



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA  
EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TÍTULO:**

**PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA PUBLICACIÓN DE  
CONTENIDO EN EL SITIO WEB DEL SISTEMA DE MEDIOS DE LA  
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL (UCSG RTV)**

**AUTOR:**

**RAÚL FABIÁN RENNELLA MARIDUEÑA**

**TUTORA:**

**SONIA MARGARITA YÁNEZ BLUM**

**GUAYAQUIL, ECUADOR  
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA  
EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Raúl Fabián Rennella Maridueña**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Licenciado en Comunicación Social con mención en diseño web para medios.

**TUTORA**

**Sonia Margarita Yánez Blum**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

**Efraín Luna**

**Guayaquil, a los 29 días del mes de agosto del año 2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA  
EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Raúl Fabián Rennella Maridueña**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación Propuesta metodológica para la publicación de contenido en el sitio web del Sistema de Medios de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG RTV) previa a la obtención del Título **de Licenciado en Comunicación Social con mención en diseño web para medios**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

**Guayaquil, a los 29 del mes de agosto del año 2014**

**EL AUTOR (A)**

---

**Raúl Fabián Rennella Maridueña**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA  
EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **Raúl Fabián Rennella Maridueña**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Propuesta metodológica para la publicación de contenido en el sitio web del Sistema de Medios de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG RTV), cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 29 del mes de agosto del año 2014**

**EL AUTOR:**

---

**Raúl Fabián Rennella Maridueña**

## **AGRADECIMIENTO**

**A mi madre, hermanos, familiares y el resto de personas que me ayudaron en mi paso por la universidad. También a quienes colaboraron en la realización de este proyecto de titulación.**

**Raúl Fabián Rennella Maridueña**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA  
EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**CALIFICACIÓN**

---

**Sonia Margarita Yáñez Blum  
TUTORA**

## Índice del contenido

1. Resumen .....	10
2. Planteamiento.....	11
3. Formulación de la problemática .....	12
5 Objetivos.....	15
5.1 Objetivo general.....	15
5.2 Objetivos específicos .....	15
6 Marco Teórico.....	15
6.1 Periodismo en la web.....	15
6.2 Características del periodismo <i>online</i> .....	18
6.3 La ‘evolución’ del periodista .....	20
6.4 Convergencia de medios.....	21
7 Preguntas de investigación .....	21
8 Metodología .....	22
8.1 Enfoque .....	22
8.2 Ubicación .....	23
8.3 Métodos y técnicas.....	23
8.4 Duración de la planificación del desarrollo de la metodología del proyecto .....	24
9 Resultados .....	25
9.1 Análisis .....	25
9.2 Contenidos de webs similares.....	29
9.3 Descripción y análisis de las condiciones de participación social de la población a ser beneficiada .....	32
9.4 Caracterización de las condiciones y problemática .....	33

9.5 Descripción y caracterización de los intereses de los beneficiarios.....	34
9.6 Descripción de ucsgrtv.com .....	34
9.7 Características actuales del sitio.....	36
9.8 Necesidad .....	37
9.9 Motivación .....	37
9.10 Viabilidad .....	37
10 Descripción del proyecto .....	38
10.1 Sistema de gestión del proyecto .....	38
10.2 Gastos .....	39
10.3 Recursos .....	40
10.4 Estructura de UCSG RTV .....	41
10.5 Planificación y proceso de desarrollo del contenido.....	43
10.6 Tipos de contenidos que se pueden hacer con las materias escogidas .....	43
10.7 Tipos de contenido que aportan las materias .....	46
10.8 Requerimientos técnicos del material .....	47
10.9 Manejo de los tiempos de entrega del material.....	48
10.10 Cronograma de aplicación de la propuesta .....	50
10.11 Administración del proyecto .....	53
11 Conclusiones .....	54
12 Recomendaciones .....	56
13 Bibliografía .....	57
14 Anexos.....	59



## Índice de tablas y gráficos

Tablas y gráficos 1: Problema.....	14
Tablas y gráficos 2: Planificación de la metodología .....	25
Tablas y gráficos 3: Opinión de entrevistados .....	29
Tablas y gráficos 4: Medios observados.....	32
Tablas y gráficos 5: Página de inicio UCSG RTV. Tomada de ucsgrtv.com	35
Tablas y gráficos 6: Micrositio del canal. Fuente: ucsgrtv.com/televisión ....	35
Tablas y gráficos 7: Micrositio de la radio Fuente: ucsgrtv.com/radio/.....	36
Tablas y gráficos 8: Características del sitio. Elaboración propia. ....	37
Tablas y gráficos 9: Gastos. Elaboración propia.....	40
Tablas y gráficos 10: Organigrama de UCSG RTV. Fuente: UCSG RTV. ....	42
Tablas y gráficos 11: Fases del proyecto. Elaboración propia. ....	43
Tablas y gráficos 12: Tipos de contenidos de las materias. Elaboración propia.....	47
Tablas y gráficos 13: Requerimientos técnicos. Elaboración propia. ....	48
Tablas y gráficos 14: Ejemplo 1. Tomado de eluniverso.com.....	49
Tablas y gráficos 15: Ejemplo 2. Tomado de eluniverso.com.....	50
Tablas y gráficos 16: Cronograma de aplicación. Elaboración propia. ....	53
Tablas y gráficos 17: Ficha del material. Elaboración propia.....	54

## **1. Resumen**

Esta propuesta metodológica para la publicación de contenido en el sitio web del Sistema de Medios de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG RTV) busca cubrir dos necesidades: abastecer con contenido adicional a UCSGRTV.COM y ofrecer una vitrina de exposición para el trabajo de estudiantes de la Carrera de Comunicación.

Para ello en este documento se exponen los parámetros y procedimientos que se deberán seguir para lograr que estas dos partes puedan interactuar de manera eficiente, para beneficiarse mutuamente.

**PALABRAS CLAVES:** SITIO WEB, MEDIO DIGITAL, METODOLOGÍA, COMUNICACIÓN SOCIAL, SISTEMA, PERIODISMO, INTERNET, PLATAFORMA, PROCESO.

## 2. Planteamiento

El sitio web de UCSG RTV no está produciendo contenido propio para esta plataforma debido a la falta de personal y recursos, mientras que los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social necesitan de un espacio que le de mayor alcance de visualización a los trabajos que realizan. Por ello, en este trabajo se busca establecer la metodología para que estas dos partes puedan trabajar en conjunto, con beneficios para ambos.

Para establecer los parámetros e indicaciones de este proyecto se desarrolló una propuesta metodológica para la publicación de contenido en el sitio web del Sistema de Medios de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG RTV). Se realizaron entrevistas a profundidad a involucrados, como el jefe del departamento web de UCSG RTV y profesores de la Carrera de Comunicación, así como una observación de plataformas similares de universidades como la “Corporación Canal Universitario de Antioquia” ([canalu.com.co](http://canalu.com.co)), “TV Universidad” de la Universidad de La Plata, en Argentina ([webtv.unlp.edu.ar](http://webtv.unlp.edu.ar)); el canal de la Universidad de Murcia ([tv.um.es](http://tv.um.es)), “Sistema TV” de Puerto Rico ([sistema.com](http://sistema.com)), el “Canal Universitario de Colombia Zoom” ([zoomcanal.com.co](http://zoomcanal.com.co)), entre otros.

Durante el ciclo académico A del año 2014 se realizó la investigación para el desarrollo del proyecto que combina intereses de UCSG RTV y de la Carrera de Comunicación.

Actualmente el departamento web de la universidad mencionada tiene la intención de generar contenido propio, pero por falta de personal y recursos no puede hacerlo. Por ello, este proyecto tiene como finalidad establecer los pasos, parámetros y modelos para la implementación de una publicación coordinada de contenido multimedia en el sitio web del canal de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG TV) en base a los trabajos de los estudiantes de comunicación.

### 3. Formulación de la problemática

UCSG RTV necesita una mayor dinámica en su sitio web y una oferta adicional al contenido que se transmite en su canal de televisión y en su estación de radio.

Por ello, la intervención de estudiantes y profesores de la Carrera de Comunicación puede cambiar el panorama. Esto, mediante una interacción apropiada para colaborar con material que pueda ser publicado en su sitio web.

Esta implementación se debe realizar en dos ciclos académicos, que podrían ser el ciclo B del 2014 y el A del 2015, para observar la conexión que se establecería entre las cátedras y el sistema de medios como un periodo de prueba de su sustentabilidad.

Para llevar a cabo el desarrollo de la propuesta metodológica para la publicación de contenido en el sitio web de UCSG RTV se tiene que establecer primero el por qué cada una de las partes debe o puede involucrarse, y cuáles son los factores que entrarán en juego.

<b>¿Cuál es el problema?</b>	Falta de contenido propio en el sitio web de UCSG RTV, teniendo en cuenta que dentro del mismo campus universitario hay una escuela de comunicación.
<b>¿Cuáles son las dificultades encontradas a causa del problema?</b>	La poca interacción que se tiene entre el sistema UCSG RTV, sobre todo del departamento web, y la Carrera de Comunicación.
<b>¿Quién es el afectado por el problema?</b>	Son dos los afectados: primero, el sitio web de UCSG RTV porque no tiene actualmente los

	<p>recursos propios para realizar contenido propio; y segundo, que los estudiantes podrían utilizar esta plataforma para dar a conocer sus trabajos en mayor medida, pero eso no ocurre.</p>
<p><b>¿Qué otras alternativas se plantearon para su solución y cuál fue el motivo de su exclusión?</b></p>	<p>Se descartó hacer que el equipo del departamento web de UCSG RTV emprenda un proyecto así, puesto que solo se compone actualmente de dos personas más un pasante que cambia cada mes. También que los estudiantes lo hicieran de manera voluntaria o en forma directa con dicho departamento.</p> <p>En la primera arista no se cuenta con el presupuesto suficiente para aumentar el personal, y en la segunda, que si el estudiante no recibe un beneficio al hacerlo, es probable que lo abandone eventualmente.</p>
<p><b>¿Cuál es la solución más favorable a desarrollar?</b></p>	<p>Para implementar contenido se debe buscar en las materias que los producen dentro de la Carrera de Comunicación. Así los estudiantes pueden ofrecerlos a cambio de la oportunidad y el espacio en una plataforma posicionada donde compartirlos.</p>
<p><b>¿Qué productos se entregarían?</b></p>	<p>Desde textos con fotos hasta reportajes que contengan varias herramientas como audio y video incluidos.</p>
<p><b>¿Existe una posibilidad de sustentabilidad?</b></p>	<p>Las partes deberían llegar a un acuerdo que permita al menos probarlo por dos ciclos</p>

	académicos para que pulan errores en cuanto a la planificación, se analice cuál es la mejor manera de interactuar y por último analizar por cuánto tiempo se podría continuar, dependiendo de los resultados de ese trabajo en equipo.
--	--

Tablas y gráficos 1: Problema

#### **4 Justificación de la investigación**

El desarrollo de una propuesta metodológica para la publicación de contenido en el sitio web de UCSG RTV, basado en el trabajo de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social, aporta a varias áreas:

- La sociedad se beneficia con este proyecto de manera indirecta, pues al tener mayor contenido en el sitio web de UCSG RTV se expone más información que puede ser utilizada por su público para estar informado de diversos temas.
  
- Permite desarrollar un esquema que permita integrar y aumentar los trabajos en conjunto que hacen UCSG RTV y la Carrera de Comunicación.
  
- Se beneficiarán directamente UCSG RTV al ofrecer contenido adicional en su sitio web. Su público tendría mayores temas que revisar al visitar este medio digital mientras los estudiantes de las materias involucradas obtienen una vitrina para mostrar sus trabajos a la ciudadanía.
  
- Los temas que se manejen estarán dentro de la línea editorial del medio, que se centra en contribuir a la comunidad universitaria y a la sociedad con información de carácter cultural, tecnológico, económico y educativo.

