

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

Tesis previa a la obtención del Título:
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

PROPUESTA EDUCOMUNICATIVA DE REVISTA DIGITAL SOBRE
ECOLOGÍA Y MEDIO DENOMINADA “PLANETA AZUL Y VERDE”

AUTORAS:

CRISTINA MARITZA CRUZ MORA
TANIA ROSALÍA ARMIJOS GAVILANES

DIRECTOR:

ING. VÍCTOR HUGO GUEVARA

Quito, Junio del 2012

Declaración de autoría y responsabilidad de los contenidos

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad del (los/las) autor(as) Cristina Cruz y Tania Armijos

Quito, 04 de Junio de 2012

Cristina Cruz

Tania Armijos

Dedicatoria y agradecimiento:

*A nuestras familias que supieron darnos
todo el apoyo en el curso de la carrera
y especialmente en su finalización.*

*Familia Cruz Mora
y familia Armijos Gavilanes*

*También, agradecer a las instituciones
que abrieron sus puertas para
colaborar con la información,
criterios técnicos
y material audiovisual.*

*A todos los profesores de la Universidad
Politécnica Salesiana, que tuvieron la
paciencia para colaborar en las
correcciones teóricas y técnicas.*

ÍNDICE

Contenido	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACIÓN	2
OBJETIVOS	5
General	5
Específicos	5
MARCO TEÓRICO	5
La ecología de medios o ecología mediática	6
La comunicación análoga a la digital y el problema de la brecha digital	6
Comunicación, opinión pública y TIC	8
Los mass media, desarrollo y medio ambiente	9
MARCO METODOLÓGICO	11
Tipo de Investigación	11
Diseño de Investigación	12
Población y muestra	12
Técnicas e instrumentos de recolección de datos	14
Técnicas de procesamiento, análisis de datos y procedimiento	14
Procedimiento	15
CAPÍTULO I	16
ESCUELA DE TORONTO Y LA INVESTIGACIÓN EN LA COMUNICACIÓN	16
1.1. Breve historia de la Escuela de Toronto	18
1.1.1. Postulaciones teóricas	19
1.2. Principales autores	21
1.2.1. Harold Innis	21
1.2.2. Marshall McLuhan	26
1.2.2.1. Las tres innovaciones fundamentales de la tecnología	31
1.2.3. Joshua Meyrowitz	33
1.3. Neil Postman y la ecología de los medios	35

1.4.	Interpretaciones de la Escuela de Toronto.....	38
1.5.	Aplicaciones de la Escuela de Toronto.....	42
2.	CAPÍTULO II.....	47
	DE LA COMUNICACIÓN ANÁLOGA A LA DIGITAL.....	47
2.1.	Reseña histórica de los medios de comunicación	47
2.2.	¿Qué es la comunicación digital?.....	50
2.3.	Interfaz y experiencia de usuario.....	52
2.4.	La función digital de las palabras.....	54
2.5.	La brecha digital.....	57
3.	CAPÍTULO III	61
	COMUNICACIÓN Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN.....	61
3.1.	¿Qué son las TIC?	61
3.2.	Las redes telemáticas	63
3.3.	Servicios de las TIC.....	65
3.3.1.	Educación.....	65
3.3.2.	Búsqueda de información.....	68
3.3.3.	Entretenimiento	70
3.4.	Efectos de las TIC en la opinión pública	72
3.5.	Las TIC y medio ambiente.....	78
4.	CAPÍTULO IV.....	82
	COMUNICACIÓN Y MEDIO AMBIENTE.....	82
4.1.	¿Qué es el medio ambiente?.....	82
4.2.	Problemas medio ambientales.....	85
4.3.	El medio ambiente y el ser humano.....	90
4.4.	Los medios de comunicación y su relación con el medio ambiente	93
4.5.	Construcción de la opinión pública y el medio ambiente.....	95
4.6.	Política y medio ambiente	99
5.	CAPÍTULO V	106
	LA REVISTA DIGITAL	106
5.1.	¿Qué es una revista digital?	106
5.2.	Elementos de la revista digital.....	108
5.3.	Principales características.....	110

5.4.	Diferencias entre la revista digital e impresa.....	113
5.5.	Contenido editorial.....	115
5.6.	Uso de la imagen fija.....	117
6.	CAPÍTULO VI.....	122
	DESARROLLO DEL PRODUCTO.....	122
6.1.	Guión de Diseño.....	122
6.2.	Creación del concepto (Anexo 1).....	124
6.3.	Desarrollo y presentación de las propuestas de diseño.....	125
6.3.1.	Storyboard.....	125
6.4.	Desarrollo de las páginas (portada, contraportada y páginas maestras) – (Anexo 2).....	127
6.4.1.	Creación del fondo de pantalla.....	128
6.4.2.	Espacio para texto, imágenes e iconografía.....	128
6.4.3.	Edición de textos e imágenes.....	129
6.5.	Maquetación de las páginas maestras.....	130
6.6.	Diseño de interactividad.....	131
7.	CAPÍTULO VII.....	133
	VALIDACIÓN DEL PRODUCTO.....	133
7.1.	Validación Económica Sustentable.....	135
7.2.	Validación Referencial.....	135
7.3.	Validación Referenciales para la venta de publicidad.....	136
	CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN.....	139
	PRESUPUESTO.....	140
	CONCLUSIONES.....	141
	RECOMENDACIONES.....	143
	BIBLIOGRAFÍA.....	144

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABULACIONES	153
Tabulación de encuestas para la sociedad ecuatoriana (Ver anexo Encuesta 1)	154
Pregunta 1: ¿Sabe usted lo qué es una revista digital?	154
Gráfico 1	154
Pregunta 2: ¿Qué tipos de revistas digitales conoce?	155
Gráfico 2	155
Pregunta 3: ¿Con cuánta frecuencia lee revistas digitales?	156
Gráfico 3	156
Pregunta 4: ¿Qué es lo que más le atrae de una revista?	157
Gráfico 4	157
Pregunta 5: Referente a los contenidos, cómo consideraría usted mejor	158
Gráfico 5	158
Pregunta 6: ¿Cuál cree Usted que sería el impedimento para leer una revista digital?	159
Gráfico 6	159
Pregunta 7: ¿Sí usted pudiera obtener una revista digital totalmente gratuita dedicada al medio ambiente y ecología, la leería?	160
Gráfico 7	160
Pregunta 8: De acuerdo a sus intereses coloque de menor a mayor la información más importante que usted considera en una revista digital. Tome en cuenta que 1 es lo más importante y 5 lo menos importante.....	161
Gráfico 8	161
Pregunta 9: ¿Qué medio de comunicación usted utiliza con más frecuencia?	162
Gráfico 9	162
Tabulación de encuestas para comunicadores (Ver anexo Encuesta 2)	163
Pregunta 1: ¿Conoce Usted qué es una revista digital?	163
Gráfico 1	163
Pregunta 2: ¿Qué tipos de revistas digitales conoce?	164
Gráfico 2	164
Pregunta 3: ¿Qué tipo de información busca cuando lee revistas digitales?	165
Gráfico 3	165
Pregunta 4: ¿Considera innovador realizar una revista digital sobre ecología y medio ambiente?	166
Gráfico 4	166

Pregunta 5: ¿Cree qué es importante tratar temas de medio ambiente y ecología en estos tiempos?	167
Gráfico 5	167
Pregunta 6: ¿Cuál cree Usted que sería el impedimento para leer una revista digital?	168
Gráfico 6	168
Pregunta 7: ¿Cuál es la principal ventaja que Usted considera que tiene una revista digital sobre una revista impresa?	169
Gráfico 7	169
Pregunta 8: ¿Sí usted pudiera obtener una revista digital totalmente gratuita dedicada al medio ambiente y ecología, la leería?	170
Gráfico 8	170
ANEXOS	171
Anexo - Encuesta 1	172
Anexo – Encuesta 2	175
Anexo 1 - Creación del logotipo (propuestas)	178
Anexo 2 – Desarrollo de las páginas	181
Anexo 3 - Plantilla de validación de la revista	187

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

TEMA: PROPUESTA EDUCOMUNICATIVA DE REVISTA DIGITAL SOBRE ECOLOGÍA Y MEDIO DENOMINADA “PLANETA AZUL Y VERDE”

INTRODUCCIÓN

La presente tesis está basada en la importancia del medio ambiente junto a los medios de comunicación, los cuales nos servirán de apoyo para expresar e informar los sucesos medioambientales desde lo local, nacional e internacional. El medio ambiente es un tema de actual importancia, ya que nos rodea y donde los individuos forjan sus relaciones sociales.

El internet ha sido una gran influencia en la sociedad, a tal punto que se la ha tomado en cuenta para la realización de este proyecto, como instrumento de investigación y plataforma de soporte del producto, es decir la revista digital sobre medio ambiente que entregue información sobre el tema a tratar.

La tecnología hace que este tipo de revistas puedan tener diseños más atractivos, así como múltiples funciones para tener una mayor interacción con los lectores. Es una de las opciones desarrolladas por la tecnología y forma parte de un nuevo periodismo digital. En primer lugar, se pensó en el soporte para causar el menor impacto ambiental, además su difusión es más sencilla y económica que la de una revista impresa, sobretodo porque se destaca la instantaneidad en su corrección y publicación.

Una vez preparada, la revista se puede poner a disposición de los usuarios de una manera inmediata y con la ventaja de que se pueden incorporar las noticias, reportajes, artículos de actualidad y demás eventos que se hayan producido hasta pocos momentos antes del cierre de la edición.

También debemos destacar que el contenido de una revista digital se puede enriquecer y actualizar considerablemente en comparación con el de una revista gráfica. Sus artículos, reportajes, e imágenes que configuran normalmente el contenido de una revista gráfica, se le pueden añadir videos, efectos audiovisuales, y otros elementos multimedia que permitan hacer la revista mucho más instructiva, ágil y amena, sin dejar de lado el conocimiento científico y teórico que pueda contener.

JUSTIFICACIÓN

Enfatizar en temas medio ambientales constituye un espacio de formación de seres humanos con una mirada crítica y constructiva acerca de los temas y problemas ambientales; integrando temáticas sociales, económicas y culturales, que implica contemplar una perspectiva regional y su correlato en lo global, nacional y local.

El desafío de un producto comunicacional orientado hacia el medio ambiente y la ecología, se expresa hacia un conocimiento profundo sobre los diferentes aspectos que involucra la relación biodiversidad / sociedad, el manejo sustentable de los recursos naturales y una responsabilidad ética frente al desafío de ayudar a construir ciudadanía responsable.

El propósito es lograr un cambio de actitud permanente con respecto al cuidado del planeta, a través de la educomunicación, ya que ésta se mueve en cuanto a las nuevas tecnologías de la comunicación (TIC), la recepción que tiene sobre los medios en la construcción y formación educativa en cuanto a la comunicación y sus procesos.

Educar mediante los medios, es aprender como usuarios a decodificar sus mensajes y a interactuar con ellos para reflexionar sus contenidos.

“La educación y la comunicación son asumidas como espacios donde las personas se forman como sujetos sociales y producen significados, es decir, pasan del yo -de la individualidad- al diálogo, o sea, al intercambio y la comunicación con otros, lo cual nos remite a un contexto sociocultural, [...] pues obliga a propuestas ágiles, capaces de analizar y responder a los

desafíos de la sociedad emergente, en la cual lo sensorial, dinámico, emotivo y las narrativas audiovisuales ocupan un lugar destacado”¹.

La relación actual y mediática entre sociedad y naturaleza no es más que la versión moderna de una interpretación cultural que ha marcado la historia de la humanidad, en la que el ser humano ha concebido al entorno natural como un enemigo a vencer, a dominar, a transformar, y es por eso que la catástrofe tiene que ver más con la cultura que con el propio medio ambiente.

Desde este punto de vista, hablar sobre medio ambiente y medios de comunicación, es revalorizar el entorno, educando a la comunidad para evitar desastres naturales e incentivar el desarrollo sostenible como compromiso ineludible de la conservación de la vida animal, vegetal y humana.

Los últimos avances sociológicos, económicos, culturales y tecnológicos han supuesto incuestionables cambios en la mejora de las condiciones de vida. El protagonismo de los medios de comunicación como elemento socializador de niños, jóvenes y adultos, está convirtiendo sobre todo en los niños, referentes cuyo principado son las pantallas, los video juegos, los ordenadores, el Internet.

El impacto audiovisual de las nuevas tecnologías que encierra a personas de todas las edades, junto con la interacción de los medios de comunicación de masas, está produciendo cambios en la forma de actuar y pensar de los ciudadanos.

De todas las modalidades educativas, la educación informal que se realiza a través de los medios de comunicación es quizás la que más efectos produce en las personas y la menos conocida. Las grandes transformaciones es ésta época, cuestionan la primera socialización, es decir, de agentes tradicionales como la familia y la escuela, para dar

¹ Gutiérrez Rojas, Marisol. La educación en un contexto mediático: la apropiación educativa de las telenovelas juveniles. En: Actualidades Investigativas en Educación. Revista electrónica publicada por el Instituto de Investigación en Educación Universidad de Costa Rica [*en línea*], abril 2009, vol. 9, no. 1, p. 3. Disponible en: <http://revista.inie.ucr.ac.cr/articulos/1-2009/archivos/telenovelas.pdf>. Acceso 16 de mayo de 2011.

paso a nuevos agentes socializadores globalizadores, cuya acción afecta a todas las edades y a todas las personas.

Al hablar de educación es frecuente que se identifique con el perfeccionamiento, sin embargo actualmente “lo educativo puede ser considerado como todo aquello que concurre consciente o inconscientemente a través de todas las circunstancias de la vida y sobre el plano afectivo como intelectual, a modificar los comportamientos de una persona o de un grupo y sus representaciones en el mundo”².

De esto se desprende la función educativa latente en actividades no expresamente educativas, es decir, un producto adyacente a la actividad principal como ver la televisión, leer una revista, cómic, diario, escuchar música, etc. Todos estos cambios han cambiado la concepción de la educación como valor universal en los valores de socialización y aprendizaje.

Por lo tanto, socialización, globalización y revolución tecnológica de los medios de comunicación, están relacionados a la mayoría de problemas sociales, que desarrollan las sociedades modernas como la destrucción del medio ambiente, la salud, la indiscriminación, entre otros.

La educomunicación convierte a esos medios de comunicación (audiovisual, multimedial e impreso) en estrategias pedagógicas y didácticas en oportunidades para cultivar criterios, actitudes conductas, para enriquecer los aprendizajes y construir una formación caracterizada por el desarrollo de la inteligencia y por la práctica de los valores humanos.

² Gutiérrez San Miguel, Begoña. *Medios de comunicación y medio ambiente*. Primera edición, Ediciones Universidad de Salamanca, España, 2002, p. 26.

OBJETIVOS

General

Crear un medio de difusión funcional y visualmente agradable, que permita la concienciación de las personas sobre el peligro de la contaminación del medio ambiente, para reducir sus efectos.

Específicos

- Realizar un producto digital de fácil comprensión, mediante una redacción simple y concreta, en donde los lectores asimilen el contenido, para que pongan en práctica los diversos consejos, aplicándolos a su vida diaria.
- Publicar y divulgar la forma en que las sociedades usan y afectan el ambiente para poder buscar una solución a sus problemas, desde su propia comunidad.
- Aportar con un medio de comunicación versátil, mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, que sea gratuito y de fácil acceso, para que la gente tenga otras alternativas de información.

MARCO TEÓRICO

La evolución de la comunicación desde el impreso, la radio, la televisión y actualmente el Internet, ha permitido fusionar todas estas tecnologías en una sola, permitiendo a los usuarios buscar información sin mucho trabajo.

Dentro del presente trabajo se abordarán varias temáticas que contribuyen a la estructura y consolidación entre lo teórico y práctico sobre la comunicación digital y el medio ambiente.

La ecología de medios o ecología mediática

La ecología mediática es una metáfora que surge de en la década de los 60's en el entorno de Marshall McLuhan y Neil Postman. Este término tuvo como antecesores a la "cultura ecológica", "Biosemiótica", "Biolingüística", "Antropología Ecológica", "Política Ecológica", "Sociobiología", "Ecología del comportamiento humano", "Ecología Industrial"; que se desarrollaron desde mediados de los años 50 hasta finales de los años 80.

Bajo estos antecedentes la ecología mediática se interpreta en dos ámbitos: a) Los medios constituyen un "entorno" que modifica nuestra percepción y cognición; y b) Los medios son como "especies" que viven en un ecosistema y establecen relaciones entre sí (y con los sujetos que también forman parte de ese ecosistema)³. Esta última interpretación es la que continúa en etapa de profundo estudio, sobre todo por el constante cambio de las tecnologías de la comunicación e información y cómo han alterado la comunicación en los seres humanos.

La base para el estudio será por tanto la Escuela de Toronto como progenitora de la ecología mediática, su historia, interpretaciones y aplicaciones en la actualidad. Al igual, se hablará de sus principales autores y sus propuestas teóricas que devinieron en la actual comunicación digital.

La comunicación análoga a la digital y el problema de la brecha digital

A fines del S. XVIII, surgen los medios de comunicación de masas o mass media como resultante de un proceso social y un modelo de vida muy concreto: la sociedad emergente de la revolución industrial que provoca cambios radicales en la economía, la política, la forma de vida y en los lazos entre las comunidades.

³ Ecología Mediática. Disponible en: <http://hipermediaciones.com/2010/06/24/media-ecology-explorando-la-metafora/> Acceso el 04 de marzo de 2012

La lógica de la comunicación se basó en su esquema tradicional o unidireccional y jerárquica, es decir de uno a muchos. Así funcionó el sistema hasta la irrupción de los nuevos medios basados en tecnologías digitales que subvirtieron el esquema comunicacional clásico. “Gracias a los bits el receptor puede dejar su estado pasivo y convertirse en emisor y enviar su mensaje a otros miles de receptores/emisores que, a su vez, envían sus propios mensajes desarrollando así una estructura en red”⁴.

La comunicación digital ha creado cambios formales en los géneros comunicativos y materiales en las relaciones interpersonales. El hecho de que las interacciones digitales entre las personas se incrementen tanto está denotando una percepción distinta del espacio y del tiempo. La sensación de la inmediatez de los acontecimientos y de la aceleración de los procesos es quizá el cambio cultural más significativo. Sin embargo, esto ha propiciado un cambio aún mayor, la brecha digital.

El elemento estratégico mayor para la transformación de las sociedades está en la educación de las personas al mundo digital y los cambios de paradigma que lo acompañan. Ésta limitante surge por la carencia de acceso a las tecnologías y por otros factores socioeconómicos, educativos y en particular de limitaciones y falta de infraestructura de telecomunicaciones e informática.

“La brecha digital se define como la separación que existe entre las personas (comunidades, estados, países...) que utilizan las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) como una parte rutinaria de su vida diaria y aquellas que no tienen acceso a las mismas y que aunque las tengan no saben cómo utilizarlas”⁵.

Mitigar o disminuir la brecha digital constituye un reto complejo de alcanzar. Para superar este problema es necesario dotar de infraestructura tanto en telecomunicaciones y redes a las sociedades, pero no siempre se puede lograr, debido a la accesibilidad de las mismas por varios factores, arriba mencionados. A pesar de que estos problemas

⁴ Comunicación analógica y digital. Disponible en: <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/640702/La-comunicacion-digital-Internet-como-nuevo-medio.html>. Acceso 4 de marzo de 2012.

⁵ Serrano, Arturo y Martínez, Evelio. *"La Brecha Digital: Mitos y Realidades"*. Editorial UABC, México, 2003, p. 175.

estuvieran superados, todavía existe la posibilidad de un analfabetismo digital que evita el contacto de las personas con las nuevas tecnologías de la información. Sin embargo, nuevas aplicaciones, plataformas y soportes tecnológicos, están contribuyendo que la población esté más familiarizada con sus respectivos usos y poco a poco se integren al mundo digital.

Comunicación, opinión pública y TIC

Las tecnologías de la información y comunicación agrupan elementos y técnicas utilizadas en el tratamiento y la transmisión de las informaciones principalmente en la informática, Internet y las telecomunicaciones.

Son aquellas las que están condicionadas por la evolución y la forma de acceder a los contenidos, servicios y aplicaciones. Con el tiempo las empresas se acoplaron a estas nuevas formas como un nuevo canal de difusión de productos y servicios, que facilitaron al usuario una ubicuidad de acceso.

Con el progreso de las TIC, también aparecieron nuevas formas de comunicación y se rompe el paradigma de emisor receptor, sino que se da una transformación entre el contacto de los usuarios como el acceso a las comunidades virtuales, el uso de blogs, trabajos en red, opinión en chats y foros virtuales e inclusive educación virtual.

Las TIC están influyendo notoriamente en los procesos de creación y cambio de las corrientes de opinión pública. Se incorporan a la radio, la televisión y laptops, objetos como teléfonos móviles, tabletas, etc., los cuales están transmitiendo mensajes, intentando llevar a estos nuevos terrenos a más usuarios. Sin embargo, lo que el usuario no percibe es la influencia inconsciente que producen en ellos. “Estos son la vía de la verdad para muchos ciudadanos, sin saber que en ellos también se miente y manipula”⁶.

⁶ Tic y opinión pública. Disponible en: <http://www.slideshare.net/crak70/ensayo-de-las-tics-4573847>
Acceso: 4 de marzo de 2012.

La opinión pública se forma en función de los intereses de los medios y agentes importantes en el ámbito de las TIC. Según Orlando J. D' Adamo, considera que en los medios se forma y modifica la opinión pública en la era de la electrónica. Las tecnologías más allá de democratizar su uso, la divulgación de la cultura y ofrecer información, tienen la capacidad de adormecer y movilizar grupos sociales por medio de este tipo de comunicación en las que se concretan las diferentes corrientes de opinión a través de personajes mediáticos y bien visibles.

Los mass media, desarrollo y medio ambiente

El tratamiento de la información ambiental utilizadas en la prensa diaria coopera en la construcción y en la difusión de representaciones sociales en materia de desarrollo sostenible y cuidado y protección del medio ambiente en general y del patrimonio natural, en particular.

Los medios de comunicación contribuyen activamente en la gestión de la complejidad de la crisis de sostenibilidad del actual modelo de desarrollo, circunscribiendo el campo interpretativo a los problemas medioambientales, pero sustrayendo por otro lado la consideración de la dimensión social, económica y cultural de un sistema productivo asentado en el crecimiento y explotación intensiva de los recursos naturales.

“El discurso informativo de actualidad se inscribe en un campo de lucha de los discursos sociales que pugnan por definir la realidad y la construcción del sentido acerca de lo ecológico, donde las posibilidades de participación y de actuación en ese campo problemático se realiza de forma desigual”⁷.

Los medios de comunicación, por su capacidad de difusión, son un actor fundamental en el cambio hacia la sostenibilidad. Desde los medios se puede informar y sensibilizar sobre la necesidad de actitudes más respetuosas con el medio ambiente. La

⁷ Lorente, José Ignacio. *La construcción mediática de lo ecológico. Estrategias discursivas en la información de actualidad*. En: Revista Latina de Comunicación Social, [en línea] 2009, no. 69, p. 315 a 327. Citado en 4 de marzo de 2012. Disponibilidad y acceso: http://www.revistalatinacs.org/09/art/26_825_49_ULEPICC_05/Lorente_et_al.html

comunicación está llamada a jugar un papel decisivo en la divulgación de aquellos aspectos acordes con un desarrollo equilibrado de los recursos, defendiendo y apoyando aquellas políticas socioeconómicas fundamentadas en procesos y tecnologías que respeten el medio ambiente; y denunciando y criticando las políticas estatales y empresariales cuyo desarrollo productivo ignora y degrada el entorno ambiental.

Las relaciones que se han generado entre las instituciones sociales (empresas y estados) y los medios de comunicación no siempre se han regido por los principios éticos de la cooperación en materia medioambiental. Las instituciones políticas y económicas han utilizado en no pocas ocasiones a los medios de comunicación para defender postulados poco acordes con la defensa ambiental. Utilizando dichos medios como correas de transmisión social para implantar modelos productivos basados en un consumo excesivo de objetos y recursos que han acarreado importantes costes ecológicos. En otros casos, han sido las propias instituciones comunicativas las que no han sabido mostrar el problema de una forma global y coherente. Mostrando tan sólo algunas cuestiones puntuales, tratadas de forma anecdótica sin reparar que se hacía con ello a grupos y colectivos implicados activamente en la defensa de la naturaleza.

Ante los cambios que se vienen produciendo en el entorno natural y social, en los medios de comunicación generalistas se observa un tratamiento deficiente y, en ocasiones, erróneo de las cuestiones ambientales. Los asuntos y aspectos relacionados con el medio ambiente siguen sin entrar a formar parte de la agenda diaria de los medios; frente a otros acontecimientos ya consolidados a los que los mass media destinan espacios o secciones propias, (política, sociedad, cultura, televisión, etc.). Cuando aparecen noticias sobre ecología o naturaleza en los medios, suelen aparecer todavía en secciones como Sociedad o Local, en lugar de aparecer bajo epígrafes específicos que den categoría a los problemas medio ambientales.

Siguiendo con el tratamiento de las cuestiones ecológicas, ha habido desde los medios una tendencia a reducir las cuestiones ambientales únicamente a las noticias sobre denuncias y catástrofes.

El periodismo ambiental actual, debe tender a formar profesionales especializados en el tratamiento con detalle de estas cuestiones: adelantándose a los acontecimientos, ofreciendo el mayor número de puntos de vista, recurriendo a las fuentes, ofreciendo datos e información comprensible, etc.

MARCO METODOLÓGICO

En el presente trabajo se estudian varios de los problemas ambientales observados a fines del siglo pasado que demostraron la necesidad de profundizar los conocimientos sobre el sistema climático, iniciar un análisis integrado de las consecuencias posibles del calentamiento global y desarrollar opciones para hacer frente a sus efectos socio-económicos, políticos y ambientales mediante un producto comunicacional, el cual describirá y analizará diversos ejemplos, abordando varias temáticas del interés de la comunidad para su futura aplicación y, comprendiendo cómo la población se adapta a las nuevas tecnologías de acuerdo a la época y su evolución.

Tipo de Investigación

Para el producto se utilizará el método inductivo, según Antonio Tena Suck, se entiende que “parte de un estudio particular a la generalización, teniendo de ésta manera una idea de todas las cosas que se refieran a lo que estudia”⁸. Se propone éste método porque se pretende crear una estrategia para la comunicación ambiental mediante la generación de un ambiente rico en información sobre la problemática ambiental. Asimismo, la inducción tiene la ventaja de impulsar al grupo investigador con el objeto investigado, es decir, el camino va desde la pluralización de los objetos a la unidad de los conceptos, referida desde la experiencia.

⁸ Tena Suck, Antonio y Rivas Torres, Rodolfo. *Manual de Investigación documental. Elaboración de tesis*. Cuarta reimpresión, Plaza y Valdés S.A. y C.V., México, 2007, p. 27.

Hipótesis: “Los medios de comunicación digitales contribuyen a informar, concientizar y educar sobre la problemática medioambiental que suceden en el mundo”.

Diseño de Investigación

Para la revista digital se diseñará dos fases de diseño de investigación:

- a) **Fase teórica bibliográfica o documental:** Acopio e investigación preliminar de textos, libros, revistas, folletos en fuentes bibliográficas e internet. Finalmente se delimita, ordena y clasifica la información para conceptualizarla.
- b) **Fase de investigación de campo:** se realizarán muestras a comunicadores y población en general para recoger datos de la realidad, se recopilará la información mediante encuestas y luego se procesará esta información mediante tablas estadísticas.

Población y muestra

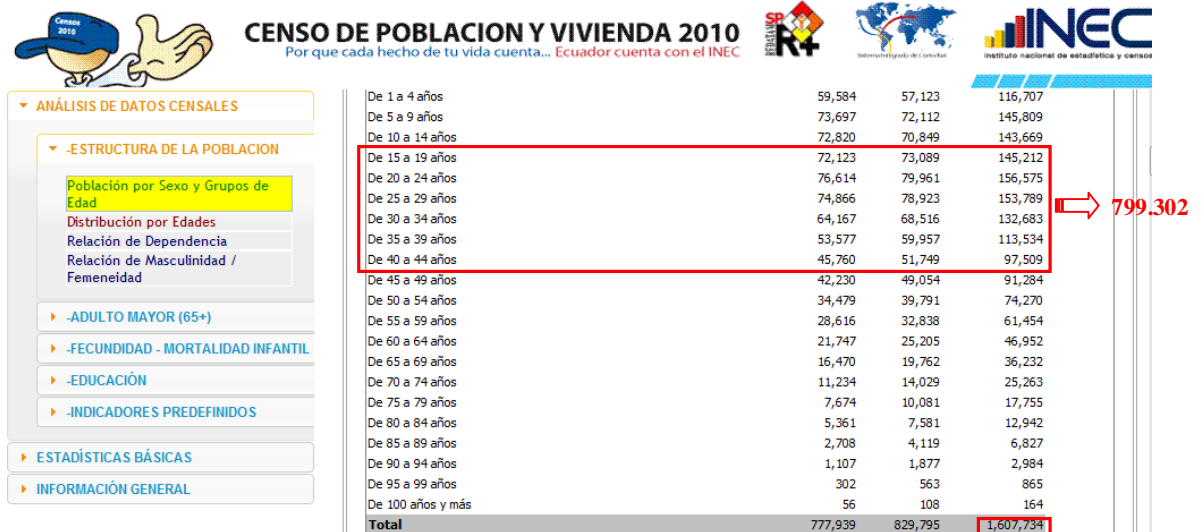
a) Población

Hombres y mujeres de 15 a 45 años, que estén cursando el bachillerato, la universidad y diversas profesiones u ocupaciones en la parte urbana de la ciudad de Quito, y únicamente que tengan acceso a Internet, preferencias por el cuidado del medio ambiente, gusten de temas ecológicos y se interesen en contribuir mediante prácticas alternativas, el cuidado del planeta.

b) Muestra

Para establecer la muestra, se ha tomado en cuenta las estadísticas del censo de población y vivienda que realizó el INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censo) en el año 2010, según señala que en la provincia de Pichincha existen un promedio de 41,95% de personas entre 15 a 45 años que tienen acceso al Internet.

En la ciudad de Quito, en el área urbana existe una población total de 1'607.734 habitantes, de los cuales existen 799.302 habitantes en las edades de 15 a 45 años, como se puede ver en el siguiente cuadro:



Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda, 2010

Tomando en cuenta estos datos debemos establecer la siguiente fórmula para obtener la muestra:

n= tamaño muestra	n= ¿?
N= población	N= 799.302
z= nivel de confianza	z= (1.96)
p= variabilidad negativa	p= (0.9)
q= variabilidad positiva	q= (0.1)
e= error	e= (0.05)

Reemplazamos los datos:

$$n = \frac{799302 * 0,9 * 0,1 * (1,96)^2}{(799302 - 1) * (0,05)^2 + 0,9 * 0,1 * (1,96)^2}$$

Resultado:

n = 207 Encuestas

Mientras que, la muestra de comunicadores no se puede utilizar un universo, ya que no existe ninguna institución que hay censado una cifra exacta de profesionales a nivel nacional y tampoco se conoce cuántos profesionales existen en la ciudad de Quito, por ello sólo se limitó a conocer la opinión de alguno de ellos, y por lo tanto se propuso una muestra de 70 comunicadores.

Nota: se generó un problema por parte de los encuestados que afectó la tabulación general, porque a pesar que se colocó en las instrucciones una sola de las opciones de elección, varios seleccionaron entre dos y hasta escogieron todas las opciones dadas, por lo que fue necesario marginar toda la encuesta para evitar alteraciones en la respuestas final. En la encuesta de comunicadores 30 encuestas fueron extraídas del proceso y en la encuesta para la sociedad ecuatoriana, 50 tuvieron que ser sometidas al mismo proceso.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas de procesamiento, análisis de datos y procedimiento

Se realizara la técnica de la entrevista, “consiste en conseguir mediante preguntas formuladas en el contexto de la investigación o mediante otro tipo de estímulos, que las personas, objetos de estudio, emitan informaciones útiles para resolver la pregunta central de la investigación”⁹. Serán de tipo semi estructuradas, es decir, de carácter interrogativo y dialógicos a profesionales sobre temas medioambientales y de desarrollo sostenible para los diferentes artículos de la revista para conocer a fondo sobre los problemas ambientales que enfrenta el mundo. Los instrumentos a utilizar serán bloc de notas, esferográficos, grabadora, CD's y computadora.

⁹Heinemann, Klaus. *Introducción a la metodología de la investigación empírica*. Primera edición, Editorial Paidotribo, Barcelona, 2003, p. 97.

Asimismo, se aplicará la técnica de la encuesta, que “es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos del proyecto de investigación. Se trata de un plan formal para recabar información de la unidad de análisis de objeto de estudio y centro del problema de investigación”¹⁰.

Las preguntas serán tipo abierto y cerrado y, también cuantitativa y cualitativa a profesionales de la comunicación y a público en general para conocer sobre el nivel de conocimientos sobre el tema medioambiental y las revistas digitales. Cualitativa, porque su análisis en interpretación no es medible, es decir se conocerá las razones a las diferentes preguntas planteadas en la encuesta y, cuantitativa, porque recogida la información básica, permite conocer situaciones de absoluto desconocimiento, identificación de patrones de comportamiento, creencias, opiniones.

Para analizar los datos recolectados en la encuesta aplicada, así como los obtenidos de manera documental, se hará uso de herramientas de estadística descriptiva tales como la obtención de la media de respuestas del grupo sujeto a estudio y el análisis gráfico de cada una de las preguntas.

Procedimiento

Una vez aplicadas las encuestas, se procederá a la tabulación de la información recabada en cada una de las preguntas, donde pueden capturarse los datos que son construidos a partir de las tablas, además de poder realizar consultas sobre información específica de forma rápida y precisa.

Tabulación de encuestas para la sociedad ecuatoriana (Ver anexo Encuesta 1 / Ver Índice de gráficos)

Tabulación de encuestas para comunicadores (Ver anexo Encuesta 2 / Ver Índice de gráficos)

¹⁰ Bernal Torres, César Augusto. Metodología de la investigación: para administración, economía humanidades, y ciencias sociales. Segunda edición, Editorial Pearson educación de México, México, 2006, p. 217.

CAPÍTULO I

ESCUELA DE TORONTO Y LA INVESTIGACIÓN EN LA COMUNICACIÓN

Neil Postman sugirió el término Media Ecology (Ecología de los Medios) para designar la escuela que recupera las principales ideas de Mc Luhan y desde él, tanto la de sus maestros (sobre todo Innis), como de sus discípulos o colegas que comparten la importancia por el estudio sobre como ciertos medios y formas configuran la idea de comunicación, la interacción social, cultura con relación a los medios y dispositivos tecnológicos para su almacenamiento, difusión e interpretación.

Es la premisa fundacional de la tesis de McLuhan, puntualiza que todos los medios afectan y modifican al ser humano.

La idea de que la evolución de la humanidad ha pasado por tres etapas; aunque abordan el tema desde perspectivas distintas. Concuerdan que cada medio de comunicación le ofrece a cada persona en particular una forma de entender el mundo, y es fuertemente influenciada por el medio de comunicación que utilicen.

En las sociedades caracterizadas por la oralidad, la perdurabilidad de las ideas depende de la memoria viva de la gente. Son culturas cerradas en dos sentidos: porque la comunicación requiere de presencia física de las personas y porque son limitadas, dado que las nuevas ideas o las ideas complejas tienen pocas posibilidades de encontrar un lugar.

En las sociedades con cultura escrita, la escritura produce la ruptura de las formas de pensar propias de la oralidad y de los contenidos que se difunden. La invención de la imprenta nos regala la posibilidad de difundir el mismo texto a través de amplios territorios y de modificarlos y corregirlos. Es así que el libro como artefacto permitió no sólo poseer y conservar información, sino que promovió una actitud más reflexiva, a partir de una lectura individual y aislada.

