de conocimientos en la variedad de soportes y lenguajes mediáticos que elija y desee.

- **Herramientas 2.0:** con la variedad de aplicaciones existentes en Internet, algunas se distinguen porque son creadas específicamente para desarrollos educativos proponiendo la comunicación bidireccional y horizontal dirigida al aprendizaje colaborativo. Las herramientas digitales que se encuentran en la red manejan gran cantidad de información y materiales que están a disposición de los docentes y estudiantes para contribuir a su formación. Así también, potencian la inclusión de estudiantes o docentes con necesidades específicas de apoyo educativo para ofrecerles la posibilidad de una enseñanza personalizada y flexible. Las tecnologías digitales están preparadas para adaptar herramientas o aplicaciones a los usuarios, atendiendo a estudiantes con deficiencias motoras, sensoriales y cognitivas a través de las llamadas “prótesis informáticas” como sintetizadores de voz en lugar de teclado o pantalla, lupa electrónica, etc.

Los elementos anteriores integran la *Educación Mediática* que coexiste en la era digital y está destinada a promover la creatividad del individuo y su comunicación con otras personas, donde la interacción se dispone de manera igualitaria tanto en la recepción como emisión de mensajes.

Si en la educación general se considera que la tecnología es un potente recurso, también permite la formación del usuario para la creación audiovisual y multimedia en el diseño y producción de mensajes, especialmente para conocer y desarrollar ideas entre la cotidianeidad digital rodeados de pantallas.

CAPÍTULO III
RELEVAMIENTO INSTITUCIONAL

La implementación de un recurso web para las cátedras de la Orientación Audiovisual, requiere de un amplio consenso y condiciones de factibilidad institucional.

Por ello, es preciso profundizar en estos aspectos. Abordaremos primero los sectores responsables de las aplicaciones tecnológicas de la ECI, y segundo especificaremos en la orientación audiovisual de la carrera de Comunicación Social.

Nos interesa contextualizar las áreas tecnológicas de la institución como también explicar las diferentes funciones que cumple cada una. Recopilamos la información a través de encuentros y entrevistas con al área de Tecnología Educativa, Educación a Distancia, Comunicación Institucional y con los docentes a cargo de las siete materias de la orientación audiovisual.

Comenzando con la institución, en el año 2005 la Escuela de Ciencias de la Información implementa la primera tecnología de uso educativo para el área de *educación a distancia*. Ésta surge para llevar a cabo las carreras terciarias a distancia que tienen como base el soporte digital. A través de esta modalidad, estudiantes y docentes interactúan regularmente en espacios que están creados para la enseñanza y el aprendizaje. Actualmente se suman otros usos tecnológicos a la educación presencial en las materias de grado como Seminario de Nuevas Tecnologías (4° año).

En el año 2009 se creó el área de Nuevas Tecnologías que desarrolló proyectos de financiamiento para la incorporación de tecnología, como por ejemplo, invertir en más computadoras y formar un laboratorio de informática. Se trabajó con proyectos como el Programa de Apoyo y Mejoramiento a la Enseñanza de Grado²¹ (PAMEG) destinado a promover iniciativas institucionales de las facultades con el fin de mejorar la calidad de enseñanza y al trabajo cooperativo con equipos conformados por docentes y estudiantes, y que continúa actualmente con proyectos para el ingreso a la universidad y la incorporación de aulas virtuales.

El área de Nuevas Tecnologías planteó la posibilidad de incorporar tecnología relacionada a lo audiovisual e informática, perspectiva que con el tiempo se modificaron aceptando que la tecnología y las herramientas son importantes, y a su vez considerando la

²¹ PAMEG - En esa línea se vienen realizando convocatorias de proyectos que aborden algunos de los problemas que cada facultad identifica en el desarrollo de sus carreras de grado, tanto en su tramo inicial como final.

necesidad de trabajar en la capacitación sobre su uso (especialmente con la aparición de nuevos y simples dispositivos propios del avance tecnológico).

Ante la experiencia del área de Nuevas Tecnologías, en octubre de 2012 bajo la Res. 1531/2012 cambia su nombre a *Tecnología Educativa* a cargo del Lic. y docente de Gabinete Audiovisual Pedro Servent. Esta área se encarga de desarrollar e implementar proyectos que estimulen o innoven sobre las tecnologías como soportes educativos para la institución. A su vez, ofrece la posibilidad a cualquier proyecto de investigación, de extensión o de las cátedras de trabajar con un espacio virtual, siendo ésta el área que se encarga de asesorar sobre el espacio virtual conveniente a utilizar de acuerdo a las necesidades del proyecto o cátedra.

Tecnología educativa tiene por objetivo general trabajar más en los aspectos pedagógicos y comunicacionales de herramienta, no en la función operativa o técnica del área de sistemas, que es asumida justamente por ese sector. A nivel de la UNC existe lo que antes se llamaba el Programa de Educación a Distancia (PROED) y desde 2014 se denomina ArTEC (Área de Tecnología, Educación y Comunicación) que trabaja especialmente con el área de educación a distancia y se propone trabajar con las tecnologías. Para cuestiones técnicas sobre las herramientas tecnológicas responde la Prosecretaría de Informática de la UNC.

En la actualidad, *Tecnología educativa* de la ECI lleva a cabo el proyecto de “Entornos virtuales” para que las cátedras de la carrera de Comunicación Social comiencen a trabajar con espacios virtuales, y en particular el proyecto de *Blogs* (de WordPress) apostando a la institucionalización de este espacio virtual incluyendo capacitaciones para su aplicación.

El proyecto surge de la Pro Secretaría de Informática de la UNC en el 2013 y funciona como complemento de las cátedras, considerando que en la ECI algunos docentes ya utilizaban este medio y ahora pueden unificarlas y relacionarlas a la UNC. Forman parte de este proyecto de Blogs las cátedras: Producción Radiofónica, Producción Audiovisual I, Seminario de Comunicación y Salud, Taller de Práctica Docente I (Profesorado), Seminario de Política y Comunicación A, Cátedra de Producción Gráfica, Seminario de Política y Medios e incluso el Área de Tecnología Educativa.

Entornos virtuales también impulsa la creación de aulas virtuales en cátedras presenciales, considerando su administración desde la ECI (antes por el PROED) con proyectos de capacitación para el conocimiento de las mismas. Utiliza la plataforma de código abierto llamada Moodle versión 2.3.3., de acceso libre y de trabajo libre tanto para la universidad como para cualquier persona. Las aulas virtuales proponen espacios de comunicación y aprendizaje colaborativo a través de publicaciones, foros, chats, y también permite que las cátedras diseñen espacios donde los docentes y los estudiantes compartan archivos de video, texto, audio, etc.

El software Moodle se programa con permisos y accesos diferentes según la pertinencia de cada cátedra, y apunta a estimular contenidos interactivos y multimediales para la promoción del conocimiento. Así mismo, se establece un orden de contenidos y de interacción que permite crear clases y presentarlas en las aulas presenciales para compartir con los estudiantes. La variedad de acciones que permite Moodle forman las opciones que cada docente puede implementar y preparar para sus contenidos.

Desde el año 2013 se dicta en la ECI el “Taller de Construcción de Aulas virtuales”²² dictado por Mgter. María Elena Ciolli, Mgter. María Soledad Roqué Ferrero y Esp. María Eugenia Rodríguez. El taller semipresencial consta de cuatro encuentros de dos horas cada uno, y se destina a docentes de la ECI. Con respecto al contenido y metodología, se divide en dos partes: la primera teórica, y la segunda como práctica a través de la plataforma educativa.

Dentro del contenido teórico, el taller incluye el contexto referencial de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, las características y funcionalidades de Moodle, como crear, compartir y publicar documentos con Google Docs o My Drive, y las herramientas y recursos para el diseño de materiales educativos en diferentes soportes y formatos: C-maps tools, Time-rime, Prezi, Youtube, Exe learning, Audacity, entre otros, destinados a la integración de recursos colaborativos. Se concluye el mismo con la construcción de un aula virtual por los docentes para que puedan utilizarla en sus clases.

Esta capacitación cumplió su segunda edición en el 2014, con la experiencia de más de diez docentes de la carrera de Comunicación Social que conocen y utilizan el aula

²² Información completa del taller en anexos.

virtual como soporte tecnológico para sus clases presenciales. En la carrera de Comunicación Social se registraron más de 30 cátedras presenciales que cuentan con aulas virtuales. Ellas son: Producción Gráfica, Seminario de Ciudades de las sociedades contemporáneas desde la comunicación y cultura, Análisis del discurso, El acceso comprensivo a la realidad social y el problema del lenguaje – 2014, El Desafío Multimedia en la Educación. Mejores Prácticas, Filosofía e Historia de la Ciencia, Gabinete de Medios Audiovisuales, Historia Social Contemporánea, Introducción a la carrera de comunicación social, Economía y comunicación, Psicología Social 2014, Psicología y Comunicación, Seminario de Comunicación y Desarrollo Social, Seminario de Producción y Redacción para Medios Digitales, Seminario Herramientas Digitales para Comunicadores 2013, Seminario Nuevas Tecnologías 2013, Seminario: Proyectos culturales en Córdoba, hoy – 2014, Taller de Informática Básica Aplicada, Taller de Informática II (Seminario optativo), Taller de Lenguaje I y Producción Gráfica A 2013, Taller de Lenguaje I y Producción Gráfica, Cátedra B, Taller de Lenguaje III y Producción Audiovisual, Taller de Metodología de la Investigación, Técnicas de Estudio y Comprensión de Textos, Tecnologías de la Información y Sociedad y Teorías de la Comunicación II.

Asimismo Tecnología educativa plantea el proyecto de “Entornos virtuales” para abarcar los espacios virtuales para la enseñanza y aprendizaje, considerando otros espacios como las redes sociales, blogs o herramientas de Google que algunas cátedras actualmente también utilizan para comunicarse o difundir información.

La ECI presenta otras áreas institucionales con proyectos que están involucrados con el uso de las tecnologías. Entre ellos podemos nombrar el proyecto de Centro de medios de Comunicación Enrique Lacolla, Universidad Abierta (SRT), Red Mate y también el proyecto de Centro de Producción, Innovación y Comunicación (Cepic).

Los proyectos de *Cepic* (espacio creado el 08 de febrero de 2012 Res 028/2012) y *Universidad Abierta* utilizan particularmente tecnologías relacionadas con el campo audiovisual. En estos espacios trabajan estudiantes con proyectos particulares para generar contenidos audiovisuales, ya sea para presentar en los SRT o para otros soportes (Canal 10, Cba24n, redes sociales) como también cursos de capacitaciones de interés audiovisual (Edición en Adobe Premiere Pro, Taller de propuesta creativa, entre otros). En el caso de

Cepic, se cuenta con un canal de YouTube creado por el mismo Centro y al que se puede acceder desde la página de la ECI, donde se publican y comparten las producciones audiovisuales.

La Orientación Audiovisual cuenta con un gabinete de TV ubicado en la ECI, que comprende un espacio físico con cámaras, luces, micrófonos, un sinfín blanco, cabina con switcher, pantallas, etc., destinado al dictado de clases y prácticas grupales. Para la organización y atención del espacio se mantiene una estructura de cátedra con sus respectivos docentes de la especialidad dividido en turnos de lunes a viernes por la mañana y por tarde. El mismo puede ser utilizado por estudiantes en horarios externos al de la cátedra, solicitando previamente lugar y disponibilidad.