## **5 Objetivos**

### **5.1 Objetivo general**

Establecer la metodología que se utilizará para la implementación de contenido desarrollado por estudiantes de la carrera de Comunicación Social, para su publicación en el sitio web del Sistema de Medios de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG RTV), su manejo y viabilidad.

### **5.2 Objetivos específicos**

- 1.- Determinar los actores, necesidades, procedimientos y recursos que servirán para viabilizar el proyecto, integrando las materias seleccionadas de la carrera, y relacionarlas con la plataforma web de UCSG RTV.
- 2.- Desarrollar un esquema organizativo que integre la producción y características técnicas de contenido con los trabajos que generan los estudiantes en clases para difundirlos en la plataforma.
- 3.- Establecer qué contenidos y temáticas abordarán los diferentes productos a difundir.

## **6 Marco Teórico**

### **6.1 Periodismo en la web**

Los medios tradicionales siempre están en una constante búsqueda de nuevas formas de creación de contenidos que les permitan mejorar su forma de informar. Desde el boom de los medios digitales han avanzado y

desarrollado paulatinamente formas de exponer sus noticias con mayor apertura, celeridad y contenido adicional, alejándose de las formas habituales de hacer periodismo.

*...Lo que Internet sí está haciendo es convertirse en el corazón de articulación de los distintos medios, de los multimedia. Es decir, de ser el sistema operativo que permite interactuar y canalizar la información de qué pasa, dónde pasa, qué podemos ver, qué no podemos ver y ser, por tanto, el sistema conector interactivo del conjunto del sistema multimedia. Esto es lo que Internet está configurando. (Castells, 2000, p. 10).*

En la última década el surgimiento de la web 2.0 ha acrecentado el interés de los usuarios de medios tradicionales en el periodismo digital, ya que no es otra cosa que el desarrollo de aplicaciones que permiten a los usuarios interactuar de forma más dinámica con la página web visitada.

Videos, *Live Stream*, RSS feed, Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Flickr) son algunas de las aplicaciones más usadas con el fin de aprovechar al máximo las tecnologías de la información. Por lo tanto, es importante hacer uso de esta tecnología para poder tener competitividad, ya que los medios deben migrar a este campo si quieren seguir vigentes.

*Es una realidad más que obvia, el mundo es digital y móvil, entonces no es más que una obligación de cualquier medio estar en una plataforma digital en la que no solo se replique el contenido de otro medio, sino que se desarrolle contenidos propios. (F. Astudillo, entrevista personal, 11 de agosto del 2014).*

A lo que dice Fernando Astudillo, jefe de contenidos del sitio web de *Diario El Universo*, se puede añadir lo mencionado por Clara Reyes, jefa de



contenidos digitales de *Ecuavisa*: “decir que los medios digitales son el futuro, no es verdad. Son desde hace algún tiempo el presente. La importancia es toda, porque si no está (en la web) pierde mucho frente a su competencia” (C. Reyes, entrevista personal, 11 de agosto del 2014).

La producción periodística en la web no está alejada de la de los medios tradicionales por su funcionalidad, puesto que su base siempre será el medio original al que le aportará proyección y contenido, en un país en el que el 54% de su población accede a internet por distintas vías, según datos del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad (EcuadorInmediato, 2014). Además con el auge de sitios en la red, y a su vez de internautas, los medios ven en esta plataforma una nueva opción de ganar lectores e incrementar su radio de exposición.

La inmediatez es un factor preponderante en el nacimiento de los sitios web de los mayores medios, debido a la constante lucha por obtener una mayor audiencia.

*En cuanto a la prensa online, las claves para su expansión se encuentran, además de en los factores estructurales de acceso de la población a Internet, en una presentación original y atractiva, combinada con la participación de los lectores y con la inmediatez y calidad de las informaciones. (García, 2009. p. 6).*

Gracias a las herramientas que se pueden utilizar en esta plataforma y su accesibilidad, el contenido de los medios puede ser observado desde cualquier parte del mundo con una conexión, logrando que la internet se convierta en el campo perfecto para darle espacio a los medios online.

*La relación entre los cambios tecnológicos y los cambios comunicativos es evidente, al igual que lo es su interdependencia puesto que la apropiación de una tecnología por parte de los medios*

*de comunicación tiene que ver con sus posibilidades para satisfacer una determinada demanda o para crear otra nueva. (García, 2009, p. 8).*

## **6.2 Características del periodismo *online***

Cuando se produce material para la plataforma web hay ciertas características que lo diferencian:

### Multimedia

El periodismo digital basa su funcionamiento en la integración de información de distintos tipos: texto, audios, fotos, videos y otros.

### Hipertexto

Se recomienda que todo producto de texto noticioso en la web esté enlazado o comunicado con elementos que complemente la información (ya sean otras páginas, antecedentes, noticias) que permitan una mayor contextualización del suceso. Además de permitirle al lector ampliar el grado de conocimiento que tiene del tema. (Pastor-Saorín, 1994).

### Actualización

Es la mayor ventaja que tienen frente a los medios tradicionales, debido a que la plataforma en la están les permite una actualización inmediata de noticias sucedidas después del cierre o publicación de la manera tradicional. (Martínez, 2004, El fin de la periodicidad. La reivindicación de la periodificación, párr 2).

## Interactividad

Permitirle a la audiencia expresar sus ideas, comentarios, felicitaciones o protestas sobre lo que se muestra en un espacio informativo. De esta manera los periodistas puedan medir (relativamente) los resultados de su trabajo También es una herramienta que agiliza la proximidad que debe tener un medio con la comunidad, pues el primero, según la teoría, está hecho para servir al segundo. Sin embargo, en los medios tradicionales no se puede medir con datos cuantitativos las reacciones de la audiencia, mientras que un sitio web te da muchas más facilidades para saber que tanto gusta o si es bueno un producto, de acuerdo a los comentarios o visitas que tiene una página. (Goldenberg, 2005, pág. 7).

## Smartphones

El periodismo web tiene entre sus fortalezas, una extensa variedad de herramientas que permiten mayor rapidez, efectividad, veracidad e impacto. El uso de los celulares inteligentes al momento en el que los periodistas están en medio de noticias importantes, ayuda a que los hechos se transmitan en vivo, a través del portal web del medio de comunicación usando el *streaming* (transmisión de contenidos multimedia) o, a su vez, brindando la posibilidad de enviar información instantánea y real. Además de ser uno de los principales medios de visualización para los contenidos web.

*“El medio digital es muy multimedia, es importante trabajar con todas las plataformas, video, texto, sonido, fotografías, porque para solo texto y foto me quedo con el impreso, para solo video me quedo con la pantalla, para solo audio me quedo con la radio. Esa es la fortaleza de un medio digital, que puede tener todas las herramientas en un solo lugar”.* (C. Reyes, entrevista personal, 11 de agosto del 2014).

### 6.3 La ‘evolución’ del periodista

Para tomar en cuenta la diferencia principal del periodista en la actualidad Mark Briggs cita en su texto *Periodismo 2.0: Una guía de alfabetización digital*, lo que afirmó Michael Riley hace algunos años en un artículo para la revista de periodismo de la Universidad de Harvard, *Nieman Reports*:

*“Ya no somos puramente compañías de medios; también debemos convertirnos en compañías de tecnología y eso significa que debemos elevar nuestro coeficiente intelectual (IQ) tecnológico para competir en un mundo transformado digitalmente”*. (Riley, 2006).

Se podría decir que el perfil de un periodista en la actualidad requiere de un “multi instrumentismo” para poder llevar a cabalidad las competencias y exigencias del siglo XXI.

Como dice Phil Meyer, catedrático de Periodismo de la Universidad de Carolina del Norte, en el prólogo del libro Briggs: *“El viejo adagio ‘un buen reportero es bueno en cualquier parte’ ya no convence. Necesitamos buenos reporteros que puedan traer herramientas apropiadas para llevar en situaciones constantemente cambiantes. Los periodistas que pueden hacer bien más de una cosa estarán en demanda”*. (Briggs, 2007, p. 10).

Todo periodista debe saber que la aplicación de su trabajo en la web amerita una transición que lo ayude a cambiar las costumbres de la práctica de su ejercicio en el medio escrito, radial o televisivo.

También vale tomar en cuenta el artículo *‘Los periodistas se adaptan a la web 2.0’* del sitio *Ciber-Prensa*, en donde se cita un estudio sobre el periodismo digital en Europa. El mismo que concluye con lo siguiente:

*“El estudio destaca cómo la aparición de elementos como los blogs, los podcasts y los contenidos de vídeo ha transformado la forma de trabajar de los periodistas de toda Europa, y que casi la mitad de ellos (46%) siente que se le exige producir más contenidos para sus respectivos medios.” (Tellado, 2008)*

El estudio comenta que los periodistas estaban siendo exigidos para complementar sus notas con videos y audios, aun así no sea su área, pues la audiencia prefería los espacios multimedia a los que solo presentaban un recurso.

## **6.4 Convergencia de medios**

Un ejemplo de la creciente importancia de tener una buena presencia en la red son los medios de comunicación: El Universo, El Comercio y Ecuavisa. Cada uno de ellos ha puesto énfasis en mejorar sus sitios web aunque su sustentabilidad dependa de su forma tradicional de informar.

*“Esta nueva revolución que afecta a todos los ámbitos comunicativos mediante los ordenadores de la quinta generación (...) formas de captar, manipular, almacenar y distribuir la información, que es el elemento más significativo de nuestra era”. (Osuna, 2007, p. 20).*

Por su parte, la periodista Marjuli Matheus apunta en su artículo “La convergencia mediática: Definición y perspectivas”, recogido por el sitio Roastbrief.com, haciendo referencia al autor Joseph Martínez, que en esta plataforma un periodista debe estar consciente del concepto de las “tres C”: computación, comunicación y contenido. (Matanzo, 2013)

## **7 Preguntas de investigación**

1. ¿Necesita UCSG RTV una mayor dinámica en su sitio web y una oferta adicional al contenido que ofrece, que es el mismo que se transmite en el canal de televisión y en su estación de radio?
2. ¿Tiene el departamento web la intención de generar contenido propio?
3. ¿Se beneficiaría el portal web de UCSG RTV y la Carrera de Comunicación con la intervención de trabajos generados por alumnos para esta plataforma digital?
4. ¿La implementación se puede realizar en ciclos académicos para beneficiar la visualización de los trabajos de los alumnos?
5. ¿Cómo se establecería la conexión entre las cátedras y el sistema de medios para que sea sustentable?

## **8 Metodología**

### **8.1 Enfoque**

Para el desarrollo de este proyecto se realizó una investigación cualitativa de observación exploratoria, puesto que en comunicación más de lo que se encuentra en libros, se encuentra en la práctica. Por lo tanto, el estudio se basó en entrevistas a profundidad a expertos y a los actores del proyecto, además de una breve comparación de diferentes portales para obtener algunos de los conceptos y elementos que se considerarán en la propuesta. Es decir, se realizó una investigación descriptiva porque se utiliza el método de análisis, que busca caracterizar la problemática o una situación

específica y señalar sus características y propiedades. También decreta, une y normaliza los elementos involucrados en el trabajo realizado.

Además se realizó una investigación exploratoria por medio de observación de las diferentes herramientas, plataformas, métodos de las materias involucradas: Periodismo Multimedia, Comunicación Radiofónica, Fotografía II y Taller de Prensa.

## **8.2 Ubicación**

Físicamente el área donde se realizó el proyecto corresponde a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (zona 8 de la provincia del Guayas, según Senplades), pero exactamente es el espacio que ocupa en la internet el sitio web del Sistema de Medios de la universidad ([ucsgrtv.com](http://ucsgrtv.com)), visitado mensualmente por más de 75 mil personas, según datos del departamento web del medio.