El periodo de los medios electrónicos ha supuesto en algunos aspectos una vuelta a la cultura oral por cuanto se caracterizan por la simultaneidad en la acción, la percepción y la reacción ante la realidad. Por otra parte, las limitaciones físicas de la oralidad desaparecen con los medios electrónicos.

El espacio y el tiempo no son barreras para la difusión de conocimientos además que en las sociedades tradicionales de la división entre el 'nosotros' y el 'ellos' estaba muy marcado, los medios crean una gran comunidad.

Las ideas de McLuhan han dado pie a lo que se conoce como ecología de los medios (media ecology o "teoría del medio") que estudian sobre todo la manera como éstos afecta la percepción humana, la comprensión, los sentimientos y los valores y cómo la interacción con los medios facilita e impide nuestras oportunidades de supervivencia. El medio y la tecnología logran imponer un modo de percibir y entender el entorno; cuando una cultura es testigo de la llegada de la tecnología, el equilibrio entre sus formas de percepción queda trastocado, dando una nueva importancia o ascendencia a uno u otro sentido.

La introducción de un nuevo medio en una cultura reestructura el mundo social. Los medios impresos tienden a condicionar lo que la población de diferente edad, sexo o estatus conoce de los otros grupos. Por el contrario, los medios electrónicos y en particular la TV permiten integrar experiencias. Esto es posible porque los medios alteran las relaciones entre el espacio físico y el espacio social.

Los medios y su efecto constituyen un condicionante para el hombre y para la sociedad, así como la tecnología. Los cambios y la evolución de la tecnología, afectan el flujo de información, y de como la información es llevada a la audiencia.

Los académicos de la escuela de Toronto convienen en que el único recurso que tenemos para contrarrestar el efecto de los medios reside en nuestra capacidad de actuar frente a ellos.

1.1. Breve historia de la Escuela de Toronto

Aunque identificada geográficamente en Toronto, una escuela sigue siendo un constructo teórico invisible, la cartografía de una red imaginaria de los intelectuales y sus ideas. Cada uno de los estudiosos que se ha desarrollado, comentado, o han contribuido con el pensamiento del concepto de la Escuela de Toronto, y cuenta con una red de diferentes estudiosos, salvo los dos pensadores de anclaje - Innis y McLuhan, y sus ideas correspondientes. La Escuela de Toronto y la Investigación en Comunicación, insiste en que las tecnologías de los medios de comunicación son mucho más influyentes que su contenido.

Las tecnologías de los medios de comunicación tienen una influencia dominante no sólo en los individuos, sino en estructuras sociales y la cultura, y no sólo en los tiempos modernos, pero desde el principio.

Las teorías tecnológicas de McLuhan, Innis y sus asociados, provienen de Canadá, un país que depende de su tecnología de medios innovadores, para la que abarca un vasto territorio y asentamientos periféricos, y para diferenciarse de su vecino del sur. Mientras tanto, la empresa privada en los Estados Unidos fue la creación de una "industria cultural", junto con su tecnología.

McLuhan e Innis venían de la tradición de la psicología social que reinaba en la corriente principal (es decir, estadounidense) de la investigación en comunicación. McLuhan entró en los estudios de los medios de comunicación a través de la puerta lateral y repuntó como uno de sus principales pensadores.

Los descubrimientos de Innis y McLuhan los reunieron, a partir de sus orígenes distintivos. El primero en darse cuenta del potencial sobre el avance fue Innis, en el pensamiento acerca de la comunicación, pero para formar la escuela fue McLuhan. Innis sugirió en "Bloor Street" que era un punto en la Universidad, donde ésta se pudo

establecer un enfoque de las ciencias de la comunicación, por supuesto, era la dirección del Departamento de Economía Política, desde principios de 1930.

En el proceso, Toronto llegó a ser conocido como el centro para el estudio de los efectos sociales de las tecnologías de los medios de comunicación. En consecuencia, la Escuela de Toronto fue la única en su orientación hacia la historia en el estudio del cambio. Tanto la historia de las comunicaciones y el papel de las comunicaciones en la historia fueron el centro de su teoría.

1.1.1. Postulaciones teóricas

La noción de comunicación como un fenómeno distinto se unió al centrarse en la comunicación como la clave para comprender el desarrollo conjunto de la mente, la cultura y la sociedad. Existen tres temas fundamentales que caracterizan de la perspectiva de la Escuela de Toronto.

El primero que se pueden identificar en la obra de Innis y McLuhan en su interés común en la comunicación como un proceso, más que como estructura. Tanto Innis y McLuhan vieron, la comunicación como un circuito sin conectar a las personas a través de los medios de comunicación y sus mensajes. Su alcance era mucho más grande y más rico que el enfoque reduccionista. Sus unidades de análisis abarcaron los individuos, grupos, sociedades y civilizaciones, espacialmente su punto de vista fue ecuménico, y en el tiempo que se orientaron a ver el mundo como el desarrollo a través de procesos de comunicación.

El segundo es el enfoque en los efectos o consecuencias de las comunicaciones. Con una distinción en la búsqueda de que era su amplia conceptualización de los efectos de los medios de comunicación. Estos van desde los cambios económicos, sociales y culturales de consecuencias cognitivas, e incluso a las influencias de la personalidad.

El tercer tema y distintivo de los estudiosos de Toronto fue el claro enfoque en la tecnología de la comunicación, o el medio. Este enfoque en el medio se ha utilizado para caracterizar la Escuela de Toronto.

La comunicación y el pensamiento como un proceso, es la activa vinculación de los participantes por los mensajes que se transmiten por parte de algunos aparatos tecnológicos: tableta de arcilla, la página impresa, el cine, la voz o correo electrónico. En las comunicaciones, la tecnología está siempre presente y saliente. Una conversación telefónica, leer un libro o ver la televisión son actividades que son inseparables de las tecnologías que las soportan. Dando el nombre o la descripción de estas actividades implica la mención de la tecnología. Esto es precisamente porque la comunicación es el proceso por el cual todos los elementos constitutivos: emisor, mensaje, código, canal y receptor - toman el lugar de la tecnología y se vinculan como parte activa e integral.

Así, cuando Innis y McLuhan empezaron a mapear el nuevo campo de las comunicaciones, con un énfasis en el proceso, era inevitable que la tecnología figure como un elemento central en el conjunto de elementos que la constituyen. Y teniendo en cuenta su búsqueda para identificar y comprender los efectos de los medios de comunicación, las tecnologías se consideran elementos de molde por las consecuencias globales de la comunicación.

Sin embargo, no todos los canales de transmisión de significado entre los comunicadores requieren aparatos tecnológicos. La voz y los gestos son sin duda pre-tecnológicos. Más importante aún, el lenguaje no necesariamente se define como una tecnología, es un canal de mediación básica.

Al tomar los procesos de comunicación no tecnológica en cuenta, Innis y McLuhan, paradójicamente, enriquecieron la comprensión de la tecnología y su papel en las comunicaciones.

Innis y McLuhan estuvieron de acuerdo que los temas fundamentales de la unificación de los procesos, los efectos y la tecnología son tan notables como inesperados. McLuhan y sus partidarios más tarde, propusieron entender los medios como vehículos/maquinarias de: a) cambio, b) en el procesamiento mental, c) de los individuos, d) en el largo plazo, e) como resultado de los únicos atributos tecnológicos de los distintos medios de comunicación.

Esto se combina con el énfasis puesto por Innis y desarrollado por sus seguidores en la conceptualización de los efectos de los medios de comunicación como: a) cambio, b) en la organización social, c) de las sociedades y las instituciones, d) en el largo plazo, e) en respuesta a cambio de la ecología de los medios. Cualquiera de estos métodos por lo tanto plantea que la introducción de nuevas tecnologías de los medios de comunicación está destinada a lograr un cambio profundo y de larga duración.

Los estudiosos de Toronto han dejado los efectos de la avalancha de nuevas tecnologías de los medios de comunicación en el último siglo XIX, al ser estudiado por los sucesores. Sin embargo, las ondas que hicieron a principios indican la productividad de su acercamiento a la investigación de medios.

1.2. Principales autores

1.2.1. Harold Innis

De acuerdo con Harold Innis, las tecnologías de la comunicación representan una interfaz de la mente y la materia: Son los medios físicos para la representación, la manipulación, transporte y almacenamiento de conocimientos e ideas.

Dos son los puntos principales que se destacan en los escritos de Innis, en primer lugar, se intenta un resumen de la sabiduría recibida sobre el significado de sus textos de comunicación y los teoremas, los aspectos de este esquema son una revisión crítica a través de los siguientes dos ejes paralelos. El otro, busca las fuentes del enfoque de

Innis, por trazar los orígenes y el desarrollo de su pensamiento acerca de la comunicación.

Además, se destaca la dimensión esencialmente historicista del proyecto de Innis, el cual señala la relevancia de su enfoque hacia una dinámica interpretación contemporánea de los medios de comunicación.

Sus ideas acerca de la comunicación, se reconocen, surgen y están sostenidas por el estudio de la historia de la comunicación y de la comunicación en la historia. Los atributos de Innis es su enfoque en el medio de un artefacto tecnológico, en el análisis particular de un medio tecnológico, o una combinación de los medios de comunicación que prevalecen en una sociedad dada. La condición de la práctica de la comunicación en la sociedad, las instituciones y lo socio-cultural de los acuerdos relacionados con esas prácticas, y a través de ellos los acuerdos sociales y ambientes culturales.

Innis, reforzó su determinismo de los medios. Cuando algunos medios de comunicación o sus productos de conocimiento dominan el entorno de la sociedad de comunicación. La dinámica peculiar de oligopolio hace que amplifiquen y perpetúen el dominio de los medios de comunicación y los cuerpos de los conocimientos asociados a ellos; bloquean la aparición de alternativas, y en definitiva, mejoran los efectos del medio monopólico y las habilidades en la sociedad y su perfil político, social y cultural.

Innis propuso un criterio muy eficaz para organizar y analizar la gran cantidad de medios de comunicación que se inclinaron en una reverencia y en el curso de la historia, afectando a los sistemas en el proceso de comunicación, las sociedades y su cultura. Este criterio es la brecha espacio-temporal que se aplica a la actuación de los medios de comunicación y sus tecnologías subyacentes. En este punto de vista, algunos medios de comunicación son más eficaces en la entrega de conocimientos a través del tiempo, del pasado al presente y del presente al futuro, otros medios de comunicación son más eficaces en la entrega de conocimientos a través del espacio.

La divergencia de la oralidad y la alfabetización puede ser vista como el modelo fundamental. La oralidad, de acuerdo con Innis, no es el espacio de unión, pero sí el tiempo de unión. Considera que hay que romper las limitaciones físicas en el alcance de la voz humana en el espacio, y la corrupción de los conocimientos orales, ya que se transmite de un lugar a otro y de persona a persona, hace que el medio oral sea efectivo en el espacio de unión. Sin embargo, el hecho de que la oralidad no es eficaz en el espacio de enlace, no conduce necesariamente a un ajuste entre el medio oral y tiempo en la durabilidad de los mensajes. Al contrario parece ser el caso: el medio oral es cualquier cosa menos pesado, resistente y durable como son las pirámides, estelas o tablillas de arcilla, es efervescente y efímero.

Dada la naturaleza fugaz del conocimiento oral, que puede ser preservada solamente a través de la digestión, la internalización y la repetición de la hora del mensaje y otra vez, a sí mismo, pero con mayor eficacia a los demás. Así, si por vía oral de transmisión del conocimiento es que existe en absoluto, debe ser recibida de su predecesor, interiorizado, y forma parte de la conciencia del estar. Es en este sentido que la oralidad es el momento de unión. Se crea una preocupación con la preservación de los conocimientos útiles en el pasado, las demandas de la continuidad, y requiere el mantenimiento de ese conocimiento, y a través de ella el pasado, vivo, el conflicto entre el Innis de la polarización y el de Innis "el problema del espacio" se puede resolver simplemente.

De acuerdo con la estructura del tiempo de unión la dinámica de la oralidad, Innis nos está diciendo que si un sistema socio-político tiene la forma de ser eficaz en su control sobre, por ejemplo, el espacio, su problema es el tiempo, ésta se ve amenazado por la discontinuidad en el tiempo. Una vez que llega a ser consciente de, se preocupa por esta deficiencia y sus peligros, y va a invertir grandes esfuerzos en el desarrollo de enlaces de tiempo, los medios de comunicación: se desarrollará una preocupación o una tendencia hacia el tiempo. Y por la misma razón, un sistema socio-cultural con el tiempo efectivo de unión a los medios de comunicación en lugar de forma natural, pueden llegar a preocuparse acerca de su espacio de unión en los poderes que necesariamente se centran

en ellos. En términos más generales, una tendencia, de reconocido prestigio, va a generar una tendencia en contra como correctivo, en la causa del equilibrio.

Innis indica que los medios de comunicación son esencialmente un aparato tecnológico que proporciona la interfaz de la mente y la materia como un recurso en que la técnica sostiene el mundo de la vida de las ideas. A través de lograr una posición de monopolio, algunos aparatos de comunicación pueden convertirse en el único proveedor de la infraestructura física de comunicaciones y por lo tanto dominar la naturaleza y la difusión del conocimiento. Este monopolio de la materia, sin embargo, sirve a la mente, para perpetuar y fijar no sólo en sí, sino también los intereses y preocupaciones de la sociedad, darles forma a su propia imagen. La dinámica del oligopolio funciona incluso de forma más directa, cuando más allá de los recursos técnicos que lo sustentan, el conocimiento mismo es monopolizado. Y más cuando las partes están en posesión de este conocimiento, es compacto y organizado con eficacia.

La implicación de largo alcance de monopolio en el juego dinámico del determinismo y la lucha contra el determinismo, se puede ilustrar mediante la aplicación al caso del Estado moderno. Como unidad básica del análisis de Innis sobre los imperios, cree que la entidad ahora asediada del Estado depende de un equilibrio de tiempo y el espacio de unión a los poderes. Después de todo, se basa en una combinación de orientaciones de tiempo y espacio: por un lado, es una criatura del espacio que se define territorialmente y gestiona muchos individuos y comunidades, dispersos en su espacio, la creación de redes en una entidad coherente. Por otro lado, el Estado es la criatura del tiempo: en razón de sí misma, se basa en la genealogía, la historia y la memoria. Lo ideal sería que el Estado, la obra del determinismo y el determinismo invertido podrían equilibrar las orientaciones contradictorias del tiempo y del espacio y garantizar la estabilidad. Las raíces comunes en el tiempo, según Innis, demandan el conocimiento y los esfuerzos hacia el desarrollo de su espacio de unión de las comunicaciones. La convergencia de estos opuestos daría equilibrio y la estabilidad.

Sin embargo, si este entendimiento de la teoría de Innis sobre el equilibrio dinámico de las preocupaciones de tiempo y espacio, son válidas, se socava uno de los supuestos más frecuentes acerca de su enfoque, a saber, su ser es un determinista tecnológico. Es posible que un enfoque determinista tecnológico suela ser interpretado para incluir tres elementos. En primer lugar, que la tecnología, como la descendencia bastarda de la ciencia pura, la fuente de nuevas ideas, se han desarrollado de forma independiente de las expectativas sociales como una fuerza autónoma. Además, dado el equilibrio social, la tecnología es la principal fuente de cambio en la condición humana. Por último, el equilibrio social, y los cambios efectuados por las nuevas tecnologías son propensos a tener efectos importantes que repercuten en toda la sociedad y transformarla.

Innis propuso una perspectiva invertida sobre la experiencia de la frontera y sus implicaciones para la conexión del este al oeste, Europa y América del Norte, pasado y presente. En lugar de cómo los europeos daban forma a la frontera, Innis estaba más impresionado por cómo los europeos y las instituciones americanas en el lado este, eran cuestionados por la frontera, en forma de una respuesta. Lo que estaba encontrando a través de sus estudios detallados de la geografía, el transporte, los negocios, los acuerdos, y la empresa económica, condicionada por las instituciones políticas y sociales, fue que la distancia y el aislamiento, precisamente mediante la representación de las cuñas potenciales de la discontinuidad y la separación, genera una respuesta reactiva que tiende hacia la conexión y la continuidad. El desafío que plantea el espacio de tiempo el saber, la tradición y la conectividad social generó una respuesta a través del cual las instituciones tradicionales se movilizaron para ampliar su fuerza vinculante en el espacio.

Mediante el establecimiento y el perfeccionamiento de medios eficaces de transporte y comunicación, un sistema mercantilista veterano pudo extenderse hacia el oeste de Europa sobre el Atlántico y en todo el continente nuevo, todo el camino hasta el Pacífico. La influencia potencialmente determinista de la frontera genera una respuesta que fue la economía de primera necesidad.

Esta interpretación de la significación de la frontera, ascendió a una teoría sobre la comunicación, organización social y económica, y el determinismo. Fue la voluntad de la sociedad de extenderse a través del espacio que en última instancia, determina las consecuencias que la frontera tendría. Esta voluntad social para superar el espacio se realizó a través de la creación de un gran espacio de unión del sistema económico y social, basado en poderosos medios de transporte y comunicación.

Innis tenía una tendencia hacia la comunicación desde el comienzo de su investigación sobre la historia de la economía canadiense. Actuó en ella a través del rastreo de la comunicación y el transporte del papel, desempeñado en la conformación de desarrollo económico en Canadá, en su relación con el teatro más amplio del Atlántico de las instituciones económicas. Ésta perspectiva se amplía en el espacio y en el tiempo para convertirse en un panorama ecuménico de las instituciones como las criaturas de la comunicación, produciendo una teoría única y original de la función de comunicación en el desarrollo de las civilizaciones.

La historicidad de Innis habla sobre dos tablas complementarias: una se basa en una filosofía o teoría de la comunicación en la evidencia histórica, utilizando la historia como el gran laboratorio que genera y prueba las ideas acerca de la comunicación. El otro, era entender la comunicación como clave para interpretar la historia.

1.2.2. Marshall McLuhan

Su gran proyección pública contribuyó a la divulgación de la reflexión sobre los medios como fenómeno central de la modernidad. Elaboró su teoría de los medios “como extensión de los sentidos”¹¹. En 1951 este autor publicó su primer libro, de crítica cultural inspirado en la obra de Leváis quien introdujo a McLuhan al estudio de la ecología cultural (media ecology). En 1962 apareció el segundo, La galaxia Gutenberg y dos años después, La comprensión de los medios como extensiones del hombre en 1964.

¹¹ Marshall Mc Luhan. Disponible en: <http://www.iifl.unam.mx/html-docs/tradretor/toronto.pdf>. Acceso 14 de agosto de 2011

La teoría de McLuhan sobre la cultura y la comunicación en relación con la aldea global se ubica en el nivel paleontológico de la historia de la evolución humana. En este sentido su pensamiento permite entender que la evolución material de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías de información, después de 40,000 años de existencia, la humanidad entró en otra etapa evolutiva, donde los sistemas informativos se han convertido en una nueva neocorteza cerebral colectiva que mueve al planeta.

“Ahora el nuevo sistema nervioso que constituye la estructura de medios electrónicos esta articulando la nueva energía psicofísica que se deriva de la interacción y cohesión planetaria de la conciencia humana”¹².

Bajo esta perspectiva, existe una combinación importante entre el pensamiento del filósofo francés Teilhard de Chardin, y el pensamiento de McLuhan sobre el punto de evolución en que se encuentra la conciencia en la etapa de la aldea global. Ambos exponen por diversas vías conceptuales que la evolución física de la conciencia humana llegaría a un momento de expansión en que se convertiría en un nivel colectivo planetario más de organización de la vida humana.

Para McLuhan todos los modelos científicos occidentales de comunicación son lineales, secuenciales y lógicos. Estas teorías sólo demuestran el carácter inmediato de la información. La tecnología señala y enfatiza una función de los sentidos del hombre; al mismo tiempo, los otros sentidos se amortiguan o caen en un desuso temporal. Esta función se da dentro del hemisferio derecho. Sin embargo, el izquierdo permite que la tecnología se mueva como una fuerza muda, porque no se perciben y no son conscientes los efectos totales. El hombre está fragmentado entre las estructuras visuales y auditivas.

Las sociedades han sido moldeadas más por la índole de los medios con que se comunican los hombres, que por el contenido mismo de la comunicación y es imposible conocer los cambios culturales y sociales, sino no se conoce el funcionamiento de los medios.

¹²Esteinou Madrid, Javier. *El Pensamiento de McLuhan y el Fenómeno de la Aldea Global*. Revista Razón y palabra, [en línea], julio 1997, primera edición especial. Disponibilidad en internet: <http://www.razonypalabra.org.mx/mcluhan/aldjav.htm>. Acceso 21 de agosto de 2011

Los dispositivos eléctricos, según McLuhan, son utilizados para una vigilancia universal, que están originando un verdadero dilema entre la búsqueda de la privacidad y la necesidad de enterarse que tiene la comunidad. Por lo tanto, los viejos y tradicionales conceptos de una pensar y un actuar privados, aislados (patrones de la tecnología mecánica), están amenazados por nuevos métodos de instantánea recuperación eléctrica de la información almacenada.

“El circuito eléctrico ha demolido el régimen de ‘tiempo’ y ‘espacio’, y vuelca sobre nosotros, al instante y continuamente, las preocupaciones de todos los otros hombres. Ha reconstruido el diálogo en escala global. Su mensaje es el Cambio Total, que acaba con el parroquialismo psíquico, social, económico y político. Los viejos agrupamientos cívicos, estatales y nacionales ya no funcionan. Nada podría estar más alejado del espíritu de la nueva tecnología que: un lugar para cada cosa y cada cosa para su lugar. Usted ya no puede irse a casa”¹³.

Sus postulaciones radican en que los medios masivos son vistos como tecnologías; extensiones ortopédicas, potenciadoras del sistema sensorial biológico, pero, a la vez, como elementos determinantes de la comunicación. Los medios audiovisuales representan la expresión envolvente de la comunicación sensorial plena, resultante tecnológica que supera el espacio restrictivo y convencional de la cultura escrita.

McLuhan describe a la educación como diferente entre el aula y el ambiente informático dentro del hogar moderno. Porque actualmente, al niño de hoy se lo educa al minuto, además esa información es escasa, aunque ordenada y estructurada por patrones, temas, programas fragmentados y clasificados. Asimismo, crece sin sentido, ya que vive en dos mundos y ninguno de ellos lo impulsa a crecer, tarea que debe estar a cargo de toda la sociedad.

Entre sus postulaciones sobre la información, también señala que en la actualidad los grupos minoritarios ya no pueden ser contenidos o ignorados, porque el nuevo ambiente obliga al reconocimiento, a la participación y al compromiso; ya que cada uno está

¹³ McLuhan, Marshall. *El medio es el mensaje. Un inventario de efectos*. Primera edición, Paidós Studio. Barcelona, 2001, p. 16

envuelto en la vida de los demás y es responsable de ellos. Todos los medios sacuden minuciosamente, por su penetración en las consecuencias personales, políticas, económicas, estéticas, psicológicas, morales, éticas y sociales, que no dejan parte alguna de una persona. Ninguna comprensión de un cambio social y cultural es posible cuando no se conoce la manera en que los medios funcionan como ambientes.

McLuhan anticipó el tránsito a lo que llamó la “aldea global¹⁴”, afirmó que el medio es el mensaje. Esto quiere decir que el medio afecta sobre el mensaje, imprime una huella indisoluble del mensaje mismo. Señaló que las tecnologías son de alguna manera prolongaciones de nuestro cuerpo y sentido, los medios de comunicación electrónica admiten ser considerados extensiones del sistema nervioso central y es posible hacer una tipología de los medios masivos en “fríos” y “calientes” a partir del tipo de datos que transmiten y el grado de participación en las audiencias. McLuhan se refiere a los medios que requieren la atención de varios sentidos como medios calientes, mientras que los fríos son los que precisan un único sentido.

Por ejemplo, un medio frío es la escritura jeroglífica o con ideogramas, la cual tiene efectos muy distintos a los del medio caliente como el alfabeto fonético. Sin embargo, una fotografía tiene mucha información, el dato es de alta definición por tanto es un medio caliente; mientras que una caricatura tiene baja definición porque proporciona poca información visual.

Los medios cálidos son de poca o baja participación, mientras que los medios fríos son de alta participación porque es necesaria una mayor participación de los interlocutores para completar la información restante.

Cada tecnología tiene un uso diferencial, por ello afecta la organización de los sentidos humanos y las estructuras de la cultura. A McLuhan le interesa conocer cómo se experimenta el mundo, haciendo hincapié en que los efectos de la tecnología no se

¹⁴La nueva sociedad tribal planetaria que propende a la comunicación-comunión -"la extensión tecnológica de nuestra conciencia"- como función natural y distintiva del ser humano.

reflejan en las opiniones, sino en la forma de percibir y de pensar. Es decir, todos los medios son prolongaciones de alguna facultad humana, psíquica o física: la rueda es una extensión del pie, la cámara una prolongación del ojo y la ropa una prolongación de la piel.

Según McLuhan las innovaciones tecnológicas son determinantes del cambio social. El concepto de “sense ratio¹⁵” (sentido de la razón) le permite establecer una clasificación de los medios en relación con los sentidos que implican tanto en su difusión como en su recepción. Las relaciones de sentido cambian cuando cualquier función de un sentido corporal o mental se exterioriza en forma tecnológica.

La letra impresa obligó a desarrollar una forma de pensamiento lineal, secuencial y racional. Los medios audiovisuales devolvieron el protagonismo a los otros sentidos y, por lo tanto, motivan la participación.

Estas ideas dieron como origen a los que se conoce como Ecología de los medios¹⁶ (media ecology o teoría del medio), que estudia sobre todo la manera como éstos afectan la percepción humana, la comprensión, los sentimientos y los valores y cómo la interacción con los medios facilita e impide las oportunidades de supervivencia. Sostenía que los efectos de los medios de comunicación, como de las tecnologías en general, “no se producen a nivel de las opiniones o de los conceptos, sino que modifican los índices sensoriales, o pautas de percepción, regularmente y sin encontrar resistencia”¹⁷.

El medio y la tecnología logran imponer un modo de percibir y entender el entorno; cuando una cultura es testigo del advenimiento de una tecnología, el equilibrio entre sus formas de percepción queda trastocado, dando una nueva importancia o ascendencia a uno u otro sentido.

¹⁵ McLuhan, Marshall. *La galaxia Gutenberg: la creación del hombre tipográfico*. Universidad de Toronto. Canadá, 2002, p. 265

¹⁶ Islas, Octavio. *La convergencia cultural a través de la ecología de medios*. En: Comunicar. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación, octubre 2009, vol. XVII, N° 33, p. 26

¹⁷ Ivoskus, Daniel. *Cumbre mundial de Comunicación Política: cambios socioculturales del S. XXI*. Primera edición, Libros del Zorsal, Buenos Aires, 2010, p.256.

El mundo se está transformando apresuradamente con el cambio de las tecnologías de la comunicación y con ello está alternándose la sensibilidad y la consciencia de la humanidad entera. Su visión está dada en el papel de la infraestructura es atribuido a las tecnologías de la comunicación, quienes gobiernan el destino de la humanidad, construyen la cultura, la conciencia y hasta la sensibilidad individual, pero ante ellas no hay posibilidad de réplica ni respuesta. Para éste autor la única salida se encuentra en desconectar la electricidad si se quiere recuperar la libertad de espíritu de antaño.

A McLuhan se le he criticado mucho, prácticamente desde la publicación de sus ideas, como por suponer que niega el contexto social o más aún las contradicciones sociales. Más allá de las críticas sobre todo ideológicas de las que ha sido objeto. El interés preferente por los aspectos ideológicos de los discursos sociales impidió a muchos analistas comprender la validez de sus principales intuiciones respecto de los cambios en los usos de los medios, o de las distintas relaciones culturales que pueden establecerse entre los medios y sus receptores. Su principal contribución fue demostrar la relación entre medios, cultura y tecnología, una perspectiva que guiña con aspectos multidisciplinarios como son las ciencias de lo cultural, la psicología (cognición, percepción) e historia.

1.2.2.1. Las tres innovaciones fundamentales de la tecnología

Para McLuhan la historia de la humanidad se divide en ‘tres grandes etapas’¹⁸; la oral o pre alfabética, la escrita o alfabética y la electrónica. Cada una de ellas, se caracteriza por una forma de pensamiento, de comportamiento y comunicación. En las sociedades caracterizadas por la oralidad, la perdurabilidad de las ideas depende de la memoria viva de la gente. Son culturas cerradas en dos sentidos. Primero, porque la comunicación requiere de presencia física de las personas y porque son limitadas, dado que las nuevas ideas o las ideas complejas tienen pocas posibilidades de encontrar un lugar. Segundo, al ser tradicionales, el cambio social se produce muy lentamente.

¹⁸ Etapas de las tecnologías de la información. Disponible en: <http://nuevatecnologiasarkos.blogspot.com/>. Acceso 14 de agosto de 2011

En las sociedades con cultura escrita encontramos dos fases de desarrollo; en la fase de transición, la escritura produce la ruptura de las formas de pensar propias de la oralidad y de los contenidos que se difunden (la ciencia, la literatura y los filosofía sustituyen a los mitos, las canciones). La invención de la imprenta inicia una segunda fase de las sociedades con cultura escrita, que se caracteriza por minar la importancia de las comunidades locales.

El libro impreso modificó la forma en que la gente se reunía y pasaba tu tiempo libre; hasta la llegada de la imprenta. Lo habitual eran reuniones en espacios abiertos y en contacto con otros, a través de la actividad física, en fiestas, ferias o reuniones religiosas. El libro como artefacto permitió no sólo poseer y conservar información, sino que promovió una actitud más reflexiva, a partir de una lectura individual y aislada; ayudó a la reflexión, a la jerarquización según el propio interés, el desarrollo de puntos de vista privadas. Este conjunto de transformaciones es lo que McLuhan llamó “la era Gutenberg”.

Según McLuhan, el alfabeto fonético produce la ruptura entre el ojo y el oído, entre el significado semántico y el código visual. Sólo la escritura fonética tiene el poder de trasladar desde lo tribal hasta lo civilizado, es decir, cambiar el ojo por el oído. En las culturas analfabetas el oído limita a la vista, contrario a lo que ocurre con la invención de la imprenta, que lleva lo visual a su extrema intensidad.

El periodo de los medios electrónicos ha supuesto en algunos aspectos una vuelta a la cultura oral, ya que se caracterizan por la simultaneidad en la acción, la percepción y la reacción ante la realidad. Por otra parte, existen grandes diferencias entre ambos tipos de culturas. En primer lugar, las limitaciones físicas de la oralidad desaparecen con los medios electrónicos. El espacio y el tiempo no son barreras para la difusión de conocimientos. En segundo lugar, en las sociedades tradicionales de la división entre el ‘nosotros’ y el ‘ellos’ estaba muy marcado, mientras que los medios crean una gran comunidad.

Para McLuhan los ambientes constituyen procesos activos invisibles. Los nuevos medios artificiales y sus efectos son generalmente inadvertidos por el hombre común durante sus períodos de innovación.

1.2.3. Joshua Meyrowitz

Joshua Meyrowitz¹⁹ es un profesor de comunicaciones en el departamento de Comunicación de la Universidad de New Hampshire en Durham. Ha publicado trabajos sobre los efectos de los medios de comunicación masiva, incluyendo el impacto de los medios electrónicos en el comportamiento social, un análisis de los efectos de diversas tecnologías de los medios de comunicación han causado, particularmente la televisión.

Utiliza el ejemplo de la televisión para describir cómo las tecnologías han dado forma e influyeron en las relaciones sociales que nos encontramos a diario, proponiendo que la televisión ha sido responsable de un importante cambio cultural hacia las interacciones sociales nuevas e igualitarias. Él demuestra cómo la televisión es un "secreto de la exposición de "la máquina que permite a las personas a ver a los demás de una manera sin precedentes. Según Meyrowitz, es esta característica la que es responsable de la televisión romper las barreras entre niños y adultos, hombres y mujeres, y humanizar, aún la desmitificación de los poderosos.

Los planteamientos de Innis y McLuhan han tenido continuidad en obra de Meyrowitz. Estudia cuestiones planteadas respecto a las transformaciones introducidas por la TV en la vida cotidiana, tanto a nivel individual como social.

La tesis central de Meyrowitz afirma que la TV ha transformado radicalmente la forma de experimentar el mundo al romper los espacios. Estos estaban segmentados por los roles y las situaciones sociales, tanto en ámbito público como en el privado. La TV ha destruido las distinciones, ha roto los límites espaciales y como consecuencia ha dado lugar a una cultura sin sentido de espacio social.

¹⁹ Joshua Meyrowitz. Disponible en: <http://www.iifl.unam.mx/html-docs/tradretor/toronto.pdf>. Acceso 14 de enero de 2012

Los roles sociales se deben entender teniendo en cuenta el sistema social (instituciones y reglas) en el cual los individuos desempeñan dichos papeles. Cuando las redes sociales cambian, las identidades sociales lo hacen en la misma medida. En relación con la información social los roles también clasifican a los individuos según puedan acceder a uno u otro tipo de información, a una situación u otra. Los comportamientos se asocian con dichos roles y se construyen a través de flujos de información. La información la recibimos por los sentidos y por su extensión a través de las nuevas tecnologías de la comunicación.

Desde el punto de vista tradicional, el lugar físico y el sistema social coinciden, pero con la llegada de los medios y las nuevas tecnologías, el sistema social que condiciona nuestros comportamientos se ha ampliado, y se ha modificado la forma en que recibimos y transmitimos información.

La introducción de un nuevo medio en una cultura reestructura el mundo social. Los medios impresos tienden a condicionar lo que la población de diferente edad, sexo o estatus conoce de los otros grupos. Por el contrario, los medios electrónicos (y en particular la TV) permiten integrar experiencias y el conocimiento, desmitificando muchos de los roles sociales y enfatizando lo que es común al ser humano. Esto es posible porque los medios alteran las relaciones entre el espacio físico y el espacio social.

Merece atención las reflexiones de Meyrowitz sobre el tipo de consecuencias que tiende a la desaparición de los espacios sociales en la era de los medios. La ampliación del entorno informativo no conduce necesariamente a la presencia de comportamientos y actitudes idénticas en la población. Muy al contrario, mientras que el mundo es más homogéneo a nivel macro social, las experiencias individuales son más heterogéneas. El proceso es el siguiente: las diferencias tradicionales entre gentes de diferente edad, sexo, clase o nacionalidad se difuminan, pero las personas de la misma edad, sexo, clase, nacionalidad cada vez presentan menos similitudes.

1.3. Neil Postman y la ecología de los medios

"La ecología de los medios analiza como los medios de comunicación afectan la opinión humana, la comprensión, la sensación, y el valor; y cómo nuestra interacción con los medios facilita o impide nuestras posibilidades de supervivencia. La palabra ecología implica el estudio de ambientes: su estructura, contenido e impacto en la gente"²⁰.

Esto es el estudio de entornos de medios de comunicación, la idea que la tecnología y técnicas, modos de información y códigos de comunicación juegan un papel principal en asuntos humanos. Para entender a la ecología de los medios debemos entender diferentes conceptos, dependiendo cómo se analice el término: Ecología se refiere "al estudio de una especie en sus relaciones biológicas con el medio ambiente, así como sus relaciones simbióticas y antagónicas con otras"²¹. Por mediático debemos entender "todo aquello que se refiere a las tecnologías que hacen posible las telecomunicaciones y sus efectos en la transferencia de datos"²².

Entonces la ecología mediática es el análisis de las tecnologías que envuelven a la cultura que se desarrolla en un ambiente determinado afectándola de manera directa. Ya no se trata de un ambiente creado por la naturaleza, sino un entorno tecnológico donde una especie, el hombre, se relaciona y se desarrolla estableciendo con él distintas relaciones como lo son la dependencia cultural y la mitificación de la tecnología.