Existe también el *Centro de Medios de Comunicación Enrique Lacolla* (aprobado por Res. ECI 027/13 en el año 2013), que depende de la Secretaría de Ciencia y Tecnología, la Secretaría de Extensión y el Área de Comunicación Institucional de Ciencias de la Información. Aquí se brindan proyectos y capacitaciones relacionados con todas las orientaciones académicas de la ECI. Incluye un espacio físico con computadoras y escritorios para que estudiantes, docentes y egresados puedan acceder al uso tecnológico, como también aprender y realizar trabajos relacionados con las materias.

El *Centro de Medios* (CMEL) tiene por objetivo actualizar los tratamientos de la información y comunicación desde sus diferentes orientaciones, promoviendo el conocimiento constante de los nuevos fenómenos que el comunicador social relaciona e integra en su profesión diaria. Se dirige al aprendizaje bajo la reflexión crítica y la práctica como la observación, el análisis y la producción de información²³. En el 2014 se desarrollaron talleres y capacitaciones de corta duración, algunos de ellos vinculados a los audiovisual y digital, como por ejemplo: Taller de Herramienta digital para profesionales: LinkedIn, creación de una correcta imagen digital profesional, Taller de Fotoperiodismo: La fotografía, un arma cargada de futuro.

La ECI cuenta además con la *Sala de Informática* que está destinada a los estudiantes para el uso académico de las cátedras a través de la coordinación de profesores, asistentes, ayudantes o adscriptos o en el marco de proyectos institucionales de Cepic, Red

²³ <http://www.eci.unc.edu.ar/cmcl>

Mate, talleres de extensión, entre otros. Dicho espacio está coordinado por el Área de Tecnología Educativa, y cuestiones como la asignación sobre su uso se encuentra a cargo de la Secretaría de Planificación y Gestión Institucional, quien organiza los días y horarios en función de la disponibilidad y se lo presenta a través de un calendario de clases y actividades regulado por la Coordinadora de Espacios y Recursos.

También existen herramientas tecnológicas de uso comunicativo e informativo, como es la página web oficial www.eci.unc.edu.ar, que se gestiona desde el área de Comunicación Institucional, boletín semanal virtual, *Qué* (portal de contenidos) y redes sociales (Facebook, Twiter, etc.), soportes que requieren de Internet suministrado por la Pro Secretaría de Informática de la UNC a través de su servidor en el Pabellón Argentina.

Dentro de la oficina de Comunicación Institucional se encuentran la coordinadora y tres administradoras de las herramientas tecnológicas, donde cada una se encarga de actualizar los contenidos, responder mensajes o delegarlos al área correspondiente, enviar mails como el Newsletter o avisos especiales y solucionar inconvenientes con el servicio.

La página web de la ECI, está programada con Drupal, y con otras aplicaciones y plugins que permiten generar más acciones y espacios de contenidos, como WordPress, Mail Admin y PHP list (para la comunicación por mail y mensajes de la web), la aplicación Bitly²⁴, Analytics (Google), entre otros. Los contenidos que se muestran están vinculados a información de la ECI, incluido un espacio de novedades y con enlaces a la base de libros de la biblioteca, el Sistema Guaraní²⁵, redes sociales y servicio de Webmail. Con este último se realizan entre 50 y 100 consultas diarias en épocas de clases, referidas a los contenidos publicados y otros que se delegan a las áreas correspondientes. Con respecto a las redes sociales, a través de Facebook se moviliza información de interés específico y general, donde surgen alrededor de tres a cinco consultas diarias. En el caso de Twitter, para la difusión de información que se mantiene compartida y actualizada a través de la acción de “retwitear”.

Según la descripción anterior y las visitas al área para conocer y consultar a las personas a cargo de estos servicios, se observa que la actualización y control de la

²⁴ Bitly: aplicación web que sirve para acortar el URL para permitir más información de interés y mide las repercusiones de la información publicada.

²⁵ Plataforma de autogestión institucional.

información y comunicación es cotidiana. Las administradoras trabajan para recibir y responder las inquietudes de docentes, estudiantes y público en general. También se proponen como grupo de trabajo, perfeccionar estas herramientas web con las tecnologías apropiadas y bajo el soporte de Internet de la UNC que no les genera inconvenientes.

Tecnología Educativa en conjunto con Comunicación Institucional publican desde mediados del 2014 el Portal de contenidos *Qué*²⁶, como proyecto del Centro de Medios de la ECI. Nace con la intención de canalizar y visibilizar la multiplicidad de informaciones y actividades de contenidos que se desarrollan en el marco de la institución.

La plataforma digital cuenta con diferentes secciones, en las que se plantean distintas temáticas de actualidad y de vinculación con la sociedad:

- **Atempo:** Presenta sucesos de la historia de Córdoba, el país y el mundo.
- **Comunidad:** Instalación de temáticas relevantes relacionadas con el ambiente, género, inclusión, experiencias significativas. Son acontecimientos de contenido local, novedosos o tratados desde la perspectiva de **¿Qué? portal de contenidos**.
- **La Brújula:** Publicación de información atemporal bajo el género reportaje o periodismo interpretativo. Se trata de contenidos que problematizan temas, instalan reflexiones donde lo central es el análisis de quien escribe.
- **Diálogo:** Entrevistas con referentes de la historia barrial o regional, de la política, del ámbito cultural
- **Hoja de Ruta:** Análisis político y situacional de los medios de comunicación, el periodismo, la comunicación: desafíos, paradigmas.
- **+33:** Espacio destinado a la Ley de Servicios Comunicación Audiovisual con el objetivo de visibilizar y articular el trabajo de medios de comunicación y organizaciones barriales, gremiales, de pueblos originarios, o bien, investigación sobre comunicación popular y comunitaria.
- **Ventanas:** Difusión de actividades de músicos y artistas independientes. Instancia para la difusión de crónicas descontracturadas, poemas, cartas, historias, humor.

²⁶ <http://www.queportal.eci.unc.edu.ar/>

- **Enfoco:** Espacio destinado a fotorreportajes.

El Portal *Qué* se orienta principalmente hacia el interior de la institución, ya que visibiliza los trabajos de la comunidad de la Escuela de Ciencias de la Información a través de los trabajos que publican docentes, estudiantes y egresados. Es decir, en esta plataforma online todos los integrantes de la comunidad ECI participan creando o compartiendo notas, crónicas y análisis para conformar una agenda de contenidos periodísticos y digitales.

La propuesta funciona de la siguiente manera: los docentes participan enviando sus producciones, seleccionando los trabajos que se desarrollan en el marco de sus cátedras y sugieren también contenidos para el Portal. Los egresados participan a través de la redacción de noticias propias o haciendo referencia a otros trabajos. Los adscriptos a cátedras tienen un rol de “puente” entre el Portal y las materias en las que colaboran. Y los estudiantes se inscriben en las prácticas de aprendizaje para poder integrar los equipos de redacción y producción de contenidos. Así con la comunidad ECI, el Portal busca que la opinión pública y los medios de comunicación consulten noticias y citen la información producida que se muestran a través del sitio web.

A continuación especificamos las herramientas tecnológicas de las cátedras de la Orientación Audiovisual que son utilizados como espacios de comunicación e información, contemplando la relación docente-estudiante y docente-docente. Llamamos comunicación de la cátedra a los espacios que permiten relacionarse a través de mensajes, consultas e inquietudes, e información a los contenidos teóricos y de interés general de la cátedra.

La Orientación Audiovisual tiene una duración de dos años de cursado correspondientes a los últimos de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social. La misma está compuesta por siete cátedras en total sin contar las materias compartidas con las demás orientaciones. Las cátedras contempladas en nuestro proyecto que rigen según el Plan de estudios 1993 son:

4° año:

- Narración Televisiva I (Anual)
- Conducción Periodística en TV (Cuatrimestral)
- Producción Televisiva I (Anual)
- Políticas en Programación en TV (Cuatrimestral)

5° año:

- Narración Televisiva II (Cuatrimestral)
- Dirección Televisiva (Cuatrimestral)
- Producción Televisiva II (Cuatrimestral)

Según el plan académico las cátedras son presenciales, por consiguiente tienen como principal espacio de comunicación la ECI en los días de cursado y también en los horarios de consulta, una vez a la semana o según lo acordado con la cátedra.

CAPÍTULO IV
**PRÁCTICAS DE USO DE MEDIOS DIGITALES POR PARTE DE
LOS DOCENTES DE LA ORIENTACION AUDIOVISUAL**

En base a la información recopilada en las entrevistas a los docentes de la orientación, las herramientas tecnológicas utilizadas por las cátedras correspondientes a 4^a año *Narración televisiva I*, *Conducción periodística en televisión*, *Políticas de Programación en TV* y de 5^o año *Narración Televisiva II*, forman parte de un grupo cerrado de la red social Facebook creado por los estudiantes del 2014. Este grupo está compuesto por los perfiles personales de Facebook de los estudiantes y docentes, y por este medio se comunican y comparten información de interés de las cátedras. La característica referida a un grupo cerrado significa que pueden leer, compartir, comentar, es decir ser parte del espacio, sólo aquellos que son aceptados por los administradores del mismo. En este caso los administradores son los mismos estudiantes o ayudantes alumnos y la información que se difunde se realiza también por ellos y por algunos docentes.

Otro soporte utilizado por las siete cátedras es el correo electrónico personal de cada docente y estudiante, donde se realizan consultas o envíos de trabajos. La cátedra de Producción Televisiva I cuenta con un Blog creado y administrado por la docente a cargo, en el cual sube archivos de texto y video sobre los contenidos de la materia. Y en el caso de Narración Televisiva II, el docente realizó el Taller de Construcción de Aulas Virtuales en 2013 pero nunca activó el aula virtual de su materia.

En cuanto a la comunicación entre docentes se utilizan teléfonos celulares, mails o encuentros cara a cara en la ECI. Sobre esta última, tres docentes de la orientación expresan relaciones intercátedras eventuales o por situaciones específicas.

Parte de la entrevista se dirigió a comentarle a los docentes nuestro proyecto de sitio web y aulas virtuales, y luego les preguntamos sobre su potencial utilización y participación en ella para conocer los recursos por parte de la orientación.

En relación a la viabilidad del sitio los docentes expresaron:

Alfredo Caminos (Narración Televisiva II - 5^o año) "Si, lo veo viable, lo veo posible, lo veo atractivo", explica que en el año 2014 la creación de un grupo de Facebook por parte de los estudiantes logró de cierta forma unificar a 4^o año de la Orientación Audiovisual, y agrega que "si 4^o año ha logrado, de casualidad, unificar todas las materias de esta manera, y no es caótico esta ordenado simplemente uno respeta lo que es propio y lo

que es de otros profesores, yo creo que audiovisual incluyendo la orientación 4° y 5° año sería mucho más atractivo, lo veo posible.”

Roberto Sniezeck (Conducción Periodística en Televisión 4° año) comentó “creo que sí que sería muy útil y muy practica”. Mariela Parisi (Narración televisiva I y profesora asistente de Conducción periodística en televisión de 4° año) una página podría remitir al material para que los alumnos amplíen o puedan recuperar temáticas y contenidos teóricos y prácticos trabajados durante la materia... Además serviría justamente para las evaluaciones, para las correcciones y para las socializaciones del material porque a veces no todos, por la masividad y por las diferentes frecuencias de cursado que tienen los chicos, no todos conocen el proyecto en el que cada grupo está trabajando, entonces también sería una herramienta útil para eso.”