## **8.3 Métodos y técnicas**

Para establecer la metodología que guíe la elaboración de la propuesta metodológica para la publicación de contenido en el sitio web del Sistema de Medios de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG RTV) y proponer en qué forma se debe desarrollar el proyecto, se realizó una investigación cualitativa, que incluyó análisis de la problemática que tienen las partes involucradas y de cómo estudiantes de la carrera pueden ayudar a resolverla.

Luego se entrevistó a los actores para conocer sus requerimientos y posibilidades, y así establecer el papel a desarrollar de cada actor del proyecto. Desde Guillermo Del Campo, jefe del departamento web de UCSG

RTV, hasta los profesores de las cuatro materias que estarían vinculadas teóricamente por la planificación de su cátedra: Periodismo Multimedia, dictada en sexto ciclo por Sonia Yáñez; Comunicación Radiofónica, dictada en cuarto ciclo por José Luis Férez; Fotografía II de segundo ciclo, dictada por Stalin Díaz, y Taller de Prensa, dictado en noveno o décimo (depende del orden que le toque a cada alumno coger los tres talleres de prensa, televisión y radio) ciclo por Maritza Carvajal.

También, luego de reunir la información, se plantea los tipos de contenidos, sus requerimientos técnicos, además de la forma y tiempos de entrega al departamento web de UCSG RTV.

De igual manera se determinó un cronograma de reuniones de las partes, para estudiar el paso a paso del proyecto y ver los pro y contra de su aplicación, tanto en su desarrollo como al finalizar el proceso de prueba (dos ciclos académicos). Así como la estructuración de formatos de control para cada actividad.

#### **8.4 Duración de la planificación del desarrollo de la metodología del proyecto**

Se ha planificado su elaboración metodológica en 4 meses:

<b>PROGRAMA</b>	<b>Fecha de Inicio</b>	<b>Fecha de Fin</b>	<b>Área del Conocimiento</b>
Estructuración del proyecto	1 Junio 2014	15 de junio 2014	Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho



Elección del personal de apoyo (materias de la Carrera de Comunicación/profesores)	15 junio 2014	22 junio 2014	Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho
Estructuración del proyecto	23 julio 2014	1 agosto 2014	Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho
Redacción y análisis de la viabilidad para su permanencia en la carrera	2 agosto 2014	9 agosto 2014	Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho
Presentación del proyecto a la carrera	10 agosto 2014	16 agosto 2014	Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho

Tablas y gráficos 2: Planificación de la metodología

## 9 Resultados

### 9.1 Análisis

La Propuesta metodológica para la publicación de contenidos en el sitio web del Sistema de Medios de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG RTV) generará un aumento en la producción de contenido que el medio implementa en su sitio web, fortaleciendo su imagen online bajo el concepto de la vinculación entre la comunidad académica y la ciudadanía en

general. Los protagonistas serán los estudiantes de la Carrera de Comunicación que realizarán trabajos que serán difundidos en esta plataforma vinculando su trabajo en el aula con el público del Sistema de Medios.

Frente a esto los dos profesionales consultados, de los dos medios informativos más visitados del país (eluniverso.com y ecuavisa.com) tienen puntos de vistas algo diferentes. Reyes cree que es necesario que el periodista que se contrata para trabajar en un medio digital debe tener como característica gustarle navegar por la web, convertir cualquier experiencia en una noticia y registrarla con sus 'gadgets', además tiene que gustarle conocer cómo su noticia se está desarrollando, cómo y quiénes la están leyendo, su desempeño. Es más curioso, más hábil, más moderno, más abierto a ideas. (C. Reyes, entrevista personal, 11 de agosto del 2014).

Por otro lado, Astudillo piensa que la tecnología es un medio importante para ser más eficientes, más rápidos y conseguir más información en menos tiempo, pero la esencia del oficio sigue idéntica (criterio, pensamiento, rigurosidad y ética periodística) y no necesariamente los eruditos en tecnología son los mejores periodistas digitales. (F. Astudillo, entrevista personal, 11 de agosto del 2014)

<b>Criterios sobre plataforma</b>	<b>Reyes</b>	<b>Astudillo</b>
Características	Los textos no deben ser muy largos. La naturaleza de la web es para que sea información de fácil digestión.	No se titula igual, los espacios son distintos.  Hay mucho más espacio en la web, que es una buena noticia

	<p>Los videos también son cortos. Es más fácil que una persona revise uno de un minuto y medio, o hasta uno de alrededor de 5 minutos si es un buen microdocumental.</p> <p>El medio digital es muy multimedia, se debe trabajar con todas las plataformas, video, texto, sonido, fotografías.</p>	<p>para los periodistas que viven siempre con el estigma de no tenerlo.</p> <p>Siempre en esta plataforma se debe sacar el 'jugo' a las herramientas multimedia, por ejemplo si la noticia es el lanzamiento de una canción, poner el audio o el video. También relacionar la noticia con sus actores o involucrados mediante hipervínculo.</p>
<p>Procedimientos</p>	<p>Es importante entender que el medio digital no es una segunda pantalla del medio base, sino uno independiente. El flujo de información que tiene debe ser propio, con su editor o director y un equipo de periodistas integrales y ciertos periodistas</p>	<p>La comunicación siempre va a estar diferenciada de acuerdo a la plataforma.</p> <p>Tener claro el público objetivo con el que voy a trabajar. Hacer un estudio de qué quiere: Información sobre su universidad, sobre la</p>

	<p>especializados que pueden aportar a los diferentes contenidos todo el día.</p> <p>Debe estar claro cuál es el objetivo de ese medio digital. Tener un concepto de qué se va a crear y de qué va ir acompañando.</p> <p>Definir qué redes sociales se utilizará, qué tipos de contenidos abordar, a qué público quiere llegar.</p> <p>Definir la estética del medio, pues tiene que ser atractivo para el lector.</p> <p>Generar mecanismos de producción de contenidos, si estás pasando lo mismo que en las pantallas, tiene que ser porque es tu producto fuerte, tu base, pero adicional a</p>	<p>fiesta, de la vida universitaria, un chat con las autoridades, etc. Es decir, hay una maravillosa oportunidad en este medio, pero primero hay que estudiar al mercado.</p> <p>Pensar cuál va a ser la estrategia de social media, quien le va dar mantenimiento, quién va a ser el equipo.</p>
--	--	---

	<p>eso vas a empezar a generar otras historias, noticias y situaciones.</p> <p>También se puede tratar de fortalecer el medio digital promocionándolo a través del medio base, como un impulso.</p>	
--	---	--

Tablas y gráficos 3: Opinión de entrevistados

## 9.2 Contenidos de webs similares

Se realizó la comparación de plataformas similares de universidades como “Corporación Canal Universitario de Antioquia” (canalu.com.co), TV Universidad de la Universidad de La Plata, en Argentina (webtv.unlp.edu.ar); el canal de la Universidad de Murcia (tv.um.es), “Sistema TV” de Puerto Rico (sistema.com), Canal Universitario de Colombia “Zoom” (zoomcanal.com.co), entre otros.

Canal	Universidad	Características	Tipo de contenido
Canal U (canalu.com.co)	Es manejado por la Corporación Canal Universitario de Antioquia, compuesta por la Universidad de Medellín, la	Este medio de comunicación, según su página web, se presenta en varias plataformas tecnológicas: canal	Trabajan contenidos multimedia que abordan temas de educación, ciencia, innovación y

	<p>Universidad de Antioquia, el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA de Colombia (Regional Antioquia), la Universidad Cooperativa de Colombia y la Universidad Nacional de Colombia (Sede Medellín).</p>	<p>satelital internacional, canal de televisión local y en su plataforma web.</p>	<p>tecnología.</p>
<p>TV Universidad (webtv.unlp.edu.ar)</p>	<p>Universidad Nacional de La Plata, en Argentina.</p>	<p>Tiene una parrilla que se emite de lunes a viernes, según señala en su web. Sin embargo, los contenidos que mantiene en el medio digital data de hace alrededor de un año, pero en su cuenta de la red social Facebook fue recientemente creada en el mes de agosto y en ella</p>	<p>En su mayoría programas de índole cultural.</p>

		<p>se promueven concursos para la realización de producciones.</p> <p>Su fin, al pertenecer a una institución educativa, también es fomentar el pluralismo en la sociedad con los temas que expone.</p>	
Sistema TV (sistema.com)	<p>Este medio es parte del Sistema Universitario Ana G. Méndez, de Puerto Rico, y está afiliada a una cadena de TV pública de EE.UU. PBS (Public Broadcasting Service).</p>	<p>Se transmite por varias estaciones, incluyendo la señal satelital de Direct TV y Dish.</p> <p>Mantiene su sitio web actualizado con la programación del canal y eventos relacionados con la estación.</p> <p>Tiene una muy buena estética y una variada oferta de contenidos, aunque la mayoría es de la cadena PBS. También</p>	<p>Los programas son de temas educativos, históricos, culturales, deportivos e infantiles. En español y en inglés.</p>

		tiene producción local.	
Canal Zoom (zoomcanal.com.co)	Nació como el Canal Universitario Nacional de Colombia. Es manejado con contenido de 56 universidades de ese país.	Su sitio web es actualizado diariamente y en él se puede encontrar información de su programación y los contenidos más relevantes de su parrilla.	Expone programas con contenido de interés público de carácter educativo, cultural, etc., que tienen como fin aportar a la formación de los ciudadanos

Tablas y gráficos 4: Medios observados

### 9.3 Descripción y análisis de las condiciones de participación social de la población a ser beneficiada

- a. La Carrera de Comunicación no tiene una plataforma vinculada a un medio de comunicación nacional para mostrar sus trabajos periodísticos a la comunidad. Tampoco una propuesta metodológica que integre a estudiantes, profesores y al Sistemas de Medios de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG RTV) a través de proyecto integrador que muestre el conocimiento que sus alumnos adquieren en sus aulas.
- b. El canal quiere tener mayor producción propia, por lo que busca crear proyectos con un contenido 'nutrido' por personas que se hayan preparado en el área de la comunicación.



## 9.4 Caracterización de las condiciones y problemática

El manejo que se realiza actualmente del sitio web de UCSG RTV tiene algunas fallas que van desde la mala agrupación de los contenidos hasta la falta de orden al subir las notas, además un servicio de 'streaming' (en el caso de la página de TV) que no es óptimo. Aunque se debe tomar en cuenta que mientras se desarrolla este proyecto, se lleva a cabo un rediseño del sitio.

Los trabajos realizados por los estudiantes en las materias que se dictan en la carrera comúnmente solo llegan a ser mostrados en el aula ante los compañeros y el profesor, pero no tiene una plataforma en la que puedan ser exhibidos a la comunidad de la que obtienen el contenido, sea la universitaria o de la ciudad.

Dentro de los trabajos que se han hecho en la carrera para UCSG TV, uno de los dos medios del UCSG RTV, hay dos: "Somos Filosofía" (2010), que duró pocos meses y "Buenas Nuevas Católicas – BNC", estrenado en el 2011 y aún se mantiene. Este último se maneja como una práctica fuera del aula, que nace de la voluntad de un grupo de estudiantes de aportar al programa sin ninguna ganancia más allá de la experiencia.

En UCSG Radio los estudiantes del Taller de Radio realizan un programa que se emite los sábados en la mañana por tres meses, tiempo que dura la materia.

El proyecto que se propone es diferente puesto que los estudiantes producirán material dentro de cuatro materias para ser mostrado en el sitio web del Sistema de Medios, en una interacción en la que ambas partes obtienen provecho

También hay que mencionar que desde la creación de UCSG TV (2007) varias materias han colaborado con material para programas, tanto de televisión y de radio, pero no con periodicidad, debido a la falta de coordinación entre las partes. Por ello, es importante trabajar un proceso para establecer los mecanismos de una correcta interacción entre los involucrados, que dé sustento al cronograma que se propondrá.