Este tipo de relación de dependencia cultural con el entorno trae a la cultura un costo que pagará por ser receptora de las nuevas tecnologías, lo cual también se reflejará en una porción de la población beneficiada por el cambio tecnológico y otra parte que resulta afectada por la introducción de nuevos procesos incognoscibles e inalcanzables: cuando las computadoras comenzaron su aparición en el mercado, las Universidades de mayor prestigio fueron las primeras en establecer sus redes internas y más adelante sus

²⁰ Islas, O. (2009). La convergencia cultural a través de la ecología de medios. *Comunicar* 33; 25-33. <http://dx.doi.org/10.3916/c33-2009-02-002>.

²¹ Ivoskus, Daniel. *Cumbre mundial de Comunicación: cambios socioculturales del siglo XXI Política*. Libros del Zorsal, primera edición. Buenos Aires 2010, p.256

²² Ídem.

conexiones de la World Wide Web (www), mientras que las escuelas que carecían de reconocimiento se demoraron en adquirir el equipo.

El Internet nos ofrece el recurso del manejo del tiempo: si no se puede observar en “tiempo real” el evento, siempre se puede recurrir a los espacios de video y sonido para “volver a vivir” algo que en realidad ya sucedió y que de otra manera no podríamos presenciar, sin embargo el costo de esta opción, sería que se puede depender en extremo del Internet para llenarnos de información pasada y se olvidará vivir el presente con miras al futuro.

Con la mitificación de la tecnología cada generación es testigo de dos fenómenos: el empleo pleno de una tecnología existente al momento de su nacimiento y la planeación, desarrollo y uso de una nueva tecnología.

Las nuevas generaciones tienen nuevas formas de comprender el mundo, pues en su entorno ya tienen como parte de él, las computadoras de doble procesador, los celulares y el Internet, lo cual a su vez impacta las relaciones que establecen con las demás personas y con las situaciones que se les presentan y las soluciones que a ellas aplican: siempre tendrán una respuesta al consultar el Internet por medio de su computadora portátil o su teléfono móvil (ya no los libros de papel, sino los libros digitales), podrán acercarse a sus seres queridos a través de un mensaje instantáneo o de una llamada al celular.

Según Postman la presencia en gran número de las nuevas tecnologías hace que se les otorgue un estatus de deidades, algo dado por la naturaleza que ofrece gran cantidad de datos, sin embargo se debe cambiar esta visión y comenzar a observarlas como un intruso extraño para poder extrañarse de ellas y analizarlas con mayor objetividad.

Las tesis que Postman desarrolló, representan una interesante reflexión sobre la fenomenología posible de los cambios tecnológicos y, por supuesto, un útil marco de referencia para el análisis de fenómenos que se inscriben en la convergencia cultural.

Las tesis que expuso son: 1) La cultura siempre paga el precio de la tecnología; 2) Siempre hay ganadores y perdedores con el cambio tecnológico; 3) Toda la tecnología tiene una filosofía; 4) El cambio tecnológico no es aditivo; es ecológico; 5) Los medios de comunicación tienden a convertirse en míticos.

Hace énfasis con respecto a la tercera tesis, que se refiere a que cada tecnología tiene una filosofía es expresada en la forma en la cual hace que las personas usen su mente, en lo que hace al cuerpo, en cómo codifica el mundo, en cuáles de los sentidos amplifican, en cuáles de las tendencias emocionales e intelectuales ignoran.

El cambio tecnológico no es aditivo, es ecológico, es por ello que un nuevo medio no agrega algo; cambia todo. Por eso se debe ser cautos frente a la innovación tecnológica. Las consecuencias del cambio tecnológico son siempre vastas, a menudo impredecibles y ampliamente irreversibles.

Cuando una tecnología se vuelve mítica, es siempre peligroso porque entonces es aceptada tal cual, y por consiguiente no es fácilmente susceptible a modificación o control, en cada gran tecnología hay incorporada un prejuicio epistemológico, político o social.

Las tesis de Postman permitirán acceder al complejo imaginario de la convergencia cultural. Los grupos de personas que utilicen estas herramientas conseguirán nuevas formas de poder social. Debemos comprender la convergencia cultural como complejo ambiente comunicativo. La cultura de la convergencia cultural posibilita el desarrollo de nuevas formas de inclusión social.

Las tesis de Postman permiten confirmar los efectos que introduce la convergencia cultural en el desarrollo de las nuevas sociedades. La convergencia cultural modifica los procedimientos de operación de las industrias mediáticas, así como la forma como la gente común se relaciona con los nuevos y los viejos medios de comunicación.

Los cambios más significativos se presentan en las comunidades de conocimiento. Las comunidades de conocimiento descubren nuevas formas de colaboración y participación. Estas se introducen en la perspectiva posible de una nueva sociedad: la sociedad de la información y el conocimiento.

1.4. Interpretaciones de la Escuela de Toronto

Northrop Frye es una de las voces más importantes de la teoría de la comunicación de la Escuela de Toronto, que tuvo su origen en las teorías de Harold Innis y Marshall McLuhan. Frye reconoció que la relación entre sus teorías y las de Innis y McLuhan se basan en la centralidad de la comunicación para la existencia misma de Canadá. Como Frye dijo, "Los canadienses han estado obsesionados con la comunicación". Esto se refleja en todas partes de la historia: la construcción de puentes, canales, el ferrocarril, y la construcción de postes de telégrafo a lo largo de las vías del tren en el siglo XIX. En el siglo XX los canadienses fueron pioneros en algunos de los desarrollos tecnológicos más importantes en materia de radiodifusión, incluyendo la invención de la radio que llevan la voz y la música, la primera estación de radio, transmisión de larga distancia y los satélites de comunicaciones para la radio y la televisión nacional. Esta obsesión por la comunicación vinculada a la lucha de la construcción de la nación y la viabilidad del Estado condujo a lo que Frye llama "teorías muy completas de la comunicación"²³.

Él ayudó a sentar las bases de la teoría crítica. Su preocupación por la literatura incorpora conceptos como la identidad, la cultura y de la comunidad, que son fundamentales para las comunicaciones. Era inevitable que su obra se extendería en el desarrollo de la teoría de la comunicación. Su propuesta de que "las estructuras verbales (cuentos, mitos, poesía, discurso científico) median en las relaciones humanas", crean avenidas fértiles de análisis.

²³ Watson, Rita y Blondheim, Menahem. *Teoría de la Comunicación de la Escuela de Toronto. Interpretaciones, Extensiones, Aplicaciones*. Prensa Magnes de la Universidad Hebrea. Jerusalem, 2007, p. 112

La teoría de la percepción es fundamental para la labor de Frye. Distingue entre dos formas de ver el mundo. No es el punto de vista objetivo, viendo el mundo real tal como es, y en este caso el espectador es independiente del universo. El otro *Weltanschauung* tiene a los seres humanos en el centro de las cosas; que se fundamenta en la subjetividad, la imaginación y el mito. El análisis de las dos visiones del mundo lo que lleva a Frye a el concepto de doble visión (o visión dialéctica).

Frye también escribe directamente en los medios de comunicación, la exploración de los diferentes tipos de impacto, asociados con diferentes modos de comunicación oral, escrita y electrónica. Afirma que el triunfo de la comunicación es la muerte de la comunicación: donde la comunicación constituye un medio en general, donde no hay nada que ser comunicado.

El desarrollo de un alfabeto, la producción de papel y un proceso de duplicación todos lo discutido en detalle en el manuscrito de Innis ha producido las condiciones para que la comunicación sea más accesible: se produjo un desarrollo de la cultura y las comunicaciones podrían alcanzar a lo largo de espacios más amplios. La difusión, o la expansión espacial, la comunicación se convirtió en mundial después de la revolución industrial. Los logros tecnológicos que llevaron a las sociedades parciales en el espacio como resultado de desafíos al régimen atrincherado por nuevos grupos de poder en la sociedad.

La longevidad de esos monopolios se ve limitado por el desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación, algo que sucede incluso en las sociedades más estancadas. El entorno de la comunicación pone en marcha nuevos contextos nuevos, lo que refleja las nuevas formas de conocimiento y el pensamiento. La lucha entre las estructuras de poder en el que cada grupo de presión trata de establecer el dominio o el control monopolizado pone en marcha una lucha dentro de la comunicación entre la clasificación y la difusión de información. La imprenta, inventada en el siglo XV, con el tiempo dio lugar a un espectacular crecimiento en la difusión de la comunicación a una

situación en la que hoy en día "la libertad de prensa" está tan establecida, que se ha desarrollado un monopolio en sí misma.

Frye utiliza la frase propia de Innis, "la estrategia de la cultura", para describir el proceso de imaginación, retorciéndose en una lucha de poder. Mirando a través de la amplia extensión de la historia, Innis proporcionó especialmente tres oportunidades importantes cuando la cultura surge de la lucha de los contrarios. Ellos son:

- La cultura creativa e imaginativa surge de una sociedad en medio de sus luchas por el poder;
- La ley con sus luchas internas;
- La objetividad de la erudición y el conocimiento científico (institucionalizada en las universidades).

Innis pensaba que la radio puede proporcionar el reto necesario para el monopolio de la palabra impresa. El renacimiento de la comunicación oral en la sociedad de masas hace de la reproducción mecánica o electrónica, esenciales. La radio era el principal medio electrónico del tiempo de Innis. La radio, sin embargo, no se desarrolló como una fuerza liberadora. En cambio, el medio se convirtió rápidamente en un instrumento de propaganda de la Alemania nazi y la Unión Soviética, especialmente dando ejemplos poderosos. Frye, entendió que Hitler estaba tratando de manipular la radio como un medio de control de masas, y señaló que esto no era lo que tenía en mente. La radio sirvió como un instrumento de la guerra, la intimidación y la propaganda política encontraron una voz, los informes de prensa en el código Morse se usaron en la Primera Guerra Mundial para la propaganda.

Frye encontró que la literatura canadiense, ha desarrollado una calidad regional y sostuvo que "la imaginación creadora necesita una unidad más pequeña y más cohesionada que la vasta extensión de Canadá "permite". En esencia, el entorno local y regional es un núcleo esencial. Este movimiento en contra de la cultura, es decir, la cultura se mueve en la dirección opuesta a la evolución política y económica, y se aplica al espacio, pero, afirma Frye, es probable que sea verdad con el tiempo.

Las formas de influencia de los medios y la respuesta a la influencia de los medios. La dinámica de estas dos fuerzas está determinada por la esencia misma de Canadá, su gente, sus idiomas, sus religiones, y el paisaje. Los medios de comunicación son la estructura de apoyo para la comunidad. Para Frye, este es el principal objetivo que no puede lograrse a menos que los medios lleven a cabo sus tareas esenciales de una manera significativa, libre de censura y otros obstáculos.

La noción de comunidad está en el corazón de la tesis de Frye el reto para los medios de comunicación es la sensibilidad hacia el medio, la comprensión de la comunidad a la que está llegando, y para llegar con relevancia. Estos son los ingredientes clave en la creación de la identidad. Si la estructura de apoyo de la comunidad es el objetivo principal, la disolución de la mafia es el reto complementario. Los que constituyen la mafia deben canalizarse a la comunidad. La multitud lleva consigo el peligro de la violencia, la violencia sin sentido teleológico. La multitud activa es una respuesta a un determinado símbolo, una excitación ligada a la característica de que una multitud sólo es capaz de una percepción simultánea. La multitud es desde luego inseparable de la noción de grupo.

Hay una tercera dimensión a la tesis de Frye en respuesta a la influencia de los medios: Almacenamiento enclaustrado. Se refiere a la importante función de los medios de comunicación como un almacén de información e ideas, lo que refleja la cultura de nuestro tiempo, a través de los medios de comunicación, hay dos componentes principales: la imaginación y de regulación. La imaginación se relaciona con el proceso de elaboración de contenidos multimedia e incorpora los cambios que sean necesarios en el tiempo y el espacio para reflejar cambios en los patrones de aprendizaje y cómo los mensajes son comprendidos.

Frye analiza tres dimensiones de la imaginación: (1) símbolos, imágenes y universales, (2) la actitud y (3) en forma discontinua la incorporación de ritmo en la secuencia (es decir, la imagen que surge en nuestra imaginación a través del tiempo a partir de información proveniente de una variedad de fuentes).

"Toda la cultura", dice Frye, "comienza como un preventivo contra la inercia de la costumbre". Pero el cambio por el bien del cambio no es la solución porque "sólo tiene que molestar a un hábito sin el fomento de la otra".

Una de las características principales de la Escuela de Toronto es la implicación de los cambios tecnológicos en la comunicación en la política, la cultura y la estructura social de la sociedad. Frye ve los medios de difusión como el desarrollo tecnológico en las comunicaciones del siglo XX, que podían cruzar las brechas inmensas en las líneas internas del país y de las comunicaciones que nos permiten ver la imagen más grande de Canadá. Había gran preocupación por la eficiencia con que se emplean estas nuevas herramientas. Para él, la comunicación es un diálogo significativo.

Los tres presentadores de la Escuela de Toronto se movieron en direcciones diferentes, y por lo tanto proporcionan un mosaico multidimensional y perceptivo a través de sus aportaciones teóricas. De los tres, Frye fue el más pragmático, tuvo también que ser una persona con manos en la regulación de la radiodifusión. Una de las contribuciones más importantes de Frye es ser canadiense, las características particulares o los fundamentos de Canadá y sus implicaciones para las necesidades de comunicación, los objetivos y posibilidades.

La tecnología en sí no es la respuesta, la tecnología debe ser utilizada para llevar el contenido que fomente la cultura en su lugar de nacimiento: la comunidad local. A nivel nacional impuso la cultura, si ésta fuera posible, llevar el mundo a la uniformidad que pondría en peligro el tejido de Canadá, podría perder su identidad y su alma.

1.5. Aplicaciones de la Escuela de Toronto

A medida que la web crece y mejora la tecnología de distribución, las cadenas de televisión con el tiempo entrarán en una etapa de desarrollo Web que requiere una mayor diferenciación de productos.

Esto también parece ser el enfoque del periodismo impreso. Su entrada en el periodismo digital fue acompañado por dos temores económicos: 1) fuertes gastos de subvaloración de la rentabilidad de la organización, especialmente en que casi todo el contenido Web es libre, 2) la pérdida de lectores de pago del papel impreso que encuentra el mismo material en línea.

El análisis de Derrick de Kerckhove sobre la web, destaca su carácter "tribal" (la terminología de McLuhan) y, como tal, implica "compartir" el lenguaje, no "imponerlo". Levinson va tan lejos como para afirmar que Internet realmente ha transformado el mundo en la "aldea global" de McLuhan, como todos los aldeanos en línea pueden crear un diálogo con cualquier otro navegante. Por lo tanto, como señala Kerckhove, la web es a la vez personal y colectiva. Finalmente, el lenguaje es "oral" (inmediatez textual), también copiado y almacenado - en términos de Innis, superando las limitaciones de espacio y tiempo.

Innis también investigó muchas de las influencias de la página impresa en el lector, entre ellas la ruptura de la relación comunicador/audiencia. En gran medida, tanto la interactividad de Internet sincrónica y asincrónica neutraliza este problema, permitiendo a los nuevos tipos de relación entre las dos partes y por lo tanto se incluye la interactividad. Newhagen Rafaeli, ve la interactividad como uno de los cinco elementos principales de Internet (los otros son multimedia, el hipertexto, la conmutación de paquetes y la sincronidad).

McLuhan tomó un rumbo diferente, en relación con los medios de comunicación como "extensiones del ser humano", es decir, lo que permite un alcance de nuestros sentidos. La radio, por ejemplo, amplía nuestros oídos. Desde esta perspectiva, la Internet se puede decir que "extiende las extensiones" a través de su capacidad de combinar dentro de ella las extensiones específicas y diferenciadas de cada medio anterior.

La web contiene las capacidades derivadas de los medios de comunicación textual (por ejemplo, diversas formas de presentación de los textos; énfasis en las palabras claves, fotografías), de los medios electrónicos (por ejemplo, el cine, la posibilidad de "zoom"

de entrada y salida de las imágenes; elementos en movimiento, flash, audio), e incluso nuevas funciones que no se encuentran en los medios de comunicación clásicos (por ejemplo, la interactividad sincrónicas y asincrónicas, tales como el chat, foros o encuestas instantáneas, así como la autoedición).

Las características interactivas hacen de Internet un medio frío, y como la tecnología mejora este mecanismo, el medio se vuelve cada vez "más frío". Sin embargo, dada la presencia de otros elementos de la naturaleza caliente de la Internet, no va a desaparecer pronto. Relacionado con esto está la paradoja que señala Innis y McLuhan sobre que los medios electrónicos serán abolidos por el tiempo y el espacio, pero también pueden acercar a las personas, es decir, fortalecer las relaciones sociales, mediante el uso de las capacidades sociales de cada medio de convergencia dentro de ella.

La tendencia espacial de los medios de comunicación modernos, el intento de ampliar las líneas de comunicación más y más, desde el centro hacia las periferias, con el fin de ejercer un control definitivo sobre el medio, incluidos los seres humanos que habitan en ese entorno, inevitablemente reduce el tiempo hasta el presente, a un mundo de un día de lo inmediato y lo transitorio.

Levinson, sostienen que la fuerza de navegar por la web hay no se compara en nada con la experiencia pasiva de ver televisión. Por el contrario, mantiene la promesa de la creatividad personal - "nosotros lo creamos y la rehicimos para ser usada" tal como lo hicimos en el espacio acústico antes de la llegada de la imprenta y la era de la alfabetización.

La comunicación por Internet no se limita al texto por sí solo. Mann y Stewart señalan que a medida que las capacidades de Internet aumentan el ancho de banda, lo que permite un mayor uso de la voz y las imágenes/video, desaparecen las limitaciones inherentes en el teclado. Los lugares de los navegantes de la Web están un plano muy diferente de la impresión y otros medios de comunicación clásicos, con sus propios códigos culturales y psicológicos (no sólo tecnológico).

El conjunto completo de capacidades de Web/Internet desde la perspectiva de la revista digital (y por extensión, el periodismo de noticias) de usuario - una especie de Codex del Internet. Estos se presentan en tres niveles de organización, en orden descendente: primera, categorías general que se relacionan con los dos tipos de revistas (Internet y/o impresas), en segundo lugar y dentro de cada categoría de los elementos diversos o "rasgos" que se encuentran en cada tipo de publicación (por ejemplo, página web, diseño, publicidad, etc.), y tercero, las variables específicas dentro de cada elemento (por ejemplo, si los anuncios son interactivos o no, el método de pago de los contenidos, en todo caso, etc.)

El uso del término "Sitio Web" (o "Web") es algo problemático. Como se mencionó anteriormente, Internet es tanto un medio de comunicación y también metamedio, es decir, la infraestructura subyacente para varios medios de comunicación específicos: e-mail, telefonía, grupos de discusión, navegación Web, etc. Si bien esta distinción es útil, no siempre es muy práctica. Por ejemplo, una revista electrónica que a primera vista sea tomada por un reemplazo de los medios impresos (un sitio web), pero dado que también puede llevar a los foros de discusión, correo electrónico, y otros tipos del uso de "no-revista" (es decir, Internet), no se puede distinguir claramente entre la revista digital en su "medio" y su forma de "metamedio" - es decir, entre la "Web" y las modalidades de "Internet".

Al Internet le tomó más de 20 años (correo electrónico, foros, etc.) para comenzar a parecerse a un verdadero medio de comunicación. La Web, a partir de la década de 1990, creció mucho más rápidamente en el número de usuarios (en parte debido a la experiencia anterior de la Internet), pero esto no fue debido al uso de sus capacidades, sino más bien a las capacidades de casi todos los demás, latente en la mayoría de los principales sitios web, especialmente los que participan en periodismo digital.

En el caso específico de las revistas electrónicas, podemos esperar encontrar que en esta etapa temprana de la vida de los jóvenes de la Web, la mayoría de las revistas se mostrarán sólo un número relativamente pequeño de los elementos que son únicos en el

medio. Hay varias razones para esto. En primer lugar los recursos económicos son limitados, no sólo para los sitios nuevos, sino también para los sitios que está establecido por las revistas impresas. En segundo lugar, la mayoría de los usuarios serán los lectores de la revista, por lo general conservadores en sus patrones de consumo de medios. Tercera, a principios de un nuevo medio se caracterizan por muchas pruebas y errores de los Webmasters, así como los editores están aprendiendo el oficio, no sólo con respecto a lo que se puede hacer técnicamente, pero también lo que quieren los lectores. Por último, imprimir revistas "ancla" de su hija la revista digital dentro de un marco conceptual propio, por lo que tales "revistas duales" sufren de forma natural en la integración del editorial y el conservadurismo del diseño.

CAPÍTULO II

DE LA COMUNICACIÓN ANÁLOGA A LA DIGITAL

2.1. Reseña histórica de los medios de comunicación

Se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional. La comunicación humana es un proceso que implica el intercambio de información, y utiliza los sistemas simbólicos como el apoyo para este propósito. Participan en este proceso una multitud de maneras de comunicar, que le permiten interactuar con otras personas y hacer algún tipo de intercambio de información.

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante el habla, la escritura u otro tipo de señales. Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

Hasta el momento de la creación de la escritura, existía la necesidad de almacenar de alguna forma en la memoria colectiva e individual toda clase de información (historias, nombres, mitos, etc.), y se transmitieron de boca en boca hasta la aparición de la escritura.

El funcionamiento de las sociedades humanas fue posible gracias a la comunicación. La comunicación implica la transmisión de una determinada información. La información como la comunicación supone un proceso.

En la antigüedad, las noticias se difundían por vía oral, por carta o por anuncio público llamado cartel, este se remonta mas allá del siglo XIX, era conocido también como panfletos o bandos de ordenanza, que se colocaban en las paredes de la plazas públicas, para ser vistos por el pueblo.

El nacimiento de la imprenta se remonta a China, en el año 593, cuando se reproducen por primera vez y de forma múltiple, dibujos y textos con la ayuda de caracteres de imprenta tallados en tablas de madera (xilografía). El invento se debe a los monjes budistas, que impregnaban las tallas de color para imprimir con ellas sobre seda o papel de trapos.

Johann Gutenberg, está considerado como el inventor de la imprenta en 1450. El gran logro de Gutenberg contribuyó sin duda de forma decisiva a la aceptación inmediata del libro impreso como sustituto del libro manuscrito. Los primeros periódicos eran de formato reducido y por lo general sólo tenían una página. No tenían ni cabeceras ni anuncios y se asemejaban más a un boletín que a los periódicos actuales de página grande con cabeceras en negrita y abundantes imágenes.

Durante las dos últimas décadas, los periódicos han sufrido más avances tecnológicos que en cualquier otra época desde la aparición de las máquinas automáticas de fotocomposición y las rotativas rápidas a finales del siglo XIX. Actualmente, han sido sustituidas por complejos sistemas electrónicos que utilizan computadoras para almacenar la información y convierten las palabras en líneas tipográficas. La creciente utilización de la fotocomposición y la transmisión electrónica de datos ha permitido el desarrollo de periódicos nacionales con plantas impresoras descentralizadas.

El 12 de diciembre de 1901, por el camino del éter (gas del aire que permite conducir sonidos e imágenes), las primeras señales eléctricas cruzan el Atlántico, a lo largo de 3.300 kilómetros, para transformarse en el primer receptor utilizado por Guillermo Marconi, en los sonidos “Morse” que identifican la letra “S”.

La telefonía inalámbrica fue inventada a principios del siglo XX, en 1902 por Guillermo Marconi; ésta invención, así como la telegrafía dieron lugar al surgimiento de la radio de experimentación; junto con la misma surgen los radio aficionados.

La televisión comienza a finales del siglo XIX hasta 1935. Durante este periodo un grupo de investigadores en los países tecnológicamente más avanzados (EEUU, Gran Bretaña, Francia, Alemania) buscan transmitir imágenes a distancia. Se trataba de captar imágenes utilizando una cámara, transmitir esas imágenes a través del aire y recibirlas en un aparato receptor a cierta distancia de donde originariamente se habían captado: la televisión.

Las primeras emisiones públicas de televisión las efectuó la BBC en Inglaterra en 1927 y la CBS en Canadá y NBC en Estados Unidos en 1930. En ambos casos se utilizaron sistemas mecánicos y los programas no se emitían con un horario regular. A partir de la década de 1970, con la aparición de la televisión en color los televisores experimentaron un crecimiento enorme lo que produjo cambios en el consumo del ocio de los individuos.

Los inicios de Internet nos remontan a los años 60. En plena guerra fría, Estados Unidos crea una red exclusivamente militar, con el objetivo de que, en el hipotético caso de un ataque ruso, se pudiera tener acceso a la información militar desde cualquier punto del país. Esta red se creó en 1969 y se llamó ARPANET. En 1985 la Internet ya era una tecnología establecida, aunque conocida por unos pocos.

La World Wide Web (www) es un sistema de interacción en Internet y nació en 1989, en el CERN (El Laboratorio Europeo de Física de Partículas) en Génova por el informático Tim Berners-Lee quien lo propuso para ser usado para sus divisiones geográficamente distantes y a través de la RED (específicamente para los científicos que trabajaban en física de partículas). Hizo realidad el sueño de comunicación entre redes de manera sencilla, con protocolo http (HyperText Transfer Protocol) y lenguaje html (hypertextmark-up language).

En 1993 Marc Andreessen produjo la primera versión del navegador "Mosaic", que permitió acceder con mayor naturalidad a la WWW. La interfaz gráfica iba más allá de lo previsto y la facilidad con la que podía manejarse el programa abrió la red a los legos. A partir de entonces Internet comenzó a crecer más rápido que otro medio de comunicación, convirtiéndose en lo que hoy todos conocemos.

2.2. ¿Qué es la comunicación digital?

Tal como pronosticó Nicholas Negroponte²⁴ en 1995: “el mundo donde nos encontramos ahora es un mundo digital”. El uso masivo de las computadoras han hecho que ésta nueva comunicación llegue a la sima a tal punto que las nuevas generaciones han crecido con esta era y las antiguas han tenido que acostumbrarse y adaptarse al medio.

En el mundo digital hasta las formas de comunicación básicas han evolucionado, los principales protagonistas son los usuarios y la tecnología; pero hay que dar un claro concepto a la comunicación digital, y al igual que la comunicación analógica, se transmite a través de símbolos lingüísticos o escritos. Unida esta comunicación con los avances y su fácil acceso a nacido una revolución comunicacional y social.

“Al final de la década de los 90, se nos fue mostrando una revolución tecnológica, que en el fondo significaba el apostamiento de nuevas prácticas culturales y nuevos medios tecnológicos [...] Sí admitimos que la cultura forma parte de un conjunto de prácticas que tienen que ver con la apropiación del sentido en la vida cotidiana; la comunicación entendida como parte de la sociedad, extendida por los distintos medios e industrias culturales, formaría parte de esa cultura”.²⁵

Actualmente, se produce y se consume contenidos (textos, fotos, audios, videos, links, etc.) y quienes se unen con otras personas para compartir información o para hacer nuevos amigos. Además, se opina, se jerarquiza, se clasifica y se crea audiencias detrás de los cientos de servicios que, en su conjunto, forman la llamada INTERNET.

²⁴Negroponte, Nicolás. *Mundo digital*. Ediciones B, primera edición, España, 1995 p. 27.

²⁵Latuff, Luisana y Nakhoul, Samantha. *La comunicación digital en la sociedad del conocimiento*. Universidad Arturo Michelena Escuela de Comunicación Social Valencia Estado Carabobo, Venezuela Proyecto: Nuevos medios de comunicación y prácticas culturales en Siglo XXI. Carabobo, 2005, p. 5

Un usuario es receptor y emisor de contenidos al mismo tiempo, con una participación activa; se puede tener varias expresiones en función de lo que los distintos sitios Web ofrecen. En algunos casos se tratará de crear contenidos (que pueden ser textuales, fotográficos, de audio, de video, gráficos, etc.). En otros, la participación se producirá en forma de comentarios, valoraciones, críticas o votaciones. Es por ello que la participación es la base y la cima de la comunicación digital.

La expresión de la comunicación sea por medio de fotografías, textos, videos, audios, etc., están presentes en la comunicación digital como por ejemplo: El sitio web YouTube, que permite subir, ver y compartir videos gratis de hasta diez minutos de duración. Millones de usuarios producen sus propios contenidos y los suben para compartirlos con el resto de la comunidad. Es similar el proceso en otras comunidades virtuales como Facebook, Myspace, Twitter, etc., cubriendo la parte de entretenimiento. Pero la comunicación digital también se encuentra presente en la investigación e información, es así como nació la Wikipedia, donde cada persona pueda participar y colaborar colectiva y voluntariamente con su conocimiento sobre cualquier tema, hasta ahora ya reúne más de diez millones de artículos en 250 idiomas diferentes.

La comunicación digital se encuentra en la era activa que dentro de ello se podría referir a nuevo medio de comunicación propio que es el caso de los Blogs.

“Un blog es un espacio en la Web que se actualiza diaria o periódicamente con posts (entradas) que se ordenan de forma cronológica inversa. Los post generalmente son producidos por el creador del blog (el autor, llamado blogger), aunque también existen blogs colectivos en los que participan varios autores”²⁶.

Un usuario activo tiene diferentes maneras para poder navegar en el blog y sentirse identificado con éste. Al ser gratuitos y muy simples de crear, existen millones de blogs en todo el mundo sobre todo tipo de información. Además, los blogs también son una

²⁶Zanoni, Leandro. *El imperio digital. El nuevo paradigma de la comunicación 2.0.* p. 47. Disponible en: <http://www.rollingstone.com.ar/libros/pdf/zanoni.pdf>. Acceso 5 de junio de 2011

alternativa ciudadana para expresar una manifestación y analizar todo tipo de protestas y proyectos.

“El Periodismo participativo actual surge como una consecuencia inevitable del avance tecnológico de las últimas décadas, que le proporciona al usuario nuevas posibilidades: plataformas de fácil uso para producir y publicar sus propios contenidos. Tal como hoy funciona Internet, resulta inseparable su existencia sin la participación activa de millones de personas de todo el mundo”²⁷.

Es por ello que la comunicación digital es un canal para la expresión libre sin censura sea de un análisis político, económico, social, etc. Es el canal de mayor expresión mundial, donde se puede ser escuchado e identificado. Los medios de comunicación tradicionales buscan trabajar con este nuevo medio y se masifican involucrándose a este medio activo y participativo.

2.3. Interfaz y experiencia de usuario

Cuando un usuario accede por primera vez a un dispositivo móvil o utiliza alguna aplicación de software mediante productos multimedia e Internet, accede a un mundo diferente en cuanto a su experiencia sensorial, percibe objetos intangibles y digitales, los cuales lo direccionan hacia una determinada cantidad de información visual y cognitiva.

“La interfaz es el medio mediante el cual la información se transfiere del usuario al ordenador y al contrario. En general, existe consenso en reconocer que se trata de un elemento fundamental, puesto que conecta al usuario con las fuentes de información, permitiendo tanto la búsqueda o acceso como la presentación, organización o almacenamiento de la misma”²⁸.

Por lo tanto, es una herramienta que facilita o dificulta la interacción entre ser humano y máquina, convirtiéndose en un auténtico canal de comunicación, en donde uno de sus

²⁷ LEANDRO ZANONI EL IMPERIO DIGITAL El nuevo paradigma de la comunicación 2.0 Prólogo de Alberto Arébalos Director de Comunicaciones de Google para América Latina, p. 70

²⁸ García López, Genaro Luis. *Los sistemas automatizados de acceso a la información bibliográfica: Evaluación y tendencias en la Era de Internet*. Ediciones Universidad de Salamanca, primera edición, Salamanca, 2007, p. 183.

principales objetivos sea que las aplicaciones o los objetos sean más atractivos y además, hacer que la interacción con el usuario sea lo más intuitiva posible, es decir, que funcione como un intermediario por el cual una persona no especializada, pueda manejarlos.

Para ello es necesario comprender que el diseño de interfaz, las herramientas y las metodologías que se provean al usuario son claves para que el medio funcione como tal, es decir, el escenario para interactuar con contenidos o para visualizar fácilmente la información.

Un diseño que no es funcional y no facilita la utilización del objeto no se lo puede considerara como un bueno diseño. “Al hablar de relación persona-información, se describe a un ser humano ante un sistema automático, sin la participación sincrónica de otro humano”²⁹. Asimismo, se debe tomar en cuenta una mezcla equilibrada entre funcionalidad y estética.

En forma paralela al desarrollo de las interfaces, se debe tener en cuenta la experiencia que vivirá el usuario al navegar por sus páginas. A ese concepto se le denomina experiencia del usuario, según Javier Royo³⁰, es el conjunto de sensaciones, valoraciones y conclusiones que el usuario obtiene de la utilización de un artefacto. Además, es necesario tomar en cuenta ciertas variables que conducirán a una exitosa experiencia como son el resultado de los objetivos de búsqueda del usuario, la cultura y el diseño en sí. La información que reciba el usuario, se verá afectado por sus tareas cotidianas, es decir, puede ser que lo haga de manera obligatoria o por pasatiempo (ocio) y también dependerá de ello para facilitar la experiencia de usuario.

“Las variables culturales del usuario dependerán del conocimiento que tenga en el uso de artefactos similares [...] El usuario recupera conocimientos de su propia cabeza y del mundo para interactuar con el sistema”³¹.

²⁹NuñezNoda, Fernando. *Guía de comunicación digital. Hacia la autonomía en la distribución de mensajes en bits*. Universidad Católica Andrés Bello, primera edición, Caracas, 2005, p. 65.

³⁰ Royo, Javier. *Diseño digital*. Ediciones Paidós Ibérica, S.A., Barcelona, 2004, p. 135.

³¹ *Ibíd.*, p. 136

Dentro de un medio digital como es la revista, existen beneficios en relación a una impresa:

- El zoom in/out, para acercar o alejar cualquier área de la publicación, facilitando la lectura. El paso de páginas.
- Paso de páginas, que pueden hacerse desde varios ángulos del documento, sin deteriorar o dañar las páginas y forma parte de un atractivo modo de visualización.
- Búsqueda por palabra clave, permite al usuario ingresar cualquier palabra mediante la cual quiera encontrar en la publicación digital un texto que la contenga. El sistema ubicará y mostrará las páginas de la publicación en las cuales aparece la palabra clave y permitirá al usuario llegar directamente a ellas.
- Cambiar modo de pantalla completa, facilita al usuario ver la publicación que ha seleccionado utilizando el 100% del espacio de la pantalla de su computador.

Existen otras funcionalidades que todavía no son de uso frecuente dentro de publicaciones digitales como links o vínculos internos y externos, video, audio, formularios y encuestas. Sin embargo, son muy útiles para integrar elementos más interactivos, informacionales y estéticos, los cuales complementan una revista digital.

2.4. La función digital de las palabras

Los medios de comunicación son transformadores de prácticas, saberes y representaciones sociales, pues operan también dentro de la cotidianidad, extendiéndose a todas las formas de la vida social. Desde la lectura de papel hasta la digital, ha existido una gran diferencia sobre todo en el uso de los sentidos, del cual la visión, ha sido el más modificado en su forma de percibir los objetos, por el modo de lectura y su orden de la lectura.

El modo de lectura en el papel no es agotador como la fijación en una pantalla, porque no existe un contraste o brillo. Para reducir el desgaste visual el ser humano “escanea” la pantalla, no lee la información que necesita, sino solo la captura. Mientras que, el orden de la lectura en papel empieza de derecha a izquierda y de arriba abajo, es

secuencial. No obstante, el Internet modificó esa práctica; no existe esa secuencia y el usuario empieza por cualquier tema de interés y sin un orden predeterminado.

Otra práctica que se transforma es la redacción, lo digital cambia la estructura del mensaje del usuario, además cambia el “-rol de guardias urbanos-, para convertirse en artesanos de la sugerencia”³².