Víctor Hugo Díaz (Dirección Televisiva 5° año) respondió “me imagino un canal con la web, me imagino una página donde estén cargados los trabajos prácticos y básicamente la bibliografía de cada una de las cátedras y el desarrollo anual de las cátedras”. Laura Rinaldi (Producción Televisiva I 4° año): “La verdad es que en general el uso de herramientas de informática me parece que es bueno incorporarlas” agregando que el espacio debe estar organizado y coordinado desde un área propia para la orientación Audiovisual. Julio Ataide (Producción Televisiva II 5° año) manifestó que “Si me parece que organiza a las cátedras para que empiecen a volcar contenidos en la estructura”. Y por último Ulises Oliva (Políticas de programación televisiva 4° año) dijo: “Una página web de la orientación traería una gran agilización de la comunicación y yo lo veo como muy positivo”.

Respecto a la pregunta sobre la utilización del sitio para cargar contenidos, información y comunicarse con los estudiantes, seis de los siete docentes afirmaron que si la utilizarían, y uno de ellos se mostró indiferente.

Sobre las posibilidades de cargar contenidos, los docentes añadieron que el sitio funcionaría para “almacenar películas de ejemplos, porciones o fragmentos de algún audiovisual eso me permitiría año a año ir a los mismo lugares que están depositados”, incluyendo contenidos para análisis y comentarios basados en artículos vinculados al material de la cátedra. Y también considerando la actualización de los materiales: “las

actualizaciones que se van dando en la tecnología y como va innovando en la cultura y la sociedad es notable, es como si no estuviéramos teniendo reflexión sobre ese avance. Entonces si exploramos sobre esos contenidos necesariamente hay que volcar algún tipo de actualización sobre esos contenidos” (Julio Ataide: 2014).

En relación a que el sitio posibilite la interacción de cátedras, cinco de siete docentes manifestaron que si, expresando que “agiliza”, es “fundamental” y “organiza” entre otras respuestas. Y uno de los dos docentes restantes, considera que no está seguro pero cree que si puede funcionar para la comunicación entre docentes.

CAPÍTULO V
**PRÁCTICAS DE USO DE INTERNET Y PLATAFORMAS
DIGITALES POR PARTE DE ESTUDIANTES DE LA UNC**

En diciembre de 2012, la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) publicó un estudio sobre el acceso y uso de Internet en los estudiantes de diversas carreras de grado. El trabajo fue planteado por la Secretaría de Asuntos Académicos y realizado en conjunto con el Programa de Educación a Distancia (PROED) y el Programa de Estadísticas Universitarias (PEU) de la UNC.²⁷

El objetivo general de este informe fue conocer el perfil del estudiante de la UNC en relación al uso de tecnologías (TIC), específicamente para adquirir información acerca de las condiciones de acceso a la computadora e Internet y el tipo de equipamiento utilizado; y para obtener datos confiables y representativos de todas las unidades académicas para la toma de decisiones en materia de Tecnología Educativa y Educación a Distancia.

Se utilizó la encuesta a través de correo electrónico como técnica de recolección de datos, y respondieron alrededor de mil estudiantes de todas las Unidades Académicas. La encuesta indagaba acerca de información personal e institucional (Unidades académicas de procedencia, año de cursado y edad promedio, género, entre otros), Aspectos tecnológicos (disponibilidad de computadora, variedad de dispositivos de acceso, acceso a internet, conectividad, entre otros), usos de la computadora e Internet (hábitos de comunicación y prioridades de uso de la computadora e internet, frecuencia y formas de acceso, destrezas en el uso de herramientas y software específicos; ofimática, redes, plataformas educativas, otros) y los Usos de Internet para estudiar (hábitos y prioridades, formas de comunicación y acceso a la información más frecuentes, preferencias uso).

Los principales resultados obtenidos de esta indagación fueron²⁸:

- ✓ La mayoría posee entre 21 y 30 años de edad (70%), el 21% corresponde a personas con más de 31 años y un 9% son jóvenes de 17 a 20 años.
- ✓ Cuatro de cada diez encuestados está cursando la mayoría de las materias en los tres primeros años de la carrera y seis de cada diez en los últimos tres.

²⁷ “Uso de la computadora e internet” Encuesta a Alumnos de Grado de la UNC. 2012. PROED.

Responsables del estudio: Secretario de Asuntos Académicos Dr. Gabriel Bernardello Coordinadora del Área de comunicación Mgter. María Soledad Roqué Ferrero Coordinadora del Área Pedagógica Mgter. Gabriela Sabulsky Directora Dra. Mónica Balzarini Equipo de producción Mgter. Alicia Maccagno A. de Sist. Cristina Somazzi Lic. Andrea Oehlenschlager Lic. Nicolás Esbry

²⁸ “Los datos de caracterización de los entrevistados coinciden con los porcentajes generales de la población estudiantil de grado de la Universidad Nacional de Córdoba.” Informe PROED

- ✓ Respecto a la procedencia, el 45% corresponden a alumnos residentes en Córdoba Capital, el 24% al interior de Córdoba y el 29% a otras provincias argentinas.

Respecto a disponibilidad de computadora, la variedad de dispositivos respondieron:

- ✓ El 98% de los alumnos encuestados dispone de computadora (PC 68, 9%, notebook 55,1%, netbook 13,4%, y en muchos casos, además, de un dispositivo similar (teléfonos inteligentes, Ipad, entre otros).
- ✓ En la mayoría de los casos el uso de los distintos dispositivos es diario (88%).
- ✓ Está en aumento el uso de aparatos de tercera generación como los teléfonos celulares (35% en 2012 contra el 12% en 2011) y otros dispositivos que posibilitan la ubicuidad de accesos (Tablet 5,9 % en 2012 contra 1,3% en 2011).
- ✓ La mayoría señaló disponer de periféricos para la recepción multimedia como parlantes, micrófonos, lectoras de DVD y CD, cámara web e impresora y scanner.

Sobre el acceso a Internet y la conectividad, los resultados fueron:

- ✓ Los estudiantes encuestados manifestaron (96,2%) tener Internet en su lugar de residencia actual, y muchos señalan disponer de Wi-fi (72,8%) con buena (44,8%) y muy buena (29,2%) velocidad de conexión.
- ✓ Con respecto a los hábitos de consumo, la gran mayoría (98,9%) manifestó hacer un uso frecuente de Internet. El 90,9% señaló tener acceso diario a la Web y sólo el 1,7% dijo navegar una vez por semana o con menos frecuencia.
- ✓ El 91% manifestó que se conecta desde su residencia aunque se evidencia la multiplicidad de accesos. El caso más llamativo es el de las conexiones a través del celular que subió del 0,7% en 2011 al 32,5% en 2012. Además, el 30% accede desde el trabajo, el 24% desde la Facultad o Escuela, el 20% de una red inalámbrica, el 18% desde la casa de un familiar o amigo, el 9% desde la biblioteca y el 4,5% en un ciber.

El uso principal de la computadora por parte de los encuestados son:

- ✓ Para instancias de estudio (37%), comunicación (22%), trabajo (21%) y finalmente entretenimiento (20%).
- ✓ Con respecto a las herramientas ofimáticas, el 40% señaló utilizar el procesador de textos con frecuencia semanal y con alta destreza (56%).
- ✓ Respecto a la utilización de plataformas educativas o aulas virtuales, los estudiantes manifestaron tener “bastante destreza” (23,4 %) y “alguna destreza” (22, 8%).

De las actividades que realizan en Internet, los encuestados expresaron que:

- ✓ El 81% manifestó hacer uso diario del correo electrónico, el 74% de redes sociales y el 37% dice participar diariamente en chat en línea (Skype, Messenger, etc.)
- ✓ La importancia que los alumnos otorgan al trabajo en plataformas educativas indica que el 30% ingresa a las aulas virtuales con frecuencia semanal y el 25% “de vez en cuando”.
- ✓ Un 43% indicó escuchar, subir y descargar música o videos a través de la Web diariamente.

En el apartado sobre el uso de tecnología en las actividades educativas, el resultado fue que el 96,6% de los jóvenes y adultos participantes usa la Web para sus estudios, y sólo el 3,4% no lo hace. De los estudiantes que utilizan Internet para estudiar:

- ✓ En el plano educativo, se destacaron los usos con fines de comunicación, preferentemente con pares (47% lo hace diariamente y el 30% semanalmente) y en menor medida con profesores (42% “de vez en cuando” y 24% “alguna vez lo he hecho”).
- ✓ Los encuestados señalan realizar con frecuencia diaria actividades de búsqueda de información (41% semanalmente), en menor medida aquellas de tipo colaborativo tales como compartir materiales, bibliografía o experiencias con compañeros (38% semanalmente y 29% diariamente), y en menor instancia aún debatir ideas, proyectos de trabajo en foros u otros espacios a través de la Web.

- ✓ Para comunicarse con compañeros de estudio eligen al menos dos medios. En 2012 la preferencia marcó el uso de las redes sociales (81% contra 70% en 2011) por sobre el e-mail (79%) y el teléfono celular (72%). Un 18% utiliza el aula virtual o plataforma educativa.
- ✓ En relación con la lectura de textos digitales en Internet, el 84% señaló: “los leo en pantalla”, el 68% “los guardo en un dispositivo” y el 67% “los imprimo”, dando cuenta de que muchos de ellos hacen al menos dos actividades en simultáneo. En 2012, además, un 26,9 % dijo: “los archivo o registro en línea” y “los guardo e otros formatos para modificarlos” (26%) mientras que el 16,4% señaló: “los leo desde mi dispositivo móvil”.
- ✓ En cuanto a los materiales complementarios en otros soportes, los estudiantes señalan preferencia en primera instancia por los siguientes medios; plataforma educativa o aula virtual (52% en 2012 contra el 32% en 2011), páginas web (16%), videos (7%), CD multimedia (6%), blogs (2%) y redes sociales (2%).

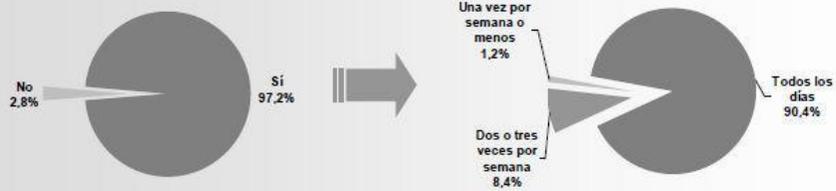
Al consultarlos acerca de por qué otros materiales digitales prefieren para estudiar señalan las páginas web (53,3%), la plataforma virtual (48%), videos (28,3%), Cd multimedia (18,2%), blog (25,1 %), redes sociales (12, 2%), otros (0,5 %).

El informe también comparó los años 2011 y 2012 para medir el avance de las herramientas y su uso tecnológico. El mismo mostró los siguientes:



¿Utilizas Internet habitualmente? ¿Con qué frecuencia?