## **9.5 Descripción y caracterización de los intereses de los beneficiarios**

- a. Los estudiantes tendrán la oportunidad de tener una mayor audiencia a la que mostrar sus trabajos.
- b. Docentes pueden exponer a una mayor crítica los productos periodísticos de sus estudiantes. Algo que ocurre cuando se trabaja en un medio de comunicación.
- c. El sitio web de UCSG RTV tendrá mayor producción propia para mostrar a sus lectores.

## **9.6 Descripción de ucsgrtv.com**

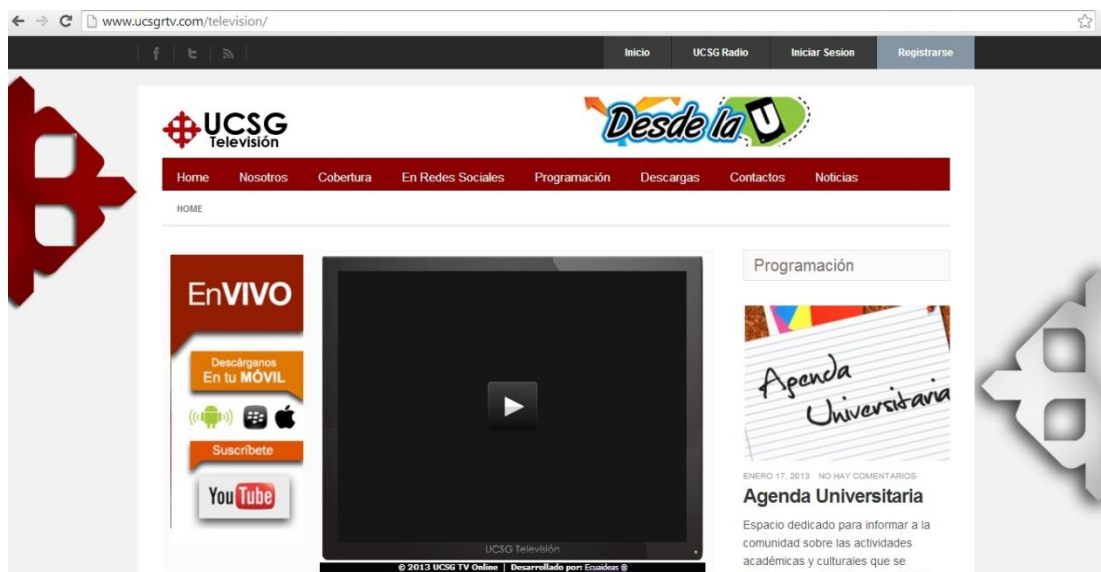
UCSGRTV.COM es la plataforma en la que se muestra el contenido realizado por el Sistema de Medios de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Se compone de una página de inicio en las que se resume información del canal de televisión (UCSG TV) y de la estación de radio (UCSG Radio), y que al mismo tiempo es la vía de ingreso a los micrositos de estos dos medios.



Tablas y gráficos 5: Página de inicio UCSG RTV. Tomada de [ucsgrtv.com](http://ucsgrtv.com)

En el de UCSG TV se replica la información de los programas que se transmite por la señal (42 UHF en Guayas). Mientras, en el de UCSG Radio también se sube el material transmitido, pero diariamente se actualiza la página de noticias con información de internet y de la agencia española EFE.



Tablas y gráficos 6: Micrositio del canal. Fuente: [ucsgrtv.com/televisión](http://ucsgrtv.com/televisión)



Tablas y gráficos 7: Micrositio de la radio Fuente: [ucsgrtv.com/radio/](http://ucsgrtv.com/radio/)

El departamento web es dirigido por Guillermo Del Campo, quien comenta que se está tratando de potenciar este espacio para que con el tiempo se convierta en un medio más del Sistema de Medios y no sea solamente una plataforma de visualización de los contenidos de las dos estaciones ya existentes. (Del Campo, entrevista personal, 2 de julio del 2014).

El mayor problema, según Del Campo, es la necesidad de personal (solo son dos de planta, el jefe del departamento y el webmaster, y un pasante) para aplicar proyectos que aumenten la oferta de contenidos web.

## 9.7 Características actuales del sitio

<b>Target</b>	Este sitio está desarrollado para un público de 22 a 40 años.
<b>Temáticas</b>	Su contenido es académico, educativo, cultural, tecnológico, científico y artístico.

<b>Impacto</b>	Promedio de visitas mensual es de 75 mil personas
----------------	---

Tablas y gráficos 8: Características del sitio. Elaboración propia.

## 9.8 Necesidad

Al tener un equipo pequeño, el departamento web de UCSG RTV podría aprovechar que en la misma institución, en la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación, hay una Carrera de Comunicación, que es una opción que tiene para llenar ese vacío. El acercamiento entre ambas instancias para interactuar servirá como una vitrina para exhibir los trabajos que estudiantes producen en varias materias.

Por ello, en esta propuesta se presentarán parámetros (requerimientos técnicos y tipos de contenidos), temáticas (que estén de acuerdo con la línea editorial del medio), y metodología (descripción del proceso de interacción entre los actores) para mejorar el sitio web y tener una mayor oferta de contenidos en la red. Al mismo tiempo, convertirse en una plataforma en donde los estudiantes puedan mostrar sus trabajos aprovechando los conocimientos aprendidas en el aula. Incluso esto generaría mayor vínculo del Sistema de Medios con la comunidad universitaria y con la sociedad en general.

## 9.9 Motivación

Ofrecer un contenido adicional a lo que se transmite por UCSGRTV.COM para darle un plus al sitio web, con el aporte de estudiantes de la Carrera de Comunicación de contenidos que se exhiban por esta vía, que al final será otra plataforma de práctica para los alumnos.

## 9.10 Viabilidad

Al ser un proyecto en el que se utiliza el material realizado por estudiantes dentro de las materias (cuatro en este caso) no necesitará de costos adicionales, ni para UCSG RTV ni para la Carrera de Comunicación. Los recursos técnicos serán los mismos con los que los estudiantes complementan sus trabajos, es decir, los del Centro de Producción Audiovisual (CPA).

El material debe mantenerse como tutoría o trabajos dentro de estas cátedras, que estarán en concordancia con los formatos, línea editorial y metodología que necesita la plataforma web de UCSG RTV.

Todo esto enmarcado en la interacción del departamento web con las materias escogidas, por lo que se propone nombrar a un profesor de tiempo completo como director de este proyecto, para que sea él el principal coordinador de las temáticas, tipos de contenidos y fechas, entre el jefe del departamento web de UCSG RTV y los profesores de las materias que participan.

## **10 Descripción del proyecto**

Este proyecto establecerá los parámetros técnicos y organizativos para el desarrollo de contenido. Debe considerarse como un proyecto integrador de varias materias que permitan estructurar la generación de contenidos bajo el sello de elaboración de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social, destinados al sitio Ucsgrtv.com.

### **10.1 Sistema de gestión del proyecto**

Los actores del proyecto tienen que cumplir con actividades establecidas para el desarrollarlo:

1. UCSG RTV: El jefe del departamento web tendrá que establecer una reunión previa al ciclo académico para hablar con el director del proyecto, para que a su vez, este sea el contacto con los profesores de las materias, coordinando qué contenidos pueden o quieren recibir de parte de las materias que participan. Además de establecer los tiempos de entrega y publicación.
2. Director del proyecto: Este cargo deberá ejercerlo un profesor de tiempo completo, para que él sea la vía de comunicación entre el departamento web de UCSG RTV y los profesores de las materias seleccionadas, puesto que sería difícil que todos puedan reunirse para establecer temáticas y tiempos, por sus diferentes actividades.
3. Profesores: Ellos deberán integrar dentro de la cátedra los trabajos acordados con el departamento web de UCSG RTV para ser realizado por sus alumnos, con su guía y supervisión. Se preocuparán de ver que los contenidos sean de calidad y cumplan con las especificaciones técnicas requeridas
4. Alumnos: Deben utilizar los conocimientos aprendidos en dichas materias y en el resto de la carrera para entregar sus trabajos con el mayor rigor profesional posible. Esto le permitirá obtener una buena nota y tener una vitrina posicionada para mostrar su esfuerzo.

Al final, los actores deberán realizar un análisis para saber cuáles fueron los pro y contra del proyecto, y de esta manera conocer si es viable desarrollarlo a largo plazo.

## **10.2 Gastos**

Si se contratara a un tercero para que elabore el contenido bajo un esquema de una página de especiales en el sitio, con actualización semanal, según

dos empresas digitales consultadas tendría una base de \$ 450, cantidad que puede aumentarse dependiendo de las horas (\$ 20 por cada una) que se necesiten para realizar el tipo de contenido deseado.

Por ejemplo, en la agencia Ximah, así sea para manejar una pestaña de contenido del sitio web, estos serían los valores:

Equipo mínimo de cuatro personas	Costos por hora de trabajo
Programador	\$ 20
Diseñador	\$ 20
Generador de contenidos 1	\$ 20
Generador de contenidos 2	\$ 20

*Tablas y gráficos 9: Gastos. Elaboración propia.*

Mientras que la agencia Keyframe solo por generar contenido como community manager tendría un valor de \$ 450 mensuales.

Sin embargo, al tener una Carrera de Comunicación dentro de la misma institución a la que pertenece UCSG RTV se puede utilizar su recurso humano (estudiantes) para producir información que se publique en esta plataforma, evitando el costo adicional y ofreciendo beneficios para todas las partes.

### **10.3 Recursos**

Esencialmente tres:

#### Periodísticos

Los estudiantes que producen el material en cada una de las materias utilizarán los mismos que vienen usando en la carrera como noticias



reportajes, crónicas, entrevistas; presentados en formatos de textos, audios, fotografías y videos.

#### Técnicos

Para producirlos usarán elementos de la facultad como los laboratorios de internet y el Centro de Producción Audiovisual (CPA) y sus implementos (cámaras, micrófonos, computadoras, etc.)