En la redacción digital como indica Arqués en su libro “Aprender la comunicación digital”, es necesario que cada artículo tenga un timbre propio, es decir, que al expresar un punto de vista, se contextualiza la información. El usuario además de recibir datos informativos, también obtiene un marco de referencia y es donde empieza una singularización del autor. Así, destaca tres funciones principales de las palabras on-line³³:

a) La función de la información: los tres objetivos que cumplen las palabras en un sitio web son: orientar al usuario en su navegación, informarle y persuadirle de que pase a la acción. Para la comunicación digital se puede aplicar la técnica conocida como la pirámide invertida (consiste en desarrollar los conceptos principales en las primeras diez líneas. Parte de la técnica está en redactar la noticia contestando a las siguientes preguntas: ¿Qué? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Quién? ¿Por qué? Y no muy frecuente ¿Cómo?). Es necesario reconocer a los dos tipos de lectores que existen en la web; los que buscan, cazala información, no es un lector pasivo; y el que escanea, quien no lee ordenadamente. Para cualquiera de ellos, Internet debe ser un economizador de su tiempo, en donde los contenidos deben proporcionarle un beneficio inmediato.

b) Las reglas del Internet:

- Lo más importante siempre va adelante; los aspectos claves se colocarán al inicio hasta llegar a los de menor importancia. Servirá para transmitir en la primera frase o párrafo la idea central.

³²Arqués i Salvador, Neus. *Aprender comunicación digital*. Ediciones Paidós Ibérica, S.A., Barcelona, 2006, p.30.

³³ *Ibíd.*, p. 39-49

- La información para la web debe ser un 50% más breve que la expresada sobre papel. Esto es provocado por la dificultad de leer en pantalla y la impaciencia del usuario. Todos los textos serán cortos y concisos.
- Cada párrafo, una idea; es necesario tener en cuenta la fragmentación de las ideas, pero enlazadas unas con otras, para no perder el sentido de la idea central. En algunas ocasiones es recomendable hacer listados, para explicar las etapas o procesos de un tema determinado.
- Seamos serios; conviene utilizar un lenguaje preciso. Como se desconoce por cuál de los párrafos el lector empezará, es necesario ser claros.
- Todo lo necesario pero lo suficiente, la información debe ser lo esencial. Un exceso de datos redundantes, irrelevantes o que no guardan conexión entorpece el entendimiento.
- Seamos generosos; gracias a los enlaces o hipertextos, se puede guiar al usuario hacia otras secciones o páginas externas en las que se identifica información que la complementa.
- Evitar los errores ortográficos o de transcripción; por pequeños que sean repercuten la imagen que se proporciona.

Tanto en el papel como en la pantalla, es necesario dividir los párrafos, ordenarlos, redactar una entradilla para cada uno, resumiéndolos, y finalmente, depurar la información.

- c) **La función de orientación:** la información no será secuencial, por lo tanto habrá que darle al usuario-lector ciertas pistas de lo que busca y tienen forma de etiquetas o títulos, que se aplican de en distintos niveles. Se encargan de identificar páginas dentro de una web, secciones y párrafos. También se aplican a las funciones que se proponen al usuario y pueden estar representadas mediante íconos o palabras.

El uso de la palabra en la sociedad digital ha cambiado su concepción, ya que actualmente los usuarios crearon nuevas capacidades y habilidades en relación a los medios tradicionales (televisión, radio y prensa), que se ha adherido hacia plataformas

virtuales en donde todos se mezclan, creando un medio híbrido, vinculando elementos relevantes como las formas de organización, tratamiento, visualización y diseño de los diversos medios digitales. El desafío actual, es saber integrar estos elementos para no redundar en la información, pero sin caer en la saturación de la imagen.

2.5. La brecha digital

Históricamente el ser humano ha ocupado la tecnología para facilitar y tecnificar cierto tipo de procesos, como consecuencia le ha proporcionado tipo de ventajas y desventajas también. Las potencias mundiales aprovecharon para explotar estos recursos, adquiriendo un nivel de desarrollo material e intelectual amplio, en relación a otras regiones y países menos favorecidos, que se han quedado desplazados de los avances tecnológicos.

La brecha tecnológica ha contribuido a la creación de diferencias sociales y se han constituido en obstáculos para el desarrollo integral del ser humano. Es así como su acepción moderna, la brecha digital tiene limitantes parecidas. En ella se muestran las limitaciones de acceso y aplicación a las TIC.

“La brecha digital es la diferencia que existe entre individuos y sociedades que tienen acceso a los recursos tecnológicos de cómputo, telecomunicaciones e Internet [...] y otros aspectos como la educación, la lengua, el género, la tecnología disponible, la diferencia económica, generacional y geográfica entre otras.”³⁴.

Además, es relevante diferenciar entre el acceso a la información en relación al acceso a la tecnología. Chen y Wellman (Chen y Wellman, 2003), plantean un modelo que cruza las variadas brechas en cuatro perspectivas: acceso a la tecnología, alfabetización tecnológica, acceso social y uso social.

³⁴ Rodríguez Gallardo, Adolfo. *La brecha digital y sus determinantes*. UNAM, Centro de Investigaciones bibliotecológicas. México, 2006, p.21.

Cuando se trata de definir el problema de brecha digital se tiene en cuenta que está relacionada directamente con las políticas públicas de acceso a la información y no puede confundirse sólo con la disponibilidad o carencia de instrumentos tecnológicos, esto acarrea la sustitución de la política con la tecnología.

La brecha digital puede ser considerada también como una forma de segregación basada en la aplicación de la tecnología. Según Kwesi Mfume, presidente de la Asociación Nacional por el progreso de la gente de color (NAACP), quien afirma que la brecha digital es una segregación tecnológica.

Actualmente, según Nelson Mandela, este problema se presenta bajo dos formas: la primera es la brecha internacional, que se expresa entre los países ricos y pobres y la segunda es la brecha intranacional, que divide a cada uno de los países de una forma diferente y con características propias.

El acceso es dispar entre los países desarrollados y los que no lo son. "Por ejemplo, en Canadá y Estados Unidos, alrededor del 40% de la población tiene acceso a Internet, mientras que en Latinoamérica y el Caribe apenas tiene 2 a 3% de la población tiene oportunidad de acceder a un medio de comunicación"³⁵.

Las causas de esta brecha se deben a la indeleble infraestructura de telecomunicaciones, los costos elevados de Internet por la poca penetración de los servicios, que de alguna manera han sido apaliados por los llamados cafés Internet, kioscos o centros comunitarios, brindando acceso a comunidades alejadas o menos privilegiadas.

Sin embargo, reducir la brecha digital mediante la implantación de infraestructura de telecomunicaciones e informática, no reduce la disparidad económica. Para ello, es necesario incorporar proyectos e iniciativas de educación material, intelectual y moral que aseguren su continuidad y sostenibilidad.

³⁵ Serrano Santoyo, Arturo y Martínez Martínez, Evelio. *La brecha digital: mitos y realidades*. Universidad Autónoma de Baja California. México, 2003, p. 19.

“La brecha digital puede visualizarse con base en diversos factores tecnológicos como la densidad telefónica, el número de usuarios de Internet, el número de computadoras, etc. [...] Casi un 80% de los usuarios está concentrado en países desarrollados, donde la penetración de Internet alcanzaba hasta el 2000 un 28%. En cambio en los países en vías de desarrollo, la penetración alcanzaba el 1.5% de la población total”³⁶.

Según un estudio realizado por Gartner Dataquest³⁷, la brecha digital se está ampliando en América Latina, siendo Chile, el país con mayor acceso; sin embargo, en una comparación se encuentra muy por debajo en relación a los Estados Unidos con una diferencia de más del 30%.

La misma investigación señala que los gobiernos en América Latina, necesitan establecer incentivos para que los proveedores de servicios de telecomunicaciones, presten servicios en áreas de poca cobertura, así como para modernizar las existentes; las iniciativas deben ser promovidas desde lo local hasta lo estatal, respaldadas por un marco económico que incentive las inversiones, sobre todo en regiones donde existen bajos niveles de servicios

El uso de las tecnologías es visto por muchos dirigentes políticos como una forma de igualar a las personas en sus procesos de aprendizaje, para competir en un mundo moderno que ofrece nuevos puestos de trabajo, para los cuales se requiere contar con conocimientos sobre las TIC.

Diversas organizaciones gubernamentales, no gubernamentales y educativas se han preocupado por disminuir ésta brecha. La existencia de la brecha se entiende como resultado de una serie de deficiencias existentes previamente a la llegada de la Internet y la difusión masiva de las TIC; por otro lado, salvar la brecha se presenta como una ruta hacia no sólo abundancia de información, sino también como una serie de oportunidades que podrían servir para corregir o desaparecer varias de las brechas

³⁶ *Ibíd.*, p.27

³⁷ *Ibíd.*, pp.35-36

preexistentes en una sociedad dada, resultando así en una solución estructural a muchos de los problemas del mundo en desarrollo.

CAPÍTULO III

COMUNICACIÓN Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

3.1. ¿Qué son las TIC?

Son las Tecnologías de la Información y Comunicación, es decir, son aquellas herramientas computacionales e informáticas que procesan, sintetizan, recuperan y presentan información representada de la más variada forma. Las TIC son medios y no fines. Por lo tanto, son instrumentos y materiales de construcción que facilitan el aprendizaje, el desarrollo de habilidades y distintas formas de aprender, estilos y ritmos de los aprendices.

La enseñanza y el aprendizaje con las nuevas tecnologías crean posibilidades de interacción, cambiando el concepto tradicional de clase, y de procedimientos educativos, poniendo un gran posibilidad de estar todos presentes en muchos tiempos y espacios diferentes, por lo cual el papel del profesor cambia tiene nuevas dimensiones impartiendo clases menos informativas y más orientadas para aprovechar las posibilidades tecnológicas y proporcionar continuamente los debates e investigaciones con la ayuda de los textos, páginas de internet, etc.

La educación en el enfoque de la nueva era, suministra un marco de referencia para acceder, analizar, evaluar y crear mensajes en una diversidad de espacios desde impresos hasta videos o Internet. Las nuevas tecnologías de la comunicación y el uso de las aulas virtuales se convierten en los espacios condicionantes de los procesos de enseñanza/aprendizaje. Desde este punto de vista y como señala con Kaplún, “en que se minimiza esto al paradigma informacional en su función instrumental, es decir, el estudiante estará condicionado por los medios, y por lo tanto, la individualización sobre

la apropiación de los conocimientos masificará espacios virtuales y la socialización se irá perdiendo”³⁸.

La comunicación educativa ha tenido pronunciadamente a limitarse a los medios, automáticamente la refiere a medios y tecnologías de comunicación. sin embargo esta abarca no solo el área de los medios sino un tipo de comunicación en el proceso educativo, lo cual supone considerar a la comunicación no como mero instrumento mediático y tecnológico sino ante todo con un componente pedagógico, la educación a distancia permite al estudiante, gracias a recursos virtuales tener las herramientas necesarias para su aprendizaje, pero esto provoca una característica principal por su carácter individuado esto significa que está dirigido a individuos aislados considerados manadas unitarias receptoras de instrucciones.

“Cuando el sujeto educando logra expresar una idea de modo de que los otros puedan comprenderla, es cuando él mismo la comprende y la aprehende verdaderamente”³⁹.

Aquí también corresponde al educador fomentar el uso de las tecnologías entre sus alumnos, regular la frecuencia de interconexiones donde los conocimientos diversos se entrelazan, ayudar a los alumnos a entenderla como un aliado valioso, como soporte del aprendizaje en ambientes compartidos. Este aprendizaje proporcionará la ampliación de la visión personal que cada uno tiene de la realidad que lo rodea, capacitándoles para ser ciudadanos más conscientes. Podríamos interactuar mejor si supiéramos también interiorizar, si encontráramos formas más ricas de comprensión, nos llevaría nuevos momentos de interacción.

Pensamos con las palabras, la adquisición de las palabras es un hecho cultural, esto es, un producto del diálogo en el espacio social. Es importante mencionar que para el cumplimiento de los objetivos es necesario que todo proceso de enseñanza y

³⁸Kaplún, Mario. *La gestión cultural ante los nuevos desafíos*. En: Revista latinoamericana de Comunicación Chasqui, [en línea], diciembre 1998, no. 68. Disponible en: <http://chasqui.comunica.org/kaplun64.htm>. Acceso 28 de mayo de 2011

³⁹ Ibídem.

aprendizaje, debe dar lugar a la expresión personal de los sujetos educandos y así desarrollar la competencia lingüística del sujeto para la construcción de mensajes, generar condiciones para que ellos mismos generen sus mensajes pertinentes en relación con lo que aprenden.

Las tecnologías son como puentes que abren la sala de clase al mundo exterior, que representan y mediatizan nuestro conocimiento del mundo. Son diferentes formas de representación de la realidad, de forma más abstracta y concreta, más estática o dinámica, más lineal o paralela, pero todas ellas, combinadas, integradas, posibilitan una mejor aprensión de la realidad y el desarrollo de todas las potencialidades del educando, de los diferentes tipos de inteligencia, habilidades y actitudes.

3.2. Las redes telemáticas

Las nuevas tecnologías de la comunicación están transformando los usos y costumbres de la sociedad. La educación formal y la no formal, no están exentos de estos cambios. Desde sus inicios, la comunicación y la telemática están estrechamente relacionadas, primero en ámbitos científicos y militares. Más tarde, para acceder a la información y materializar el conocimiento, así como en la delimitación de pautas de comportamiento social, tanto en espacios presenciales como virtuales.

“Una red telemática es un conjunto de ordenadores conectados entre sí, configurándose así un instrumento integrado de medios y de aspectos lógicos soportados en los nuevos canales con los cuales se puede establecer una comunicación bidireccional entre cada uno de los elementos integrados”⁴⁰.

En ella se distinguen dos partes, el hardware, que son los dispositivos físicos por donde circula información; y el software, que permite el tratamiento y el almacenamiento de los datos.

⁴⁰ Martínez Sánchez, Francisco. *Redes de comunicación en la enseñanza: las nuevas perspectivas del trabajo corporativo*. Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Buenos Aires, 2003, p.19.

Las redes se han configurado para permitir la comunicación y el conocimiento entre los seres humanos, de las cuales se distinguen por ser redes sociales, como por ejemplo facebook, twitter, flicker, etc.; o redes tecnológicas, más específicas como por ejemplo portales dedicados al e-commerce, e-learning, entre otros, que participan dentro de la educación de la persona, tanto presencial como virtual, cubriendo grandes espacios de la vida de los que acceden a ellas.

Utilizando el término de Marc Augé, las redes constituyen en “no lugares”, para referirse a los lugares de transitoriedad que no tienen suficiente importancia para ser considerados como "lugares".

“Son espacios propiamente contemporáneos de confluencia anónimos, donde personas en tránsito deben instalarse durante algún tiempo de espera, sea a la salida del avión, del tren o del metro que ha de llegar. Apenas permiten un furtivo cruce de miradas entre personas que nunca más se encontrarán”⁴¹.

Asimismo, se puede concebir el ciberespacio o entorno virtual, es decir, un “no lugar”. Donde se encuentran personas y se comunican por medios técnicos, superando las limitaciones del físicas y geográficas, transformando a los interlocutores desde su materialidad hasta los procesos significativos de la comunicación, como el contacto cara a cara.

Las redes telemáticas ayudan en la construcción de nuevos escenarios de la educación, por la elaboración de instrumentos educativos electrónicos y la formación de educadores especializados en la enseñanza en el nuevo espacio social. Según Javier Echeverría⁴², el carácter multimedia ha generado efectos positivos dentro del sistema educativo y del autoaprendizaje de una persona, porque se ha alcanzado altos niveles de interactividad, se dispone de nuevas tecnologías que facilitan la

⁴¹ Augé, Marc. *Los "no lugares": espacios del anonimato: una antropología de la sobre modernidad*. Editorial Gedisa, Barcelona, 2004, p. 82

⁴² Echeverría, Javier. *Educación y tecnologías telemáticas*. Revista Iberoamericana de Educación [en línea], diciembre 2000, no. 24. Disponible en: <http://www.rieoei.org/rie24a01.htm>. Acceso 29 de mayo de 2011.

memorización, archivo y documentación, más aún la realidad virtual abre nuevas posibilidades para el desarrollo de procesos perceptivos y sensoriales.

De allí que surjan algunas modalidades en cuanto al uso de estas redes como son: la comunicación directa y estructurada por ordenador⁴³, que permite entablar comunicación directa entre dos individuos mediante textos escritos valiéndose del teclado, y eventualmente la voz a través del teléfono, mediante el intercambio directo de ficheros de ordenador: textos, gráficos, datos numéricos, ejecutables. También está el correo electrónico, las teleconferencias, acceso a base de datos, índices a publicaciones periódicas, boletines electrónicos, listservers (lista de grupo con intereses comunes).

Existen muchas aplicaciones que las redes telemáticas ofrecen a nivel educacional, abarcando varios sectores de la población como son niños, jóvenes, población rural, diseminada o de difícil acceso, que contribuye a la actualización, información y formación profesional o no profesional. Sin embargo, no se puede descuidar otros aspectos, que las redes ofrecen dentro de otros ámbitos, como la conectividad, la interacción y la emotividad. Están en los usuarios potenciar este recurso, para insertarse en la actual Sociedad de la Información, con la ayuda previa del sistema educativo para eliminar los analfabetos digitales.

3.3. Servicios de las TIC

3.3.1. Educación

Los medios de comunicación son algo más que vehículos de información, han llegado a crear un nuevo ambiente. El ser humano vive sometido a un nuevo entorno cultural. Los conocimientos de las diversas formas de expresión visual, adquiridos por el estudio abstracto corren el peligro de ser superficiales, pues se da una enorme desproporción entre el saber hacer y el simple saber.

⁴³ Zapata Ros, Miguel. *Redes telemáticas: educación a distancia y educación cooperativa*. Pixel-Bit: Revista de medios y educación [en línea], 1997, no. 8. Disponible en <http://www.sav.us.es/pixelbit/pixelbit/articulos/n8/n8art/art83.htm>. Acceso 29 de mayo de 2011

Lo que aparentaba ser una modernización de la enseñanza, por cuanto la asociaba a las nuevas tecnologías electrónicas, se tradujo así, evaluado en términos pedagógicos, en un estancamiento. Hay docentes críticos de los medios masivos y firmemente persuadidos de la necesidad de fomentar en los educandos una postura crítica ante los mensajes mediáticos pero, a la vez, incrustados en el método tradicional de clase frontal. Lo que hacen, entonces es dar a sus alumnos una clase sobre los medios y prescriben lo que tienen que ver y lo que no deben ver. Con lo cual, en suma, sustituyen una imposición por otra imposición.

Educarse es involucrase en un proceso de múltiples flujos comunicativos; mientras más comunicativa sea el proceso educativo más competente será el mismo. Una comunicación educativa pedagógicamente concebida será la provisión de estrategias, medios y métodos encaminados a promover el desarrollo de la competencia comunicativa de los sujetos educandos; que encaminará el desarrollo de competencias, de vías horizontes de interlocución de intercomunicación.

Cuando la educación se ve desde una sola perspectiva unidireccional se pierde el valor de la expresión y la enseñanza colectiva. Las redes telemáticas está uniendo a grupos de estudiantes donde puedan relacionarse y abrir canales de autoexpresión, tolerancia y seres participantes. Comunicación y educación tendrá una concepción según el valor que esta misma asigne a la enseñanza de los educandos para su formación edificada hacia el diálogo, la cooperación solidaria y la reafirmación de las identidades culturales del desarrollo competitivo y una actitud participante en los ambientes políticos y sociales.

“En el ámbito educativo, la utilización de las TIC adquiere un papel relevante. Pueden constituirse en un espacio de creación y en una herramienta para desarrollar un sinfín de estrategias metodológicas para dinamizar la adquisición de conocimientos”⁴⁴.

⁴⁴Moncayo, María Gabriela. *Las Tic en la educación*. Mejoramiento de la educación en la calidad de la educación particular popular y de la comunicación social comunitaria. Ecuador, 2008. Disponible en http://www.planamanecer.com/recursos/docente/bachillerato/articulos_pedagogicos/noviembre/tics_en_la_educacion.pdf. Acceso 5 de junio de 2011

La propuesta de las TIC conduce a reconvertir las imágenes y sonidos en una gran unidad didáctica que permita no olvidar el pasado, contextualizar los hechos desde una perspectiva histórica global y romper con aquellos tópicos y estereotipos que sólo sirven para enriquecer una mínima visión del mundo, por los altos contenidos de súper información que como consecuencia conducen a la desinformación.

En primera instancia, las TIC son un elemento de motivación dentro de una asignatura pues facilitan el aprendizaje de un nuevo contenido. Se considera que el docente debe integrar las TICs al currículo para que los estudiantes las utilicen correctamente para obtener la información requerida, para delimitar el acceso a la información.

De todas maneras, debe tomarse en cuenta que el acceso a las TIC, se encuentra limitado al nivel económico de las poblaciones. Las TIC no pueden considerarse como elementos que intervienen en el desarrollo del pensamiento sino como instrumentos para dinamizar los procesos de enseñanza-aprendizaje.

La mayoría de las personas que viven en el mundo tecnológicamente desarrollado, tienen un acceso sin precedentes a la información; lo que no significa que dispongan de las habilidades y el saber necesarios para convertirla en conocimiento. Sin embargo, debe considerarse que las tecnologías de la comunicación e información han contribuido al desarrollo de las industrias, como en el desarrollo del conocimiento.

“Las TIC tienen invariablemente tres clases de efectos. En primer lugar, alteran la estructura de intereses (las cosas en las cuales pensamos). En segundo lugar, cambian el carácter de los símbolos (las cosas con las cuales pensamos). En tercer lugar, modifican la naturaleza de la comunidad (el área en el cual se desarrolla el pensamiento)”⁴⁵.

El mundo del trabajo, de la producción científica, de la cultura y el ocio han experimentado grandes cambios en las dos últimas épocas por influencia de las TIC, facilitando las formas de aprender, de relacionarse y de construir significados sobre el

⁴⁵ Sancho Gil, Juana María. *Tecnologías para transformar la educación*. Ediciones Akal S.A. y Universidad Internacional de Andalucía. España, 2006, pp. 17.18.

mundo circundante. Sin embargo, el sentido de estas transformaciones no siempre es positivo.

3.3.2. Búsqueda de información

Encontrar en Internet la información que se desea, supone realizar a menudo búsquedas sucesivas, ya que la información que aparece en primera instancia no es la de mayor calidad, ni la adecuada para las necesidades de una persona, sobre todo cuando se trata de información académica o científica. Muchas veces una búsqueda puede desviar el objetivo real con el que se inició el proceso; no obstante, este se puede tornar complejo, pudiéndose secuenciar en distintos subprocesos que siguen un determinado orden y en muchas ocasiones es necesario reformular el criterio para hallar lo deseado.

Las TIC favorecen estos servicios, proporcionando recursos para la búsqueda. Por ejemplo, Copernic es un software que permite utilizar 90 motores de búsquedas al mismo tiempo, entre los cuales están Google, Altavista, Compuserve, Yahoo, Netscape y otros; que son herramientas que permiten extraer de los documentos de texto las palabras que mejor los representan y en varios idiomas; algunos son más especializados con respecto a temas académicos.

Sirven para encontrar recursos (páginas web, foros, imágenes, vídeo, ficheros, etc.). Los resultados de la búsqueda son un listado de direcciones web donde se detallan temas relacionados con las palabras “clave” buscadas. La información puede constar de páginas web, imágenes, información y otros tipos de archivos.

Muchas de las búsquedas son rutinarias, muchas veces se las realiza sin ninguna orientación y según los criterios de selección propios de cada persona. “Es necesario orientar la navegación sean o no estudiantes, ayudándolos a seguir una metodología: planificación de la estrategia de búsqueda, localización, valoración y registro de información, elaboración, difusión de la información y evaluación de la búsqueda (...) En cada una de la etapas se requiere mantener el propósito general de la navegación, al

tiempo que se interpretan y analizan los resultados obtenidos en relación con el objetivo de búsqueda”⁴⁶.

Para realizar estos procesos es necesario que la persona posea ciertas destrezas desde las sencillas, en donde pueda obtener resultados básicos y poco a poco adquiera destrezas complejas, en las cuales integre distintas aplicaciones para una mayor efectividad y fiabilidad de la información recopilada. Las TIC facilitan la localización la investigación y son imprescindibles para la aplicación en cualquier tipo de trabajo. Además, junto con los medios digitales pueden contribuir en el contraste de la información y encaminar a una valoración adecuada en cuanto a contenido.

La búsqueda de información debe encaminarse desde los primeros años de educación básica, para que en el futuro la implicación de la búsqueda, genere saber crítico, diferenciando la información del entretenimiento. Al mismo tiempo, es necesario manejar otros recursos adicionales a la búsqueda, como por ejemplo, “operadores matemáticos específicos (“AND”, “OR” y sus combinaciones; palabras entre comillas, etc.)”⁴⁷, los cuales están implicados en la organización metódica y sistemática de encontrar información a modo de filtros.

Existen ciertas estrategias sociales que se asocian a las formas ya mencionadas, y pueden ser muy útiles para el material en línea, motivando a actividades y competencias grupales o de asociación, pero mientras no se alfabetice digitalmente a la sociedad, se verá afectada en cuanto a la diferenciación de contenidos irrelevantes de un conocimiento profundo, que muchas veces se los puede hallar por debajo de las primeras páginas que aparecen con un simple criterio de búsqueda.

⁴⁶ Ruiz Dávila, María y otros. *Las Tic, un nuevo reto para aprendizajes*. Narcea S.A. de ediciones, Madrid 2004, p.50.

⁴⁷ TIC y búsqueda de información. Disponible en:
<http://www.omerique.net/twiki/pub/TIC/Curso071106CU040/6GOOGLE.pdf>. Acceso 31 de mayo de 2011

“Los foros, los chats, las wikis, pueden además propiciar el desarrollo de actividades colaborativas o de servir de modelo [...] en los que se de seguimiento a cierto tipo de informaciones”⁴⁸.

Las TIC fomentan un aprendizaje significativo, porque logran procesos de comprensión individual, que desembocan en modificaciones de actitud y pensamiento a largo plazo. Amplían el terreno, enriqueciéndolo y dándole otra significación para su utilización entre los jóvenes y adultos, por la diversidad de los lenguajes que presta el Internet, como son la multimedia, el hipertexto y la virtualidad.

3.3.3. Entretenimiento

Las primeras herramientas empleadas como precursoras de las tecnologías de la información y comunicación, eran la radio y la televisión. Estos se hicieron indispensables y parte del entretenimiento y que actualmente se presentan más sofisticadas, modernizadas y acompañadas de nuevos medios destinados a dar placer a las personas.

El ‘entertainment’ es definido como “la acción de entretener, divertir, o causar que alguien lo pase agradablemente; algo que entretiene, divierte o bien ocupa la atención agradablemente”⁴⁹.

Pocos años del despliegue digital, se puede decir que se ha producido un tremendo y rápido esfuerzo por parte de muchos autores y compañías, etc., por captar y verificar que es lo que le llama la atención a la gente para que se interese por algún producto de consumo, es ahí donde las nuevas tecnologías entran en juego y se unifican estas partes para poder reunir más personas, unificando a los medios de comunicación el entretenimiento y las nuevas tecnologías.

⁴⁸Hung, Elías Said. *TIC, comunicación y periodismo digital. Tomo II. Escenarios de enseñanzas y ciberperiodismo*. Ediciones Uninorte, Barranquilla, 2010, p. 28.

⁴⁹ REVISTA ACADÉMICA DE LA FEDERACIÓN LATINOAMERICANA DE FACULTADES DE COMUNICACIÓN SOCIAL. Enrique Bustamante España Universidad Complutense de Madrid, 1995

Los consumidores adaptan rápidamente su comportamiento a las nuevas tecnologías y al hacerlo surgen nuevos retos para los propietarios de contenidos, propietarios de plataformas, anunciantes, vendedores etc., y cualquier marca que quiera establecer una relación más íntima con su público.

La industria del entretenimiento es tan grande y abarca casi todos los espacios comunicacionales que es difícil concentrarse en uno solo o utilizarlo de una manera práctica, en este sentido las TICs no se quedan atrás; existen demasiados espacios de ocio en el Internet, provocando que los jóvenes se comuniquen, pero no desarrollen habilidades, ni estrategias de comunicación.

Esta generación digital, ha nacido con y usa Internet, y se está desarrollando, creciendo, capacitando y adquiriendo habilidades de ocio. Los jóvenes no adquieren ni tienen la competencia de trabajar en grupo en un medio virtualizado de forma colaborativa, no relacionan las búsquedas avanzadas y se conforman fácilmente con los primeros resultados esperados, especialmente en el ámbito educativo. Sin embargo, mantienen escrito su blog cada día, se encuentran conectados al Messenger las 24 horas y actualizan su red social, etc.

Las "jergas digitales" que las personas relacionadas con el ocio de las nuevas tecnologías están identificadas y hacen de la comunicación un lenguaje totalmente deformado, un uso incorrecto en el cual los niños están creciendo y formando este lenguaje como si fuera natural.

Los jóvenes deberían ser capaces de proyectar la experiencia del entretenimiento hacia otros ámbitos para enriquecer, crecer y aprovechar esto para mejorar, ya no en preocuparse en cómo utilizar si no adaptarlas a un fin.

Ahora está claro que los jóvenes utilizan las tecnologías de la información para ponerlas al servicio de lo que quieren conseguir: ocio compartido con los amigos, búsqueda de

información de los temas que más les atraen, y, en menor medida, para trabajar en las aulas.

Los jóvenes en su gran mayoría siempre cargan su laptop, el iPod, en el que están navegando en Internet, chateando o metidos en los videojuegos. Estas tecnologías se han vuelto parte fundamental para la vida de ellos. Ahora con las nuevas ofertas educativas se crean, páginas Web, productos multimediales, animaciones, juegos de video de cualquier tipo y a nivel profesional se juntan el entretenimiento – ocio con las nuevas tecnologías, dando un paso al mayor interés de los usuarios incorporándose en este ambiente.

3.4. Efectos de las TIC en la opinión pública

La formación inicial de la esfera pública burguesa es entendida por Jürgen Habermas como la aparición de aquella instancia mediante la cual el interés público de la esfera privada en la sociedad burguesa deja de ser percibido exclusivamente por la autoridad y comienza a ser tomado en consideración como algo propio por los súbditos mismos. De esta manera, se establecen dos teorías: a) Teoría del espiral del silencio y b) Teoría de la agenda setting.

a) Teoría del espiral del silencio

Propuesta por la politóloga alemana Elisabeth Noelle-Neumann en 1977 y sus variaciones en años posteriores. El primer aspecto es la hipótesis del silencio, tomando el pensamiento de Thomas Hobbes, “el silencio se interpreta como señal de conformidad, ya que consideraba que era fácil decir cuando no se estaba de acuerdo”⁵⁰. En estos días, esa afirmación no es correcta porque no se puede afirmar con certeza el sólo hecho de decir no, pero si se puede interpretar el silencio como conformidad. Para ello, existen dos maneras de comprobar esta hipótesis. La primera es la verificación

⁵⁰ Noelle-Neumann, Elisabeth. *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Segunda edición americana, Ediciones Paidós Ibérica, S.A. España, 1995, p. 24

mediante datos históricos escritos por filósofos, historiadores o personas sensibles a un determinado acontecimiento y la segunda se lo realiza mediante la investigación empírica, es decir, encuestas. Sin embargo, la hipótesis se mantendrá si se pueden probar empíricamente dos supuestos. El primero, en donde las personas captan intuitivamente el grado relativo de aceptación de opiniones contrarias; y la segunda, es observar si la gente adapta su conducta a la fuerza o la debilidad aparente de las distintas opciones. Frente a esto, se realizó un experimento de laboratorio clásico, elaborado por Solomon Asch (longitud de las líneas de Asch), quién demostró que muy pocos confían en sí mismos:

“La mayor parte de las personas se unirán al punto de vista más aceptado aún cuando estén seguros de su falsedad. Esto fue lo que Tocqueville describió así: Temiendo el aislamiento, más que el error aseguraban compartir la opinión de la mayoría”⁵¹.

Más aún, se presentaron otros efectos en donde no se explica como un resultado del temor a ser excluido por desaprobación, sino como un modo de aprendizaje. Es de ésta manera cómo podría haber surgido la aparición de la opinión pública.

Lo público podría caracterizarse desde un aspecto psicosociológico:

“El individuo no vive sólo en ese espacio interior en el que piensa y siente. Su vida está vuelta hacia fuera, no sólo hacia las personas, sino hacia la colectividad como un todo”⁵².

Por lo tanto, se sobreentiende que el miedo al aislamiento, la mala fama y la impopularidad, nace la necesidad del consenso. Esto hace que la persona preste atención a su entorno y a lo público. La espiral del silencio es una reacción ante la aprobación y la desaprobación de los valores. Rousseau señalaba que el hombre estaba dividido en dos: el uno que contiene la naturaleza real, sus verdaderas necesidades, inclinaciones e intereses y el otro que se configura bajo el yugo de la opinión. Surge así un concepto ambivalente de la opinión pública, como un juicio vacío y en otras

⁵¹ *Ibíd.*, p. 60

⁵² *Ibíd.*, p. 87

ocasiones se encarga de proteger lo más permanente y valioso como las costumbres, la tradición y la moralidad. Así logra definir esencialmente a la opinión pública, que se manifiesta como una “transacción” entre el consenso público social y las convicciones individuales.

Para que exista predominio de la opinión pública es necesario que exista igualdad de categoría social. Según Tocqueville “cuando los rangos sociales y los hombres distintos unos de otros en su condición, hay individuos que disponen del poder de una mayor inteligencia, saber e ilustración, mientras que la muchedumbre está hundida en la ignorancia y el prejuicio... En periodos de igualdad, los hombres no tienen fe en los otros debido a su semejanza; pero es esa semejanza que da una confianza casi ilimitada en el juicio del pueblo común⁵³”. La presión de la opinión pública no sólo afecta a los individuos, sino a los gobiernos.

Posteriormente, la concepción de opinión se desvirtúa y se transforma en ‘control social’, desaparece el consenso social como respeto a la integración entre gobierno e individuo, regidos por entes de control como son la ley, la iglesia, la familia y los medios de comunicación.

b) Teoría de la agenda setting

Surge en Estados Unidos a partir de los años setenta. En ella se estudia cómo los medios ejercen influencia en las audiencias mediante los temas considerados de mayor relevancia. Ofrece una explicación de por qué la información sobre ciertos argumentos, y otros no, resulta de interés para el público que vive en democracia, asimismo, estudia los cambios sociales y la estabilidad social.

“El término agenda se acuña en un sentido metafórico para expresar cómo las agendas o temas considerados relevantes por los medios pasan a ser subrayados también en las agendas de la audiencia. Las personas no sólo reciben información a través de los medios sobre determinados temas o asuntos que ocurren en el

⁵³ *Ibíd.*, p. 124

mundo y son considerados prioritarios, sino que también aprenden de ellos la importancia y el énfasis que les deben dar”⁵⁴.