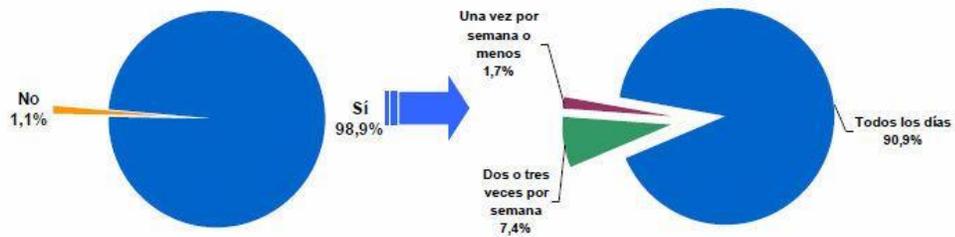
2011



Base: 1133 casos

Base: 1101 casos

2012

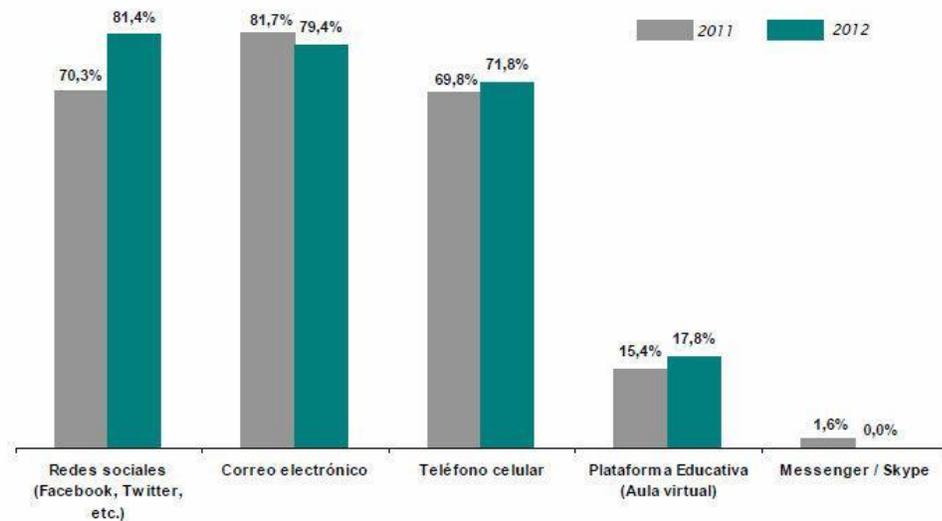


Base: 911 casos

Base: 889 casos



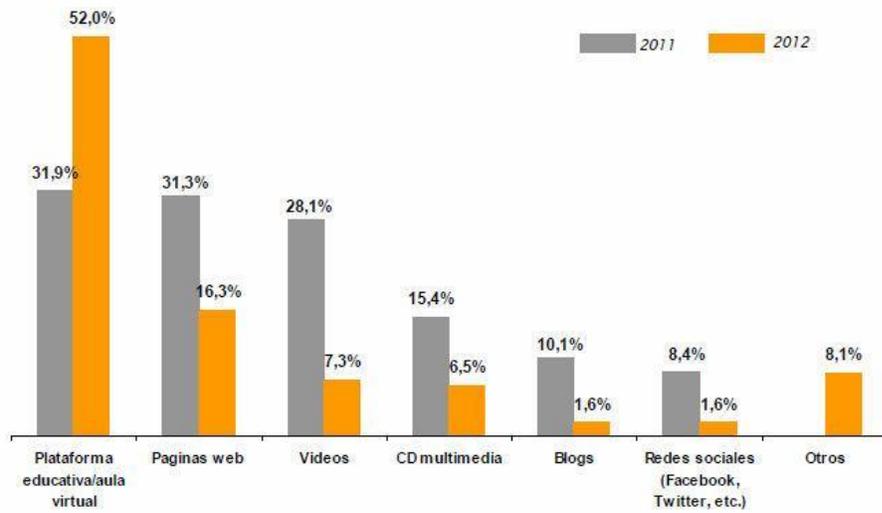
Si te comunicas con tus compañeros ¿qué medios utilizas?



Base 2011: 1133 casos - 2707 respuestas
Base 2012: 911 casos - 2215 respuestas



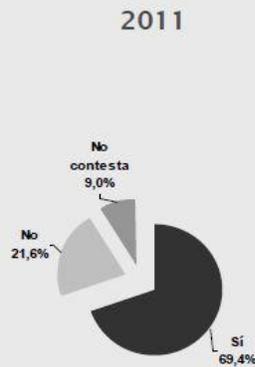
¿Qué tipo de materiales, además de los apuntes impresos, preferís en primera instancia para estudiar en tus asignaturas?



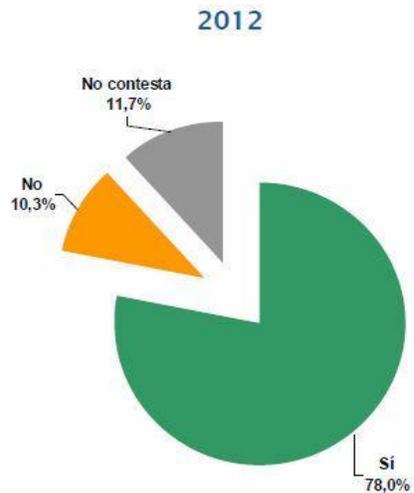
Base 2011: 1133 casos - 1417 respuestas
Base 2012: 911 casos - 911 respuestas



¿Te interesaría cursar estudios a distancia a través de Internet?



Base: 1133 casos



Base: 911 casos

El informe de investigación “Relevamiento de Aulas Virtuales pregrado y grado de la UNC”, desarrollado entre el año 2012 y 2013 por un grupo interdisciplinario de la UNC y dirigido por Mgter. Gabriela Sabulsky, tuvo como objetivo caracterizar el desarrollo de las Aulas Virtuales en la Universidad Nacional de Córdoba e identificar secuencias didácticas innovadoras para la enseñanza.

Según este informe, la Escuela de Ciencias de la Información:

- ✓ Utiliza la plataforma educativa Moodle versión 2.3.3, personalizada a los usos y necesidades de la institución.
- ✓ De 73 aulas virtuales entre Educación a Distancia y Presencial, 13 corresponden a la modalidad presencial y 60 a distancia, se observa en estas aulas gran variabilidad en la selección de recursos, atendiendo a particularidades de las asignaturas. Por ejemplo, en un caso se habilita 1 libro, 3 enlaces, 1 archivo, 1 directorio, 2 wikis, 1 base de datos y 15 foros; mientras que en otro nos encontramos con 3 libros, 3 enlaces, 9 etiquetas, 11 html, 9 archivos, 3 directorios, 2 wikis, 5 foros, 9 tareas 1 glosario y 1 actividad no convencional enlazando recursos colaborativos de la web.
- ✓ Las aulas son utilizadas como medio de comunicación y repositorio de archivos. En su mayoría la actividad tarea, lo que nos indica que el aula cumple una función organizativa al menos en la entrega de producciones de los estudiantes.
- ✓ En el año 2012, los 1866 registrados en aulas virtuales utilizadas en las asignaturas de la licenciatura, 1852 ingresaron más de una vez en el ciclo relevado. En el caso de los docentes, se registra un plantel de 87 usuarios en las asignaturas presenciales.
- ✓ En la modalidad presencial es mayor en número de aulas abiertas (el 46%) y la producción de contenidos propios con recursos del entorno se duplica en comparación con la modalidad distancia al (84/40%)
- ✓ Es mayor la diversidad de usos que presentan las aulas virtuales usadas como apoyo a la presencialidad: 7 de cada 10 incluyen recursos centrados en el contenido; 2 de cada 10 incluye una cantidad proporcional de actividades de intercambio y recursos de contenido, y otro 15% se centra principalmente en actividades, tales como foros y tareas.
- ✓ En el marco de las materias presenciales, donde si bien 7 de cada 10 aulas incluyen

actividades de tipo social, y 4 de cada 10, actividades de resolución individual, un tercio adquiere al mismo tiempo carácter colaborativo (el 31%) y la casi totalidad (92%) de los usos de los recursos es de tipo bidireccional.

- ✓ La ausencia de este tipo de recursos en la generalidad de la Unidad Académica nos muestra una tendencia hacia la modalidad convencional, aunque estos casos particulares podrían indicar una leve tendencia hacia la innovación en el grado universitario.

CAPÍTULO VI
PLATAFORMAS VIRTUALES

“Las herramientas estimulan la experimentación, reflexión y la generación de conocimientos individuales y colectivos, favoreciendo la conformación de un ciberespacio de intercreatividad que contribuye a crear un entorno de aprendizaje colaborativo” (C. C. Román, 2007)

Al momento de diseñar una herramienta digital es positivo tener en cuenta elementos que correspondan a los criterios de usabilidad y accesibilidad, específicamente para determinar el espacio destinado al usuario objetivo: estudiantes y docentes de la Orientación Audiovisual.

Según los criterios de la *usabilidad* en la web, Jakob Nielsen y Jerry McGovern expresan que el diseño y distribución de la información en el sitio web es sumamente importante, debido a que el usuario espera aproximadamente 10 segundos para la descarga y primera visualización de la página, de no ser así el usuario tiende a abandonar el sitio y pierde el interés. De esta forma la *usabilidad* facilita el proceso de aprendizaje e interacción con la información que los usuarios perciben, con variedad de posibilidades y cierta contención desde el sitio para que los usuarios puedan resolver sus objetivos.

Con el concepto de *accesibilidad*, ocurre al igual que el de *usabilidad*: el diseño y proporción de información que se establezca en el sitio web es de suma importancia, se recomienda que estos aspectos sean eficientemente empleados para permitirle al usuario acceder rápidamente a sus objetivos. Los elementos que se elijan referidos a una mayor accesibilidad y una mejor usabilidad, a partir del diseño de la herramienta, facilitarán la navegación, y por ende responderán más adecuadamente a las necesidades e intereses del usuario.

Para desarrollar nuestro objetivo, por un lado observamos la variedad de plataformas web existentes, y por ello decidimos guiarnos por la formalidad de la UNC y de la ECI en adoptar software libre y de código abierto. Ante esta situación, identificamos las plataformas de Drupal y Wordpress como los posibles sitios a desarrollar. Ambas son libres, permiten cargar contenidos de hipermedia, variedad de diseños de plantillas, entre otras características.

En el caso de Drupal, nos encontramos con una plataforma más compleja en ingeniería del software, es decir, que requiere mayores conocimientos para su desarrollo. Esto se debe a que incorpora formas de interacción avanzadas para generar una comunidad entre los usuarios.

Al analizar la propuesta de WordPress, identificamos características similares y variedad en organización de diseño y contenido, sumado a que la ECI ya lo tiene incorporado en diferentes proyectos que se han realizado desde el área de Tecnología Educativa. De esta forma WordPress resulta ser una plataforma más conocida y amigable para implementar dentro de la institución.

Por otro lado, con la idea de incorporar al sitio una *plataforma educativa* que complemente a las clases presenciales, existen diversos software especializados en ella, tales como: PlataformaCAE, WebCTeducativa, Mediáfora, Dokeos, Moodle, ILIAS, Claroline, GCELearning, LCMSInternet. Por plataforma educativa nos referimos al soporte o entorno tecnológico destinado a crear condiciones técnicas para la enseñanza y aprendizaje de manera virtual.

La herramienta que proponemos se utiliza para crear Aulas Virtuales, las cuales se organizan por medio de la tecnológica elegida, y proponen espacios para organizar y transmitir contenidos como una metodología propuesta para el aprendizaje. Comprende a su vez una experiencia educativa a través de la interacción entre docentes-estudiantes, formada por un diseño pensado para desarrollar una comunidad de aprendizaje.

En el caso de una plataforma educativa, la más completa en relación a usos y accesos para nuestro trabajo resultó ser Moodle. Esto también se debe a que la UNC posee el servidor central de Moodle donde se crean y distribuyen para el resto de las facultades y escuelas, característica por la cual consideramos que los estudiantes están más familiarizados con el software.

Por ello, decidimos desarrollar la plataforma interactiva utilizando los software de: WordPress para el sitio web *audiovisual.eci* (con espacios de información y comunicación de carácter audiovisual), y Moodle (para crear aulas virtuales que funcionen como espacios de actualización de materiales y complemento de las clases presenciales). A continuación explicamos individualmente:

WORDPRESS

Es una plataforma semántica que provee plantillas Web en diferentes diseños y aplicaciones para instituciones, empresas, blogs personales, entre otros. Funciona como un sistema de gestión de contenidos conocido como CMS (Content Management System) que permite publicar texto, videos, audios, imágenes.