#### Humanos

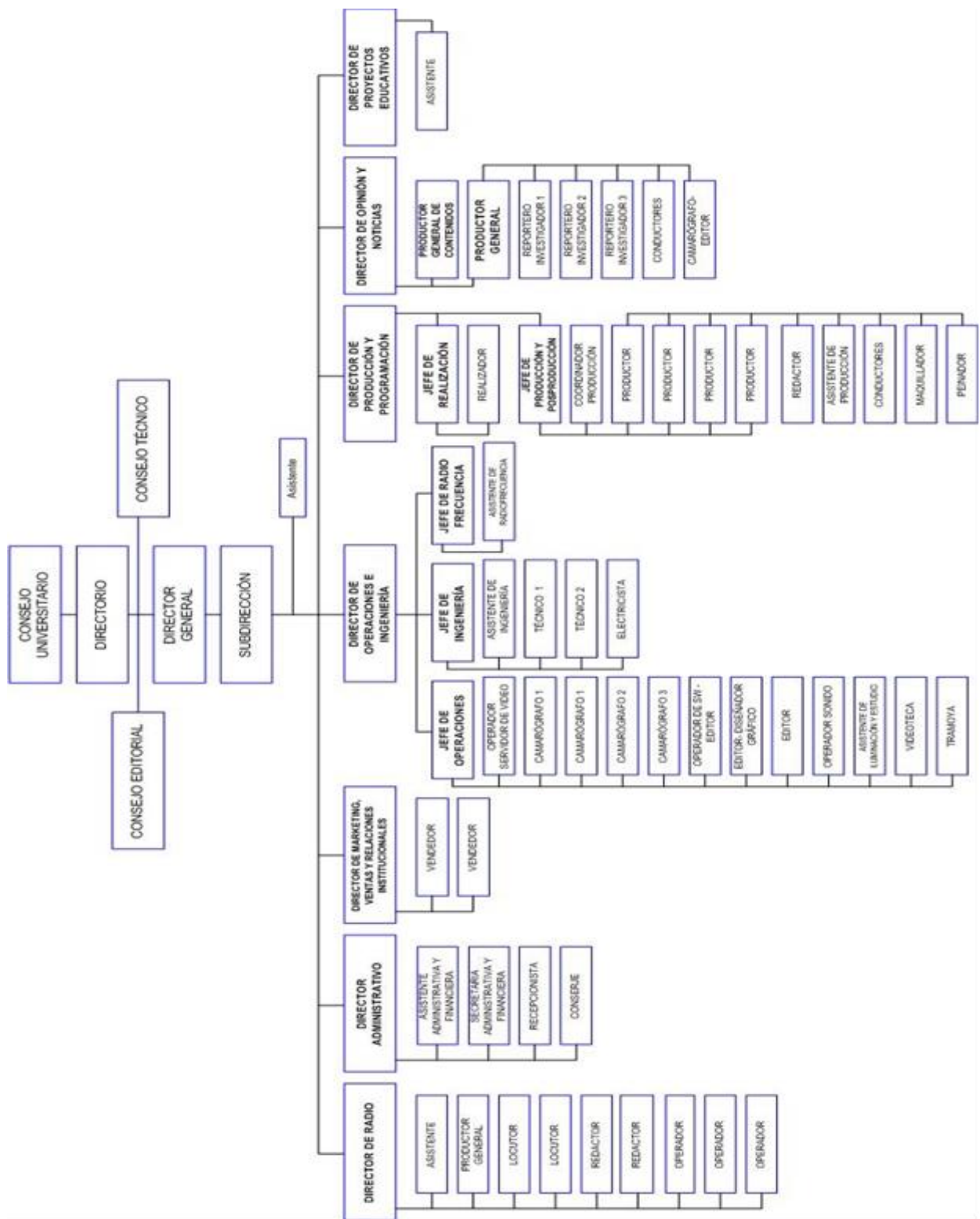
Participan el equipo del departamento web de UCSG RTV, cinco profesores (uno de tiempo completo como director del proyecto) y los estudiantes de cada materia.

### **10.4 Estructura de UCSG RTV**

El sistema de Radio y Televisión de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil apareció en el año 2007 y se compone una estación de televisión de cobertura nacional, una estación radial (1190 am) y otra estación online solamente musical que se estrenó este año (Cato FM).

Este tiene como objetivo contribuir a la formación, opinión, orientación y desarrollo de la sociedad ecuatoriana, promoviendo la vigencia de libertades públicas, la persona y sus derechos, la equidad, la justicia, en el espíritu de ciencia y fe de esta institución, según se publica en su sitio web (ucsgrtv.com).

#### Organigrama general de UCSG RTV

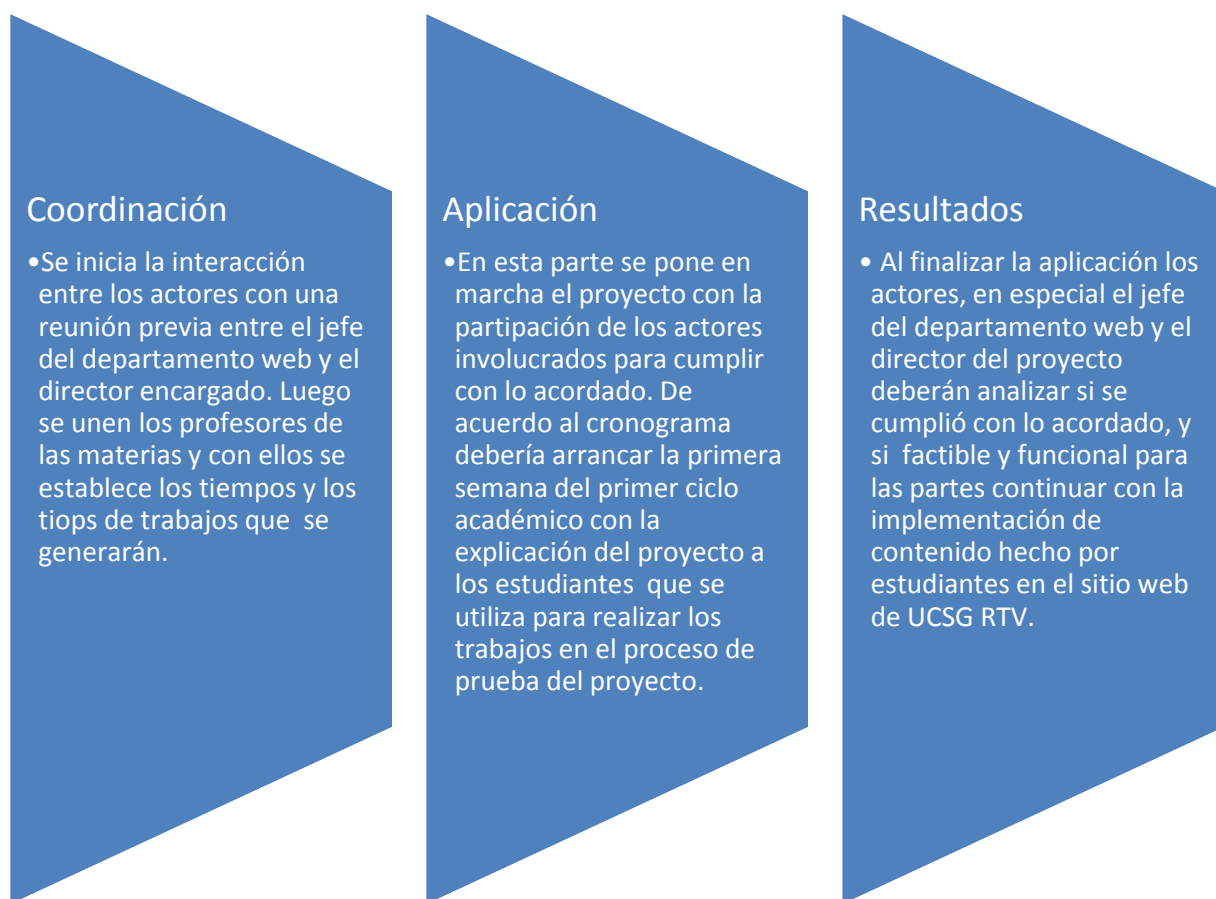


Tablas y gráficos 10: Organigrama de UCSG RTV. Fuente: UCSG RTV.

## 10.5 Planificación y proceso de desarrollo del contenido

Para establecer cómo se creará y manejará el contenido se tomó en cuenta la información proporcionada por los actores del proyecto, es decir, el jefe del departamento web de UCSG RTV y los profesores de las materias, seleccionadas de un análisis previo de la malla curricular para observar cuáles podrían estar relacionadas.

Luego de procesar la información se decidió separarlo en tres fases:



Tablas y gráficos 11: Fases del proyecto. Elaboración propia.

## 10.6 Materias escogidas

Luego de hacer un análisis de la actual malla de la Carrera de Comunicación se escogió cuatro materias que por el concepto que tienen se relacionan muy bien con los objetivos de este proyecto:

*Periodismo Multimedia*

Profesora: Sonia Yáñez

Esta es la que más se conecta con el proyecto, pues como su nombre indica, es en la que sus estudiantes realizan trabajos en los que se utiliza la convergencia de medios.

En la cátedra se organiza a los estudiantes en grupos para producir reportajes con texto y fotos durante el primer parcial y con video en el segundo parcial.

Si bien las temáticas de los reportajes son distintas y de elección libre de quienes los hacen, la profesora de la materia está abierta a conversar con el director del sitio web para de ser necesario establecer una temática general que pueda unir los reportajes y subirlos como un especial hecho para UCSG RTV.

*Comunicación radiofónica*

Profesor: José Luis Férrez

Al conversar con el encargado de esta materia indica que ellos en la cátedra realizan distintos trabajos radiales y programa radial que podrían incluirse en el proyecto. Aunque también está abierto a recibir propuestas.

Esta materia aportaría con el ámbito radial, otro componente fuerte en el sistema de medios de la universidad.

### Fotografía II

Profesor: Stalin Díaz

La parte gráfica siempre es un punto a favor dentro del ámbito de la comunicación. El profesor indica que dentro de esta materia se puede aportar con una tarea de fotoperiodismo, en la que los estudiantes puedan mostrar a través del lente su visión sobre diversos temas. Solo se podría entregar un trabajo grupal por ciclo. La cátedra tiene una media de más de 20 alumnos por ciclo, según quien la dirige.

### Taller de prensa

Profesora: Maritza Carvajal

Esta cátedra está concentrando en producir contenido multimedia, que se muestra en blogs desarrollados por lo estudiantes.

Por ello, en primera instancia su maestra, Maritza Carvajal, indica que se podría realizar un proceso de acercamiento empezando con una página en la que se promoció y enlace el blog que maneja el taller, y dentro de este también se puede hacer un enlace para volver al sitio del canal. Esto sería similar a lo que hacen varios medios en la red, que manejan contenidos adicionales mediante blogs de sus colaboradores.

Respecto a si estos estudiantes podrían realizar trabajos directamente para el sitio en vez de conformar un blog (que cambia por cada taller), la profesora indica que sí es factible coordinando la temática y tiempos de entrega con anticipación con el director del sitio web, pero agrega que sería mejor iniciar el proceso colaborando con los blogs hasta que se establezca los parámetros idóneos.

Hay que tomar en cuenta que los talleres duran tres meses y se realizan tres de manera seguida y luego una pausa larga. Durante las 12 semanas que dura, las dos primeras son de planificación y en las siguientes se publica productos noticiosos semanalmente.

El mayor beneficio para estas materias es que los trabajos que realizan sus estudiantes tendrán como ventana un medio de comunicación que ya tiene un público definido y que al mismo tiempo pone ante el escrutinio público ese contenido. Además, obviamente, de ofrecer información periodística a la comunidad.

### 10.7 Tipos de contenido que aportarían las materias

Según lo conversado con los profesores de las materias seleccionadas esto sería, en breves rasgos, qué aportarían.

MATERIA	PROFESOR	METODOLOGÍA	FORMATO TIPO MATERIAL	No. De materiales	Temática
PERIODISMO MULTIMEDIA	Sonia Yáñez	Grupos de alumnos entregarían material al finalizar cada parcial.	Post, artículos multimedia, videos.	Depende del número de estudiantes y del tipo de trabajo.	Tendencia
COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA	José Luis Férez	Los trabajos podrían ser individuales o grupales. Se podría entregar cada	Audios	Depende del número de estudiantes y del tipo de trabajo	Informativo, tendencia, concientización

		parcial.			
TALLER DE PRENSA	Maritza Carvaja I	Un solo grupo por todo el curso.	Texto, fotos, videos	1 producto general con actualizaciones de información semanal	Tendencia
FOTOGRAFÍA	Stalin Díaz	Un solo grupo por todo el curso.	Fotografías	1 producto general	Periodístico

Tablas y gráficos 12: Tipos de contenidos de las materias. Elaboración propia.

A esto podría añadirse temas de índole netamente universitaria, como la comunicación con las autoridades, explicativos de procesos (videos de cómo hacer ciertos trámites), actividades de distracción y eventos deportivos, en conclusión, todo lo que ocurre dentro del campus para aprovechar el público objetivo que se tiene en los estudiantes de la UCSG, que no está siendo atendido ahora en el sitio web, pues su target en estos momentos son las personas entre 22 a 40 años y desean incluir a su público los que están entre 17 y 22, es decir, los universitarios (G. Del Campo, entrevista personal, 2 de julio del 2014).

## 10.8 Requerimientos técnicos del material

Según información proporcionadas por el personal encargado en el material enviado por los alumnos deben cumplir con ciertas características básicas:

<b>Video</b>	No debe durar más de cinco (5) minutos de duración. Debe entregarse en formato FLV con resolución de 1080p.
--------------	--

<b>Fotografías</b>	Deben estar en formato JPG o en PNG (en caso de no tener fondo). El tamaño mínimo es de 800x600.
<b>Texto</b>	No deben superar los 3.000 caracteres.