Mediante el análisis de contenido de los medios y el sondeo a la audiencia se descubre que existe una elevada correlación entre los temas a los que dan importancia los medios de difusión y los que interesan a sus audiencias. Así, se destacan tres agendas que se relacionan entorno al proceso comunicativo: “a) la agenda de los medios; b) la agenda pública y c) la agenda política”⁵⁵.

a) La agenda de los medios: Surgió en 1980, en el International Communication Association Meeting, cuando Steve Chaffee, cuestionó la selección de la agenda de los medios, ya que es una de las más variables por sus contenidos, las investigaciones comienzan preguntando al público cuál cree que es el problema más importante. Existen diferentes factores de la noticia, como la sorpresa, la tematización, la personalización y el negativismo, políticas gubernamentales, y otros factores mensuales que favorecen la publicación.

b) La agenda pública: Es el grado o jerarquía de importancia que da el público a determinados aspectos noticiosos durante un periodo de tiempo. Se presentan dos tipos, en primer lugar, los estudios de jerarquización centrados en los temas más cruciales que a juicio de la audiencia forman la agenda pública, y en segundo, los estudios longitudinales en donde las investigaciones de la agenda-setting han medido las subidas y bajadas de un tema o varios a lo largo de un periodo largo de tiempo, se mide por encuestas realizadas a una parte de la población y en ellas a una muestra de individuos se le pregunta sobre el problemas más importante. Con los resultados que se obtengan, se pretende ver la posición relativa que tiene un tema o varios en la agenda del público.

c) La agenda política: La agenda política o también denominada institucional, mide el tipo de acciones que adoptan los gobiernos, parlamentos y las diferentes instituciones sociales que más tarde formarán parte desencadenante de debates, además de incluirse

⁵⁴ Rodríguez Díaz, Raquel. *Teoría de la Agenda-Setting. Aplicación a la enseñanza universitaria*. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales. España, 2008, p. 15

⁵⁵ *Ibíd.*, pp. 18 - 22

como temas destacados en la agenda de los medios y en la agenda pública. Además, es la encargada de generar temas nuevos que influenciarán la agenda de los medios y la del público.

Otro enfoque está vinculado con la propia perspectiva y proceso de cómo, quién y qué elementos o factores contribuyen en la construcción de la agenda, también denominado 'agenda building', la cual estudia el proceso mediante una numerosa serie de factores sociales además de la influencia mediática influyen en la construcción de las agendas institucionales. Los principales estudios de esta agenda se han concentrado en ver cómo los temas objeto de preocupación institucional han estado presentes en la agenda de una ciudad, gobierno o parlamento. En general, los periodistas, a la hora de seleccionar temas prefieren aquellos que sean actuales y novedosos antes de alargar y estirar los que ya ocupan durante tiempo las portadas. Los medios de comunicación en la sociedad actual llegan a ser omnipresentes y centrales en el mundo del hacer político, al mantener una relación simbiótica, los periodistas necesitan información para publicar al igual que el acceso a las fuentes de noticias; en el otro sentido, los representantes de las instituciones necesitan difundir y proponer sus programas a la audiencia.

La agenda-setting está en un proceso de innovación y evolución investigativa, el enfoque temático se utiliza actualmente en un amplio abanico de cuestiones históricas, publicidad, información internacional, noticias médicas, ambientalistas, científicas, etc.

Al presente, la opinión pública se está redefiniendo por la presencia de las masas urbanas en la escena social y las Nuevas Tecnologías de la Información, cambiando la visibilidad del Estado hacia la comunidad; lo que ha servido positivamente para dotar de un contenido más amplio a las libertades de expresión e información. No obstante, los procesos de cambio tecnológico siguen una visión lineal por parte de los emisores de la información, los cuales han regulado la producción y distribución de los mensajes, de la forma más conveniente para sus intereses, inclusive el conocimiento ha seguido, de manera que cualquier innovación relevante ha sido redirigido para satisfacer esos

intereses; por lo tanto, la opinión pública ha estado supeditado también a éstas expresiones.

Las TIC han logrado ciertos cambios: “El nuevo entorno cambia de alguna manera las reglas del juego y otorga a ésta opinión pública herramientas para revertir esa situación [...] Para que ello ocurra, las herramientas deben llenarse de contenidos que realmente propongan cambios positivos para el conjunto de la sociedad”⁵⁶.

Las TIC han fomentado el desarrollo de las redes sociales, ya que cooperan para crear y compartir conocimiento. De ahí deriva el concepto de “co-creación de contenidos”⁵⁷, es decir, se plantean como una red en la que los distintos agentes involucrados puedan aportar su experiencia desde diferentes perspectivas, proporcionando sensaciones reales dentro de un plano ficticio. Igualmente, han permitido tener información frecuente relacionada con temas de interés mediante la utilización de un celular, un computador portátil, y hasta un dispositivo de audio, pero las TIC pueden resultar favorables o no dependiendo de una serie de circunstancias socioeconómicas y culturales.

Dentro de la opinión pública, las TIC, se han constituido en la fuente de la verdad para muchos individuos. En muchas ocasiones, no prestan atención de que son medios de información falsa y manipulación. Más allá de democratizar su uso, la divulgación de la cultura, y ofrecer información, tienen la capacidad de adormecer y movilizar grupos sociales por medio de la comunicación de masas en las que se concretan las diferentes corrientes de opinión a través de personajes mediáticos visibles. Sin embargo, han sido éstas quienes se encargan de fomentar grandes y positivos cambios en cuanto a la movilización de grupos sociales para temas diversos que defiende los derechos humanos, derechos animales, y promueven la divulgación de temas hacia otras regiones del mundo, con mayor apertura, para sensibilizar y dar a conocer distintas realidades o diversos tópicos de interés mundial.

⁵⁶Gomis, Joan Miquel. *Turismo justo, globalización y tic*. Editorial UOC, primera edición en lengua castellana. Barcelona, 2009, p. 66.

⁵⁷ *Ibíd.*, p.67

3.5. Las TIC y medio ambiente

Cada día son más las personas que se conectan diariamente al Internet, tanto desde su casa como desde el trabajo. Así, la red va incrementando la velocidad de transmisión de datos y todos estos factores hacen que las exigencias tecnológicas (fabricación masiva de computadoras, microchips, pantallas LCD o LED, etc.) sean mayores y que por tanto se incremente el consumo de gases de efecto invernadero. La aparición de nuevas tecnologías genera un alto número de desechos electrónicos, los cuales pueden ser reciclados y reutilizados, ya sea en su totalidad o parcialmente.

Una pequeña parte de la sociedad ha comprendido el daño realizado, el desequilibrio en que vivimos, y por eso ha buscado alternativas basadas en la conciencia del medio ambiente para recuperar el entorno, y procurar un mayor equilibrio del mundo. La educación ambiental es el camino para reestructurar y restaurar el equilibrio hombre-medio ambiente.

La 'informática verde' es un nuevo concepto para el medio ambiente, representa el cuidado del medio ambiente, reduciendo la contaminación debida tanto al desecho de productos como a la emisión de CO₂, ya que al usar menos energía se contamina menos. Se trata de reducir el uso de materiales peligrosos en la fabricación de los productos tecnológicos, del reciclaje de los mismos y de la optimización del uso de la energía que es necesaria para que funcionen las nuevas tecnologías.

Al introducir soluciones no agresivas para el medio ambiente mediante el uso de las TIC en las actividades diarias, se estará contribuyendo a reducir toneladas de emisiones de gases generadores del efecto invernadero y al reducir el uso de papel también se reducirá la tala de bosque para la elaboración del mismo.

Es así que las nuevas tecnologías entran en juego uniéndose con el medio ambiente, tratan de buscar una solución para la sociedad de la información sin producir un problema dentro de ella, dando a los usuarios una nueva perspectiva de la educación ambiental.

“La educación ambiental y el uso de las TIC, complementan los elementos teóricos como prácticos y desarrollarán en el educando habilidades, destrezas y conductas que dejarán de ser conocimientos abstractos y aislados, para convertirse en una forma de vida que lo acompañará a través de los años. Esto hace que el estudiante haga suyos los conocimientos sobre medio ambiente (aprendizaje significativo), sustentabilidad, el uso de las TIC en beneficio del ambiente [...] descubren nuevas herramientas que le permitirán contribuir al mejoramiento de la relación hombre-naturaleza. Lo que por consecuencia formará personas más responsables y conscientes, y por otra parte creará un sentimiento de pertenencia y de identidad; que lo hará recobrar el lugar que tenemos en la Tierra como parte del todo natural, vivo e inerte. Para lograr una educación ambiental sustentable es necesario el uso de las nuevas tecnologías, lo que nos obliga a conocerlas, usar en beneficio de nuestros objetivos con lo que lograremos la internalización de una ética, encaminada al desarrollo sustentable de la humanidad”⁵⁸.

La educación ambiental es un campo de permanente construcción y se encuentra radicalmente travesado por numerosos discursos con particular visión de la problemática ambiental y que responde con propuestas pedagógicas acordes. En esta medida, el discurso se convierte en un significante flotante, ya que adquiere carga de significación en cada discurso.

Esto se traduce en funciones distintas del problema ambiental en cuanto a lo educativo. Las propuestas pedagógicas específicas para prevenir, resolver y mitigar sus efectos actuales no cuestionan los modos de producción y de consumo, sino la disminución de los residuos, que deposita en el consumidor final toda la responsabilidad de los mismos.

“La propuesta de reciclar, reducir y reutilizar en sí misma distrae de la imperiosa necesidad de adoptar medidas más radicales, aunque puede ser útil como una primera fase de intervención, que debe acompañarse de un profundo cuestionamiento para desmontar la alienación que acompaña las estrategias de propaganda del mercado”⁵⁹.

⁵⁸Carranza, María del Consuelo. *Las TIC, Sustentabilidad y Educación Ambiental*. Dirección de Posgrado e Investigación Universidad La Salle.

⁵⁹González Gaudiano, Edgar. Educación. *Medio ambiente y sustentabilidad*. Universidad Autónoma de Nuevo León-Siglo XXI editores, México, 2008, p.224.

Las últimas décadas la educación ambiental se ha constituido como una configuración discursiva abierta e inestable, pero que ha podido dar cuenta de un imaginario pedagógico y un ideario pedagógico vigente. El debate sobre el desarrollo sustentable se ha extendido al campo de la educación, esto significa que los resultados han sido consecuencia de numerosos factores, especialmente desde una perspectiva instrumental.

Es necesario acoplar las nuevas tecnologías en la educación ambiental, ya que los individuos se hacen cada vez más participes dentro de éstas, y con este conocimiento se puede crear agentes de cambio que sean conscientes y sensibles ante el problema ambiental.

La educación para la sociedad de la información, tiene una fuerte tendencia reducirla a la presencia de las tecnologías de la información y la comunicación, la educación vinculada al uso de las tecnologías se entiende como el aprovechamiento funcional de las TIC para fines formativos como fuentes de contenido, reforzamiento didáctico, individualización de la enseñanza y el aprendizaje, ayuda para la capacitación y la labor docente. Al parecer prima un enfoque pasivo frente a las TIC, vistas como herramientas capaces de difundir información, antes que un enfoque proactivo que ve a los sujetos como consumidores de información, sino fundamentalmente como creadores de información y conocimiento.

La Educación Mediática, sumida durante décadas en los medios tradicionales como la prensa o la televisión, está sabiendo adaptarse a los nuevos tiempos e incorporar entre sus ocupaciones el dar respuestas educativas a los retos planteados por los avances tecnológicos. Así, se ha volcado en desarrollar competencias individuales como usuarios de estas tecnologías sin perder de vista los retos que éstas nos plantean como sociedad.

Los nuevos programas nacen de las bases tradicionales de la Educomunicación adaptadas a las peculiaridades que ahora ocupan a todos. La educación tiene importancia y prioridad, porque si el ser humano no adquiere, desarrolla y manifiesta conciencia, conocimientos, comportamientos, actitudes y participación en cuanto a los riesgos de

desastres, no será capaz de prevenirlos. Es importante lograr que la educación contribuya y facilite el logro de una cultura de prevención, y que la población y las comunidades se preparen y actúen frente a los desastres.

“Ante el reto de la sostenibilidad, la educación para el desarrollo sostenible, en cuanto teoría referida a la práctica, tiene su campo de acción en los ámbitos de la educación formal, no formal e informal, aplicando distintos tipos de racionalidad: la racionalidad «teórica», la racionalidad «práctica» y la racionalidad ética”⁶⁰.

Se debe entender que la racionalidad teórica (saber) permite aplicar conocimiento científico para mejorar la práctica de la educación para la sostenibilidad. La racionalidad práctica (saber hacer) posibilita la recreación y la nueva construcción de conocimiento desde los materiales de la experiencia proporcionados por la aplicación del conocimiento científico en los diferentes ámbitos de actuación. La racionalidad ética (saber ser y valorar) permite cambiar las representaciones mentales sobre la realidad desde un sistema ético.

La educomunicación para la sostenibilidad es un proceso continuo de producción cultural dirigido a la formación de profesionales comprometidos con la búsqueda permanente de las mejores relaciones posibles entre la sociedad y el medio ambiente, para la continuidad de ambos, teniendo en cuenta los principios explícitos en los modelos éticos coherentes con un desarrollo humano ambiental y socialmente sostenible, tales como justicia, solidaridad, equidad, o el respeto a las diversidades tanto biológicas como culturales.

⁶⁰ Aznar Miguet, Pilar y UllSolis, Ma. Angels. *La formación de competencias básicas para el desarrollo sostenible: el papel de la universidad*. Revista de Educación [en línea], abril 2009, p.221. disponible en: http://www.revistaeducacion.mec.es/re2009/re2009_10.pdf. Acceso 29 de septiembre de 2011.

CAPÍTULO IV

COMUNICACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

4.1. ¿Qué es el medio ambiente?

Desde la comunidad científica se ha aportado varios estudios sobre la ecología científica y sobre un marco conceptual con un enfoque integral para un estudio profundo del medio ambiente. La actividad humana genera impactos ambientales que repercuten en los medios físicos, biológicos y socioeconómicos afectando a los recursos naturales con el consiguiente deterioro de las condiciones de salud en que se desenvuelve la vida del mismo.

La dimensión y gravedad alcanzada por los problemas ambientales tanto a nivel local como global, así como los límites que impone al desarrollo la capacidad de asimilación de los sistemas naturales, obligan a repensar las estrategias de desarrollo, las matrices y paradigmas epistemológicos que han dominado el estilo súper consumista de desarrollo.

Por esta razón, se ha desarrollado la ‘epistemología de la complejidad’, que se refiere a la “existencia de entrelazamiento de acciones, de interacciones, interdependencias, de retroacciones, difíciles de registrar y explicar monodisciplinariamente”⁶¹, por lo que se ha transformado en una especie de nuevo paradigma del conocimiento.

El pensar separado se tradujo en la especialización y tecnificación del conocimiento, lo que alejó al individuo del centro de la vida natural y social. Según Edgar Morín, filósofo francés, uno de los teóricos que más han trabajado el tema de la complejidad, sostiene que el pensar por separado (visión generada desde la escuela), simplificó la visión del mundo y aceleró la aceptación de la racionalidad científica de corte reduccionista.

⁶¹ Varios autores. *Conceptos básicos sobre medio ambiente y desarrollo sustentable*. Proyecto INET y GTZ GmbH, Buenos Aires, 2003, p.18

Desde que el ser humano dejó de ser nómada, tuvo contacto con el medio ambiente, para hacer uso de él. Desarrolló las primeras herramientas hasta las posteriores tecnificaciones, llegando a las revoluciones tecnológicas de la historia, en donde se automatizaron los procesos y se sobreexplotó los recursos.

Para entender el término medio ambiente se debe desglosarlo. Ambiente fue considerado como un fluido, gaseoso o líquido, que se concretaba la mayor de las veces en aire o en agua, ejerciendo una influencia o produciendo unos efectos sobre el objeto que recubre.

El cual se entiende como “todo aquello que rodea al ser humano y que comprende: elementos naturales, tanto físicos como biológicos; elementos artificiales (las tecnoestructuras); elementos sociales, y las interacciones de todos estos elementos entre sí. La suma total de todas las condiciones externas, circunstancias o condiciones físicas y químicas que rodean a un organismo vivo o grupo de éstos, y que influyen en el desarrollo y actividades fisiológicas o psicofisiológicas de los mismos”⁶².

Cuando se habla de “medio ambiente”, se utiliza un concepto que no está claro en su definición, y usualmente suelen referirse a otras palabras como sinónimos, que no significan lo mismo, como es el caso de entorno, medio, recursos naturales, ecología, ecosistema, etc. Por lo tanto, el medio ambiente se entiende como “un sistema complejo y dinámico en el cual se interrelacionan dos subsistemas: el natural (o biofísico) y el humano (o socio-cultural)”⁶³; definición aceptada por la UNESCO-OREALC (Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe) y PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Ambiente).

Muchas definiciones lo tornan como una redundancia. El subsistema natural ha sido producto de la creación y evolución; y ha sido denominado también como naturaleza. Mientras que, el subsistema humano se le ha denominado como ambiente social o

⁶² *Ibíd.*, p. 356

⁶³ Otero, Alberto. *Medio ambiente y educación. Capacitación en educación ambiental para docentes*. Ediciones Novedades Educativas, segunda edición, Buenos Aires, 2003, p.19

artificial. Uno de los principales inconvenientes es que ambos aparecen separados entre sí, porque el subsistema social aunque depende del natural, podría considerarse una alteración del ecosistema.

El “subsistema natural”⁶⁴ se lo ha dividido en tres estructuras:

- El medio físico (suelo, aire, agua).
- El medio biológico (organismos y microorganismos, que se integran con lo inerte)
- El medio perceptual (paisajístico)

El “subsistema natural”⁶⁵ se refiere al ambiente construido por el ser humano se refiere a dos componentes:

- El medio social incluye el territorio, infraestructura y los seres humanos
- El medio económico que abarca las características de la población y su economía. Se estructura a través de unidades sociales como la familia, clases, tribus, comunidades, sociedad civil, naciones; mediante el uso de la ciencia, la tecnología, la industria, la cultura, el arte, la política, etc., ha configurado un sistema complejo de un sinnúmero de interacciones como consecuencia de su funcionalidad.

Desde la visión sociocultural indígena la relación con el medio ambiente, se ha catalogado como conservacionista, que a diferencia de la burguesía ha sido vista en cuanto a un valor económico y de explotación. Sin embargo, el ser humano interactúa con su ambiente natural y lo convierte en un entorno ordenado, cambiándolo de acuerdo a sus necesidades.

Estas alteraciones producidas por el subsistema social en el natural, han repercutido en cambios importantes sobre la población y sobre el mismo medio ambiente, que constituyen en la liberación de contaminantes, la alteración de los ciclos biológicos, geológicos y químicos. Inclusive, en la alteración de la estructura de la biosfera, donde

⁶⁴ *Ibíd.*, p. 27

⁶⁵ *Ídem.*

se desarrolla toda la vida. Dando como resultado problemas climatológicos a nivel global, afectando a millones de seres humanos en sus actividades económicas.

4.2. Problemas medio ambientales

La influencia del ser humano sobre el equilibrio ecológico inició desde su aparición en el planeta y ha causado una regresión de la naturaleza en relación a su estabilidad. Desde períodos pre-agrícolas y agrícolas desde los 10.000 a.C. en donde el hombre inició su sedentarismo, nacieron los primeros poblados y los cultivos; hasta principios del siglo XVIII, el ser humano no había causado mayores impactos ambientales.

Existen varios ejemplos en la historia de las civilizaciones antiguas que se demuestra la sobreexplotación de los recursos y su desaparición como consecuencia. La civilización mesopotámica, muestra que se hundió a medida que la saturación y mineralización de sus sistemas de irrigación fueron disminuyendo sus suministros de alimentos, allí donde surgió la agricultura, actualmente es una zona desértica. Asimismo, los efectos de la deforestación se hicieron evidentes para las construcciones de los barcos. De la misma manera, el Imperio Romano también se vio afectado con las grandes plantaciones de trigo en el norte de África, hoy no es más que un gran desierto. La civilización Maya, localizada en la península de Yucatán, colapsó por las guerras, que causaron deforestación y erosión del suelo, y por sistemas productivos inadecuados, disminuyeron el abastecimiento de alimentos. Algo similar sucedió en las islas de Pascua, donde sus habitantes al talar las palmeras, para ser utilizadas como ruedas para construir enormes estatuas, provocaron que vientos ingresaran a los campos de cultivo, causando hambruna y guerras por la supervivencia.

A pesar de estos ejemplos, es sólo a partir de la Revolución Industrial, desarrollada en Gran Bretaña a mediados del siglo XVIII, cuando inició un gran cambio en la estructura económica, social y política del mundo y sobre todo en la producción y reproducción de objetos de consumo, que fueron extraídos de la naturaleza como materia prima y luego transformados. Ante la mecanización masiva y la producción a gran escala, empezó

paralelamente el uso de combustibles fósiles y la urbanización. En poco tiempo, inició la descarga de contaminantes y residuos arrojados hacia la atmósfera, el agua y el suelo, con un impacto global.

Posteriormente, en la Segunda Guerra Mundial se desarrollaron materiales no reciclables como plásticos; además, se descubrió la energía atómica, lo que agravó el estado consumista de las poblaciones. En este periodo se evidenció el problema ambiental, y hasta el presente ha continuado con la degradación mundial de los recursos, el medio y las condiciones económicas del ser humano. En este sentido, puede sostenerse que los problemas ambientales se han transformado en los problemas más graves y urgentes que afectan al planeta, a las sociedades y a las personas.

“La creciente preocupación por los problemas ambientales, surge de la percepción y constatación de un doble peligro candente: a) el agotamiento de los recursos naturales no renovables, b) el deterioro creciente del medio natural como consecuencia del impacto de los desechos provenientes de la civilización industrial y que se cristaliza en diversas formas de contaminación, polución, efecto invernadero, agujero de ozono, vertidos sólidos, líquidos, etc.”⁶⁶.

El agotamiento, la contaminación o destrucción, se manifiesta en una perturbación del ciclo de equilibrio y regeneración característico del medio natural correspondiente. Así por ejemplo, el uso intensivo de la tierra altera el ciclo que mantiene y renueva la riqueza orgánica del suelo. Dicha alteración conlleva la pérdida de nutrientes, la que en casos extremos puede conducir a la desertización o salinización del suelo. Por su parte, la carencia de agua dulce procede de la perturbación y extracción excesiva que experimenta el ciclo hidrológico de evaporación, precipitación y depósito. Esto puede suponer la perturbación del balance térmico, dando lugar al cambio climático y la destrucción del patrimonio genético y de la biodiversidad como resultado de la alteración de los ciclos biológicos naturales.

⁶⁶Varios autores. *Conceptos básicos sobre medio ambiente y desarrollo sustentable*. Proyecto INET y GTZ GmbH, Buenos Aires, 2003, p. 15

Los problemas más evidentes son la sobreexplotación de la productividad natural del sistema, que, incapaz de regenerarse, se empobrece y degrada; explotación indiscriminada de recursos no renovables, con su consiguiente agotamiento; vertido al medio, de residuos propios del sistema, pero en proporción muy superior a la que éste puede absorber y transformar; residuos nuevos, totalmente ajenos al sistema natural y que éste no puede asimilar ni degradar; es el caso de la contaminación industrial, sólida, líquida o gaseosa.

Los problemas ambientales pueden clasificarse en dos grandes categorías: los de carácter “macroecológicos y los microecológicos. Los primeros, son aquellos de carácter global que afectan a la totalidad del planeta”⁶⁷; como por ejemplo, el cambio climático y el efecto invernadero, la destrucción de la capa de ozono, la pérdida de biodiversidad. Mientras que los “microecológicos, son aquellos que se manifiestan a nivel local que alteran el aire, agua, suelo, alimentos y, que por lo tanto, inciden directamente en el estado de los ecosistemas, en la salud humana y calidad de vida”⁶⁸. Se refieren a problemas vinculados a la contaminación del aire, la contaminación del agua, la contaminación del suelo, la contaminación acústica y el vertido de residuos sólidos, como se demuestra en la siguiente tabla realizada por el PNUMA (Programa de la Naciones Unidas para el Medio Ambiente) en el año 2000 y publicado en el libro de Luis Jiménez, Desarrollo sostenible:

⁶⁷Ibíd., p. 16

⁶⁸Ídem.

	África	Asia Pacífico	Europa	Latino -américa y Caribe	Nortea- mérica	Oriente Próximo	Ártico y Antártico
Suelo: degradación	+	+	=	+	-	+	=
Bosques: pérdida, degradación	+	+	=	+	=	+	#
Biodiversidad: pérdida, fragmentación de los hábitat	+	+	+	+	=	+	=
Agua: escasez, polución	+	+	=	+	=	+	=
Zonas marítimas y costeras: degradación	=	+	+	+	=	+	=
Atmósfera: polución	=	+	=	+	=	=	=
Urbanización e industria: contaminación, residuos	=	+	=	+	=	+	#

- + Incremento
- Decremento
- = Mantenimiento relativamente estable
- # No aplicable, no conocido

Si bien en un comienzo las alteraciones que pudo causar el ser humano sobre la naturaleza tenían un carácter geográfico limitados a ciertas zonas, paulatinamente se ha ido degradando el medio ambiente, a causa del incremento poblacional, el uso indiscriminado de los recursos naturales y la incapacidad de revertir esos procesos degradadores.

Los problemas producidos por la contaminación atmosférica dependen principalmente de la concentración y tipo de contaminante, del tiempo de exposición y de las fluctuaciones temporales en las concentraciones, así como de la sensibilidad de los receptores. La dimensión y gravedad alcanzada por los problemas ambientales tanto a nivel local como global, así como los límites que impone al desarrollo la capacidad de

asimilación de los sistemas naturales, obligan a repensar las estrategias de desarrollo. Obligan a volver la mirada al conjunto y a redescubrir las interdependencias e interrelaciones existentes entre el sistema natural, el económico y el social.

Asimismo, la afectación del planeta se agrava por la resistencia de los países más desarrollados e industrializados a cambiar el estilo de desarrollo y asumir conductas productivas más sustentables. Ello se manifiesta, en la negativa de firmar los diferentes acuerdos ambientalistas, cuyos efectos y estragos ya han dejado huellas en la población, especialmente entre los más pobres.

Es por ésta razón que se ha establecido nuevas alternativas al desarrollo, como lo es el desarrollo sustentable y su nuevo paradigma, el cual señala un paradigma de desarrollo y no de crecimiento, el cual “establece un límite ecológico intertemporal muy claro al proceso de crecimiento económico. Contrarrestando la noción de que no se puede acceder al desarrollo sustentable sin crecimiento [...] Por otro lado, para que exista el desarrollo es necesario, más que la simple acumulación de bienes y de servicios, cambios cualitativos en la calidad de vida y en la felicidad de las personas, aspectos que, más que las dimensiones mercantiles transaccionadas en el mercado, incluyen dimensiones sociales, culturales, estéticas y de satisfacción de necesidades materiales y espirituales”⁶⁹.

La construcción de la conciencia como respuesta a estos problemas ha ido en aumento. Desde los años 60, ya se manifestaron grupos a favor del medio ambiente, capaces de arrastrar una masa de miembros hacia intereses públicos, desarrollando una serie de formas de participación para la resistencia contra el sistema vigente, que ha desembocado hasta estos días como un intento de constituir el problema como uno de los principales problemas sociales.

⁶⁹ Roberto P. Guimarães es doctor en Ciencias Políticas. Miembro permanente del departamento de desarrollo sostenible de la CEPAL. *Tierra de Sombras (I)*. Edición para Internet: La Insignia, 2005. Disponible en http://www.lainsignia.org/2005/diciembre/dial_003.htm. Acceso 28 de junio de 2011.

El discurso medio ambiental constituye una determinada forma de problematizar una serie de fenómenos y de atribuirles una significación social, que se difunde con éxito en la clase media. Sin embargo, en las clases bajas es menor, debido a que se preocupan más sobre otros de índole económico, como por ejemplo el pago de impuestos o temas sociales relevantes de una determinada época, o también deportes, política o farándula.

4.3. El medio ambiente y el ser humano

El medio ambiente es todo lo que nos rodea, es el que nos da el aire para respirar, el agua para beber, es decir es el que nos da vida. Los organismos vivos, incluyendo al hombre, dependen de todos estos factores y desde la existencia, ha sido capaz de modificar notablemente el medio natural con sus actividades para su subsistencia pero su capacidad para destruir y modificar fue insignificante durante la mayor parte del tiempo en que ha evolucionado sobre este planeta.

El alejamiento de la vida salvaje comenzó en la prehistoria, con la primera revolución agrícola. La capacidad de controlar y usar el fuego le permitió al hombre modificar o eliminar la vegetación natural; la domesticación y pastoreo de animales herbívoros condujo a la sobreexplotación y a la erosión del suelo, el cultivo de plantas también llevó a la destrucción de la vegetación natural para hacer espacio a las cosechas. La demanda de leña llevó a la despoblación forestal de montañas y al agotamiento de bosques enteros. Los animales salvajes se cazaban por sus pieles, y no solo como alimento, y eran destruidos en caso de ser considerados plagas o depredadores.

A partir de la revolución industrial, los sucesivos logros de la ciencia y la tecnología, y el aumento exponencial de la población en el último siglo han determinado un nuevo escenario en la relación del hombre con la naturaleza. Se trata de la degradación y destrucción del medio ambiente y los factores naturales que hicieron posible la vida sobre la Tierra y la consolidación de las sociedades humanas.

Dicha acción con el tiempo, ha inducido a grandes desequilibrios ecológicos que son el resultado, entre otras causas, del aprovechamiento desmedido, el desconocimiento, o del mal uso de la tecnología del momento, las grandes empresas que en muchas ocasiones tiran sus desechos a los ríos, contaminan el agua que ellos mismo, sus familias y la sociedad que los rodea utilizan en su diario vivir.

La desigual distribución de la población en el planeta y las desigualdades inherentes a las condiciones socioeconómicas conduce a grandes desequilibrios a todos los niveles. Al ejercer la población una presión directa sobre el medio, cada una de sus actividades ha dado lugar a importantes contaminaciones, que repercuten, sobre el propio ser humano, afectando a su salud física y mental.

Entre los problemas ecológicos globales podemos destacar los siguientes: el cambio climático; la destrucción de la capa de ozono; la escasez de agua y la degradación de su calidad; la pérdida de tierra cultivable y la desertización; la destrucción de los bosques y otros ecosistemas; la pérdida de diversidad biológica y de recursos genéticos; la lluvia ácida; la contaminación de los océanos; la acumulación de ingentes cantidades de residuos, en especial los tóxicos y radioactivos, etc.

Lastimosamente, no son los seres humanos los únicos afectados con este factor, sino también los animales indefensos, que muchas veces por culpa del ser humano, se han quedado sin hogar y sin comida. En los últimos tiempos, el hombre, se convirtió en una enorme amenaza para los animales, debido a que muchos de ellos se encuentran en peligro o han desaparecido porque se destruye su hábitat natural de vida, e incluso hasta se mata en gran proporción. Es por esto que cada vez hay más especies en vía de extinción, la contaminación en los ríos a matado miles de peces, la caza ilegal, la tala indiscriminada de árboles o simplemente los cambios inesperados en el ecosistema, como lo son el cambio climático, no están habituados a tales condiciones climáticas y a veces les es imposible adaptarse a dichos cambios.

La diversidad biológica actual es el fruto de miles de millones de años de evolución, moldeada por procesos naturales. Los daños ocasionados al medio ambiente y a los indefensos animales son muy difíciles de reparar, por lo tanto es necesario concientizar a la humanidad de la exuberancia y lo importante que es la naturaleza, lo animales, es decir, el medio ambiente.

La mayor parte de la población de los países desarrollados y una élite minoritaria de países subdesarrollados se caracterizan por un elevado consumo de bienes y servicios, lo que se refleja en altos índices per cápita de utilización de recursos naturales. Un rasgo típico de tales conductas es el despilfarro.

El hombre deja a los ecosistemas sin componentes necesarios; esto sucede cuando se producen los desvíos de cursos de agua para regadíos o para abastecimientos de ciudades; el río queda sin caudal para mantener el ecosistema.

El mundo debe estar invadido por la alfabetización ecológica que ayuda a comprender los sistemas naturales, como conservar, cuidar las plantas y a mejorar la agricultura, el campo, etc.

Únicamente en la mano del ser humano está hoy poner límite a este tipo de acciones agresivas a la naturaleza, anteponiendo la preservación y la integridad de los recursos naturales a los intereses económicos particulares, mediante la aplicación de firmes políticas de desarrollo sustentable.

El manejo racional de los recursos naturales en ese marco, maximizaría la sustentabilidad de los mismos y en particular el del agua, asegurando su pureza y el abastecimiento para las generaciones presentes y futuras. El hombre necesita de la naturaleza para sobrevivir, la transforma en elementos que son necesarios, pero debe tener en cuenta que es difícil de prever los efectos secundarios de la alteración del ecosistema y de controlarlos.

En la actualidad el conocimiento y el cuidado del ambiente están de moda. Se han creado ministerios que se ocupan sólo de este tema. Hay nuevas carreras universitarias, asignaturas en los distintos niveles de enseñanza y gran número de cursos que se refieren a estos temas. Las empresas introducen en sus sistemas de gestión procedimientos que les permiten ser más respetuosas con el ambiente y conseguir productos a los que se denominan "ecológicos" o "verdes" porque saben que eso es algo que la sociedad exige.

4.4. Los medios de comunicación y su relación con el medio ambiente

El medio ambiente está cada vez más presente en los medios de comunicación, aunque eso sí, de manera más bien preocupante. El accidente nuclear de Fukushima, los desastres naturales como el terremoto de Lorca o los volcanes islandeses, la amenaza catastrófica del cambio climático, la desaparición de miles de especies, los incendios forestales, las mareas negras, la contaminación o la acumulación de residuos son temas que han aparecido en los medios y seguirán apareciendo.

Los medios de comunicación pueden y deben desempeñar un papel fundamental en la conciencia ambiental de la sociedad, y sin embargo no otorgan al medio ambiente la importancia que éste merece para educarse a través de los medios de comunicación. Es necesario aprender a informarse, una tarea fundamental si tenemos en cuenta que, para un gran porcentaje de la población, los periódicos, la radio o la televisión son la única fuente de instrucción post-escolar a la que tienen acceso.

La prensa ha demostrado tener buenos conocimientos de algunos problemas relacionados con la degradación de la naturaleza, de cómo éstos afectan a la vida cotidiana y a la salud de las personas y de que, al menos en parte, tienen solución. Puede afirmarse, por tanto, que aunque apenas existían periodistas dedicados en exclusiva a ello, el periodismo ambiental ya estaba ahí.

Los medios de comunicación se rigen por unos procedimientos rutinarios y su forma de seleccionar la información está muy estandarizada. Con frecuencia nos hacen llegar

informaciones sobre catástrofes ambientales, incendios forestales o accidentes químicos, y uno se pregunta ¿por qué se escogen esos hechos restringidos dentro de la gran gama de temas ecológicos cuando sólo constituyen una pequeña porción de lo que los ambientalistas denominarían problemas o temas ambientales?

Para los reporteros de prensa el factor dramático de los sucesos supone contar con una noticia atractiva, mientras que la televisión se guía más por factores como la disponibilidad de imágenes visuales que por el interés científico, lo cual implica que la mayoría de las noticias ambientales se conciba de manera sensacionalista.

El medio ambiente también es noticia, y es capaz de competir en igualdad de condiciones con la actualidad política o deportiva, pero lo que se refiere a la información ambiental es que tiene una atención desmesurada a los sucesos y el olvido sistemático de los procesos, y esto es algo común en la prensa, radio y televisión. Dicho de otra manera, ha sido frecuente, y todavía lo es, una clara tendencia a la superficialidad a la hora de tratar informaciones de tipo ambiental.

Afortunada, o desgraciadamente, la mayor parte de los problemas ambientales se manifiestan de forma universal, bien por estar presentes en numerosos territorios, por sus repercusiones a escala planetaria o porque en su solución cabe la participación de todos.

Es cuando, los medios de comunicación tienden a tratar aspectos muy generales de los problemas ambientales, o cuestiones que se desarrollan lejos del entorno próximo del receptor, con lo que es difícil que este identifique como "medio ambiente" todo aquello que le rodea de forma cotidiana, o lo toman de una manera totalmente estética.

“En el caso de la TV, y en el de algunas revistas, se tiende a presentar la naturaleza como un desfile de animales y paisajes, la mayor parte de los cuales reúnen ciertas características de espectacularidad y escasez. Estos espacios y especies, según el discurso que nos proponen estos medios, deben ser protegidos por que son bellos y merecen seguir en la naturaleza para que el hombre pueda gozar de su contemplación”⁷⁰.