Este sistema se caracteriza por ser libre y gratuito, creado por una comunidad de desarrolladores que lo proponen como un proyecto de código abierto. Esto significa que cientos de personas en todo el mundo pueden trabajar en la configuración de estos códigos. También significa que es de libre uso, no hay que pagar un derecho de licencia. La factibilidad de WordPress es su instalación rápida y que además no es necesario disponer de un servidor para gestionarlo.

De acuerdo a los objetivos que planteamos para el sitio elegimos la plantilla gratuita *ThemePacific* que nos permite compartir contenidos de hipermedia a través de las *entradas*. Estas aparecen en orden cronológico: la última entrada publicada aparece al principio de la lista, es decir, una característica de actualización para brindarle al usuario las temáticas audiovisuales de interés. Esta opción también permite la interacción con los otros usuarios: las publicaciones se pueden responder a través *comentarios* para generar espacios de interacción.

La plantilla seleccionada es totalmente personalizable y se puede adecuar a instituciones debido al formato de texto y multimedia que ofrece. A su vez, nos permite incorporar plugins, widgets y a nuestras plantillas para potenciar el uso y acceso al sitio. Su diseño es *responsive*, es decir que la apariencia del sitio es adaptable a todo tipo de dispositivos como por ejemplo tablets, smartphones, ebooks, Pcs, adecuándose a los tamaños de pantallas y resolución de cada uno de ellos.

WordPress permite que las entradas aparezcan en secciones o categorías y así organizar los contenidos de acuerdo a los objetivos que planteamos para el producto. Además trabaja con la identificación de *palabras claves*: a cada contenido se le pueden asociar palabras que permitan al usuario encontrar el contenido más rápido.

MOODLE

La plataforma Moodle, creada hace más de 10 años, propone espacios de aprendizaje para docentes, estudiantes y administradores, mediante un sistema integrado único y seguro que permite consolidar ambientes de aprendizajes personalizados de acuerdo a usos y necesidades de los usuarios.

Moodle se construye desde una comunidad de desarrolladores a nivel internacional que manejan este software gratuito como programa de código abierto aportando nuevos usos y actualizaciones para mejorar algún aspecto vigente.

Actualmente instituciones y empresas de todo el mundo adquieren este programa para desarrollar espacios de enseñanza-aprendizaje. Existen más de 65 millones de usuarios, lo que la convierte en una de las plataformas de aprendizaje más utilizadas en el mundo.

En lo académico Moodle proporciona diversas herramientas para estudiantes basadas en el aprendizaje colaborativo y especialmente el aprendizaje mixto (blended learning), y se caracteriza por su interfaz simple para facilitar el uso y aprendizaje del mismo.

Esta plataforma permite flexibilidad para diseñar el espacio de aulas virtuales de acuerdo a los usos y necesidades específicas de los usuarios (incluyendo actualmente su adaptación a los dispositivos móviles). También se la reconoce como un espacio seguro para datos e información que garantizan la privacidad del usuario. Otras características internas:

- ❖ Tablero/escritorio personalizado
- ❖ Actividades y herramientas colaborativas
- ❖ Servicios de mensajes y chat.
- ❖ Foros de debate
- ❖ Calendario todo-en-uno
- ❖ Gestión y almacenamiento de archivos
- ❖ Editor de texto, imagen y video simple e intuitivo
- ❖ Notificaciones de entregas, actividades, etc.
- ❖ Monitoreo del progreso de las actividades para docentes

Al momento de utilizar la plataforma, es necesario determinar los permisos para que los usuarios (estudiantes y docentes) accedan y procedan a interactuar a través de ella. Existen roles estándares, como:

- ❖ Administradores del sitio - pueden "hacer todo" en el sitio.
- ❖ Rol de docente - puede gestionar y añadir contenidos a los cursos.
- ❖ Rol de docente no-editor (sin permiso de edición) puede calificar dentro de los cursos, pero no puede editarlos.
- ❖ Rol de estudiante - puede acceder y participar en cursos.
- ❖ Rol de invitado - puede ver cursos, pero no participa.

En cuestiones visuales, Moodle se compone por una portada (página principal) personalizada a la institución que lo emplea, e incluye usualmente información acerca del sitio. Allí los usuarios hacen la autenticación (identificación) con nombre de usuario y contraseña para ingresar al sitio. Este mismo se genera anteriormente por la misma institución o directamente por los docentes.

En el interior, los contenidos se muestran en una estructura básica de Moodle que se organiza alrededor de los *cursos*. Estos últimos son páginas donde los docentes arman y diseñan sus cátedras mediante recursos y actividades para los estudiantes, ordenados en secciones centrales con los materiales (Pdf, Office, enlaces, foros, etc.) y bloques laterales con información o características extras (calendario, eventos, noticias).

Los *cursos* pueden ser usados por un docente o por un grupo de docentes, y se les permite cargar contenido para un año de estudios (cursado de la materia), y a su vez pueden dividirse en categorías. El cómo los estudiantes se inscriben en los cursos dependerá de la institución y lo que resulte más eficiente.

Por último, queremos mencionar que cada usuario (estudiante y docente) que ingresa a Moodle accede a los cursos o perfil mediante el *bloque de navegación* y el *bloque de administración*. Lo que un usuario vea en estos bloques depende de su rol y permisos que le haya otorgado el administrador, así mismo cada usuario puede personalizar el aula virtual a su gusto.

CAPÍTULO VII
PRODUCTO - audiovisual.eci.unc.edu.ar

GUÍA WEB

- Título en el navegador: *Somos AV - Sitio de la ECI-AUDIOVISUAL*

- Logo Web AV:



- URL: www.audiovisual.eci.unc.edu.ar

Los objetivos del diseño de la Web son:

- Generar espacios de información y contenidos audiovisuales para los estudiantes de la Orientación Audiovisual de la ECI.
- Brindar una herramienta potente al servicio de los procesos de enseñanza-aprendizaje y facilitar la comunicación entre docentes y estudiantes de la Orientación, incorporando la tecnología 2.0.
- Servir a la proyección externa e internacional de la ECI-UNC.

Uso de la guía:

Proponemos a continuación una guía de estilo para sistematizar la estructura de los contenidos y diseño web con el objetivo de facilitar su desarrollo y actualizaciones. Consideramos que la imagen y la credibilidad de un sitio web de información universitaria deben descansar sobre un soporte global y coherente.

Para ello es necesario mostrar los contenidos de la mejor manera posible para el usuario. Tenemos en cuenta dos tipos de usuarios que accederán al sitio: un *usuario anónimo* (personas que no pertenecen a la Orientación Audiovisual o la comunidad universitaria de la ECI, pero tienen interés en ella) y un *usuario identificado* (el estudiante o docente de la Orientación). Estos últimos son los que tendrán acceso exclusivo a las Aulas Virtuales Moodle y a toda la información y comunicados específicos de cada una de las materias que integran la Orientación Audiovisual.

A través de esta guía, la actividad del sitio web estará ordenada y organizada con los mismos parámetros de selección y ubicación de la información, especialmente la procedente de otras fuentes externas.

Usabilidad

Las características de usabilidad de un sitio pretenden que la Web sea en mayor medida: efectiva, eficiente y satisfactoria en el contexto del uso de nuestro público objetivo.

Por lo tanto:

- La interfaz (plantilla) debe acomodarse al usuario, y no a la inversa.
- El diseño debe estar enfocado en primer lugar al usuario y en segundo lugar a los contenidos.

En referencia a lo anterior la estructura del diseño, destinada a la navegabilidad, es una decisión importante la cual permitirá la funcionalidad del sitio web. Por ello debe ser:

- Lo más intuitiva posible.
- Coherente y homogénea en todos sus componentes.
- Útil: que contenga la información que el usuario busca.

El sitio pretende ordenar contenidos de interés audiovisual para ser receptados por todas las personas que accedan, proponiendo un estilo visual interactivo y adaptado a las tecnologías de uso cotidiano.

1. Contenidos.

Los usuarios ojean (scanning) el texto en vez de leerlo por completo según se ha comprobado en numerosas pruebas de usabilidad. Durante el ojeado la vista se detiene en los elementos resaltadores que encuentra: titulares de distinto nivel, listas con viñetas o numeradas y texto enfatizado. Existe un cierto hábito de “zapping” que lleva al usuario a no detenerse demasiado en una página y pasar rápidamente a otras.

La tipografía del sitio es **Helvetica** en sus variantes regular, negrita, minúscula y mayúscula. Dentro de este estilo señalamos las características de los siguientes elementos:

- Nombres de sección o microsítio: se destaca en mayúscula para ayudar a distinguir el contenido y sección en la que se encuentra el usuario.
- Titulares y encabezados de sección: se destaca en mayúscula.
- Contenidos con texto: en minúscula tipo oración.

Respecto a este último punto para que la información llegue de forma más efectiva al usuario contenidos deben cumplir:

- Brevedad: textos claros, cortos y concisos, con párrafos claves que destaquen la idea principal.
- Escritura: lenguaje informal, cercano y comprensible para el usuario.
- Redacción propia: cada publicador o contenidista debe asegurarse de no duplicar la información ya existente.
- Modelo de pirámide invertida: organizando de mayor a menor la importancia de la información.
- Dejar espacios en blanco ya que suponen descansos visuales para el usuario.

2. Arquitectura de la información.

Se entiende por *arquitectura de la información* a la disciplina que planifica y diseña el contenido de la web de manera pragmática y sencilla, promoviendo la simplicidad y fiabilidad de las aplicaciones. Con esta estructura se ayuda a los usuarios a encontrar, manejar y comprender la información. Por ello es necesario tener en cuenta al usuario en todo aspecto y construcción del sitio.

Para mejorar la experiencia del usuario se tiene en cuenta que las culturas occidentales tendemos a asignar jerarquía visual de arriba a abajo y de izquierda a derecha. La estructura global permite que los usuarios se naveguen libremente mediante saltos o bloques en forma vertical y lateral que funciona para transmitir la temporalidad en la información.

2.2 Estructura general de la página

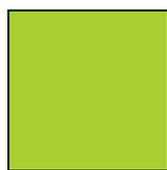
Al diseñar la estructura de cada una de las páginas que componen el sitio web optamos por un esquema clásico vertical, basado en grandes contenedores diferenciados horizontalmente. Este esquema proporciona flexibilidad a la hora de incorporar contenidos extensos y a su vez facilita la navegación del usuario. También establece elementos comunes que garantizan la coherencia y la consistencia de las secciones y páginas del sitio.

En esta estructura básica encontramos, de arriba a abajo:

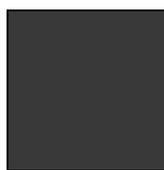
1. *Cabecera*: se encuentran los de identificación, tales como el logo del sitio... y funciona como botón para acceder al home?
2. *Contenido*: espacio de información.
3. *Pie de página*: Información de actualización del sitio web y proveedor de los servicios. Esto es importante para que el usuario conozca sobre el mantenimiento del sitio dándole seguridad a los contenidos que se publican.

2.3 . Estilo Visual

| Colores:



b3cd44



3c3c3b

- *Verde*: se corresponde con el color institucional de la web y logo de la ECI. De esta forma el sitio AV y adquiere un carácter institucional y académico. En el sitio AV se utiliza en el logo, banner principal, cuadros de cada una de las secciones al posicionar el cursor del mouse y para ampliar noticias en los cuadros “Leer mas”.
- *Negro al 80%*: en el logo, banner principal, barra de menú de secciones y separadores de bloques del sitio. También en la barra dinámica del *slider*²⁹ de las imágenes destacadas de noticias y letra de textos.
- *Blanco*: Texto fondo general, nombre de las secciones del menú principal, fondo de textos de noticias, espacios de formulario de comentario y de recepción de producciones. Espacio entre bloques del sitio en general.