Tablas y gráficos 13: Requerimientos técnicos. Elaboración propia.

## 10.9 Manejo de los tiempos de entrega del material

El material acordado deberá ser entregado por las materias al departamento web de UCSG RTV al final del primer o segundo parcial, dependiendo de lo coordinado entre ambas a través del profesor director del proyecto, tomando en cuenta que cada ciclo académico tiene dos parciales.

Luego de recibir el material, el equipo del departamento web del canal se encargará de diseñar el material y subirlo a su plataforma. Su jefe, Guillermo del Campo (Del Campo, 2014), ha aceptado manejar el contenido proporcionado por las materias y encargarse de diseñar, archivar, segmentar y establecer el calendario de publicaciones.

Este departamento también tendrá que ordenar el material para que salga de acuerdo al cronograma pactado y de ser necesario complementarlo con un trabajo adicional de redacción de un texto introductorio que acompañe a los elementos multimedia (videos, audios o fotos).

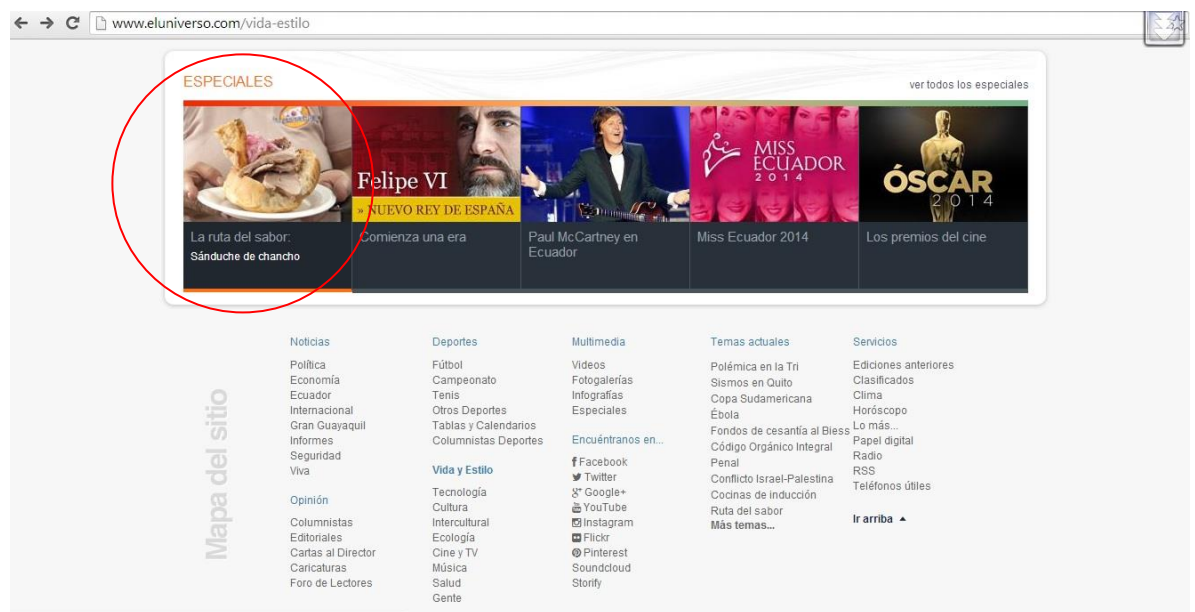
El jefe del departamento web tendrá que estar en contacto con el director del proyecto para cumplir con los cronogramas de trabajo que se establezcan con entre las partes.

En diseño



Los contenidos multimedia hechos por los estudiantes deberán tener una sección propia dentro del sitio web de UCSG TV. En esta habrá una explicación del concepto de la sección acompañado de un banner relacionado con la temática.

Lo más similar a lo que se propone es lo que hace diario El Universo en su sección de especiales:



Tablas y gráficos 14: Ejemplo 1. Tomado de eluniverso.com.

Luego de dar clic en alguno de los especiales se abre una página con un banner de la temática y los contenidos que se han hecho sobre esta.



Tablas y gráficos 15: Ejemplo 2. Tomado de eluniverso.com.

## 10.10 Cronograma de aplicación de la propuesta

Su ejecución se llevaría a cabo en el tiempo en que se desarrollan dos ciclos académicos (preferentemente el B del 2014 y A del 2015).

Actividad	Fecha
Inicio del proyecto y planeación entre departamento web y el director del proyecto, quien a su vez se reunirá con los encargados de las materias que participan para definir temáticas y tiempos.	Dos semanas antes del inicio del ciclo B 2014.
Explicación del proyecto a los estudiantes de la materia.	Primera semana del primer parcial del ciclo B del 2014.

Realización de los primeros contenidos, dirigidos por los profesores.	Las siete primeras semanas del primer parcial del ciclo B del 2014.
Entrega de los primeros contenidos de las materias que se comprometen a entregar material al finalizar cada parcial.	Última semana del primer parcial del ciclo B del 2014.
Transferencia de conocimientos respecto a los resultados de la primera aplicación entre el departamento web y el director del proyecto, quien será el representante de los profesores de las materias involucradas.	Segunda semana del segundo parcial del ciclo B del 2014.
Realización de contenidos por los estudiantes, dirigidos por los profesores.	Las siete primeras semanas del segundo parcial del ciclo B del 2014.
Segunda entrega de contenidos de las materias que se comprometen a entregar material al finalizar cada parcial y otras que lo hacen una vez por ciclo.	Última semana del segundo parcial del ciclo B del 2014.
Reunión entre el departamento web y el director del proyecto, quien luego hablará con los profesores de las materias para hacer un análisis de lo realizado en el ciclo B del 2014 y ver errores y posibles	Una semana después de la finalización del segundo parcial del ciclo B del 2014.

mejoras.	
Reunión entre el departamento web y el director del proyecto, quien a su vez comunicará a los profesores de las materia, para determinar temáticas y tiempos para la entrega de contenidos del ciclo A del 2015.	Una semana antes del inicio del primer parcial del ciclo A del 2015.
Explicación del proyecto a los estudiantes de la materia.	Primera semana del ciclo A del 2015.
Realización de los primeros contenidos, dirigidos por los profesores.	Siete primeras semanas del primer parcial del ciclo A del 2015.
Entrega de los primeros contenidos de las materias que se comprometen a entregar material al finalizar cada parcial.	Última semana del primer parcial del ciclo A del 2015.
Transferencia de conocimientos respecto a los resultados de la tercera aplicación entre el departamento web y el director del proyecto, quien comunicará lo conversado a los profesores de las materias involucradas.	Segunda semana del segundo parcial del ciclo A el 2015.
Realización de contenidos, dirigidos por los profesores.	Las siete primeras semanas del segundo parcial del ciclo A del 2015.
Segunda entrega de contenidos de	Última semana del segundo parcial

las materias que se comprometen a entregar material al finalizar cada parcial y otras que lo hacen una vez por ciclo.	del ciclo A del 2015.
Reunión entre el departamento web, director del proyecto y los profesores de las materias para hacer un análisis de lo realizado en el ciclo B del 2014 y ver errores y posibles mejoras. Además coordinar si continúa o no.	Semana siguiente a la finalización del segundo parcial del ciclo A del 2015.

Tablas y gráficos 16: Cronograma de aplicación. Elaboración propia.

### 10.11 Administración del proyecto

El equipo del departamento web de UCSG RTV será el encargado de recibir y publicar el material. Sin embargo, los maestros de las materias que quieran intervenir deben mantener un acercamiento que permita una retroalimentación mutua de la experiencia.

Para que esta interacción sea llevada a cabo de manera más organizada debe intervenir un director de proyecto, cargo en el que puede designarse a uno de los profesores a tiempo completo.

También, para un mayor control, el material debe ser registrado mediante una plantilla que permita mantener un control sobre los temas que se tratan, las áreas a la que pertenecen y para observar qué materias y qué estudiantes desarrollan un perfil más acorde a lo que se busca en el manejo del periodismo online.

Ejemplo de plantilla:

<b>Ficha de registro de contenido estudiantil en el sitio web de UCSG RTV</b>	
<b>Materia:</b>	Se indica de qué materia proviene
<b>Temática:</b>	Descripción del contenido acordado entre el departamento web y la materia
<b>Nombre:</b>	Descripción de lo que se trata este contenido en particular dentro de la temática antes mencionada
<b>Material:</b>	Qué materiales contiene (texto, fotos, videos, audios) y las extensión de cada uno.
<b>Fecha de entrega:</b>	Qué día se entregó al departamento web de UCSG RTV
<b>Realizadores:</b>	Nombre de los estudiantes que lo hicieron
<b>Profesor supervisor</b>	Profesor encargado de la materia
<b>Tiempo de realización:</b>	Cuánto tiempo tardaron los estudiantes en realizarlo
<b>Observaciones:</b>	Algo que se quiera agregar respecto al contenido

Tablas y gráficos 17: Ficha del material. Elaboración propia.

## 11 Conclusiones

La metodología de este proyecto es totalmente aplicable. La publicación de contenidos en el sitio web del Sistema de Medios de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG RTV) generará un aumento en la producción de contenido que el medio implementa en su sitio web,

fortaleciendo su imagen online bajo el concepto de la vinculación entre la comunidad académica y la ciudadanía en general.

El departamento web de UCSG RTV recibirá con gusto los contenidos hechos por los estudiantes, siempre que cumplan con las temáticas que maneja el Sistema de Medios de la UCSG. Cuatro materias de la Carrera de Comunicación estarían dispuestas a participar en el proyecto para darle mayor notoriedad a los trabajos que se realizan dentro de ellas.

Los actores serán específicamente cuatro: El equipo del departamento web de UCSG RTV, un profesor de tiempo completo que sirva como un director del proyecto que sea el puente que comunique al Sistema de Medios con los profesores de las materias (quienes serían el tercer actor) y, a su vez, ellos a los estudiantes (cuarto actor).

Entre las necesidades sobresale el buscar una óptima interacción entre los actores, así como cumplir las temáticas y requerimientos solicitados por el medio de comunicación. Los recursos que se usarían serían técnicos (equipos de la Facultad de Filosofía) y humanos, tanto de los trabajadores del sitio web como cinco miembros del cuerpo docente de la Carrera de Comunicación y sus alumnos.

Dos de las cuatro materias no tienen más espacio que el aula de clases para mostrar los trabajos hechos por sus estudiantes, mientras que las otras dos utilizan blogs creados específicamente para subir el material producido. En ambos casos, el sitio web de UCSG TV se convierte en una plataforma atractiva por la cantidad de usuarios que tiene al ser un medio ya posicionado en internet.

El departamento web de UCSG RTV gana al recibir contenido, que no puede hacer por falta de personal y recursos, que puede mostrar como información adicional a las producciones que se suben y que ya fueron transmitidas por el

canal y la estación de radio, algo importante para dar un paso más en su plan de convertirse en un medio más del Sistema de Medios de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Los temas que se traten deben ser coherentes con los objetivos del medio, que son los de aportar conocimiento a la comunidad universitaria y a la ciudadanía en general, en campos como educación, cultura, salud, economía, deportes, entre otros.

## **12 Recomendaciones**

De acuerdo con lo conversado con los profesores y con el jefe del departamento web, hasta antes de este proyecto no se ha realizado ningún tipo de trabajo en el que interactúen estos actores, por lo que el primer problema a superar es promover una coordinación efectiva para que las partes puedan establecer procesos que permitan la realización, entrega y publicación de contenido para los 75 mil visitantes que tiene el sitio web de UCSG RTV.

Por los objetivos y resultados que se esperan alcanzar, se recomienda que esta propuesta se tome en cuenta entre los proyectos de vinculación con la sociedad de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación. También se podrían integrar otras materias que aporten con más contenido.