Hasta cuando la información ambiental incorpora y respeta un cierto rigor científico se suele despreciar la exactitud en cifras, medidas, denominaciones científicas, y otros datos potencialmente interesantes.

Un periodista puede también carecer de los instrumentos adecuados para enfrentarse a este tipo de información, empezando por las dificultades que se le plantean a la hora de identificar fuentes realmente cualificadas, productivas y fiables. Para lograr esto se necesita que la información ambiental sea una información de “procesos”, o sea que exija cualificación en los profesionales que la abordan con su respectivo seguimiento.

Podemos afirmar que la complejidad de los problemas ambientales, tanto en la clarificación de sus causas como en la explicación de sus consecuencias, exigen de todo informador una actitud responsable.

Los medios de comunicación pueden y deben aprovechar su potencial para concienciar a la sociedad incrementando la cantidad y calidad de información ambiental que ofrecen, ya que la realidad ha demostrado que determinados problemas, sean ambientales o de otra índole, adquieran relevancia en el momento en que aparecen en los medios.

4.5. Construcción de la opinión pública y el medio ambiente

Existen diferentes ópticas sobre opinión pública y sobre la incidencia que tiene sobre los sistemas democráticos. Los medios han reflejado la política internacional marcada por el debate y la negociación en torno a la regulación de los procesos económicos y

⁷⁰ Montero Meléndez, Juan. *¿Quiero ser ecológico? Una invitación al estudio del medio ambiente y a actuar en su defensa... si usted quiere*. Primera edición, España, 2010, p. 9

sociales. Las instituciones mediáticas definen la importancia de los hechos, contribuyen a convertirlos en acontecimientos, señalan los temas de actualidad y ofrecen las opiniones que consideran más significativas en cada situación. Los medios seleccionan los hechos noticiables y, en el seguimiento de la información, pueden marcar las prioridades en la resolución de problemas, el planteamiento y el desenlace de los conflictos.

Los problemas ambientales en las ciudades del mundo moderno parecen multiplicarse cada vez más y su capacidad de afectar la calidad de vida y la salud, así como las fuentes naturales que proveen de sustento a los seres humanos se incrementa en la misma medida. La disociación que se aprecia entre la magnitud del deterioro o daño observado, descrito y analizado por los especialistas y la relevancia que adquiere en el plano de la conciencia pública y de los programas gubernamentales para enfrentarlos.

Los problemas ambientales no emergen a la escena pública en función de la amenaza real que representan o en razón de su verdad objetiva. Antes de ser reconocidos como tales atraviesan por un proceso de valoración, de filtración y construcción social. Sólo a través del reconocimiento es como los individuos, los grupos y las comunidades están en condiciones de ver o ignorar los hechos de la vida social. Las políticas gubernamentales puestas en práctica para resolver el problema, han fracasado en su intento por eliminar o reducir significativamente la contaminación.

Diversos científicos sociales sostienen que existe una dimensión social de los problemas ambientales, que posee el mismo estatuto de realidad que aquellos que emergen de su dimensión física. Es decir, un problema puede tener una existencia física, pero si no es socialmente percibido y asumido como tal, termina siendo irrelevante.

El advenimiento de la sociedad de masas modificó igualmente las distinciones entre la esfera pública y privada de la sociedad burguesa. Los tipos de relaciones comunicativas se volvieron mucho más complejas. De ésta manera se establece una clara diferenciación entre la esfera de opinión pública clásica y el de la actualidad.

“La noción clásica de opinión pública corresponde a un período histórico muy concreto, que es la democracia liberal del siglo XIX con sus respectivas raíces en la cosmovisión del mundo heredada de la Ilustración, y se refiere a las relaciones comunicativas y a los procesos de discusión en los ámbitos ya comentados que protagonizó una clase social específica, que es la burguesía. Este modelo de opinión pública se ha disuelto en la actualidad a causa sobre todo de la entrada de las masas en una teórica primera línea del proceso político de decisión y de la aparición de los grandes medios de comunicación social como el cine, la radio o la televisión”⁷¹.

La conceptualización de la opinión pública como un proceso interactivo y multidimensional y no tanto como un determinado conjunto de individuos estructurados en un público o en una elite, o como un debate discursivo y racional entre sujetos competentes e implicados en los asuntos públicos, es una de las propuestas más recientes que se han sugerido en la actualidad.

La investigación internacional ha analizado el contenido y el proceso de cambio de los diferentes paradigmas culturales que explicarían una actitud más favorable a la protección y a la mejora ambiental; sobre todo en la percepción de problemas ambientales, y en concreto sobre la estimación por parte del público de la gravedad que afectan al medio ambiente, por el uso de las diversas energías o por la mayor propensión a la protección ambiental en detrimento de la defensa del crecimiento económico se ha utilizado para justificar empíricamente el cambio cultural hacia estos nuevos paradigmas emergentes.

Para entender la representación social del problema medioambiental que los medios ejercen sobre las personas, se debe tomar en cuenta cómo éstos se perciben según la práctica, además se debe considerar que muchas veces no llegan ni a formar una idea concreta ciertos aspectos.

“La referencia al medio se estructura mediante representaciones diversas, en las que participan los siguientes factores: sociales, culturales, históricos,

⁷¹Anduiza, Eva y otros. *Opinión pública y medio ambiente*. Editorial GRAÓ, de IRIF, SL. España, 2006, p.18

económicos, individuales, climáticos de estación (latitud, altitud), de ubicación (costa, montaña, llanura, etc.), de grupo”⁷².

En el campo de la información ambiental también ha habido una considerable labor destinada al examen de los medios de comunicación, valorándose entre otros aspectos el grado de utilización, fiabilidad, credibilidad e influencia. Los medios de comunicación sólo contribuyen a la mejora de la comprensión de problemas ambientales complejos.

La opinión pública ejerce una presión clara sobre los responsables políticos que trae como consecuencia programas que deben estar en consonancia con la demanda social. En la actualidad y desde hace pocos años, el problema se enfoca cada vez más bajo puntos técnicos. Es decir, el colectivo que opina con base sólida en los problemas del medio ambiente ha aumentado en cada rincón del planeta, como por ejemplo grupos profesionales, grupos corporativos, científicos de prestigio, asociaciones ecológicas y técnicos de todo tipo promueven actividades, quienes exigen de forma prioritaria que se tomen acciones políticas. Manifiesta estas formas de pensamiento como actuación pública y colabora con la difusión de políticas, decretos y leyes que muestran mejoras palpables del hábitat. Sin embargo, todavía los medios se manifiestan tibios en cuanto a declaraciones proteccionistas del medio ambiente, sobre todo hace más de tres décadas, es sólo en la actualidad donde cobran mayor importancia, debido a las graves consecuencias repercusiones globales desde los años 80 (Chernóbil, derrames de barcos petroleros, incendios y derrames de pozos petroleros).

Una de las formas más adecuadas de generar opinión pública sobre el medio ambiente, es mediante encuestas y sondeos. En ellos recae la responsabilidad de la calidad medioambiental, sea en productos de consumo o en el decrecimiento de ideas filosóficas sobre el ambiente.

La presión de la opinión pública en materia medioambiental ha acentuado la notoriedad de los problemas, es por ello que los estados del planeta se han visto obligados a

⁷²Seoanez Calvo, Mariano y Angulo Aguado Irene. *El medio ambiente en la opinión pública*. Ediciones Mundi-Prensa. España, 1997, p.103.

reforzar sus normas, reglamentos, responsabilidades, seguridades y controles, para evitar esa presión.

La demanda social de protección del medio ambiente evoluciona lentamente frente a la opinión pública. Se adapta a las situaciones reales más rápidamente en caso de situaciones negativas (contaminación) y más lentamente en situaciones positivas (corrección de problemas medioambientales).

4.6. Política y medio ambiente

Los políticos y programas sobre el medio ambiente comenzaron como tales en los países menos desarrollados desde la década de los setenta. La política en materia de medio ambiente se justifica tomando como base diversas áreas que argumentan y tratan de legitimar y explicar sus diversas propuestas en torno a la opinión pública. Este enfoque provoca la necesidad frente al reto medio ambiental, aunque con criterios de independencia en las decisiones políticas frente a las opiniones científicas, técnicas y asesorías especializadas.

“Las políticas medioambientales son el conjunto de objetivos, principios, criterios y orientaciones generales para la protección del medio ambiente de una sociedad particular”⁷³.

La política ambiental es uno de los tres pilares del desarrollo sostenible, junto con el bienestar social y el económico. Este concepto nació en el documento “Nuestro futuro común”, conocido como el Informe Brutland⁷⁴ de 1987 (nombre otorgado por la Primera ministra sueca Gro Harlem Brutland, coordinadora de la Comisión de Medio Ambiente de las Naciones Unidas). Esta definición luego fue adoptada como el Principio 3 de la declaración de Río, seguida de la Cumbre de la Tierra en 1992 en Brasil.

⁷³ Definición de política medioambiental

<http://www.manuelrodriguezbecerra.org/bajar/gestion/capitulo7.pdf>. Acceso 18 de julio de 2011.

⁷⁴ Política ambiental internacional. Disponible en:

<http://www.ejournal.unam.mx/pde/pde154/PDE003915406.pdf>. Acceso 24 de julio de 2011

Esas políticas se ponen en marcha mediante una amplia variedad de instrumentos y planes, pueden tener como objetivo la protección, el fortalecimiento de la capacidad de los actores que las proponen o a compensar su débil posición frente a otros actores. También pueden estar dirigidas a incidir en factores del contexto como el mejoramiento de las condiciones para la generación y apropiación social de la información, la transformación de ciertas condiciones político-institucionales, condiciones socioeconómicas y tecnológicas.

Debe considerarse que éstas políticas pueden ser implícitas o explícitas. Las primeras “son aquellas decisiones que se toman en otros ámbitos de la política pública o en los sectores productivos y que influyen en la transformación del medio ambiente”⁷⁵, -se refleja en los efectos ambientales provocados por la política económica, por la política educacional, o por aquella de investigación científica y tecnológica-⁷⁶. Se pueden hacer parte de acuerdos multilaterales o de políticas y legislaciones económicas y sociales de carácter general o sectorial sin que sus impactos ambientales hubiesen sido previstos o debidamente tomados en cuenta. Además, pueden tener tanto consecuencias negativas como positivas para la protección ambiental, siendo el primero de los casos el más común. Las segundas “son aquellas que están formuladas y publicadas en documentos oficiales aprobados o expedidas formalmente por algún organismo estatal y que tienen como objetivo la protección ambiental. Son las denominadas políticas nacionales y subnacionales sobre medio ambiente o las políticas que se refieren a recursos particulares”⁷⁷.

Generalmente las políticas ambientales explícitas han sido reactivas, respondiendo a las urgencias derivadas principalmente de la contaminación producida por la expansión urbana e industrial, la deforestación, la erosión de los suelos, el deterioro de los recursos del mar y la contaminación por la actividad de hidrocarburos y minera.

⁷⁵ Ídem.

⁷⁶ Santiago Torres: Oficial de Asuntos Económicos en la Comisión Económica, para América Latina y el Caribe, CEPAL. *En Torno a las Políticas Ambientales*. http://200.75.6.169/RAD/1990/3_Torres.pdf. Acceso 18 de julio de 2011.

⁷⁷ Definición de política medioambiental

<http://www.manuelrodriguezbecerra.org/bajar/gestion/capitulo7.pdf>. Acceso 18 de julio de 2011.

Dentro de lo político chocan varias corrientes e ideologías, en torno al ámbito medioambiental. Se desarrollan pugnas entre las diferentes propuestas económicas como el desarrollo sustentable y el desarrollismo económico puro, contrariamente cualquiera puede observar la pérdida en este sentido que supone la degradación del medio ambiente.

Es difícil considerar para los países medidas homogéneas sobre política medioambiental. De ésta manera se establecieron dos indicadores relativamente objetivos relacionados al ámbito internacional: “1) Número de tratados internacionales ratificados por cada gobierno y 2) Número de medidas aplicadas para cumplir la Agenda”⁷⁸.

La política de medio ambiente integra distintas áreas de actuación, lo que condiciona el papel y la presencia de varios actores. Existe el reconocimiento de un carácter multidimensional que favorece la incorporación de las consideraciones medioambientales dentro de las políticas públicas como la dimensión económica, la social y la ambiental dentro del ámbito nacional de un país. Con todo, es necesario añadirle un carácter transnacional porque muchos de los problemas generados traspasan las fronteras de Estado.

La ventaja de desarrollar estas políticas, se refleja en sus componentes regulativos, los cuales se crean a través de distintos niveles de gobierno, haciendo que los actores y sus papeles, varíen en la función de la posición en la que se encuentren en los distintos momentos del desarrollo de la política.

“Por otra parte, la caracterización de la política medioambiental de un país inciden factores como las características del propio país, su tradición y sus prioridades, y el tipo de actuaciones que desarrollen: preventivas o reactivas, con carácter interdisciplinario y horizontal o fragmentario y sectorial”⁷⁹.

⁷⁸ Política ambiental internacional. Disponible en:

<http://www.ejournal.unam.mx/pde/pde154/PDE003915406.pdf>. Acceso 24 de julio de 2011

⁷⁹ García Morales, María Jesús y otros. *El marco de las relaciones intergubernamentales de la política de medio en el Estado autonómico*. Publicaciones BOE, primera edición, España, 2006, p. 89.

El Ecuador ha enfrentado históricamente problemas ambientales de magnitud preocupante, ubicados en un ciclo de crecimiento y crisis económica, deficiencias y debilidades institucionales, contradicción y superposición de normas legales, además de la cambiante naturaleza de las políticas públicas.

Desde 1992, año en el que el Ecuador participó en la Conferencia de Río de Janeiro, se suscribió a varios convenios sobre la diversidad biológica. A partir de 1993 se generaron diversas acciones en perspectiva de la gestión ambiental como comisiones, políticas ambientales, planes y, finalmente en 1994 se creó el Ministerio de Ambiente. En primera instancia, se trataron estos temas como de tipo sanitario, posteriormente ascendieron a categoría conservacionista y finalmente, de carácter ambientalista.

La conferencia de Río fue la clave para la inserción de normas ambientales en la nueva Constitución promulgada en 1998. De esta forma se consolidó la incorporación de la dimensión ambiental en el proceso de la planificación y el marco político y jurídico. En función a esos nuevos objetivos, el Estado requirió modificaciones estructurales a nivel normativo e institucional, para actuar en el nuevo escenario, que implicaba el mercado, reformas (basado en políticas públicas, contexto general, los aspectos económicos claves, la situación de la tecnología, la sociedad y la cultura, la demografía, las migraciones, la gobernabilidad y el análisis de los efectos en los ambientes natural y urbano del país).

“La evolución de la planificación sectorial y de corto plazo hacia una de carácter estratégico e integral en función del desarrollo sustentable se constituyó en la meta a alcanzar, entonces la incorporación de criterios de manejo sostenible de los recursos naturales y la protección ambiental como elementos transversales, iniciaron un proceso de transición hacia la modificación de las prácticas de gestión ambiental de los diversos actores involucrados en los procesos productivos y extractivos”⁸⁰.

⁸⁰ Políticas medioambientales en Ecuador: www.flacsoandes.org/biblio/catalog/resGet.php?resId=36958. Acceso 18 de julio de 2011.

En 1999 la Ley de Gestión Ambiental establece los principios y directrices de política ambiental, el esquema institucional general relacionado con la gestión ambiental y desarrolla algunos instrumentos específicos de gestión. En 2000, se elabora la Estrategia para el desarrollo forestal sustentable. Finalmente, este sistema jurídico de gobernanza ambiental se completa en 2003, con el Texto unificado de legislación ambiental secundaria del Ministerio del Ambiente. En la actualidad, subyacen normas generales de naturaleza ambiental contenidas en leyes sectoriales, seccionales y dentro del ámbito penal-policial, aunque existen muchas más que reposan en los archivos de la actual Asamblea Nacional Constituyente.

En el panorama internacional, la política ambiental mundial está fragmentada y es ineficaz. La Organización Mundial del Comercio (OMC), el Banco Mundial (BM), no enfrentan a organismos ambientales mundiales con una influencia comparable. Para Norman Myers⁸¹, medioambientalista británico especializado en biodiversidad, dice que la estructura política se desestabiliza cuando cada vez más personas buscan mantenerse con recursos que desaparecen. Por lo tanto, ya no se habla sólo de seguridad mundial económica o militar, sino que el medio ambiente se relaciona con las cuencas acuáticas, terrenos cultivables, bosques, recursos genéticos, clima, y otros factores que en conjunto, son cruciales para la seguridad de un país. Es decir, la seguridad ambiental es un punto principal de la política diplomática y gubernamental en todos los niveles.

Existen organismos ambientales internacionales, los cuales reúnen y evalúan datos ambientales, ayudan a desarrollar tratados y aportan fondos para el desarrollo sostenible. Son ellos quienes se encargan de establecer ciertas políticas internacionales sobre el medio ambiente, como por ejemplo, las Naciones Unidas y sus organizaciones relacionadas, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), Organización Mundial de la Salud (OMS), Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Organización para los Alimentos y la Agricultura (FAO).

⁸¹ Miller, G. Tyler. *Ciencia ambiental. Desarrollo sostenible un enfoque integral*. Thomson Editores S. A. octava edición. México, 2007, p. 317.

Todos estos organismos han fomentado la cooperación de una política ambiental internacional. Las cumbres mundiales y los tratados internacionales han desempeñado funciones al enfrentar problemas ambientales mundiales, pero la mayoría de estos no se vigilan ni cumplen de manera adecuada.

Desde la conferencia de la ONU sobre el Ambiente Humano en Estocolmo, Suecia en 1972; se han hecho avances para abordar los problemas ambientales a escala mundial. No obstante, en 2004, el líder ambientalista Gus Speth⁸² declaró que empeoran los problemas y que son inadecuados los esfuerzos internacionales para resolverlos. Junto con Speth y otros líderes recomiendan la creación de una Organización Ambiental Mundial (OAM), para enfrentar los desafíos ambientales mundiales.

Las modalidades actuales en materia de políticas ambientales y de recursos siguen siendo formuladas por el poder y no cuestionan las relaciones de dominación existentes. Es necesaria una campaña internacional para transformar la política del cambio de pensamiento sobre el medioambiente. Para eso, se requiere formular reclamos y propuestas a través de debates, intercambios de experiencias y puntos de vista. Esos reclamos y propuestas deben plantearse en el seno de los debates y problemas actuales y alterar la interpretación que hoy tenemos de ellos, ofreciendo así posibilidades para la acción. Sin embargo, no se ve la solución al problema en el conocimiento científico occidental, en los procesos intergubernamentales y en la modernización ecológica para las clases medias occidentales, a expensas de muchos otros, especialmente los pobres, y las condiciones materiales de la vida en el planeta.

El proceso de generación de las políticas ambientales responde a la nueva estrategia para desarrollar y consolidar la capacidad institucional requerida para la gobernanza ambiental.

Este conjunto de políticas expresan el propósito de promover el desarrollo hacia la sostenibilidad, minimizar los impactos negativos ambientales y mantener las

⁸² Ídem.

oportunidades sociales y económicas del desarrollo sustentable, que sólo es viable cuando los elementos sociales, económicos y ambientales son tratados equilibradamente. En concreto, reflejan las acciones que tienen como objetivo incidir en la preservación ambiental, prevención y control de la contaminación y la gestión de recursos naturales, esto en cuanto a la responsabilidad de todos los ciudadanos para alcanzar un desarrollo diferente.

CAPÍTULO V

LA REVISTA DIGITAL

5.1. ¿Qué es una revista digital?

Una revista es aquella que contiene datos útiles sobre el clima, las comunicaciones, la población y otros temas informativos, Su finalidad es amenizar el ocio de los lectores, y entretener en algunos casos, dependiendo del tipo de revista. La publicación de revistas se fue consolidando como una actividad rentable en todo el planeta, debido a la gran expansión de la televisión y los medios audiovisuales.

Una revista digital es una publicación que tiene las características de una revista, pero en lugar de emplear el formato tradicional de papel emplea un formato electrónico, ya sea como documento, que puede abrirse en una aplicación a tal efecto, o bien como un programa ejecutable para una plataforma específica. Aunque los contenidos de ambos tipos de revistas son los mismos, los formatos empleados y los medios de difusión son diferentes.

Las revistas digitales, se utilizan como un medio de experimentación visual, gracias a los elementos diseñados para su estructura o retícula. Dado el desarrollo de la tecnología, en la actualidad, son muy amplias las propuestas de diseño para este medio de comunicación.

La revista digital está basada en las ediciones publicadas en papel, pero la tecnología hace que estas revistas puedan tener diseños más atractivos así como múltiples funciones que ayudan a tener una mayor interacción con los lectores.

Crear una revista digital en línea o una Magazine Online es una la alternativa ideal para comenzar proyectos informativos con expectativas de crecimiento muy grandes y sobre todo con pocos recursos disponibles por sus características que empatan muy bien con una publicación periódica y que se distingue por ser más dinámica y de bajo

presupuesto, además que se destaca el hecho de que ofrecen mayor capacidad para la actualización constante y el tiempo de publicación se reduce considerablemente.

“La concepción del diseño de las revistas digitales ha retomado muchos de los principios utilizados en el diseño de las revistas impresas. No obstante, con el tiempo se han generado principios que solamente se aplican a las publicaciones digitales. Como por ejemplo, las secciones de una revista digital deben tener el mismo estilo o tratamiento para que así la navegación entre ellas no se vuelva confusa; debido a que en el diseño de interfaz se parte del principio de mantener el mismo estilo en toda la publicación para que el usuario no se sienta extraviado mientras navega”⁸³.

Es por ello que se utiliza al máximo los recursos y materiales que existen dentro de las diferencias de la presentación y el diseño para así ejercer una comunicación clara entre los contenidos de la revista y los lectores.

Para poder adquirir una revista digital ya no existe una interferencia de barreras de tiempo y físicas, además de la ausencia de papel, estas revistas conllevan un proceso poco complicado, y su proceso se vuelve amigable con el planeta.

Las revistas digitales tienen otras ventajas en cuanto a contenido, como su enriquecimiento por el hipertexto, el sonido, el video, las imágenes y las animaciones; la rapidez en su publicación; la velocidad para el acceso a nivel mundial; grandes posibilidades de búsqueda y recuperación de información; su actualización constante, y la interacción con los usuarios hace que el tiempo de publicación se reduzca considerablemente.

Asimismo, podemos encontrar algunos inconvenientes en las revistas digitales: “su bajo grado de ergonomía”, en cuanto a legibilidad en la pantalla y transportabilidad, y hay que tomar en cuenta que una revista impresa se rentabiliza mucho más rápido que una revista digital.

⁸³LAS REVISTAS ELECTRONICAS: CARACTERISTICAS, FUENTES DE INFORMACION Y MEDIOS DE ACCESO. Juan Carlos Martín González, Swets Blackwell, José Antonio Merlo Vega Universidad de Salamanca

5.2. Elementos de la revista digital

La revista digital constituye una vía fundamental de comunicación con sus grupos de interés, además de crear una imagen de marca superior a la de la publicidad convencional. La sociedad de la información o sociedad digital se configura mediante la conjunción de dos elementos:

- a) La informática: tecnología de procesamiento de datos vinculada con el ordenador como elemento central.
- b) Las redes de comunicación: tecnología que posibilita la distribución de información digitalizada⁸⁴.

De la misma manera que en la revista impresa los elementos que constituyen una revista digital, electrónica u on-line son los siguientes⁸⁵:

Estructura externa: En la portada se encuentra el título o logotipo; el lema, que es una frase que muestra la tendencia o filosofía de la revista; el calendario que contempla la fecha, el número, el año, el volumen y el precio; el sumario, que desempeña el papel de índice y enuncia el contenido de la revista o los títulos de los artículos, e ilustraciones. “La presentación debe tener un texto simple o ASCII (Código Estadounidense Estándar para el Intercambio de Información), es decir, es el formato más sencillo, sólo representa texto; permite realizar búsquedas en el artículo y ocupa poco espacio. Su estructura puede ser en SGML (Estándar de Lenguaje de Marcado Generalizado) o HTML (lenguaje de marcado de hipertexto), formato muy flexible y manipulable. Se puede realizar descripción de páginas tipo PDF, que admite la inclusión de tablas, fotos, permite búsquedas, y es manipulable”⁸⁶.

La estructura interna: Los artículos son la parte medular de la estructura interna. El título del artículo enuncia el asunto que se va a tratar. El subtítulo, sintetiza el contenido

⁸⁴Utanda, Ma. Del Carmen y otros. *Literatura infantil y educación literaria*. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha. España, 2005, p. 209

⁸⁵Gómez Tarragona, Daniel. *Elementos de una revista corporativa*. Dicendi Comunicación, S. L., 2010. Disponible en: <http://www.dicendi.com/~compartido/PINCELADAS/Breves%204.pdf>. Acceso el 24 de julio de 2011

⁸⁶ Revista digital. Contexto tecnológico. Disponible en <http://www.youblisher.com/p/45932-revista-digital/> Acceso el 31 de julio de 2011

del artículo, sirve para captar la atención del lector. Al igual que la revista impresa entre los artículos se destacan principalmente son el editorial, la crítica, el reportaje, la columna, la crónica, la entrevista, la encuesta y el ensayo. Los contenidos son los elementos más importantes de una revista, es netamente la sustancia de su concepto, y están relacionados con la información, la opinión y el entretenimiento. La combinación de estos tres, constituye la diferenciación de cada revista. Los contenidos de las revistas se distribuyen en secciones, las cuales se presentan en una serie de contenidos homogéneos, normalmente de carácter temático y que cumplen tres funciones:

1. Guía de lectura
2. Unidad de producto
3. Segmentar

Tono: Se refiere a la sencillez y la funcionalidad, junto con un lenguaje conciso y fresco, que deben caracterizar a toda revista.

Estilo Visual: La belleza estética nunca debe impedir la comprensión. La claridad, tanto en lo visual como en lo conceptual, prima sobre cualquier otra consideración. En la portada los títulos tienen una función esencial a la hora de inducir a la lectura. La mejor portada es la que logra asociar una imagen de impacto con un tema de interés general para el público objetivo.

Formato: La comodidad de lectura es el criterio fundamental para imponer un formato. Si bien, ciertas publicaciones han apostado por salirse de esta norma para diferenciarse frente a la competencia. Aunque también es importante el tema económico.

Clasificación: Más que por otros detalles, las revistas difieren por su contenido, y pueden ser especializadas, para ingenieros, artistas, moda, recetas, tejidos; algunas son de entretenimiento como los cómicos o las de diversión; de aventuras, fantásticas, sentimentales, de conocimientos especializados, de cultura general, de material fotográfico, etc.

Ilustraciones fotográficas: en lo general las revistas están muy ilustradas con fotografías a color en blanco y negro u otras tonalidades; además con esquemas, croquis, mapas, dibujos, etc., que forman parte del complemento del artículo y de la revista.

Forma de distribución: pueden utilizarse el correo electrónico y la web, porque permite el envío de documentos multimedia e incluso cierto grado de interactividad al usuario.

5.3. Principales características

La revista digital o electrónica es un complemento a la edición impresa de las publicaciones seriadas y está ganando terreno a los soportes tradicionales. Existe gran expansión y difusión, ya que hay tecnologías específicas, demanda por parte de los usuarios y suficientes medios para la difusión de la producción. Se pueden destacar las siguientes características⁸⁷:

- Reducción del plazo de espera para la edición.
- Universalidad y facilidad de acceso de la información. Por medio de su difusión en Internet las publicaciones están presentes en cualquier lugar del mundo y a cualquier hora. Además puede ser consultada por más de una persona a la vez.
- Reducción de los costes de edición.
- Posibilidad de añadir nuevos elementos a los documentos: vídeo, audio, realidad virtual y diversidad de formatos como por ejemplo, impresión, en pantalla.
- Capacidad de establecer una comunicación bidireccional con el destinatario de la información que permite conocer sus impresiones en tiempo real, haciendo llegar sus consultas, peticiones, sugerencias, etc.

⁸⁷ Características de la revista electrónica. Disponible en <http://www.tecnociencia.es/e-revistas/especiales/revistas/revistas14.htm>. Acceso 31 de julio de 2011

- El sistema de recuperación de un artículo a texto completo es inmediato y fácil, por los procedimientos habituales de los sistemas de recuperación documentales y búsquedas retrospectivas.
- Ventajas de almacenamiento.
- Actualización inmediata, permite dinamizar la investigación, ya que los resultados de la misma se difunden en el momento.
- Periodicidad: la metodología del papel implica el establecimiento de unos plazos fijos para cerrar los números. En la edición electrónica sólo es necesario el resultado de la evaluación del comité editorial y su implementación en la red. Por esta razón, el acceso al artículo debería ser mucho mayor que la del papel.
- Independencia de los documentos: esto evita la suscripción para acceder a una publicación electrónica y consultar sus contenidos.
- Valor añadido: servicios de alerta, difusión selectiva de la información, personalización de la información, punto de acceso, pre-impresos (acceso en línea a los artículos de algunos de sus títulos antes de que se publiquen).
- Estadísticas de uso: son ofrecidos a las bibliotecas y se refieren a las estadísticas de uso.

De la misma manera existen ciertas características para los nuevos usuarios

- Pueden acceder de manera inmediata a consultas y lecturas o a textos completos.
- Pueden realizar búsquedas retrospectivas y realizar su propio archivo digital.
- Pueden consultar artículos de diferentes revistas desde el propio ordenador o cualquier lugar, incluso accediendo a un único servidor, o a través de una misma interfaz de consulta, a través de bases de datos.
- El lector desempeña un papel más activo gracias al hipertexto, elementos multimedia, posibilidad de ejecutar programas y a las posibilidades de interactividad (mail, foros...)
- En algunos casos puede localizar artículos gratuitos que en versión impresa no lo son, también se tiene la opción al pago individual por artículo sin necesidad de suscribirse a toda la revista (pay per use).

Para los autores de las revistas digitales electrónicas se desarrollan otras características

- Encuentran nuevas metodologías de publicación.
- Mayor acceso a publicar y consultar pre-publicaciones.
- Preocupación por la preservación de sus obras. No obstante, algunos encuentran poco fiable el medio electrónico, porque existe más riesgo al plagio.
- Disponen de más recursos para añadir material complementario en sus artículos digitales.
- Pueden conocer inmediatamente mediante aplicaciones Web la situación de su artículo durante el proceso de producción.
- Internet permite una difusión directa de las obras de los autores o sus instituciones, encargándose directamente de la evaluación, gestión y difusión, sin necesidad de los editores.
- A los autores y los editores les interesa la consideración y equiparación de las revistas electrónicas a las revistas tradicionales para que sean tenidas en cuenta para la evaluación de la actividad científica.

Para los editores también se presentan características adicionales:

- Las revistas digitales ahorran costos en impresión y distribución.
- Se enfrentan a nuevos sistemas de producción: administrar el servidor, accesos, permisos: infraestructura, software, personal, nuevos gastos en producción opciones de formatos.
- Disponen de más recursos para introducir más elementos multimedia, nuevos diseños, y aplicaciones; añadir más material complementario que en las versiones impresas.
- Tienen que afrontar la conversión retrospectiva de sus colecciones mediante digitalización.
- Disponen de nuevas estrategias de marketing.

- Preocupación por los estándares como en el medio impreso, para asegurar la accesibilidad de la información, los derechos y el control sobre la compra y venta de los productos electrónicos.
- Deben afrontar un tema fundamental como es la conservación de la colección en soporte digital.

Para las bibliotecas se consideran las siguientes características:

- Preocupación por falta de estándares y entorno cambiante.
- Falta de normalización en la gestión de las colecciones.
- Acceso electrónico con la suscripción en papel, a veces no garantiza acceso retrospectivo.
- Sus usuarios demandan bases de datos con acceso directo al texto completo. Así mismo desean la opción del “pay per view”.
- Diferente modo de gestionar los accesos. Necesitan hacer evaluación del uso, hacer seguimiento de las consultas y gestión de usuarios, y disponer programas de estadísticas.
- Preocupación por la gestión de la colección: URLs inestables, alertas de actualización, enlace con catálogo.
- Preocupación por la conservación digital de los documentos: garantizar el acceso a la colección permanentemente, cómo gestionar el depósito de las publicaciones desde el punto de vista técnico y desde el punto de vista de política/licencias de la editorial y/o el distribuidor.

5.4. Diferencias entre la revista digital e impresa

Aunque los contenidos de ambos tipos de revistas son los mismos, los formatos empleados y los medios de difusión son diferentes, que se destacan los siguientes⁸⁸:

⁸⁸ Diferencias entre revista impresa y revista digital. Disponible en: <http://www.bvsde.paho.org/bvsacd/cd30/ad0611.pdf>. Acceso 21 de agosto de 2011

Facilidad de acceso. Las revistas digitales pueden ser consultadas independientemente del lugar en el que esté y de la hora a la que se quiera acceder a ellas. Mientras que las impresas son adquiridas en ciertos puntos de mercadeo.

Actualización inmediata. La característica principal de las publicaciones en serie es que periódicamente aportan nuevos contenidos. Sin embargo, esta condición se cumple en las revistas digitales y se mejora, ya que el usuario puede disponer de la información nada más que esta publicación, he incluso antes, ya que en ocasiones se ofrecen servicios de pre-publicación, en los que se informa de los artículos que serán incluidos en los próximos números.

Ampliación de la difusión. Una revista digital editada en cualquier parte del mundo podrá ser consultada por todos los usuarios de Internet, lo que se traduce en un mayor número de lectores. Con las revistas impresas por el costo de impresión este número tiene que ser reducido y a veces impuesto un límite de impresiones.

Abaratamiento de los costes. La edición digital es mucho más barata que la que se realiza en papel, ya que las infraestructuras y las materias primas son de un valor económico inferior, en comparación de todos los materiales que requiere una edición impresa.

Diversidad de formatos. El lector interesado en un artículo podrá acceder a él mediante un navegador y leer el documento en pantalla o bien guardar el documento en el formato deseado o imprimirlo para su posterior lectura y anotado. Además, emplear las tecnologías como el hipertexto e hipermedia, contribuyen a un enriquecimiento de los documentos. En el caso de las revistas impresas se limitan a aportar textos e imágenes.

Independencia de los documentos. En la actualidad no es necesario estar suscrito a una publicación electrónica para poder consultar sus contenidos, ya que existen múltiples servicios que permiten la compra de artículos sueltos.

Servicios de difusión. Los editores de las revistas digitales posibilitan suscribirse a sus servicios de alerta, a través de los cuales los usuarios pueden conocer cuando se ha actualizado una determinada revista. Mientras que en el medio digital impreso se tiene que esperar a la salida de la próxima edición.

Simplificación de los procesos técnicos. Las bibliotecas, principales intermediarios entre los editores/vendedores de las revistas y los usuarios, no necesitan llevar un control periódico de los números recibidos, ya que el proceso técnico se actualizara de forma automática.

Fomento de la cooperación. Las revistas electrónicas suelen acompañar cada artículo con la dirección electrónica del autor, con lo cual el intercambio de impresiones entre los responsables de un texto y sus lectores puede hacerse de forma muy sencilla. En las revistas impresas un debate con el autor sería imposible.

5.5. Contenido editorial

La dinámica de lectura en Internet ha roto las unidades de edición, que anteriormente eran los periódicos impresos de treinta o más páginas para ser los artículos de máximo 500 palabras o mensajes de 140 caracteres y links. Esta fragmentación responde a un sistema de orbital de publicación, distribución y lectura de contenidos, en donde cada unidad literalmente flota alrededor de su centro: el lector.

Para cualquier medio impreso o digital, el contenido es lo más importante, la diferencia radica en el mensaje que comunican, y se constituye en una de las principales razones para la consulta de cualquier medio informativo. Es por ésta razón que la personas consumen mensajes articulados sobre la realidad.