²⁹ Imágenes destacadas en movimiento en el inicio.

| Uso y proporción de imagen: Las imágenes del sitio irán preferentemente en formato horizontal y optimizadas para web a 72 PPI³⁰, en formato JPG, GIF o PNG. Tamaño máximo por archivo: 50 MB.

| Uso de íconos: accesos a otras web de interés y accesos a redes sociales vinculadas con AV.

| Banners: elemento gráfico de relevancia visual. Es importante seguir criterios mínimos en su ubicación, diseño y disposición a fin de conseguir homogeneidad en todos los microsítios. Según su localización y diseño nos encontramos con diferentes tipos:

- Banner de portada: cabecera de la web se incorporarán los elementos que identifican el sitio como el logo y la denominación de la Orientación Audiovisual de la ECI. situado en la página principal de la web y de similares (margen superior) dimensiones 1120 px por 130 px.
- Banner de microsítio: ubicados en el menú lateral derecho, en la parte inferior, pueden variar en altura pero no en su dimensión. Tamaño: 280 px por 87 px.
- Banner promocional: en la página principal del sitio cuando sea necesario destacar la noticia, evento, actividades, etc. el inicio permite el uso de banners promocionales. Tamaño: 660px por 360 px.

2.4. Organización del sitio

Se divide en bloques horizontales que forman las ocho secciones temáticas:

INICIO: muestra la página principal del sitio donde el contenido se divide en la zona central y una columna derecha. Los contenidos que figuran en la página principal es la información actualizada que por lo general son los espacios con más flujo de visitas o de accesos, ya sea por los usuarios anónimos o identificados. En la zona central encontramos, de arriba a abajo:

³⁰ Puntos por imagen (DPI – inglés)

Bloque de noticias: bloque de contenido de actualidad informativa con noticias relevantes presentadas horizontalmente con imagen destacada y enlaces directos a la sección donde se almacenan para continuar leyéndolas.

Bloque de imágenes: bloque que muestra imágenes móviles de las noticias publicadas y banner promocionales con enlaces a principales actividades y eventos destacados.

En la columna derecha:

Bloque de redes sociales: enlaces a las redes sociales del sitio web.



RSS (Really Simple Syndication) es un formato XML³¹ que permite ver y difundir información actualizada de manera frecuente a usuarios que se han suscrito a la fuente de contenidos. AV está desarrollado sobre una plataforma de última versión que permite leer los RSS sin necesidad de instalar un software adicional. Este formato de fuente de contenidos on line sirve para compartir y recibir información del sitio. Para ello el usuario realiza la suscripción RSS y desde este servicio se le comunicarán las noticias actualizadas cuando ingrese a su lector RSS, ya sea en una aplicación RSS descargada en alguno de sus dispositivos o a través de un software RSS instalado en su computadora. La ventaja de utilizar RSS es tener toda la información en un solo lugar y a un solo click. A esto se le conoce como *redifusión web*.



Google+ (o también Google Plus) es un servicio de red social operado por Google Inc. Esta red también permite interactuar con personas e instituciones que puede clasificar en círculos de acuerdo a su afinidad o tipo de relación o actividad que mantenga con cada uno. En los círculos clasifica cada una de las personas con las que tiene contacto y juegan un rol determinado (esto determinará en qué círculo la incluye). Google+ es la plataforma que integra en un solo perfil todas sus cuentas en los productos de Google. Independiente en cuál de ellos se encuentre, su identidad es la misma. El principal beneficio de Google+ es que el contenido de la web que publiquemos automáticamente en esta red, queda indexado por Google para aparecer en las búsquedas que la gente realice en el

³¹ XML, siglas en inglés de extensible Markup Language ('lenguaje de marcas extensible'), es un lenguaje de marcas desarrollado por el World Wide Web Consortium (W3C) utilizado para almacenar datos en forma legible. A diferencia de otros lenguajes, XML da soporte a bases de datos, siendo útil cuando varias aplicaciones deben comunicarse entre sí o integrar información. www.wikipedia.org

buscador, incrementando las posibilidades de llevar más visitantes a la página web. Es decir, su contenido se hace más visible en la red.



Red social Facebook donde los usuarios pueden comunicarse y compartir mensajes y archivos (fotos, videos, texto, sitios web, etc) con otros usuarios. La web AV está vinculada a esta red social a través de un icono de acceso directo. La ventaja de este uso es que puede proporcionarnos más cantidad de visitantes al sitio, es decir más difusión. Esto trabajará a través de las entradas publicadas, las cuales estarán automáticamente sincronizadas con la red social, para que se publiquen en la cuenta creada para AV. Estos enlaces en facilitarán que los usuarios que ingresan a Facebook y no sepan del sitio puedan visitarlo y de esta forma conocer la información que ofrece.



Denomina Twitter a la aplicación de microblogging³² con un límite de 140 caracteres por mensaje, el cual hace que despierte el interés de ciertos usuarios que aprovechan compartir contenidos o información a cada momento y de manera breve y rápida. Su conocido *hashtag*³³ es parte del lenguaje habitual en el espacio virtual y se utiliza para promocionar ciertos temas o crear tendencias en las redes sociales. Los usuarios pueden "tuitear" o realizar un #hashtag desde la web AV con esta aplicación representada en uno de los accesos dentro del bloque de redes sociales.

Bloque de buscador: Motor de búsqueda ubicado en el bloque derecho debajo de los accesos a las redes sociales y de suscripción al newsletter. El usuario puede acceder a la información que está buscando introduciendo palabras claves dentro del campo del buscador.

Bloque de eventos: muestra los principales eventos destacados en portada (jornadas, convocatorias, cursos o exposiciones) en orden cronológico a la fecha.

³² El **microblogging**, también conocido como **nanoblogging**, es un servicio que permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves,¹ generalmente solo de texto. Las opciones para el envío de los mensajes varían desde sitios web, a través de SMS, mensajería instantánea o aplicaciones. www.wikipedia.org

³³ *Hashtag* es una etiqueta de metadatos precedida del carácter especial # con el fin de que tanto el sistema como el usuario la identifiquen de forma rápida. Por ejemplo #somosAV. www.wikipedia.org

Bloque de Links: enlaces externos a otros sitios webs de interés audiovisual.

Bloque de Newsletter: Se encuentra en el bloque derecho del sitio y al hacer “click” dirige al usuario a un formulario de suscripción. Con esta suscripción el usuario recibe dos veces al mes una población digital informativa que se distribuye a través de a cuenta de correo. Estas contienen artículos de interés audiovisual y novedades para que estudiantes y docentes tengan un resumen de lo mas importante publicado en el sitio. Desde el Newsletter se ingresa al sitio para ampliar las noticias través de los hipervinculos-enlaces directos.



BIENVENIDOS A LA ORIENTACIÓN AUDIOVISUAL!

ÚLTIMOS POSTS



ILUMINACIÓN DE ESTUDIO PARA FOTO Y VIDEO

by Florencia Nates On febrero 13, 2015 0 Comment

Capítulo 1: Iluminación básica. Realizado por Falco Films y publicado por la Escuela Internacional de Medios Audiovisuales...

[Leer Mas](#)



BIENVENIDOS A LA ORIENTACIÓN AUDIOVISUAL!

by Florencia Nates On febrero 12, 2015 0 Comment

ESTUDIANTES: Del lunes 09 al viernes 13 de marzo se realiza la inscripción a las...

[Leer Mas](#)



IDEAS PARA CREAR EFECTOS DE CÁMARA

by Florencia Nates On febrero 11, 2015 0 Comment

12Publicado por: <http://www.cooph.com> Facebook: <https://www.facebook.com/thecooph>

[Leer Mas](#)



PRODUCCIONES DE ESTUDIANTES: BICIURBANOS

by Florencia Nates On febrero 10, 2015 0 Comment

Trabajo Práctico - Cátedra de Dirección Televisiva 2015
Producción: Adriana Palacios Realización: Mónica Blaszcetta

[Leer Mas](#)



EDITOR DE POSTPRODUCCIÓN

by Florencia Nates On enero 30, 2015 0 Comment

Tipo de trabajo: Full-time Área: Diseño Edad: Entre 24 y 35 años. (Excluyente) Descripción del aviso...

[Leer Mas](#)



LEY AUDIOVISUAL PARA CÓRDOBA

by Florencia Nates On enero 30, 2015 0 Comment

La Asociación de Productores Audiovisuales de Córdoba (APAC) es un espacio de participación, encuentro e intercambio...

[Leer Mas](#)

Social



Suscribite al newsletter

Search here..

Próximos Eventos

CICLO: CINE DOCUMENTAL CORDOBÉS
marzo 3 @ 6:00 pm - 8:00 pm

CROWDFUNDING: FINANCIAMIENTO AL ALCANCE DE TODOS
marzo 12 @ 6:00 pm

[Ver Todos los Eventos](#)

Páginas



ÚLTIMO MOMENTO: ubica los contenidos en bloques horizontales de imagen y texto en orden de fecha de publicación (arriba las más recientes), con información en carácter de noticias y novedades internacionales, nacionales, provinciales y estudiantil de interés o temática audiovisual (como por ejemplo: Matriculación, Entrega de trabajos prácticos de Producción Televisiva I, Ley de Medios en Córdoba, festivales internacionales, jornadas de comunicación audiovisual, etc.). Dentro de la sección se permite entrada de comentarios al final de la noticia.



AV AudioVisual ECI - UNC

INICIO **ÚLTIMO MOMENTO** PRODUCCIONES EN ACCIÓN GUIAS AV AULAS VIRTUALES SOMOS AV COMUNICATE!

Artículos Posteados en la Categoría "Último Momento "



BIENVENIDOS A LA ORIENTACIÓN AUDIOVISUAL!
 by Florencia Nates On febrero 12, 2015 0 Comment
 ESTUDIANTES: Del lunes 09 al viernes 13 de marzo se realiza la inscripción a las..
[Leer Mas](#)



LEY AUDIOVISUAL PARA CÓRDOBA
 by Florencia Nates On enero 30, 2015 0 Comment
 La Asociación de Productores Audiovisuales de Córdoba (APAC) es un espacio de participación, encuentro e intercambio,..
[Leer Mas](#)



FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE INDEPENDIENTE DE COSQUÍN 2015
 by Florencia Nates On enero 29, 2015 0 Comment
 Se encuentran abiertas las inscripciones para participar en el Festival Internacional de Cine Independiente de..
[Leer Mas](#)

Social



Suscribite al newsletter

Search here..

Próximos Eventos

CICLO: CINE DOCUMENTAL CORDOBÉS
 marzo 3 @ 6:00 pm - 8:00 pm

CROWDFUNDING: FINANCIAMIENTO AL ALCANCE DE TODOS
 marzo 12 @ 6:00 pm

Ver Todos los Eventos

Páginas



PRODUCCIONES: ubica los contenidos en bloques horizontales de imagen, texto y video respetando el orden en base a la fecha de publicación (arriba las más recientes). En este espacio se comparte material audiovisual en formato de video o fotovideo. En el caso que sea cargado desde el sitio, será a través del canal de YouTube creado y administrado por el coordinador del sitio. También está la opción que el participante envíe la dirección de URL donde tiene almacenado el video (Youtube, Vimeo, etc.) y esto se comparte desde el sitio. Condición para la publicación de videos y fotografías: tener los derechos de autor o licencia de Creative Commons.