## 13 Bibliografía

- Astudillo, F. (11 de agosto de 2014). Entrevista personal. (R. Rennella, Entrevistador)
- Canavilhas, J. (6 de abril de 2008). *knightcenter.utexas.edu*. Obtenido de [knightcenter.utexas.edu](http://knightcenter.utexas.edu):  
<https://knightcenter.utexas.edu/presentations/joao.ppt>
- Carvajal, M. (30 de julio de 2014). Concepto del Taller de Prensa y posibilidades de relación con el proyecto. (R. Rennella, Entrevistador)
- Del Campo, G. (2 de julio de 2014). Entrevista personal. Implementación de contenido en el sitio UCSG RTV. (R. Rennella, Entrevistador)
- EcuadorInmediato. (13 de agosto de 2014). *ecuadorinmediato.com*. Recuperado el 13 de agosto de 2014, de [ecuadorinmediato.com](http://www.ecuadorinmediato.com):  
[http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=195743&umt=542c7\\_por\\_ciento\\_de\\_ecuatorianos\\_accede\\_a\\_internet](http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=195743&umt=542c7_por_ciento_de_ecuatorianos_accede_a_internet)
- Goldenberg, S. (2005). *La interactividad: El desafío pendiente del periodismo online*. Obtenido de Cuadernos de información:  
<http://www.redalyc.org/pdf/971/97117402010.pdf>
- Martínez, L. (2004). *El Periodista en Transformación en el Ciberespacio: la Reivindicación del Periodista como Periodificador en la Red*. Obtenido de Razón y palabra:  
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n42/lmartinez.html>
- Matanzo, R. (9 de agosto de 2013). *Roastbrief*. Recuperado el 13 de agosto de 2014, de Roastbrief:  
<http://www.roastbrief.com.mx/2013/08/convergencia-de-medios/>
- Pastor-Saorín, J. A. (1994). *dialnet.unirioja.es*. Obtenido de [dialnet.unirioja.es](http://dialnet.unirioja.es):  
<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuadern4/hiperdoc.htm>

- Reyes, C. (12 de agosto de 2014). Entrevista personal. Periodismo en la web. (R. Rennella, Entrevistador)
- Astudillo, F. (11 de agosto de 2014). entrevista personal. *entrevista personal*. (R. Rennella, Entrevistador)
- Astudillo, F. (11 de agosto de 2014). Periodismo multimedia. (R. Rennella, Entrevistador)
- Briggs, M. (2007). *Periodismo 2.0: Una guía de alfabetización digital*. Asutin, Texas: Knight Citizen News Network.
- Canavilhas, J. (6 de abril de 2008). *knightcenter.utexas.edu*. Obtenido de [knightcenter.utexas.edu](http://knightcenter.utexas.edu):  
<https://knightcenter.utexas.edu/presentations/joao.ppt>
- Carvajal, M. (30 de julio de 2014). Concepto del Taller de Prensa y posibilidades de relación con el proyecto. (R. Rennella, Entrevistador)
- Del Campo, G. (2 de julio de 2014). Implementación de contenido en el sitio UCSG RTV. (R. Rennella, Entrevistador)
- EcuadorInmediato. (13 de agosto de 2014). *ecuadorinmediato.com*. Recuperado el 13 de agosto de 2014, de [ecuadorinmediato.com](http://www.ecuadorinmediato.com):  
[http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=195743&umt=542c7\\_por\\_ciento\\_de\\_ecuatorianos\\_accede\\_a\\_internet](http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=195743&umt=542c7_por_ciento_de_ecuatorianos_accede_a_internet)
- Franco, A. (junio de 2014). Implementación de contenido en UCSG RTV. (R. Rennella, Entrevistador)
- Goldenberg, S. (2005). *La interactividad: El desafío pendiente del periodismo online*. Obtenido de Cuadernos de información:  
<http://www.redalyc.org/pdf/971/97117402010.pdf>
- Martínez, L. (2004). *El Periodista en Transformación en el Ciberespacio: la Reivindicación del Periodista como Periodificador en la Red*. Obtenido de Razón y palabra:  
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n42/lmartinez.html>
- Matanzo, R. (9 de agosto de 2013). *Roastbrief*. Recuperado el 13 de agosto de 2014, de Roastbrief: <http://www.roastbrief.com.mx/2013/08/convergencia-de-medios/>
- Pastor-Saorín, J. A. (1994). *dialnet.unirioja.es*. Obtenido de [dialnet.unirioja.es](http://dialnet.unirioja.es):  
<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuadern4/hiperdoc.htm>
- Reyes, C. (12 de agosto de 2014). Periodismo en la web. (R. Rennella, Entrevistador)

## **14 Anexos**

Resumen de las entrevistas realizadas a las fuentes.

### **1. Clara Reyes**

#### **Jefa de contenidos digitales de Ecuavisa**

##### **¿Cuál es la Importancia de estar en la web?**

Si tú quieres encontrar a un medio, porque te va a dar información, desde hace mucho tiempo lo encuentras en la web. Cuando dicen que los medios digitales son el futuro, no es verdad. Son desde hace algún tiempo el presente. La importancia es toda, porque si no estás pierdes mucho frente a su competencia.

##### **¿Por qué debe Generar contenidos propios?**

Es importante entender que el medio digital no es una segunda pantalla de la tv, no es un soporte de la radio, no es una versión digital de lo impreso. Es un medio independiente. Por ejemplo, en Ecuavisa tenemos seis noticieros, si la web se encargara de subir la información de los noticieros solo estaría activa en el momento que se transmiten y no tiene sentido. El medio digital es el hijito o hermanito del medio mayor, es independiente, por lo tanto el flujo de información que debe haber en ese sitio debe ser de manera independiente. Con su propio editor o director de noticias (...) y un equipo de periodistas integrales y ciertos periodistas especializados que pueden

aportar a los diferentes contenidos desde las 00:00 hasta las 23:59, todo el día.

### **¿Cómo posicionar un sitio?**

Si comienzas desde cero es entender cuál es el objetivo de ese medio digital. Debes tener tu concepto de qué vas a crear y qué va ir acompañando a ese medio digital, como que redes sociales vas a tener, qué tipo de contenidos vas a abordar, qué público quieres que te lea, para definir tu estética (...) después de que entiendas a que público le vas a hablar, ahí es que vas a definir la forma, que también es muy importante, para el lector tiene que ser atractivo.

Empezar también a generar mecanismos de producción de contenidos, si estás pasando lo de la pantalla, tiene que ser porque es tu producto fuerte, tu base, pero adicional a eso tienes lo que vas a empezar a crear, que otras historias, qué noticias, situaciones, puede generar que quepan en el mismo medio y que estén alineadas con el pensamiento del medio.

Crece es muy difícil, es un proceso de mediano y largo plazo, y de seguimiento, pero sobre todo de conocer a tu lector, que les parece importante, los conozco y empiezo a crear nuevas historias.

También se puede tratar de fortalecer el medio digital a través de la televisión o la radio, tratas de vender tu digital porque hay gente que no lo está conociendo. Es darle un impulso, una patadita. Ya el resto es contenido.

### **¿Qué contenidos generar?**

Cada medio debe sacar sus conclusiones, porque cada medio tiene sus tipos de televidentes (...) que no necesariamente me sigue en digital, pero ese es mi posible público en proyección.

Para conocerlo hay herramientas como Google Analytics, donde ves el desarrollo y desempeño de tu sitio, donde ves como le está yendo a tus noticias.

### **¿Forma del contenido?**

Se toma en cuenta. Los textos en web no deben ser muy largos, nadie se va a quedar leyendo 20 párrafos, porque la naturaleza de la web es para que sea información de fácil digestión, entonces deben ser relativamente cortos, tampoco hay reglas, también publicamos noticias muy largas porque lo ameritan. De lo contrario generamos cortos con leguajes simples.

Tratamos de que sean videos cortos, que no sean de 20 o 60 minutos seguidos porque no te va a cargar, se te va a cortar por la mitad. Es más fácil que una persona revise un video que dura un minuto y medio a uno que dura cinco, a no ser que sea un microdocumental increíble que te lo consumes sin darte cuenta. Depende mucho del contenido.

El medio digital es muy multimedia, es importante trabajar con todas las plataformas, video, texto, sonido, fotografías, porque para solo texto y foto me quedo con el impreso, para solo video me quedo con la pantalla, para solo audio me quedo con la radio. Esa es la fortaleza de un medio digital, que puede tener todas las herramientas en un solo lugar.

### **¿El papel de los periodistas?**

Son periodistas que están en esta era. Son periodistas jóvenes que son curiosos, que les gusta navegar por la web, que le gusta andar por la vida un sábado en la tarde y le gusta grabar con su celular cualquier experiencia y convertirla en una noticia. Es muy diferente contratar un periodista plano que uno para el digital, porque además tiene que gustarle conocer cómo su noticia se está desarrollando, como la están leyendo, su desempeño. Es más curioso, más hábil, más moderno, más abierto a ideas.

### **¿Cuál es el impacto de temas serios?**

Es muy variado, depende. Es muy importante el periodista, porque ves como enfoca la nota, que titulo bueno le da para que sea más llamativo en redes. No existe una fórmula, en el digital la formula es observar y actuar después, pero tal vez lo que observé me sirve hoy, pero mañana no, entonces es constantemente observar cómo reaccionan mis lectores.

### **¿Y el papel de redes sociales?**

Ojala siempre haya un encargado de ver qué dicen los lectores, cómo interactúan con ellos, que constantemente esté viendo las necesidades de las personas que están escribiendo.

Ojala tenga siempre personas solo para pensar en las redes sociales, hoy es fundamental las redes sociales en las redacciones digitales.

El medio digital ya es interacción, ya sea en redes o para llevarlos a tu página web.

## **2. Fernando Astudillo**

### **Jefe de redacción y supervisor de contenidos de eluniverso.com**

#### **¿Por qué es importante para un medio estar en la web?**

Es una realidad más que obvia, el mundo es digital y móvil, entonces no es más que una obligación de cualquier medio estar en una plataforma digital en la que se replique contenido de otros medios, sino que se desarrolle contenidos propios.

#### **¿Qué características diferentes tiene el informar por esta vía?**

La comunicación siempre va a estar diferenciada de acuerdo a la plataforma que se usa. No podemos decir que es lo mismo comunicar en el papel que en la web. No se titula igual, los espacios son distintos. Hay mucho más espacio en la web, que es una buena noticia para los periodistas que vivimos siempre con el estigma de 'no tengo espacio en el papel', y estas teorías de que cada vez la gente lee menos, que son más rebatidas sobre todo en la web cuando se hacen buenos trabajos.

Cada plataforma tiene su espacio y tiene sus características, por lo que hay que diferenciarse y escribir de manera distinta en cada una de ellas.

#### **¿Qué es lo que más se busca?**

Deportes es el rey y también hay una búsqueda bastante fuerte de entretenimiento. No es una novedad, es fenómeno mundial. Entonces hay

esos dos canales con mucha fortaleza, lo que no indica que cuando hay una noticia de impacto no tenga mucha fortaleza.

### **¿El periodista de esta plataforma debe manejar muchas herramientas digitales?**

Yo no soy tanto de esto que se dice de que si no sabes de tecnología no eres nadie. Yo prefiero que la gente sepa pensar, sepa escribir bien, sepa leer entre líneas y tenga formación sólida y ética periodística. El asunto tecnológico se va aprendiendo. Puedes tener al más diestro manejador de un 'smartphone', pero si no tiene criterio, si no sabe pensar, si no tiene ideas, si no tiene iniciativa, si no tiene pasión no me sirve que maneje el último Samsung.

La tecnología es un medio importante para ser más eficientes, mas rápido, conseguir más información en menos tiempo, pero la esencia del oficio siguen idénticas y no necesariamente los eruditos en tecnología son los mejores periodistas.