INICIO ÚLTIMO MOMENTO **PRODUCCIONES** EN ACCIÓN GUIAS AV AULAS VIRTUALES SOMOS AV COMUNICATE!

PRODUCCIONES



En este espacio encontrarás todo tipo de producciones audiovisuales de *estudiantes* de AV que desarrollan en las cátedras de 4° y 5° año de la carrera. También está pensado para *egresados* que quieran compartir y participar de este espacio enviándonos ambos su material a través del formulario en *recepción*.

SOMOS AV

Social



Suscribite al newsletter

Próximos Eventos

CICLO: CINE DOCUMENTAL CORDOBÉS
marzo 3 @ 6:00 pm - 8:00 pm

CROWDFUNDING: FINANCIAMIENTO AL ALCANCE DE TODOS
marzo 12 @ 6:00 pm

Se divide en tres subsecciones:

1. **ESTUDIANTES:** producciones audiovisuales de las cátedras y estudiantes.
2. **EGRESADOS:** producciones de egresados de la ECI.
3. **RECEPCIÓN:** formulario para envío de producciones: nombre y apellido, teléfono, email, dirección URL, opción si es estudiante o egresado y breve sinopsis.

RECEPCIÓN



Compartí tus producciones audiovisuales completando el siguiente formulario:

Nombre (requerido)

Correo electrónico (requerido)

Link de video (requerido)

Sinopsis (requerido)

Estudiante

Egresado

Gracias, en breve recibirás la confirmación de tu envío.

AV

Social



Suscribite al newsletter

Search here..

Próximos Eventos

CICLO: CINE DOCUMENTAL CORDOBÉS
marzo 3 @ 6:00 pm - 8:00 pm

CROWDFUNDING: FINANCIAMIENTO AL ALCANCE
DE TODOS
marzo 12 @ 6:00 pm

[Ver Todos los Eventos](#)

Páginas



GUARANI 3W
Sistema de Gestión Académica



EN ACCIÓN: Convocatorias y oferta laboral para estudiantes, egresados e interesados del ambiente audiovisual. Dividido en 2 subsecciones:

1. CURSOS Y TALLERES: dictados desde la universidad, ECI, y organizaciones afines a lo audiovisual. Esta sección se organiza en dos bloques horizontales:

Bloque buscador: aquí el usuario puede ingresar datos o fecha del evento para realizar una búsqueda rápida y directa.

Bloque de calendario: aparecen los eventos ordenados cronológicamente en forma de calendario mensual, diario o en lista (todos los eventos). El usuario puede elegir cuál de ellos precisa al ingresar en esta sección.

2. CLASIFICADOS AV: incluye oferta laboral, pasantías, servicios audiovisuales (filmación, edición, fotografía, sonido, iluminación) que ofrecen los estudiantes y egresados.



INICIO ÚLTIMO MOMENTO PRODUCCIONES EN ACCIÓN GUIAS AV AULAS VIRTUALES SOMOS AV COMUNICATE!

EVENTOS DESDE 2015-02-19 BUSCAR Buscar BUSCAR EVENTOS VER COMO Lista

Events for febrero 19 - marzo 12

marzo 2015

CICLO: CINE DOCUMENTAL CORDOBÉS
marzo 3 @ 6:00 pm - 8:00 pm
CMEI, Av. Valparaíso esq. Los Nogales. Ciudad Universitaria., Cordoba, Cordoba Argentina + Google Map



Se encuentran abiertas las inscripciones para participar del "Ciclo cine documental cordobés" que propone visualizar...
Más Información »

CROWDFUNDING: FINANCIAMIENTO AL ALCANCE DE TODOS
marzo 12 @ 6:00 pm
CMEI, Av. Valparaíso esq. Los Nogales. Ciudad Universitaria., Cordoba, Cordoba Argentina + Google Map



El financiamiento colectivo o crowdfunding rompe con ciertas formas de producción más tradicionales que obligaban...
Más Información »

« Eventos Anteriores

+ EXPORTAR LISTAR EVENTOS

AULAS VIRTUALES: esta sección se abre por enlace directo a las Aulas Virtuales de la ECI creadas en el software libre Moodle, donde se previsualizan las aulas virtuales de las materias de la Orientación Audiovisual agrupadas para su fácil acceso. Se ingresa a las mismas con usuario y contraseña que provee la institución.

Imagen del sitio de aulas virtuales.

Aula AV Usted no se ha identificado. (Entrar)

AV ECI - UNC **AudioVisual**

NAVEGACIÓN

- [Página Principal](#)
- [Cursos](#)

Cursos disponibles

Ejemplo Orientación Audiovisual



Aula Virtual de la Orientación Audiovisual ECI - UNC

CALENDARIO February 2015

Dom	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28

SOMOS AV - info.audiovisualeci@gmail.com - UNC 2015

Usted no se ha identificado. (Entrar)



Aula AV Usted no se ha identificado.

AV ECI - UNC **AudioVisual**

[Página Principal](#)[Entrar al sitio](#)

Entrar

Nombre de usuario

Contraseña

Recordar nombre de usuario

[¿Olvidó su nombre de usuario o contraseña?](#)

Las 'Cookies' deben estar habilitadas en su navegador [?](#)

Algunos cursos permiten el acceso de invitados

SOMOS AV - info.audiovisualeci@gmail.com - UNC 2015

Usted no se ha identificado.

[Página Principal](#)



[Página Principal](#) ▶ [Cursos](#) ▶ [Orientación Audiovisual](#) ▶ [Ejemplo OA](#)

[Activar edición](#)

NAVEGACIÓN

- [Página Principal](#)
- ▾ [Área personal](#)
- ▾ [Páginas del sitio](#)
- ▾ [Mi perfil](#)
- ▾ [Curso actual](#)
 - ▾ **Ejemplo OA**
 - ▾ [Participantes](#)
 - ▾ [Insignias](#)
 - ▾ [General](#)
 - ▾ [UNIDAD 1](#)
 - ▾ [UNIDAD 2](#)
 - ▾ [UNIDAD 3](#)
 - ▾ [UNIDAD 4](#)
 - ▾ [UNIDAD 5](#)
- ▾ [Cursos](#)

ADMINISTRACIÓN

- ▾ [Administración del curso](#)
 - [Activar edición](#)
 - [Editar ajustes](#)
 - ▾ [Usuarios](#)
 - ▾ [Filtros](#)
 - ▾ [Informes](#)
 - ▾ [Calificaciones](#)
 - ▾ [Insignias](#)
 - [Copia de seguridad](#)
 - [Restaurar](#)
 - [Importar](#)
 - [Publicar](#)
 - [Reinciar](#)
 - ▾ [Banco de preguntas](#)
- ▾ [Cambiar rol a...](#)
- ▾ [Ajustes de mi perfil](#)
- ▾ [Administración del sitio](#)

 [News forum](#)

UNIDAD 1

 [Tecnologías en la educación](#)

La evolución tecnológica y su inserción en el ámbito de la educación, propone hoy en día pensar y entender nuevas formas de aprendizaje basadas en la cooperación y colaboración.

 [Contenidos Unidad 1](#)

Información sobre la utilización de Moodle en Latinoamérica.

 [Moodle](#)

Consultas sobre el material de Moodle.

UNIDAD 2

 [La web 2.0](#)

La convergencia tecnológica trae consigo nuevas formas de interacción a través de múltiples formatos. La web 2.0 presenta opciones que benefician las relaciones y comunicaciones entre las personas, que considerado en lo educativo, promueve nuevos medios interactivos de fácil uso y acceso.

UNIDAD 3

 [Teorías de aprendizaje](#)

En este taller desarrollaremos las [Teorías de aprendizaje](#) que se presenta a partir de los medios interactivos.

 [Teorías de aprendizaje](#)

Leer e interpretar los siguientes contenidos sobre la [Teorías de aprendizaje](#) en los medios interactivos potenciados por las tecnologías.

UNIDAD 4

 [Glosario](#)

En esta unidad cada estudiante desarrollará conceptos y definiciones sobre las temáticas habladas. cada uno cargara al menos dos, y colaborara con otros dos de otros estudiantes.

UNIDAD 5

 [Revisión de las unidades](#)

Mediante este cuestionario individual se calificará el desempeño y aprendizaje en el curso.

BUSCAR EN LOS FOROS

[Búsqueda avanzada](#) ?

ÚLTIMAS NOTICIAS

[Añadir un nuevo tema...](#)

[Comienzo de clases!](#)
8 de Feb, 14:35 Admin User

[Temas antiguos ...](#)

EVENTOS PRÓXIMOS

No hay eventos próximos

[Ir al calendario...](#)
[Nuevo evento...](#)

ACTIVIDAD RECIENTE

[Actividad desde Wednesday, 18 de February de 2015, 23:11](#)
[Informe completo de la actividad reciente...](#)
Sin novedades desde el último acceso

 [Moodle Docs para esta página](#)

SOMOS AV - info.audiovisualeci@gmail.com - UNC 2015

Usted se ha identificado como Admin User (Salir)
[Página Principal](#)

SOMOS AV: explicación y objetivo del sitio, descripción de las secciones e información de la Orientación Audiovisual con las materias y programas de las mismas en archivos Pdf. Se divide en dos bloques compuestos por fotografía y texto.



SOMOS AV



Somos un grupo de estudiantes y docentes de la orientación Audiovisual (AV) de la ECI-UNC, que proponemos un espacio interactivo con información y comunicación sobre el arte audiovisual.

En las diferentes secciones encontrarás noticias de *último momento* locales y del mundo audiovisual, *producciones* de estudiantes y egresados que comparten sin cesar. Además está el ingreso a las *aulas virtuales* de las cátedras de AV, y la sección de cursos y talleres y clasificados AV (con ofertas de empleo y convocatorias), para mantenerte *en acción*. Por último, y no menos importante, *comunicate* con nosotros por cualquier consulta o duda.

A continuación están las materias de la orientación AV y sus programas:

4º año:

- Narración Televisiva I (Anual)
- Conducción Periodística en Televisión (Cuatrimestral)
- Producción Televisiva I (Anual)
- Políticas en Programación en TV (Cuatrimestral)

5º año:

- Narración Televisiva II (Cuatrimestral)
- Dirección Televisiva (Cuatrimestral)
- Producción Televisiva II (Cuatrimestral)

Social



Suscribite al newsletter

Search here..

Próximos Eventos

CICLO: CINE DOCUMENTAL CORDOBÉS
marzo 3 @ 6:00 pm - 8:00 pm

CROWDFUNDING: FINANCIAMIENTO AL ALCANCE
DE TODOS
marzo 12 @ 6:00 pm

[Ver Todos los Eventos](#)

Páginas



GUARANI 3W
Sistema de Gestión Académica



COMUNICATE!: Espacio de contacto y consultas para los usuarios. Se compone de un *bloque vertical de formulario* que solicita datos de los interesados e incluye un mapa de ubicación como también teléfonos y mail.



COMUNICATE!

Nombre (requerido)

Correo electrónico (requerido)

Sitio web

Comentario (requerido)

Enviar »

Social



Suscribite al newsletter

Search here..

Próximos Eventos

CICLO: CINE DOCUMENTAL CORDOBÉS
marzo 3 @ 6:00 pm - 8:00 pm

CROWDFUNDING: FINANCIAMIENTO AL ALCANCE
DE TODOS
marzo 12 @ 6:00 pm

3. Propuesta de Roles Web AV:

- Coordinador general: coordina la actividad general del sitio y el equipo de trabajo.
- Administrador del panel de control general del sitio: Está a cargo de la configuración general del sitio y podrá modificar y ejecutar los *softwares* y *plugins* necesarios para el buen funcionamiento del sitio según las necesidades que manifieste el usuario.
- Contendistas y publicadores: encargados de publicar contenido en las secciones, noticias eventos. Es importante tener en cuenta los criterios generales de temáticas audiovisuales a tratar y fuentes a utilizar. Esto se pondrá en común con el coordinador general y el resto del equipo.
- Community manager: es el responsable o gestor de las comunidades de Internet (Redes Sociales). Su función será direccionar la información producida en la Web para las redes sociales y establecer una comunicación que sea transparente y abierta, acercando nuevos públicos afines al contexto audiovisual. Además, es la persona que diariamente gestiona la imagen del sitio y también, analiza el resultado de las informaciones que son difundidas y con la respuesta a través de las redes puede comprobar si es necesario realizar ajustes para mejorar los aspectos que sean necesarios.

Proponemos que estos roles dentro del sitio sean cubiertos por estudiantes, docentes, ayudantes alumnos de la Orientación Audiovisual. Estas actividades pueden funcionar dentro de la propuesta de *Prácticas de Aprendizaje*³⁴ que ofrece la Secretaría Académica de la ECI como “un espacio de formación para los estudiantes en tanto futuros comunicadores sociales ya que las mismas implican una instancia de actualización de saberes”. Como

³⁴ Dicho Programa se encuadra en el marco del Reglamento de Prácticas de Aprendizaje de la Escuela de Ciencias de la Información (Resolución ECI N° 274/2004), el cual las concibe como una instancia que contribuye a la formación integral de los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social. <http://www.eci.unc.edu.ar/content/practicas-de-aprendizaje>

también se puede incluir pasantías para estudiantes interesados en la administración o desarrollo web.

4. Cálculo de construcción de sitio web con plantilla WordPress

El siguiente presupuesto contempla el proyecto de desarrollo del sistema WordPress desde su instalación hasta la configuración personalizada de los accesos y aplicaciones según los requerimientos que se le soliciten al encargado-programador web.

Características del sitio:

- Idioma: Español
- Sitio autoadministrable (panel de control)
- Secciones y micrositos: 8 secciones, un de ellas con 3 subsecciones y otra con dos subsecciones. Todas desarrolladas bajo la plataforma de gestión de contenidos web de WordPress.
- Servicio de Newsletter
- Servicio de agenda de eventos
- Servicio de buscador
- Vincular redes sociales con el sitio
- Servidor a cargo de la Universidad Nacional de Córdoba.

En el caso de requerir subcontratar este servicio y solicitarlo por vía externa a la Escuela de Ciencias de la Información, tiene un valor aproximado de \$4.800.

CAPÍTULO VIII
VALORACIONES FINALES

Consideramos que el uso que hacemos de las tecnologías cotidianas y el conocimiento que obtenemos sobre ellas, favorecen nuestra adaptación a tecnologías que se aplican a otros espacios, como por ejemplo el educativo. A través de nuestra carrera adquirimos conocimientos para apropiarse y materializar en el proceso de este trabajo, como así también incluir los aprendizajes personales y laborales del ámbito audiovisual.

La elección del tema de tesis estuvo ligada desde un comienzo a nuestras experiencias como estudiantes de la Orientación Audiovisual de la ECI. Esto nos permitió pensar una herramienta digital (sitio web) para el contexto audiovisual que potencie el uso de medios interactivos destinados a la comunicación e información. Lo consideramos posible con el aporte de la Web 2.0 que genera espacios virtuales de aprendizaje que optimizan la gestión de información y conforman nuevas redes de conocimientos generadas por la interacción y colaboración.

Al inicio de nuestro trabajo entrevistamos a los docentes de la orientación, donde observamos que utilizan diversos medios de comunicación e información: email, teléfono celular y redes sociales. A partir de esta información generamos una propuesta que integre estos y nuevos medios interactivos en una sola herramienta. Luego les consultamos la factibilidad e implementación de la misma, y seis de siete docentes respondieron que están dispuestos a utilizar la herramienta (cargar contenidos de texto y video, comunicarse con estudiantes, publicar información de cátedra, etc.), y uno de ellos se manifestó indiferente a la propuesta.

En el proceso de indagación teórica nos encontramos con los conceptos propios de las herramientas digitales aplicadas a la información y comunicación, y también su evolución e incidencia en el contexto educativo. Nos resultó interesante conocer y profundizar sobre los usos y alcances de los medios interactivos para considerarlo en nuestra propuesta como complemento de las clases presenciales en el ámbito universitario.

Basado en lo anterior diseñamos un producto web con el nombre de *audiovisual.eci* con el propósito de unificar medios de comunicación entre docentes y estudiantes y brindar un espacio para la información de interés audiovisual.

Adecuamos los recursos tecnológicos del sitio para el usuario que actualmente pertenece a la educación superior y para los que ingresen en los próximos años. Por ello

pensamos en un diseño de Web simple, de fácil acceso y navegación, con recursos modificables, según la aparición de nuevas necesidades, tanto de estudiantes como de los docentes.

Al momento de considerar las posibilidades de implementación del producto web, contamos con los siguientes aspectos:

- **Funcionalidad:** las funciones satisfacen las necesidades de comunicación e información.
- **Facilidad de mantenimiento:** los softwares seleccionados son de simple administración, y permiten realizar modificaciones.
- **Eficiencia:** la relación entre el software y el volumen de recursos utilizados en condiciones destinadas.
- **Inclusión:** el sitio es adaptable a criterios de acceso a los contenidos para todas las personas, sumando innovaciones tecnológicas para la integración e inclusión de personas con capacidades diferentes. Como por ejemplo videos subtitrados, audios sensoriales para no videntes, etc.

De esta forma, el sitio web es un producto sostenible en el tiempo principalmente por ser una plataforma adaptable a nuevos avances o aplicaciones (plugins, widget, etc) que se pueden ir incorporando o actualizando de acuerdo a los cambios de conducta, nuevas percepciones y necesidades del usuario. Como también algunas ya existentes que pueden potenciar la comunicación en el contexto audiovisual, como la aplicación de *Streaming* para la transmisión y grabado de clases en vivo, videoconferencias, e incluso crear un canal de televisión digital desde el sitio donde se compartan producciones de estudiantes y egresados de la ECI.

Con la propuesta de recurso humano para administrar el sitio y publicar contenidos establecido en la descripción del producto, indicamos la posibilidad de que sea a través de convocatorias para prácticas de aprendizaje de la Orientación Audiovisual coordinada por un docente de la misma o un no docente (Comunicación Institucional de la ECI).

Como última etapa para la implementación del producto, pensamos que es preciso realizar una prueba piloto de seis meses de duración, donde se evalúen los usos y accesos

del sitio por parte de los usuarios (estudiantes y docentes). A partir de este diagnóstico, se podrán prever modificaciones o actualizaciones necesarias para optimizar finalmente el sitio. Para esto sería apropiado también dictar un breve taller explicativo sobre el sitio web a comienzo de año lectivo, tanto para los administradores como para los estudiantes y docentes de la orientación.

Creemos que con el sitio *audiovisual.eci* se abren posibilidades para la conformación de redes de aprendizaje, basados en la cooperación y colaboración entre quienes desean aprender a través de las tecnologías, como también facilitar el intercambio de información y de recursos de creación, difusión y exposición de proyectos y trabajos, e inclusive como recurso de almacenaje de los mismos. De esta forma, con un uso racional de los nuevos medios podremos facilitar y profundizar finalidades para mayor eficiencia en la enseñanza y el aprendizaje, con el interés de aprovechar las modalidades educativas vigentes y las que evolucionan con la tecnología.

Además es una oportunidad para desarrollar nuevas prácticas acompañadas de nuevas propuestas teóricas, especialmente para incorporar tecnologías que contribuyen en los procesos de aprender de los estudiantes. Los mismos que son ahora protagonistas de la propia construcción, gestión e incluso acceso de su saber, buscando los datos y la información que necesita aprender en un momento y lugar determinado, hasta transformarla en conocimiento que luego compartirán y mostrarán a los demás.

En últimas palabras, queremos expresar que apostamos por el cambio que experimenta Internet actualmente, y que entre la diversidad recursos que aporta, muchos de ellos pueden ser aprovechados desde el ámbito educativo.

BREVE GLOSARIO

Red social: es una forma que representa una estructura social, asignándole un símbolo, si dos elementos del conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación profesional, amistad, parentesco, etc.) entonces se construye una línea que conecta los nodos que representan a dichos elementos.

Content Management System - CMS: sistema de gestión de contenidos en línea que permite modificar la información rápidamente desde cualquier computadora conectada a Internet, simplificando las tareas de creación, distribución, presentación y mantenimiento de contenidos en la red.

Software libre: programa informático que surge gracias a la colaboración de diversas personas y que permite a los usuarios copiar, modificar o distribuir su contenido sin tener que pagar permisos de propiedad intelectual, bajo ciertas normas de colaboración y uso.

Entrada: es la unidad de publicación en un blog, plataforma, etc. se utiliza para publicar artículos, videos, y todo tipo de archivo permitido por la herramienta elegida.

Plugins (inglés): significa complemento que funciona como una aplicación que se relaciona con otra para aportarle una función nueva y generalmente muy específica. Esta aplicación adicional es ejecutada por la aplicación principal e interactúan por medio de la interfaz de programación de aplicaciones (API).

Widgets (inglés): es una pequeña aplicación o programa, usualmente presentado en archivos o ficheros pequeños que son ejecutados por un motor de *widgets* o *Widget Engine*. Entre sus objetivos está dar fácil acceso a funciones frecuentemente usadas y proveer de información visual.

Drupal: es un marco de gestión de contenidos o CMS libre, modular multipropósito y muy configurable que permite publicar artículos, imágenes, archivos y otras cosas u otros archivos.

BIBLIOGRAFÍA

Amparo Huertas Bailén, Mónica Figueras Maz (Eds.). “Audiencias Juveniles y cultura digital”. Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona. 2014.

Cristóbal Cobo Romani, Hugo Pardo Kuklinski. “Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food”. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF. 2007.

Mónica Balzarini (Dir.) y equipo. “Uso de la computadora e Internet, Encuesta a Alumnos de Grado de la UNC”. PROED. 2012

Gabriela Sabulsky (Dir.) y equipo. “Relevamiento de Aulas Virtuales pregrado y grado UNC”. UNC. 2014.

George Siemens. “Conociendo el conocimiento”. 2010. <http://www.nodosele.com/editorial>

Guillermo López García y equipo. “El ecosistema digital. Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet”. Valencia. Servei de Publicacions de la Universitat de València. 2005.

M. C. Avendaño (prof. titular). Apunte de “Teorías de la Comunicación I”. Cátedra de la Escuela de Ciencias de la Información - UNC. 2008.

Paulina B. Emanuelli. “Herramientas de metodología para la investigación en comunicación”. Tomo II. 2009. Copy-Rapido.

Pierre Lévy. “Inteligencia Colectiva: por una antropología del ciberespacio”. 2004. <http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org>

Roberto Aparici, Antonio Campuzano, Joan Ferrés, Agustín G^a. Matilla. “La Educación Mediática”. 2010.

Wikipedia. es.wikipedia.org/

AGRADECIMIENTOS

Comunidad ECI

Docentes AV

Alejandro Nates

Ariel Lencinas

Camila Ripoll

Carlos Begliaffa

Emilia Rodia

Juan Pablo Nieto

Martín Sastre

Matias Bordone

Mónica Viada

Noelia Oyola

Patricio Saez

Susana Morales