### **¿Cómo presentar ese contenido?**

Siempre la plataforma debe sacar el jugo a lo que hay ahí. Si hablo de una cantante que presentó el nuevo clip, es obvio que tengo que ponerlo. Quiero ver esas cosas, quiero relacionar, mandar un hipervínculo. Por eso esta esa multimedialidad que hay dentro de internet y es importantísimo.

### **¿Qué es importante al momento de estructurar un medio digital?**

Primero tener claro el público objetivo con el que voy a trabajar. Por ejemplo, nuestro principal es el universitario. Hay que hacer un estudio de qué quiere: Información sobre su universidad, sobre la fiesta, la farra, de la vida, un chat con las autoridades, hay una maravillosa oportunidad (en este medio). Quieres tener una red social interna, hacer foros, para los partidos políticos. También los proyectos que hay, qué universitarios destacados están haciendo cosas interesantes, es un mundo fantástico, pero primero hay que estudiar ese mercado.Cuál va a ser la estrategia de social media, quien le

va dar mantenimiento, quién va a ser el equipo. Eso, sin tratar aún la parte periodística.

### **¿Cuánto influye lo visual?**

El video es fundamental. Tiene que ser de buena factura (calidad) y pensado para ser consumido en celulares. Hay que hacer cosas que expliquen las cosas, cómo hago el trámite de algo, por ejemplo, si me quedo en alguna materia. Además no hay paquete que se venda sin un buen diseño.

### **¿Cómo posicionarlo?**

Después de tener el estudio claro comienzas a desarrollar información, estrategia de marketing digital. Hay que desarrollarlo y dependerá de que los contenidos que se generen sean interesantes. (...) La estrategia interna dentro de la universidad, de cómo se va marquetear para difundir los medios en la comunidad universitaria.

### **¿Qué le parece esta experiencia para los estudiantes?**

Me parece muy buena, la academia que enseña haciendo, sería un vínculo importantísimo para los estudiantes, que tengan gente que los guie, que haya edición y cuidado porque cuando sale al mundo real sigue siendo un estudiante pero ya está en el mundo real que tiene la ley de comunicación encima. Hay un análisis que hacer, en los temas en que me voy a meter, tiene que haber gente que filtre y edite las noticias, como el esquema de toda redacción, para que el asunto sea enriquecedor.

## **3. Guillermo Del Campo**

**Jefe del departamento web de UCSG RTV**

### **¿Cómo nace ucsgrtv.com?**



Se origina como mi proyecto de tesis que proponía el acercamiento mediante esta vía a la comunidad universitaria. Se hizo una investigación para darse cuenta de qué crear. Es un proyecto que va por etapas, en la que la primera fue el diseño. El objetivo final es que la web se convierta en un medio más del Sistema de Medios de la Universidad Católica.

### **¿Cuáles son las falencias del sitio?**

Primero la falta de recurso humano, solo somos dos personas. A medida que haya más personas eso provocará una avalancha de generación de información. Otra deficiencia son los horarios porque no tenemos el personal necesario para informar durante el fin de semana, por ejemplo.

### **¿Cómo funciona el sitio?**

La radio y el canal reciben propuestas de los estudiantes, y lo que hacemos actualmente es almacenar esa programación.

### **¿Además de la web que otros plataformas tienen?**

Otro de los puntos que determinamos es que las aplicaciones móviles se están moviendo a una velocidad impresionante, y el 75% de los estudiantes de la UCSG tiene acceso a la web desde sus móviles, entonces desarrollamos estrategias que permitan acercarnos a ellos, como crear la aplicación para Android, BlackBerry e iOS, en la que puedas ver el canal de TV y escuchar la radio. En cinco años todo va a ser en aplicaciones.

### **¿Cómo hacen las actualizaciones de información de la página?**

En la página de la radio se suben noticias con temática nacional y de la agencia EFE. Sí hay un sentido noticioso ahí. Nosotros vemos la necesidad de actualizar con noticias la web, porque el usuario va a la web quiere observar cuál es la última noticia y estar informado, tratamos en lo posible de que la página se actualice dos veces al día. En la televisión se suben 15 minutos de los programas que se transmiten.

### **¿Qué piensa de la propuesta?**

Me parece bien, sí se podría aplicar. Yo estoy totalmente abierto porque esa, de alguna manera, es lo que se tenía pensado desarrollar, pero para eso se necesita tiempo y personal. Si se lo va a hacer como una propuesta académica, encantado. Creo mucho en la capacidad de los estudiantes.

### **¿Cómo se colocaría dentro del sitio web?**

Yo lo que quiero que tenga un mayor impacto la entrada, eso de alguna manera nos puede dar un mayor impacto. También se podría crear una sección que aparezca en los dos microsítios.

### **¿Cuál es el personal del departamento web?**

Yo, el jefe del departamento, Emilio Coronel, que es el webmaster, y un pasante diferente que viene todos los meses.

## **4. Maritza Carvajal**

### **Profesora de Taller de Prensa**

#### **¿El taller de prensa está enfocado hacia lo multimedia?**

En la cátedra trabajamos un blog, donde se aprovecha la posibilidad multimedia que ofrece la internet para insertar videos, fotos, audios, noticias que no sean solo texto, sino una producción audiovisual, pero no en todo el blog. Los estudiantes le incorporan a la noticia fotos tomadas por ellos, o producen noticias elaboradas de manera audiovisual.

#### **¿Cuál es la duración del taller?**

Cada taller dura tres meses. Los talleres no siguen los mismos calendarios que las materias, empiezan antes y también se extienden.

#### **¿El blog que se crea varía?**

Sí, pero se está pensando en que el blog se mantenga. La idea de variar está dada para que cada grupo tenga la oportunidad de practicar en las diferentes etapas del proceso de producción, primero planean, producen y hacen la presentación oficial. La temática también varía, depende de lo que decida el grupo de estudiantes.

### **¿Cómo funciona?**

Durante las 12 semanas en que se desarrolla, las dos primeras son de planificación y en las siguientes se publica material con una periodicidad semanal. Lo que se hace es emular una sala de redacción de un medio de comunicación, por eso se reparten responsabilidades con cargos y funciones. El objetivo es acercar a cada estudiante a la realidad de un medio de comunicación. No se trata únicamente del contenido, sino de las herramientas digitales para la interacción con los internautas.

### **¿Cuántos alumnos tiene?**

El número varía, en el último taller había ocho, pero en el anterior tenía 25 y tuve que hacer dos blogs.

### **¿Dentro del taller se pueden producir contenidos para ser implementados en el sitio web del canal?**

Yo creo que la relación sí puede darse, tal vez no en cuanto a una producción permanente, pero sí en el intercambio de información, una interrelación entre el sitio y el blog.

### **¿Cómo unir?**

En el blog se puede hacer un link de la página del canal y viceversa. No ayudamos mutuamente. Además en el blog del taller se puede poner como un resumen de las principales noticias o programas del canal y de la radio. Ahí sumamos. Como los estudiantes hacen reportería, van a ser beneficiados de esa interacción porque su información va a ser leída por más gente. Hay bastantes posibilidades de que el sitio se alimente desde el

blog del taller, y en determinado momento se puede alimentar al canal y a la radio.

#### **¿Podría producir directamente para el sitio web?**

En el caso del taller tendríamos que organizar, para ver si la persona que genera la información sería la misma que también se encarga del apoyo gráfico. Sí es posible, pero habría que hacer un proceso, pensando en producir uno que otro material en el próximo semestre e ir estableciendo las conexiones para de manera paulatina ir aumentando hasta hacer una producción completa. La inquietud sería las características técnicas.

#### **¿Entonces sí se podría conectar directamente?**

Siempre y cuando el taller ya tenga un espacio establecido y no se tenga que buscar dónde ubicar (...). Lo importante es que va a beneficiar a los estudiantes. Es una situación que hay que capitalizar.

### **5. José Luis Férez**

#### **Profesor de Comunicación Radiofónica y Producción de Radio**

#### **¿Qué material podría aportar la materia de Comunicación Radiofónica?**

Hay trabajos en grupo e individuales y la tutoría es un programa de radio.

#### **¿Se podría conversar con el encargado web para unir la materia y aportar contenido?**

Sí no había ningún problema, se puede hacer, pero se lo conversa con tiempo igual para planificarlo. Siempre sería al final del primer y segundo parcial, que es cuando ya los chicos entregan el producto como tal, como parte de la tutoría.

#### **¿También se podría incluir a la materia de Producción de Radio?**

Tranquilamente podría ser un programa, también trabajan reportajes y cuñas creadas por ellos que aportan con un mensaje a la sociedad. Por ejemplo,

no invadir el carril de la Metrovía, mantener las playas limpias, prevenir el maltrato infantil, el bullying, cosas así. Esos son los productos que sacan los chicos en quinto ciclo, en Producción, que va más allá de lo periodístico. Se explican detalles estrictamente técnicos de la radio, en el uso de herramientas, de cortinas, conocer cómo funciona el negocio de la radio como tal, la preproducción, la coproducción, cómo se pauta y en dónde, el funcionamiento de la parrilla de programación. Lo periodístico entra poco, está más enfocada a todo lo que hay en el mundo de la radio. En comunicación radiofónica, en cuarto ciclo, sí se abarca todo, tanto la parte periodística como los elementos de la radio.

## **6. Stalin Díaz**

### **Profesor de Fotografía I y II**

#### **¿Qué trabajos se hacen en las materias de fotografía?**

Se puede registrar las actividades que hacemos en las dos materias, donde se practica lo aprendido. Diafragma, ISO, velocidad, temperatura de color, balance de blancos. Luego de aprender eso ellos practican para contar una historia. Además ellos tienen que armar un portafolio con todos sus trabajos prácticos. Por ello, se puede subir los mejores trabajos, los tres primeros, y enseñar, por ejemplo, como el paralelo uno hizo trabajos con la técnica del zoom y se le pone abajo, para tener algo didáctico, con qué diafragma fueron tomadas las fotos y cómo lo hizo el estudiante y si se puede también poner su carita del estudiante y explique cómo lo hizo.

#### **¿Se podría hacer un especial con todos los trabajos de la materia, como una fotogalería?**

Sí, con los mejores. En fotografía uno se aprende a utilizar las herramientas y en la segunda, a combinarlas con el periodismo. Por ejemplo, tienen deberes en los que deben contar historias con fotos, aplicando las técnicas que aprendieron en el aula. Aquí se les da semiótica, el texto de los pie de

fotos, cómo editarlas acompañada de un buen título, además de los géneros del fotoperiodismo. La mayoría de trabajos son individuales.

**¿Entonces la que mejor se acoplaría sería fotografía II?**

Sí, por ejemplo, ellos tienen un tema de mostrar a Guayaquil desde un punto de vista diferente, con fotografías emocionantes, que las vea un extranjero y diga: ¡Woao! esto es Guayaquil. Es decir, desde un punto de vista periodístico y artístico. Así podríamos hacer un paquete llamado Guayaquil visto por estudiantes de comunicación, o por los jóvenes. Inclusive esto podría fomentar la sana competencia entre compañeros al ver el trabajo del otro publicado

**¿El sitio web de UCSG RTV podría ser una vitrina para los estudiantes?**

Las personas de afuera podrían ver los buenos trabajos e incluso llamarlos para algún trabajo.

**¿Qué requerimientos necesitaría para conectar la materia con este sitio web?**

Que haya un persona que coordine entre el docente y el sitio web, y entregarle a ella el material válido para subir a la plataforma.

**¿Cada cuánto se podría entregar trabajos?**

El de fotoperiodismo, en que se cuenta historias, que se da en Fotografía dos se podría entregar una vez por semestre. Porque sí es un poco más complicado, lo de las técnicas con fotografía, que se da en Fotografía uno, sí podría ser por parcial.