Sin embargo, hay que considerar que un mensaje en piezas, estructurado en sub productos como artículos, notas, fotografías, archivos de audio y video, también es contenido.

“El contenido es tal en virtud de su densidad, variabilidad, reducción de incertidumbre, acto cognitivo, no sólo sensible”⁸⁹.

El contenido editorial debe diferenciarse del contenido de cualquier otro artículo, porque éste nos permite diferenciar e interpretar hechos o meramente cuando se expresa una opinión. Es decir, reconocer cuando reporta o cuando declara. Ahora no sólo basta eso, no se puede tener contenidos bien concebidos y estructurados adecuadamente. Las personas quieren mensajes que cambien y se actualicen. Sobre todo en la actualidad, muchas personas dejan de ver televisión o escuchar radio, precisamente por los contenidos cambiantes que ofrece el Internet.

Un editorial es uno de los tantos géneros periodísticos que se caracteriza principalmente por su subjetividad. Este tipo de artículos ocupan un lugar preferencial de la estructura del medio impreso o digital. La principal función del contenido editorial es la de explicar hechos, contextualizar el tema, para predecir sus consecuencias y formular juicios.

Hay diferentes tipos de editoriales: explicativos (explican, no se deduce la opinión directamente), de tesis u opinión (hay una clara opinión a favor o en contra), informativos (su intención es dar a conocer el tema), interpretativos (promueve causas, efectos, conjeturas), de acción y convencimiento (ambos intentan persuadir la opinión ya formada del lector)⁹⁰. Se trata de una nota que refleja la línea ideológica y la postura del medio de comunicación sobre el asunto en cuestión.

En cuanto al contenido, debe procurar orientar a la opinión pública sobre un tema de actualidad y coyuntura. El editorial está siempre ligado a la actualidad, ya que su relación con un hecho reciente es lo que le otorga la característica de mensaje periodístico y lo aleja de ser un ensayo breve.

⁸⁹Núñez Noda, Fernando. *Guía de comunicación digital. Hacia la autonomía en la distribución de mensajes en bits*. Universidad Católica Andrés Bello, primera edición, Caracas, 2005, p. 100.

⁹⁰ Línea editorial. Disponible en: <http://www.definicionabc.com/comunicacion/editorial.php> Acceso 7 de agosto de 2011

La escritura en un medio electrónico es diferente a uno impreso, ya que no sólo son textos sino imágenes y sonidos, que replantean las formas tradicionales de generar mensajes editoriales.

El contenido digital editorial implica algún tipo de frecuencia y consistencia en el tiempo, capaz de apuntar premeditadamente a un tipo de audiencia y/o a determinado tipo de intereses, lo cual refleja la intencionalidad (política editorial) de la organización o persona que la edita y difunde⁹¹.

En la producción de contenidos influyen algunos factores sobre todo para las interfaces digitales como: estrategia/arquitectura (del medio); interfaz, contenido y tecnología.

5.6. Uso de la imagen fija

Es la que capta un instante de la realidad, la representación del mundo que recibimos a través de nuestros ojos. No es más que una sucesión de un altísimo número de imágenes fijas. El sistema visual captura imágenes que después el cerebro une unas con las otras. Es un proceso tan preciso que se lo ve todo como si fuera un vídeo, no como si fueran imágenes fijas.

Hoy en día se sigue utilizando la imagen fija como uno de los principales métodos de transmisión de información y de expresión, porque mantiene su grado de utilización, ganando cada vez más terreno al resto de soportes informativos.

Una imagen fija se transmite de forma rápida, y lo que muestra puede ser analizado en profundidad debido a que su exposición a la vista no es efímera como pasa en la imagen en movimiento. Por otro lado, no hay que olvidar que la imagen en movimiento, al igual que pasa con lo que ven los ojos, no es más que una sucesión de imágenes fijas proyectadas a un determinado número por segundo para que la retina las convierta en una imagen continua.

⁹¹ *Ibíd.*, p. 103

Aparte de esto, la imagen fija tiene un lenguaje propio, analizable, estudiable y por supuesto controlable, acompañada del texto que refuerza o regula lo que aparece en la imagen con el fin de enfatizar el mensaje. A lo largo de la historia se han ido creando imágenes que han podido cambiar el rumbo de la historia.



Kevin Carter (1994) fotografía ganadora del Premio Pulitzer de 1994. Nadie conoce que pasó con aquel niño. Ni si quiera el fotógrafo, que abandonó a la criatura justo después de tomar la fotografía. Meses más tarde una depresión lo llevó al suicidio.

La imagen varía según los tamaños y formatos pueden ser horizontales o verticales y estos a su vez pueden ser cortos o largos, además de obtener un grado de realismo propio con respecto a lo que está representando donde se la puede comprender fácilmente o de una manera más compleja.

La imagen es un mensaje en forma de ícono que presenta una parte de la realidad. La imagen reproduce algún instante de la realidad y se convierte en un reflejo parcial de ella, ya que no expresa sentimientos ni ideas.

La manera de percibir una imagen está muy relacionada con la forma en que cada persona puede captar la realidad. Cuando percibimos una imagen tendemos a fijarnos en los estímulos que nos gustan y despreciamos otros que nos disgustan.

El cartel

Llamado también “un grito en la pared”, actúa sobre la multitud por persuasión y como el tiempo de exposición es muy limitado debe producir una impresión viva y penetrante a la imaginación del espectador y a la vez su concepción de idea deben ser tan

simplificadas que baste una ojeada para darse cuenta de su significado y de lo que anuncia.

La primera función que tiene el cartel es la de atraer nuestra mirada y para ellos es tan importante su ubicación, que sea adecuada, su colorido, la excitación óptica y su correcta legibilidad, la compresión tipográfica y la cantidad de información.

“La lectura de un cartel se hace en general con la mirada en desplazamiento, esto va a determinar su estructura, porque aunque el cartel tenga una imagen fija sobre una pared inmóvil, el desplazamiento del espectador la convierte en una imagen fugitiva; algunos autores dicen que para que un cartel esté bien concebido debería poder ser leído en un intervalo de unos seis segundos y para optimizar su legibilidad resultan muy útiles los contrastes cromáticos que discriminan las formas y favorecen su lectura”⁹².

La imagen del cartel constituye un estímulo fuerte que atrae nuestra mirada y que provoca deseos e impulsos inconscientes, mientras que el texto proporciona al mensaje un carácter informativo y utilitario, dirigiéndose hacia la racionalidad del espectador.

Con la imagen fija nacen dos lenguajes visuales importantes, el cine y el cómic que comparte una cualidad esencial, que es su propia naturaleza, la secuencia.

El cine se manifiesta mediante imágenes móviles y el cómic a través de imágenes fijas, su secuencialidad hace que ambos sean propicios para la narración donde los relatos abundan, especialmente los de ficción

Con el cómic empieza una etapa de democratización de la cultura icónica. La iconografía es aquel recurso icónico que bien siendo de propia creación o bien compartidos por otros medios, forman parte del repertorio gráfico característico con el fin de producir significados estables que sean comprensibles para el público.

⁹²Gubern, Roman. *Patologías de la imagen*. Editorial Anagrama, Barcelona, 2004, p.85.

“Dentro de la iconografía los estereotipos y las situaciones arquetípicas y las define como personas o situaciones sometidas a representaciones icónicas características basadas en unos rasgos peculiares que se convierten en señas permanentes de identidad”⁹³.

Dentro del comic, el cuerpo humano es una fuente de expresividad y la utiliza al máximo produciendo un sinfín de significados. A parte de los gestos, el cómic ha desarrollado iconografía para la representación del movimiento, mediante las líneas cinéticas. Pero las líneas no sólo expresan movimiento, por ejemplo una línea discontinua desde el ojo a un objeto expresará que el personaje le ha echado el ojo a un objeto en específico.

La fotografía

El retrato fotográfico era de consumo burgués pero atrajo a las clases populares y se convirtió en un producto de consumo interclasista. En un principio la fotografía fue el intento de imitar a la pintura para darle un valor artístico por eso los objetos fotografiados podían ser incluso bodegones.

Con la fotografía no trataba de reproducir cualquier realidad sino la más bella, al igual que con la pintura; esto hizo que estalle un conflicto entre fotógrafos y pintores. El fotógrafo era considerado como un artesano que sólo reflejaba la realidad, no creaba nada, sin embargo, la fotografía gozó rápidamente de popularidad y fidelidad, rapidez y buen precio, que reflejaba un exceso de realismo y eso supuso un problema, lo que originó el nacimiento del retoque fotográfico y el coloramiento de imágenes.

A comienzo de siglo, surge una fotografía que intenta profundizar en las particularidades de la fotografía misma, libre de manipulaciones y libre sobre todo del dominio de la pintura. La llegada de la fotografía instantánea permite la captación del movimiento por

⁹³ Ídem., p 96.

primera vez y tiene importantes consecuencias de orden artístico, perceptivo y sociológico.

Aparece el nuevo realismo o nueva objetividad y su premisa es que el arte hay que dejarlo para los artistas y los fotógrafos lo que tienen que hacer es fotografía y piensan que lo útil también es hermoso y, paralelamente a esta surge la llamada fotografía glamour que consistente en retratos realizados con retoques, difuminados, etc., que fueron bastante bien acogidos por el público y muy influidos por la industria cinematográfica. Este tipo de imágenes fueron especialmente desarrolladas en la fotografía de moda.

La fotografía “Live” aparece simultáneamente a los movimientos anteriores, al nuevo realismo y a la fotografía glamour, y en ella se reflejan situaciones cotidianas encuadrando también al reporterismo de prensa.

A la fotografía “Live” no sólo le interesa el momento decisivo, también le resulta interesante la utilización de la fotografía como documento social y la definición a través de la fotografía de las diferencias entre realismo burgués y realismo social.

La comercialización de productos ha hecho de la fotografía publicitaria la actividad más importante del trabajo fotográfico por su volumen, técnica y creatividad. A diferencia de otros tipos, en la fotografía publicitaria la imagen está comprometida a exponer una idea, considerándose adecuada cuando crea una atmósfera agradable y favorable para poner en contacto al anunciante con el posible comprador.

CAPÍTULO VI

DESARROLLO DEL PRODUCTO

6.1. Guión de Diseño

A diferencia del guión para cine o televisión, el guión multimedia nace de la situación del usuario ante el mensaje audiovisual, es decir, que se añade el hecho fundamental que el usuario puede intervenir o interactuar en el desarrollo de la misma.

“El guión multimedia es un documento que estructura todas las pantallas de una aplicación informática multimedia diseñada para ejecutarse en una plataforma web, en un teléfono móvil o localmente en un ordenador”⁹⁴.

En el guión se explican cómo se combinan en cada pantalla los elementos de sonido, imágenes, video, animación y texto. Además, se diseñan las etapas de preproducción, producción y postproducción; en el caso de la revista incluye una última etapa para que corresponda a la publicación.

Preproducción: en ésta etapa se concentran las ideas hasta el punto inicial de las mismas y abarca el contenido textual, multimedial y audiovisual; y se subdividen en:

- Selección de la plataforma: para la revista digital es necesario ocupar varias plataformas audiovisuales, imágenes, animaciones y texto. Para los soportes audiovisuales Adobe Premier y Audition; para manipulación de imágenes vectoriales y fotografías se utilizó Adobe Illustrator y Photoshop; en los multimedial se uso Adobe Flash y la redacción de textos en Microsoft Word para trasladarlos finalmente a Adobe Indesing.

⁹⁴Martínez Abadía, José y Fernández Federico. *Manual del productor audiovisual*. Editorial UOC, primera edición en lengua castellana. Barcelona, 2010.

- Investigación temática: al ser una revista digital especializada sobre medio ambiente es necesario contemplar varios temas para no cansar al lector, además utilizando el resultado de las encuestas se diversificó el contenido para subdividirla en varias secciones como educación, política, economía, prevención, cultura y ocio, los cuales también tienen sus tópicos independientes.
- Creación del guión: para el mismo se toma en cuenta el lenguaje, el cual fue redactado en los tres tiempos pasado, presente y futuro; de acuerdo a los artículos, asimismo está escrito en tercera persona. Las técnicas se especifican las zonas audiovisuales y multimediales, los artículos y la propaganda ecológica repartida para toda la revista.

Producción: es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de los elementos de la preproducción para obtener la revista.

En ésta fase se separan las diferentes secciones y los artículos, las fotografías, las animaciones y los vídeos; además de desarrollarlos, es decir, se ponen de manifiesto las ideas de la fase previa.

La recopilación de los artículos se lo hace mediante Internet, reportajes o información otorgada vía o correo electrónico o soporte digital por parte de las empresas, fundaciones u organizaciones que han sido de nuestro interés para incluir dentro de la revista.

Las fotografías se han establecido sitios web que las proporcionan de manera gratuita o mediante citas de las páginas obtenidas, además de material de cortesía otorgado por la Fundación Maquipucuna y Acción Ecológica. El escogitamiento de ellas estará marcado por la creatividad y su composición.

Las animaciones contemplan otro tipo de tratamiento, al igual que un producto audiovisual requieren de las fases de preproducción, producción y posproducción, que posteriormente serán colocadas dentro de la revista.

Postproducción: finalmente se conjugan todos los aspectos de los artículos, las animaciones, videos y fotografías para obtener el producto final.

Publicación: el proceso para subir los diferentes tipos de contenidos tendrán una característica particular que reúna utilización de distintos software específicos dentro de la web, que varían según el tipo y formato de los contenidos realizados. Este será autofinanciado por las autoras del presente trabajo y posteriormente, será relanzado como un producto netamente educativo para un colegio de la ciudad de Quito, una vez concluidos los trámites de propiedad intelectual, encabezados por el IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual), el cual guiará los procesos de derechos de autor.

6.2. Creación del concepto (Anexo 1)

- Creación del Logotipo: En primer lugar se entiende por logotipo como “la identidad de la empresa o de la institución que se anuncia. Se define como el nombre institucional de una firma o producto y está representado por un signo o símbolo, capaz de diferenciar, personalizar y potenciar, una marca, aquella que propone encontrar una posición dentro de un nicho de segmento y venderla; dotándola, además, del poder y la universalidad del lenguaje simbólico”⁹⁵. Al ser la imagen principal, es necesario empezar por esbozos de los primeros logotipos, posteriormente se selecciona el logotipo, manejo de la tipografía, el color, finalmente las correcciones para mejorar su aspecto visual.
- Elección de las tipografías para encabezados, los títulos y el cuerpo del texto: actualmente, se han simplificado 4 familias tipográficas: romanas, sans serif, serif cuadrado y tipo nuevo. El perfil y diseño tipográfico a emplearse deben responder a

⁹⁵ Figueroa, Romero. *Cómo hacer publicidad. Un enfoque teórico-práctico*. Pearson Educación, primera edición. México, 1999, p. 129

las características particulares de un producto o servicio. Por lo tanto, han sido sin serifas que facilitan la lectura frente a la pantalla.

- Uso del color: los colores principales son el azul y el verde, considerados dentro de la gama cromática por ser fríos, que ayudan a representar la frescura de la naturaleza. Además, se han incluido varios colores del círculo cromático, para ayudar a distinguir temas de interés y sobre todo para representar los colores que se encuentran en la naturaleza.

6.3. Desarrollo y presentación de las propuestas de diseño

La revista digital tiene un formato virtual, en plataforma abierta, que permite el acceso rápido y gratuito y también tiene su mensaje implícito sobre ecología.

La línea gráfica se mantiene en toda la revista, a través de formas cuadradas y redondeadas para sugerir movimiento, además de resaltar el espacio de cada hoja dentro de la revista.

Se han creado zonas especiales que guardan el formato para diferenciar las zonas audiovisuales y multimediales. Las zonas han sido originadas sobre algunas de las temáticas, ya que tampoco es conveniente saturar, sino que sirven de refuerzo a los artículos.

6.3.1. Storyboard

La elaboración de un storyboard está en función de su uso, como por ejemplo en la publicidad, el cine, para realizar un video juego o en animaciones multimedia, y constituye una de las partes fundamentales en la construcción de cualquier documento audiovisual.

El storyboard “es una ilustración sencilla que permiten visualizar secuencias complejas, o incluso programas completos”⁹⁶. Sirve para contar la planificación, facilitando muchos aspectos como la óptica, movimientos, iluminación, etc.

“El storyboard es un documento de gran utilidad para la realización de videos y animaciones que contiene la información sobre las escenas que van a conformar el video o la animación: elementos de escena y su movimiento, encuadre, duración, audio , así como la manera en la que se va a pasar de una escena a la siguiente, es decir, si se harán cortes entre una y otra, si se utilizarán disolvencias, uso de salidas y entradas (fade in/out)”⁹⁷.

Como se detalla en el siguiente cuadro:

<i>Nombre</i>	<i>Descripción</i>	<i>Duración</i>	<i>Audio</i>
1	2	4	3
<i>Transición</i>			
5			

- En el 1 se ubican los espacios para realizar pequeñas viñetas a través de las cuales se van explicando la visualización de cada escena.
- En el 2 se colocan las descripciones escritas acerca de la escena.
- En el 3 van las descripciones del audio de fondo o de las locuciones que acompañan a la escena.
- En el 4 se refiere a la duración de cada toma.
- En el 5 se establece la duración y el tipo de transiciones entre escenas.

⁹⁶ Herrera Espinosa, Alejandro. *El guión y sus formatos. Una guía práctica*. Universidad Iberoamericana. México, 2010, p.82

⁹⁷ Dirección General de Divulgación de la Ciencia. *Museología de la Ciencia, 15 años de experiencia*. Universidad Autónoma de México. México, 2007, p. 242

Una de las principales ventajas de realizar un storyboard es el ahorro del tiempo en desarrollo, porque permite seleccionar las mejores ideas antes de plasmarlas en software más sofisticados. Puede mostrar en donde se debe cortar, agregar e inclusive detallar alguna escena.

El storyboard consiste básicamente en un cómic exhaustivamente detallado dentro de la puesta en escena. En un storyboard para animación se exige una mayor exactitud que en una imagen real, porque tiene que estar todo muy claro, bien explicado y bien anotado, ya que es más complicado realizar cambios con personajes animados que uno real.

6.4. Desarrollo de las páginas (portada, contraportada y páginas maestras) – (Anexo 2)

Ésta etapa corresponde al desarrollo general de la imagen exterior e interior. Para comprender mejor es necesario observar los anexos para tener una idea de la ubicuidad de cada uno de los elementos en función de su uso, anteriormente mencionado.

Exterior - portada

Logotipo, lema, calendario

Creación de los espacios para titulares

Imagen principal para refuerzo del contenido de toda la revista

Exterior - contraportada

Propaganda

Interno - páginas maestras:

Sumario o índice

Secciones

Estructura de los artículos, contenidos e imágenes

Zonas audiovisuales y multimediales

Propaganda

6.4.1. Creación del fondo de pantalla

Mediante el empleo de fondos de color se pueden destacar determinadas informaciones, por ejemplo, cambiando el color de la celda de una tabla, agregando un degradado, utilizando figuras geométricas básicas o dividiendo el espacio irregularmente, puede crear mayor contraste entre el contenido de unos marcos y otros.

Para la revista digital que se ha planteado, se ha propuesto que el fondo de pantalla sea de un color neutro, es decir, blanco, ya que permite el uso de cualquier color el texto, así como con las imágenes. Sin embargo, el fondo de pantalla en páginas utilizadas para las zonas audiovisuales y multimediales, cambia y aumenta en tonos más grises y habanos con textura, que permita diferenciar entre cada uno, de los demás espacios de la revista, sin alterar la composición de la revista.

6.4.2. Espacio para texto, imágenes e iconografía

El espacio del texto como en cualquier revista impresa, adquiere gran importancia por su contenido. Es necesario recalcar que al estar frente a una pantalla el uso de las serifas o terminaciones de la tipografía, facilita o no la lectura. Por ello, se han utilizado algunos tipos de fuentes que distingan los titulares, encabezados, cuerpo en sí de cada artículo y también el logotipo distintivo de la revista.

Para el logotipo se utilizó la tipografía COPASETIC, una fuente sin serifa, la cual representa la imagen de toda la revista. Adicionalmente, se le ha agregado dos íconos figurando al agua y la vegetación para formar las palabras azul y verde, respectivamente.

En la portada se utilizaron dos tipografías: HELVÉTICA para la mayoría de los titulares y el calendario; y se la fuente HERCULANUM para resaltar el artículo principal.

Para las páginas interiores se utilizaron las tipografías: CENTURY GOTHIC Y BELLEROSE. La primera para los títulos y la segunda para el contenido del artículo.

Todas las tipografías guardan un ligero parecido, aunque con su distintivo característico, para guardar un formato similar en la globalidad de la revista. Asimismo, se han utilizado otro tipo de fuentes para los resaltar ciertos temas en algunos artículos.

En cuanto al uso de las imágenes, han sido colocadas en diferentes posiciones, para crear movimiento y evitar lo monótono. Asimismo, su tamaño ha variado en conformidad del tamaño del artículo y en varias ocasiones se ha decidido suprimir las imágenes, puesto que no es necesario ese complemento y para no recargar la vista al lector.

6.4.3. Edición de textos e imágenes

Al construir un artículo independientemente del tema, es necesario tener en cuenta algunos aspectos al momento de su elección. En primer lugar, su importancia dentro de la revista, su extensión, su contexto y actualidad. En cuanto a gramática, estilo, ortografía, puntuación, acentuación o redundancias. La corrección consiste en preparar el original teniendo en cuenta la estructura gramatical del idioma.

Con la llegada de las nuevas tecnologías, el proceso de edición facilita las tareas como la escritura, la corrección, la maquetación y la ilustración. En la preparación se abordaban cuestiones técnicas más cercanas a la estandarización de la apariencia del producto, adaptarlo a los gustos convencionales de los consumidores.

El tratamiento de la edición de imágenes, corresponde a un proceso completamente diferente a la edición de texto, ya que se apoya mediante computadoras. Las imágenes son modificadas digitalmente para optimizarlas, manipularlas, retocarlas, etc., con el fin de alcanzar la meta deseada. Por ejemplo, quitar la sobreexposición o baja exposición, equilibrar el contraste, el ruido. Asimismo, corregir su resolución, aumentarla o disminuirla dependiendo de su uso.

6.5. Maquetación de las páginas maestras

La diagramación, composición o maquetación es la puesta en página de la revista y se le dará forma gráfica final al texto y las imágenes que conforman la revista. El medio utilizado es Adobe InDesign, en el cual se establece las características físicas que tendrá la publicación, como el formato de página, tipografías, colores, imágenes, etc.

En este mismo proceso en donde se agregan los últimos detalles⁹⁸ artísticos antes de la impresión/materialización de la revista.

Algunos de los elementos utilizados en el proceso de maquetación son:

- Texto: el llamado cuerpo de texto corresponde a los artículos, columnas, editoriales, etc. La masa de texto acostumbra llenar más de la mitad de toda la revista y debe ser delimitada por los otros elementos.
- Títulos o titulares: desde el titular de la primera página, hasta los titulares menores de artículos. Son subdivididos en:
 - Subtítulos o subtulares: colocados abajo de la titular principal, complementan la información e incitan a leer el texto.
 - Antetítulos o antetitulares: colocados arriba de la titular principal, complementan la información e incitan a leer el texto.
 - Intertítulos, intertitulares o quiebras: colocados en el medio del texto, para seccionarlo y facilitar la comprensión.
 - Fotografías, que en los diarios y revistas siempre vienen acompañadas por pie de fotos descriptivos y el crédito del fotógrafo.
 - Arte: lo que se llama arte en maquetación son imágenes producidas para ilustrar o complementar visualmente la información del texto. Pueden ser: infografías que incluyen mapas, gráficos estadísticos, secuenciales y esquemas visuales;
 - Caricaturas: dibujos generalmente satíricos

⁹⁸ Maquetación. Disponible en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Maquetaci%C3%B3n_\(edici%C3%B3n\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Maquetaci%C3%B3n_(edici%C3%B3n)). Acceso 15 de enero de 2012

- Viñetas: mini-titulares que marcan un tema o asunto recurrente o destacado; pueden incluir mini-ilustraciones y generalmente vienen arriba de la titular del artículo o en el alto de la página.
- Boxes o cajas: una caja es un espacio gráficamente delimitado que usualmente incluye un texto explicativo o sobre el asunto relacionado al artículo principal.
- Hilos: existen para separar elementos que, por algún motivo, pueden ser confundidos.
- Encabezado y pie: marcan la cumbre y la base de la página, respectivamente, incluyendo marcas básicas como nombre del periódico, editorial, fecha, número de la edición y número de la página; cuando es usado en la primera página, la cabecera incluye aún la marca del diario.
- Espacios para publicidad, único elemento de contenido no-editorial de la maquetación.

Los aspectos que determinan la composición de estos elementos en la página son, entre otros:

- Número de columnas: la distribución del texto en columnas verticales de tamaño regular, espaciadas y válidas para encajar los elementos.
- Color: uso de colores y matices, que confiere sentido y modifica el mensaje.
- Espaciamiento: interlínea, entre columnas y entre cada elemento gráfico.
- Tipología: variedad y tipos de fuentes tipográficas utilizadas.

6.6. Diseño de interactividad

Los enlaces o links nos permiten ampliar la información sobre un determinado tema mediante lo que se ha denominado hipertexto, que es un vínculo en una o varias palabras de un texto o una imagen que nos permite ir a otra página, donde podemos encontrar material complementario.

Los vínculos pueden ser internos o externos. Los primeros nos remiten a distintas páginas dentro de la revista. Suelen ser utilizados en los titulares de portada y en los índices sumarios, mientras que los enlaces externos nos envían hacia otras páginas ubicadas en cualquier servidor.

6.7. Revisión y entrega del producto final

La revista fue expuesta a una validación con un grupo de estudiantes de Comunicación para el Desarrollo y docentes de la Universidad Politécnica Salesiana. Se utilizaron tres criterios básicos referentes al Diseño: manejo del color, diagramación, logotipo y nombre de la revista; Contenidos: extensión de los artículos, si es necesario cambiarlos y sí son del agrado del lector/a; Interactividad: funcionalidad de los vínculos, uso de los videos e integración de animaciones. (Ver anexos de las observaciones y sugerencias).

CAPÍTULO VII

VALIDACIÓN DEL PRODUCTO

(Anexo 3 – Plantilla de validación)

La validación se realizó a un focus group (es una de las formas de los Estudios Cualitativos en el que se reúne a un grupo de personas para indagar acerca de actitudes y reacciones frente a un Producto, Servicio, Concepto, Publicidad, Idea o Empaque⁹⁹) de 40 personas, tomando en cuenta la muestra obtenida en el marco metodológico tanto de estudiantes del primer año de bachillerato del Colegio Técnico Experimental Don Bosco, estudiantes de séptimo y octavo semestre de la carrera de Comunicación Social mención Desarrollo y Audiovisual y Multimedia de la Universidad Politécnica Salesiana, Diseñadores Gráficos, Comunicadores, Docentes, profesionales en otras áreas y Agencias de Publicidad como: Tagg Publicidad, McCann, BBDO.

A través de este procedimiento, pudimos adquirir varias observaciones similares del producto. Es así que en este cuadro se muestran más detalladamente los principales puntos que se acogieron para los cambios del producto.

GRUPO	DISEÑO	CONTENIDOS	INTERACTIVIDAD
Estudiantes de Bachillerato del Colegio Técnico Experimental Don Bosco	○ Existe una exageración del color	○ Líneas de texto separadas de otros bloques de texto	○ Buena porque complementa la información de los artículos.
Estudiantes Universitarios de la	○ Cambiar el color fucsia porque desentona con	○ La ausencia de imágenes en algunos artículos	○ Establecer un formato estándar tantas en videos como en

⁹⁹ Focus Group. Disponible en <http://www.monografias.com/trabajos56/focus-group/focus-group2.shtml> acceso 28 abril de 2012

UPS	la revista.	muestra un exceso de espacio en blanco.	animaciones
Diseñadores	<ul style="list-style-type: none"> ○ Evitar el uso de gradientes ○ Evitar el uso de sombras para títulos porque distrae la vista. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Bien redactados y de interés general. ○ Aumentar el tamaño de la letra 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Incrementar un menú de ayuda de navegación.
Comunicadores	<ul style="list-style-type: none"> ○ Definir una línea de color (azules - verdes) ○ Mucho espacio entre las fotografías y el texto 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Aumentar el tamaño de la letra para mejorar la calidad de lectura ○ Eliminar algunos subtemas 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Las imágenes se podrían observar mejor mediante su aumento, al pasar el mouse ○ Mejorar la calidad de video
Profesionales en otras áreas.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Muchos colores ○ Mucha separación de los textos 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Contiene mensajes específicos e interesantes 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Cambiar animaciones por más videos o mejorar la calidad de estos.

- Cambiar el color fucsia en la portada y en todas las páginas internas: porque este color desentonaba con la imagen de la revista y era más sobresaliente en relación al resto de colores de toda la revista.
- Espacios entre páginas: la distribución de la revista estaba bien lograda, sin embargo, existían artículos que por la ausencia de imágenes, notaba un exceso de espacio en

blanco. Para solucionar este inconveniente se separaron con espacio adicional entre columnas de texto para rellenarla, se colocaron fondos en colores degradados y además se amplió el interlineado, sin que afecte demasiado la apariencia global de la revista.

- En algunos artículos quedaron líneas de texto separadas de otros bloques de texto o más conocidas como “viudas”. De manera similar que los espacios en blanco, se amplió el interlineado para que las frases estuvieran junto a los mismos bloques de textos, ayudando a mejorar la lectura.
- Los videos: fue necesario establecer un formato estándar, ya que las calidades variaban y algunos estaban demasiado grandes y otros demasiado pequeños. Asimismo, se colocó la barra de control de volumen, adelantar, retroceder y pausar, para que el usuario tenga la facilidad de manipular a su gusto la imagen. Se colocó una breve descripción de cada video, duración y fuente, porque algunos descargados del Internet.
- Animaciones: al igual que en los videos, se estandarizo el tamaño, porque algunas estaban en formatos más pequeños. La manera más fácil fue colocando un fondo para que la imagen alcanzará la proporción requerida.

7.1. Validación Económica Sustentable

Una vez realizados los cambios en el producto, se procedió a obtener valores referenciales para la validación económica con diferentes tipos de agencias de publicidad y conocer la de qué manera podría ser sustentable el producto.

7.2. Validación Referencial

TIPO DE	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL	VALOR ANUAL
HOME	-	-	\$400
SOFTWARE PARA ENVIO DE MAILS	-	-	\$200

BASE DE DATOS	-	-	\$200
DISEÑADOR	-	\$600 x 4 trimestres	\$2400
EDITOR	-	\$400 x 4 trimestres	\$1600
COSTO FIJO (agua, luz, teléfono, internet, arriendo)	\$400 x 12 meses	-	\$4800
TOTAL	-	-	\$9600
VENDEDOR (Publicidad)	-	-	10 %

7.3. Validación Referenciales para la venta de publicidad

Formatos Generales	Medidas	Valores
Página Interior	207 x 271 mm	400
Doble Página	414 x 271 mm	600
½ Página	207 x 136 mm	350
1/3 Página	207 x 90 mm	250
¼ Página	207 x 68 mm	200
Ventana Centrada	90 x 115 mm	300
Contraportada	207 x 271 mm	600
Interior Portada	207 x 271 mm	500
Interior Contraportada	207 x 271 mm	500
Página frente sumario	207 x 271 mm	550
1ª Doble (pág. 2 y 3)	414 x 271 mm	700

NOTA: Todos estos criterios fueron tomados para la realización trimestral de la revista, de acuerdo a criterios técnicos de las agencias de publicidad mencionadas anteriormente y se sugiere vender el 15% de publicidad y el 85% restante sería el contenido. Para nuestra referencia nos basamos en la Página Interior con un costo de 400 dólares, los

cuales multiplicados por el equivalente del porcentaje de publicidad, es decir, 10 páginas suman un total de 4000 al trimestre, con un total anual de 16000. El vendedor tendrá una comisión de 1600 dólares anuales según la ganancia del 10 % de las ventas anuales de publicidad.

Ingresos Anuales	\$16000
Vendedor 10 %	\$1600
Gastos Anuales	\$9600
RENTABILIDAD	\$4800

Se envió las encuestas, las tarifas referenciales y la revista vía e-mail, y a su vez cada entidad remitió su criterio técnico del producto, el cual fue favorable para el mismo. De este criterio, desprendimos la conclusión que sería factible, ya que al ser una revista on line nueva en su género, recibió buenas críticas en cuanto al formato, la calidad, la editorial y costos, volviéndose una opción de pauta a futuro.

Se detallan las observaciones de las respectivas agencias.

Tagg Publicidad

- 1.- Es un producto en línea que podríamos comercializar de manera bimensual, es decir 6 publicaciones al año.
- 2.- Podríamos ofertar a nuestra cartera de clientes un paquete anual, con dos contrataciones al año, ya que los presupuestos publicitarios de la mayoría de ellos es semestral.
- 3.- Por ultimo estaríamos interesados en ver la factibilidad de que uno de los clientes pueda por intermedio de su producto comunicacional realizar algún concurso, por lo que nos gustaría saber si es posible que el arte y/o anuncio mantenga alguna oferta.

McCann

Puedo apreciar que es un medio muy interesante, el mismo que bien podría ser comercializado por nosotros como agencia de medios, para quienes manejamos una cartera de clientes que mes a mes piensan en como difundir la responsabilidad social de ellos.

BBDO

Vemos como esta nueva estructura podría ser una alternativa de sugerencia para nuestros clientes, el tarifario no nos parece excesivo, considerado que al ser un medio en línea el costo por mil es bastante bajo. Estaremos a la espera de cuando realicen el lanzamiento nos envíen la comercialización final.

CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

ACTIVIDADES	MESES					
	I	II	III	IV	V	VI
Recopilación de información bibliográfica	x					
Selección de información bibliográfica	x					
Transcripción de información		x				
Realizar convenios con instituciones (Fundación Maquipucuna)		x				
Reportajes de artículos varios		x				
Entrevista a una comunidad con respecto a la realización de proyectos de desarrollo sostenible		x				
Recopilación de información artículos		x				
Redacción de artículos para las diferentes secciones			x			
Revisión de artículos redactados			x			
Diseño de la identidad visual o gráfica de la revista (Ilustrador)				x		
Diseño de las páginas maestras (InDesign)				x		
Diseño de la portada y contraportada (Ilustrador)				x		
Selección de imágenes para los artículos				x		
Edición de imágenes (Photoshop)					x	
Diagramación entre artículos e imágenes (InDesign)						x
Presentación final						x

PRESUPUESTO

ACTIVIDAD	Recursos	Cantidad	Costo unitario	COSTO TOTAL
REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	Copias	120	0,05	6,00
	Compra de libros para sustento teórico	20	20,00	400,00
	Internet	100 horas	Propio	0,00
	Transporte	6	0,25	1,50
ENTREVISTAS	Bloque de notas	1	1,00	1,00
	Transporte	4	0,25	1,00
REDACCIÓN	Resma de papel	2	5,00	10,00
	Impresiones	1	40,00	40,00
	Computadora	1	Propio	0,00
EDICION	Computadora	1	Propio	0,00
	Cámara fotográfica digital de 10 mega píxeles, con batería recargable	1	Propia	0,00
OTROS	Servicios: agua, luz, telefonía, Internet (mensual)	1	80,00	80,00
	Pago de solicitudes	10	0,50	5,00
PRESENTACIÓN FINAL	CD	4	1,00	4,00
	Impresiones en CD	4	1	4,00
	Anillados	3	1,00	3,00
	Empastados	2	20,00	40,00
SUBTOTAL				594,50
IMREVISTOS (5% adicional)				29,73
TOTAL				624,23

CONCLUSIONES

- La sociedad se desarrolla mientras adopta y aplica una tecnología determinada (o un conjunto de tecnologías) que afectan el conocimiento y su transferencia; provocan grandes efectos en los procesos políticos, sociales, económicos y culturales en que la sociedad esperan que siga.
- El criterio fundamental de Innis para analizar las tecnologías de los medios de comunicación y sus efectos, fue su ubicación en un teórico eje espacio-tiempo que él construyó. Se encontró con que algunos medios de comunicación fueron más efectivos en transmitir el conocimiento a través del tiempo, mientras que otros fueron más eficaces en la difusión del conocimiento a través del espacio.
- La historia de las tecnologías de la comunicación, y dado su impacto potencialmente enorme, la historia de la humanidad en general, es una historia de cambios de propósito entre los polos del tiempo y el espacio. Cuando la sociedad reconoce una tendencia hacia el tiempo o el espacio en su complejidad, produce una tendencia con el fin de alcanzar el equilibrio.
- Las sociedades introducen y adoptan las nuevas tecnologías de comunicación en un intento de erradicar los prejuicios y lograr un equilibrio en el entorno de los medios de comunicación y los acuerdos sociales.
- La premisa de que el cambio en las tecnologías de la comunicación sigue un camino de progreso continuo, refleja y refuerza la noción determinista del desarrollo tecnológico como una fuerza que no puede moverse hacia atrás. Es inevitable que apunta hacia el futuro, marcando el comienzo de nuevas y mejoradas épocas.
- El progreso tecnológico es inevitable, y se han convertido en un supuesto predominante de "revolución de la comunicación" que se extiende por el mundo del siglo XXI a las nuevas fronteras. Se ha promovido eficazmente una visión de los cambios globales introducidos por nuevas filas tecnológicas de punta aplicada a las comunicaciones.
- La comunicación, considerada como el proceso de vinculación de las mentes a través de la transferencia de información, es esencialmente un fenómeno único, sin embargo, el proceso puede ser llevado a cabo en una mirada de formas, y asumir

una gran variedad de las mismas. Las tecnologías permiten a algunas de estas formas mejorar, pero una vez que se ponen en marcha, promueven planes de comunicación en particular, y otros, inevitablemente las retrasan. Las combinaciones de cambio de diversas formas de comunicación como una ecología que busca el equilibrio. Sin embargo, la aplicación de una nueva tecnología para mejorar una cierta dimensión del proceso, refleja un estado de desequilibrio en la ecología de las comunicaciones.

- Las comunicaciones digitales en efecto, son una importante reorganización de las formas y planes de comunicación en un nuevo acuerdo - posible gracias a un nuevo concepto tecnológico, en respuesta a las necesidades individuales y sociales.
- La revista digital busca informar sobre varias temáticas dentro un tema global que es la ecología y medio ambiente, para que el lector comprenda la envergadura de la preservación con de cada uno de los artículos propuestos.
- La revista digital trata de integrar las nuevas tecnologías con el periodismo tradicional para brindar otro espacio de información que los medios masivos de comunicación no integran, además de proporcionar consejos básicos que eduquen a los lectores.
- La revista digital es sin duda una gran respuesta hacia el medio ambiente, ya que el costo de producción de esta es menor al de la revista impresa, y es mucho más atractiva, llamativa, e informativa que los medios impresos, porque nos permite interactuar con la información multimedial que ofrece.
- Una revista digital es más accesible que un tiraje de papel. El internet nos facilita la circulación de ésta sin tener un número determinado de impresiones lo cual hace que la información sea más accesible, económica y minimizando el impacto ambiental con la producción de la misma.

RECOMENDACIONES

- Existe gran cantidad de información sobre temas de conservación, ecología, aportes de la tecnología que contribuyen al cuidado del medio ambiente. Sin embargo, con la gran cantidad de medios de comunicación (impresos, radiales, audiovisuales, multimediales), no se le da la importancia suficiente y es tomado como un tópico “de moda”, cuando en realidad constituye un serio problema sin la suficiente difusión. Por ello, recomendamos que los medios de comunicación le dediquen un espacio adicional como un segmento de información adicional, para generar acción desde los niveles más altos de la sociedad, como el gobierno hacia otros sectores como organizaciones privadas, públicas y la sociedad civil, en un compromiso con la vida.
- Varias de las instituciones educativas tienen dentro de su programa de estudios, materias destinadas a la ecología; de la misma manera, hacen uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación. Pero, desconocen del potencial que tiene, por lo tanto sería muy útil que utilicen este tipo de productos para profundizar en el tema y desde ellos construir más información que apoye a su crecimiento educacional y personal.
- El periodismo digital es un nuevo instrumento de los medios de comunicación impresos. Aunque, su estructura está consolidada, no existe un acercamiento por parte de los profesionales de la comunicación tradicional en integrarse a las nuevas herramientas que ofrecen la época actual. Se recomienda que las facultades de comunicación social del país, busquen uniformidad en la enseñanza para generar más productos multimediales que estén a la par de lo internacional.

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes bibliográficas:

1. Anduiza, Eva y otros. Opinión pública y medio ambiente. Editorial GRAÓ, de IRIF, SL. España, 2006.
2. Armentia Vizueté, José Ignacio y Caminos Marcet, José María. Fundamentos del periodismo impreso. Editorial Ariel S.A., segunda edición, Barcelona, 2008.
3. Arqués i Salvador, Neus. Aprender comunicación digital. Ediciones Paidós Ibérica, S.A., Barcelona, 2006.
4. Augé, Marc. Los "no lugares": espacios del anonimato: una antropología de la sobre modernidad. Editorial Gedisa, Barcelona, 2004.
5. Bernal Torres, César Augusto. Metodología de la investigación: para administración, economía humanidades, y ciencias sociales. Segunda edición, Editorial Pearson educación de México, México, 2006.
6. Consejo de Investigaciones Genéricas y Ministerio de Educación y Ciencia de Madrid. El Quijote y el pensamiento teórico literario. Actas del Congreso Internacional, Madrid, 2005.
7. Dirección General de Divulgación de la Ciencia. Museología de la Ciencia, 15 años de experiencia. Universidad Autónoma de México. México, 2007.
8. Figueroa, Romero. Cómo hacer publicidad. Un enfoque teórico-práctico. Pearson Educación, primera edición. México, 1999.
9. García López, Genaro Luis. Los sistemas automatizados de acceso a la información bibliográfica: Evaluación y tendencias en la Era de Internet. Ediciones Universidad de Salamanca, primera edición, Salamanca, 2007.
10. García Morales, María Jesús y otros. El marco de las relaciones intergubernamentales de la política de medio en el Estado autonómico. Publicaciones BOE, primera edición, España, 2006.
11. Gomis, Joan Miquel. Turismo justo, globalización y tic. Editorial UOC, primera edición en lengua castellana. Barcelona, 2009.

12. González Gaudiano, Edgar. Educación. Medio ambiente y sustentabilidad. Universidad Autónoma de Nuevo León-Siglo XXI editores, México, 2008.
13. Gubern, Roman. Patologías de la imagen. Editorial Anagrama, Barcelona, 2004.
14. Heinemann, Klaus. Introducción a la metodología de la investigación empírica. Primera edición, Editorial Paidotribo, Barcelona, 2003.
15. Herrera Espinosa, Alejandro. El guión y sus formatos. Una guía práctica. Universidad Iberoamericana. México, 2010,
16. Hung, Elías Said. TIC, comunicación y periodismo digital. Tomo II. Escenarios de enseñanzas y ciberperiodismo. Ediciones Uninorte, Barranquilla, 2010.
17. Ivoskus, Daniel. Cumbre mundial de Comunicación Política: cambios socioculturales del S. XXI. Primera edición, Libros del Zorsal, Buenos Aires, 2010.
18. Latuff, Luisana y Nakhoul, Samantha. La comunicación digital en la sociedad del conocimiento. Universidad Arturo Michelena Escuela de Comunicación Social Valencia Estado Carabobo, Venezuela Proyecto: Nuevos medios de comunicación y prácticas culturales en Siglo XXI. Carabobo, 2005.
19. Martínez Abadía, José y Fernández Federico. Manual del productor audiovisual. Editorial UOC, primera edición en lengua castellana. Barcelona, 2010.
20. Martínez Sánchez, Francisco. Redes de comunicación en la enseñanza: las nuevas perspectivas del trabajo corporativo. Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Buenos Aires, 2003.
21. McLuhan, Marshall. El medio es el mensaje. Un inventario de efectos. Primera edición, Paidós Studio. Barcelona, 2001.
22. McLuhan, Marshall. La galaxia Gutenberg: la creación del hombre tipográfico. Universidad de Toronto. Canadá, 2002.
23. Miller, G. Tyler. Ciencia ambiental. Desarrollo sostenible un enfoque integral. Thomson Editores S. A. octava edición. México, 2007.
24. Montero Meléndez, Juan. ¿Quiero ser ecológico? Una invitación al estudio del medio ambiente y a actuar en su defensa... si usted quiere. Primera edición, España, 2010.
25. Negroponte, Nicolás. Mundo digital. Ediciones B, primera edición, España, 1995.

26. Noelle-Neumann, Elisabeth. La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social. Segunda edición americana, Ediciones Paidós Ibérica, S.A. España, 1995.
27. Nuñez Noda, Fernando. Guía de comunicación digital: Hacia la autonomía en la distribución de mensajes en bits. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, 2005.
28. Otero, Alberto. Medio ambiente y educación. Capacitación en educación ambiental para docentes. Ediciones Novedades Educativas, segunda edición, Buenos Aires.
29. Parra Alvarracín, Germán. Bases epistemológicas de la educomunicación: definiciones y perspectivas de la Educomunicación. Primera edición, Ediciones Abya-Yala, Quito, 2000.
30. Rodríguez Gallardo, Adolfo. La brecha digital y sus determinantes. UNAM, Centro de Investigaciones bibliotecológicas. México, 2006.
31. Rodríguez Díaz, Raquel. Teoría de la Agenda-Setting. Aplicación a la enseñanza universitaria. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales. España, 2008.
32. Royo, Javier. Diseño digital. Ediciones Paidós Ibérica, S.A., Barcelona, 2004.
33. Ruiz Dávila, María y otros. Las Tic, un nuevo reto para aprendizajes. Narcea S.A. de ediciones, Madrid 2004.
34. Sancho Gil, Juana María. Tecnologías para transformar la educación. Ediciones Akal S.A. y Universidad Internacional de Andalucía. España, 2006.
35. Seoanez Calvo, Mariano y Angulo Aguado Irene. El medio ambiente en la opinión pública. Ediciones Mundi-Prensa. España, 1997.
36. Serrano Santoyo, Arturo y Martínez Martínez, Evelio. La brecha digital: mitos y realidades. Universidad Autónoma de Baja California. México, 2003.
37. Tena Suck, Antonio y Rivas Torres, Rodolfo. Manual de Investigación documental. Elaboración de tesinas. Cuarta reimpresión, Plaza y Valdés S.A. y C.V., México, 2007.
38. Utanda, Ma. Del Carmen y otros. Literatura infantil y educación literaria. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha. España, 2005.
39. Varios autores. Conceptos básicos sobre medio ambiente y desarrollo sustentable. Proyecto INET y GTZ GmbH, Buenos Aires, 2003.

40. Watson, Rita y Blondheim, Menahem. Teoría de la Comunicación de la Escuela de Toronto. Interpretaciones, Extensiones, Aplicaciones. Prensa Magnes de la Universidad Hebrea. Jerusalem, 2007.

Fuente de Internet:

1. Características de la revista electrónica. Disponible en <http://www.tecnociencia.es/e-revistas/especiales/revistas/revistas14.htm>. Acceso 31 de julio de 2011
2. Definición de política medioambiental
<http://www.manuelrodriguezbecerra.org/bajar/gestion/capitulo7.pdf>. Acceso 18 de julio de 2011.
3. Diccionario Ecológico. http://www.ambiente-ecologico.com/ediciones/diccionarioEcologico/diccionarioEcologico.php3?letra=E&numero=01&rango=ECESIS_-_ELECTROMIOGRAMA. Acceso 20 de abril de 2011
4. Diferencias entre revista impresa y revista digital. Disponible en:
<http://www.bvsde.paho.org/bvsacd/cd30/ad0611.pdf>. Acceso 21 de agosto de 2011
5. Elementos de una revista digital. Disponible en:
<http://espacioliterario.obolog.com/revista-239126>. Acceso 31 de julio de 2011
6. Etapas de las tecnologías de la información. Disponible en:
<http://nuevatecnologiasarkos.blogspot.com/>. Acceso 14 de agosto de 2011
7. Focus Group. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos56/focus-group/focus-group2.shtml>. Acceso 28 abril de 2012
8. Gómez Tarragona, Daniel. Elementos de una revista corporativa. Dicendi Comunicación, S. L., 2010. Disponible en:
<http://www.dicendi.com/~compartido/PINCELADAS/Breves%204.pdf>. Acceso el 24 de julio de 2011
9. Joshua Meyrowitz. Disponible en:
<http://www.iifl.unam.mx/html-docs/tradretor/toronto.pdf>. Acceso 14 de enero de 2012
10. Marshall Mc Luhan. Disponible en:
<http://www.iifl.unam.mx/html-docs/tradretor/toronto.pdf>. Acceso 14 de agosto de 2011
11. Medios de comunicación y medio ambiente. Disponible en
<http://www.rieoei.org/jano/2207Alayo.pdf>. Acceso 29 de septiembre de 2011.

12. Moncayo, María Gabriela. Las Tic en la educación. Mejoramiento de la educación en la calidad de la educación particular popular y de la comunicación social comunitaria. Ecuador, 2008. Disponible en:
http://www.planamanecer.com/recursos/docente/bachillerato/articulos_pedagogicos/noviembre/tics_en_la_educacion.pdf. Acceso 5 de junio de 2011
13. Montero Sandoval, José María MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y MEDIO
<http://www.ejournal.unam.mx/pde/pde154/PDE003915406.pdf>. Acceso 24 de julio de 2011
14. Muestro aleatorio. Disponible en:
<http://minnie.uab.es/~veteri/21216/TiposMuestreo1.pdf>. Acceso: 10 de marzo de 2012
15. Políticas medioambientales en Ecuador:
www.flacsoandes.org/biblio/catalog/resGet.php?resId=36958. Acceso 18 de julio de 2011.
16. Revista digital. Contexto tecnológico. Disponible en:
<http://www.youblisher.com/p/45932-revista-digital/> Acceso el 31 de julio de 2011
17. Santiago Torres: Oficial de Asuntos Económicos en la Comisión Económica, para América Latina y el Caribe, CEPAL. En Torno a las Políticas Ambientales.
http://200.75.6.169/RAD/1990/3_Torres.pdf. Acceso 18 de julio de 2011.
18. Storyboard para animaciones multimedia. Disponible en:
<http://blog.animaholic.org/2006/02/el-storyboard-para-animacin.html>. Acceso 29 de diciembre de 2011.
19. TIC y búsqueda de información. Disponible en:
<http://www.omerique.net/twiki/pub/TIC/Curso071106CU040/6GOOGLE.pdf>.
Acceso 31 de mayo de 2011
20. Zanoni, Leandro. El imperio digital. El nuevo paradigma de la comunicación 2.0. p. 47. Disponible en: <http://www.rollingstone.com.ar/libros/pdf/zanoni.pdf>. Acceso 5 de junio de 2011
21. Ecología Mediática. Disponible en: <http://hipermediaciones.com/2010/06/24/media-ecology-explorando-la-metafora/> Acceso el 04 de marzo de 2012.

22. Comunicación análoga y digital. Disponible en:

<http://manuelgross.bligoo.com/content/view/640702/La-comunicacion-digital-Internet-como-nuevo-medio.html>. Acceso 4 de marzo de 2012.

23. Tic y opinión pública. Disponible en: <http://www.slideshare.net/crak70/ensayo-de-las-tics-4573847> Acceso: 4 de marzo de 2012.

Revistas:

1. Aznar Miguet, Pilar y UllSolis, Ma. Angels. La formación de competencias básicas para el desarrollo sostenible: el papel de la universidad. Revista de Educación [en línea], abril 2009, p.221. Disponible en:
http://www.revistaeducacion.mec.es/re2009/re2009_10.pdf. Acceso 29 de septiembre de 2011.
2. Carranza, Ma. Del Consuelo. Las TIC, Sustentabilidad y Educación Ambiental [en línea]. Razón y palabra. N° 58.
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n58/mcarranza.pdf>. Acceso 05 de abril de 2011.
3. Echeverría, Javier. Educación y tecnologías telemáticas. Revista Iberoamericana de Educación [en línea], diciembre 2000, no. 24. Disponible en:
<http://www.rieoei.org/rie24a01.htm>. Acceso 29 de mayo de 2011.
4. Esteinou Madrid, Javier. El Pensamiento de McLuhan y el Fenómeno de la Aldea Global. Revista Razón y palabra, [en línea], julio 1997, primera edición especial. Disponibilidad en internet: <http://www.razonypalabra.org.mx/mcluhan/aldjav.htm>. Acceso 21 de agosto de 2011.
5. Gutiérrez Rojas, Marisol. La educación en un contexto mediático: la apropiación educativa de las telenovelas juveniles. En: Actualidades Investigativas en Educación. Revista electrónica publicada por el Instituto de Investigación en Educación Universidad de Costa Rica [en línea], abril 2009, vol. 9, no. 1, p. 3. Disponible en:
<http://revista.inie.ucr.ac.cr/articulos/1-2009/archivos/telenovelas.pdf>. Acceso 16 de mayo de 2011.
6. Islas, Octavio. Ecología Mediática. La sociedad de la ubicuidad, los prosumidores y un modelo de comunicación para comprender la complejidad de las comunicaciones digitales: Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, 2010, No. 7
7. Islas, Octavio. La convergencia cultural a través de la ecología de medios. En: Comunicar. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación, octubre 2009, vol. XVII, N° 33

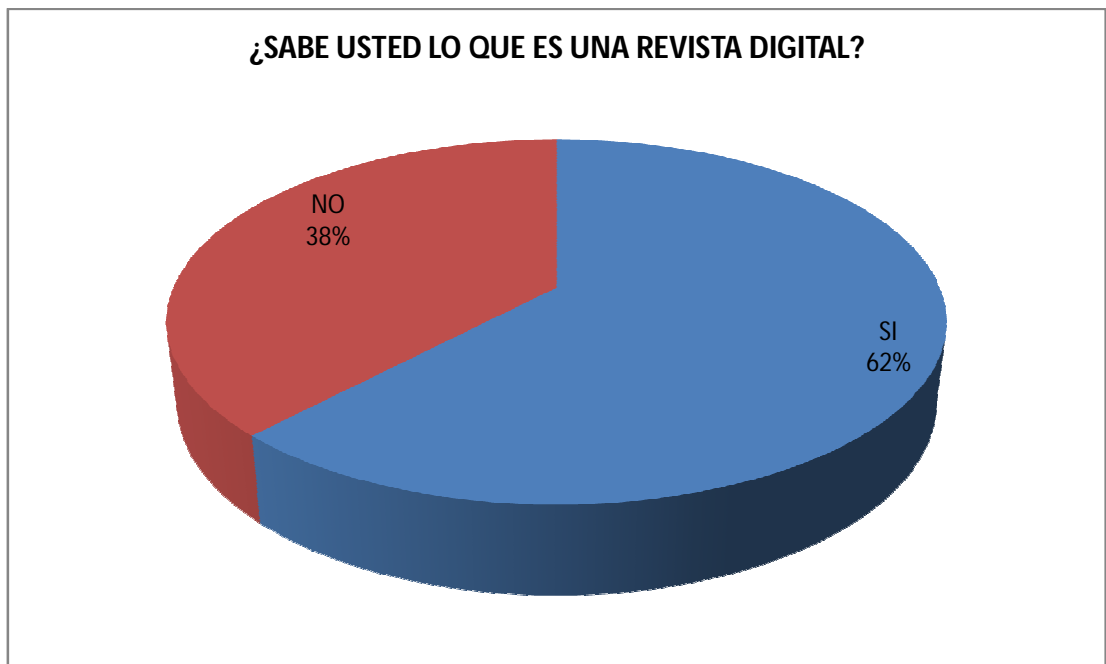
8. Kaplún, Mario. La gestión cultural ante los nuevos desafíos. En: Revista latinoamericana de Comunicación Chasqui, [en línea], diciembre 1998, no. 68. Disponible en: <http://chasqui.comunica.org/kaplun64.htm>. Acceso 28 de mayo de 2011
9. Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. Enrique Bustamante España Universidad Complutense de Madrid, 1995
10. Rosello, Tamara. Pensar la comunicación en diálogo con el desarrollo. En: Futuros. Revista trimestral Latinoamericana y Caribeña de Desarrollo Sustentable [en línea], 2008, vol. 2, N° 20. Disponible en Internet: http://www.revistafuturos.info/futuros20/comunicacion_des.htm#1. Acceso 20 de abril de 2011.
11. Zapata Ros, Miguel. Redes telemáticas: educación a distancia y educación cooperativa. Pixel-Bit: Revista de medios y educación [en línea], 1997, no. 8. Disponible en <http://www.sav.us.es/pixelbit/pixelbit/articulos/n8/n8art/art83.htm>. Acceso 29 de mayo de 2011
12. Lorente, José Ignacio. *La construcción mediática de lo ecológico. Estrategias discursivas en la información de actualidad*. En: Revista Latina de Comunicación Social, [en línea] 2009, no. 69, p. 315 a 327. Citado en 4 de marzo de 2012. Disponibilidad y acceso: http://www.revistalatinacs.org/09/art/26_825_49_ULEPICC_05/Lorente_et_al.html

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABULACIONES

Tabulación de encuestas para la sociedad ecuatoriana (Ver anexo Encuesta 1)

Pregunta 1: ¿Sabe usted lo que es una revista digital?

Gráfico 1

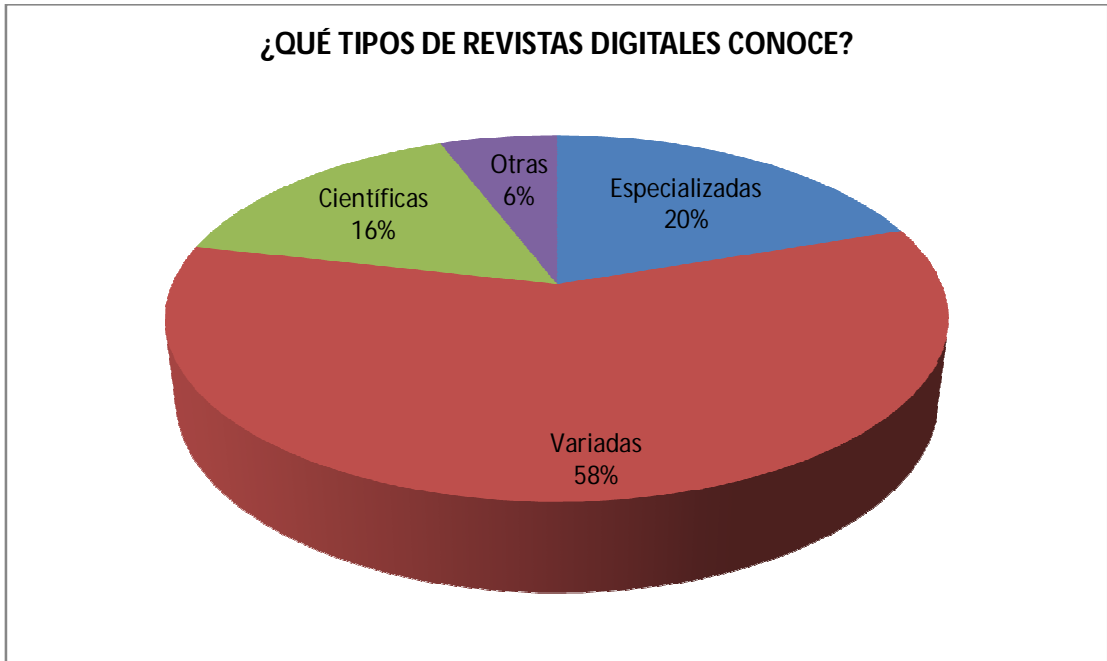


Fuente: Las autoras. Universidad Politécnica Salesiana
Elaboración: Tania Armijos y Cristina Cruz

La mayoría de la población conoce lo que es una revista digital, lo que significa que tienen acceso al internet y conocen los medios virtuales que se han incluido en las últimas décadas.

Pregunta 2: ¿Qué tipos de revistas digitales conoce?

Gráfico 2

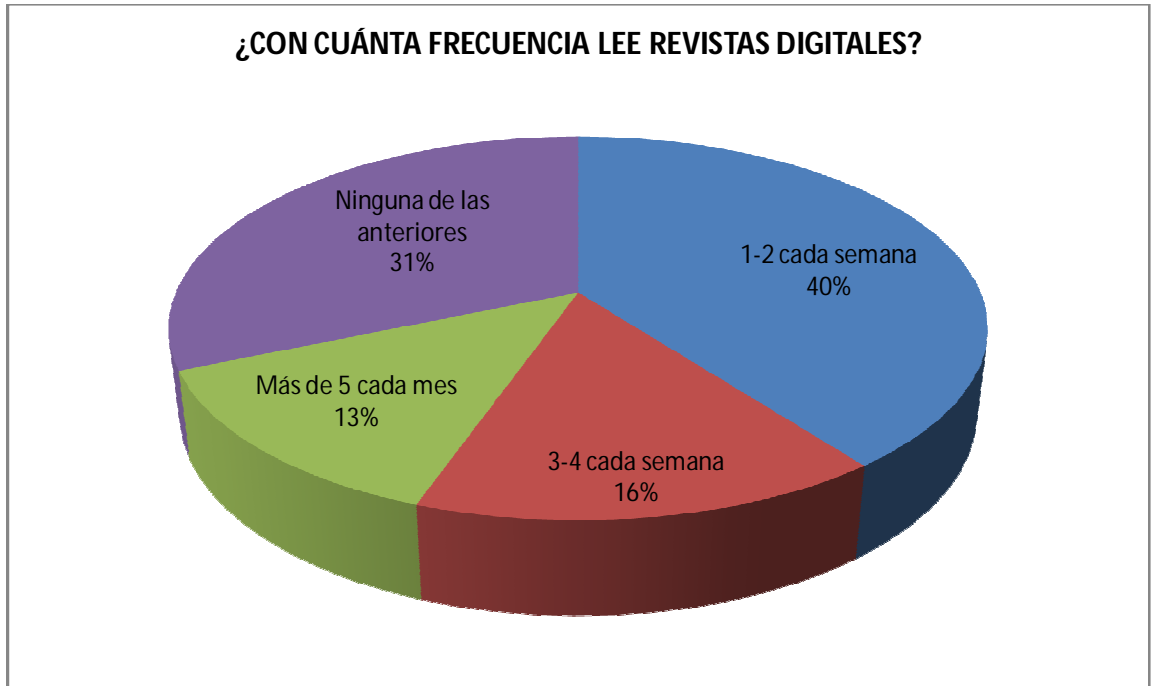


Fuente: Las autoras. Universidad Politécnica Salesiana
Elaboración: Tania Armijos y Cristina Cruz

El 61% de la población conoce las revistas digitales variadas, frente al 20% de las especializadas, el 14% de las científicas y el 5% de otros tópicos, por lo que es necesario tener en cuenta que existen una mayoría notoria de revistas digitales que prefieren tratar varias temáticas antes que centrarse en una sola, para concentrar mayor cantidad de lectores.

Pregunta 3: ¿Con cuánta frecuencia lee revistas digitales?

Gráfico 3

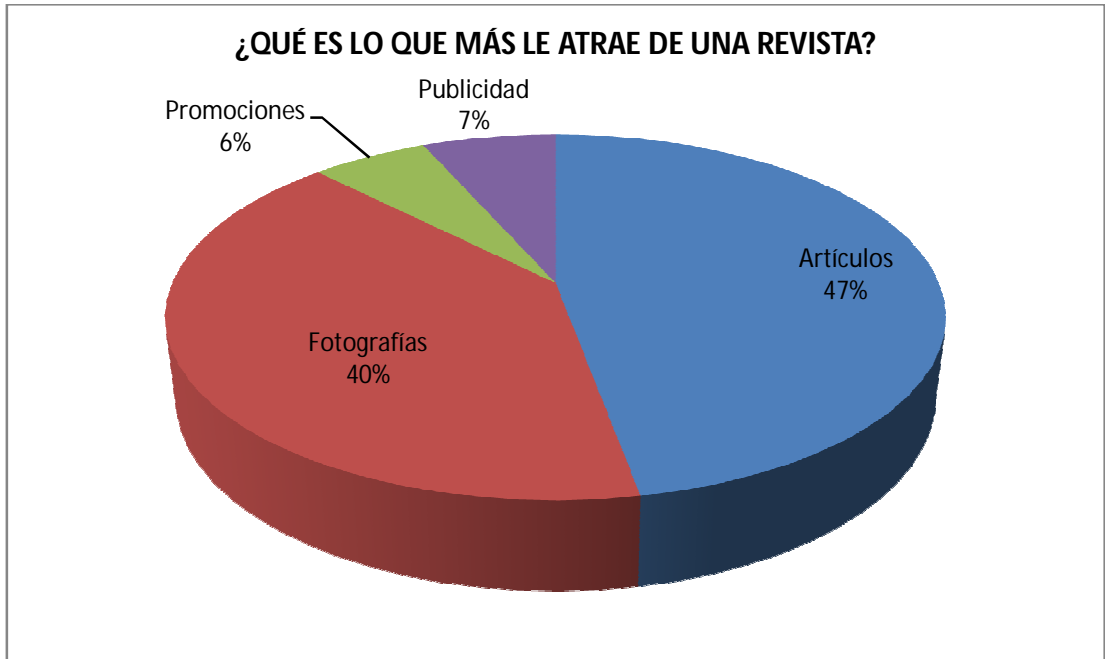


Fuente: Las autoras. Universidad Politécnica Salesiana
Elaboración: Tania Armijos y Cristina Cruz

El 31% de los encuestados contestó que no lee con frecuencia, esto se debe por los hábitos que han desarrollado durante su formación escolar o, también porque prefieren realizar otro tipos de actividades antes que la lectura. Frente a un 40% que lee de una 1 a 2 revistas semanales, el 16% que lo hace de 3 a 4 semanales y 13% que lee más de 5 cada mes.

Pregunta 4: ¿Qué es lo que más le atrae de una revista?

Gráfico 4

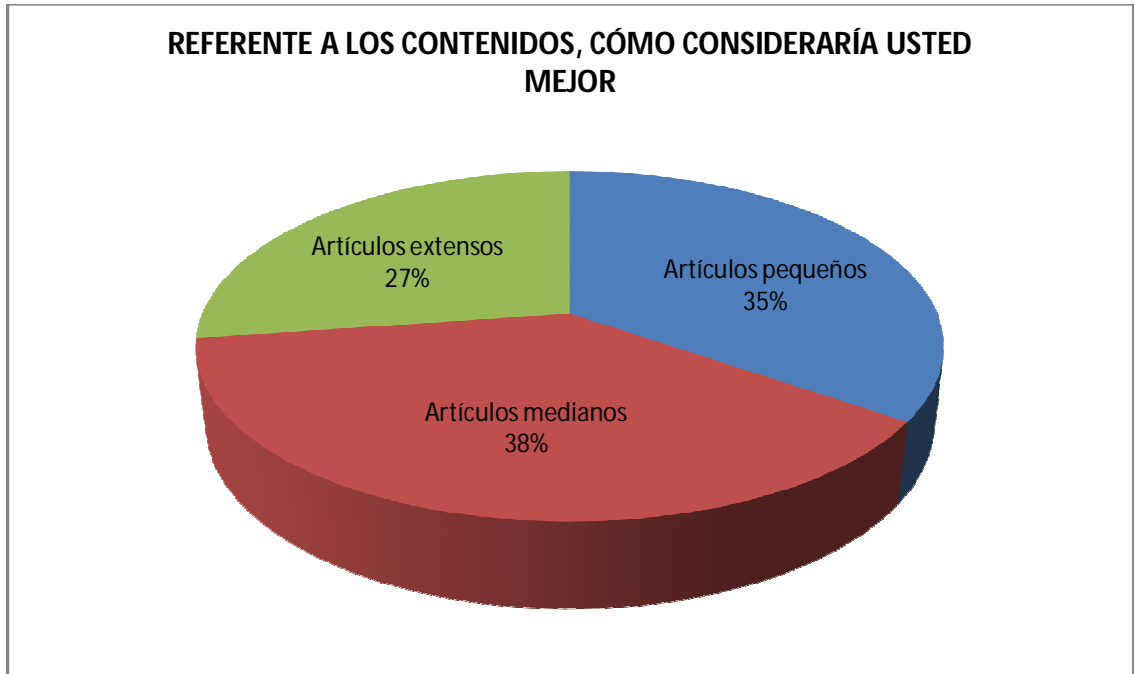


Fuente: Las autoras. Universidad Politécnica Salesiana
Elaboración: Tania Armijos y Cristina Cruz

Entre los encuestados hay una corta diferencia del 7% de diferencia entre artículos y fotografías, sin embargo se ha dado más relevancia para los artículos; por lo que se ha contemplado en la revista una proporción similar entre artículos y fotografías. Asimismo, los encuestados consideran en un porcentaje inferior para las promociones y la publicidad con 6 y 7 por ciento respectivamente.

Pregunta 5: Referente a los contenidos, cómo consideraría usted mejor

Gráfico 5

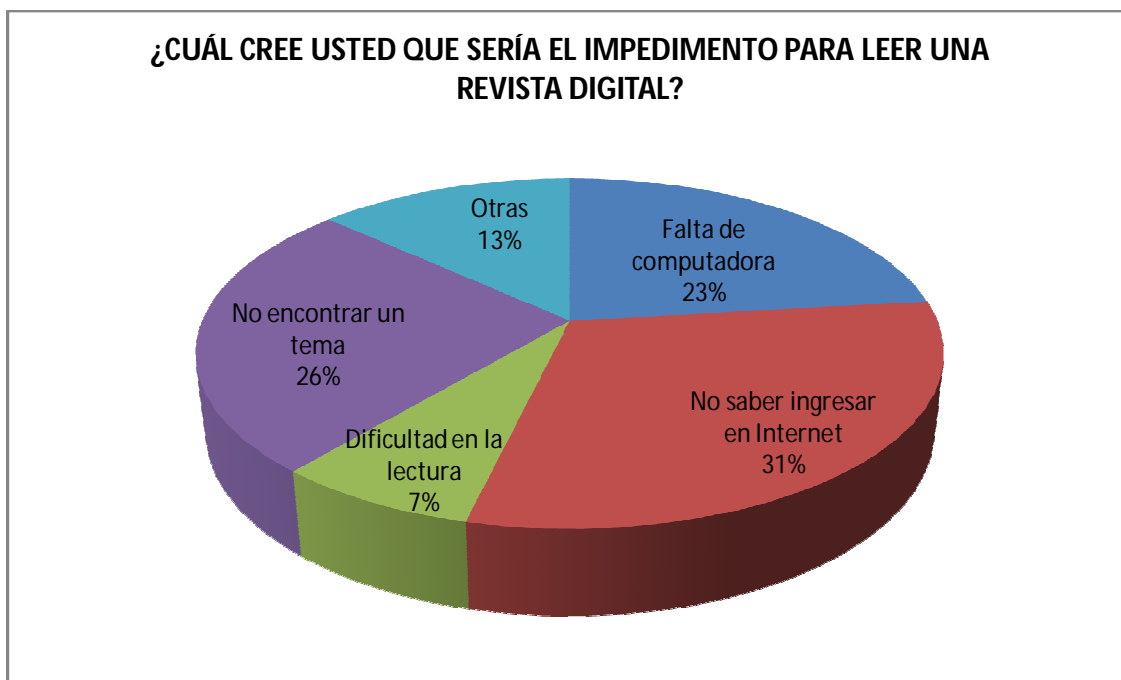


Fuente: Las autoras. Universidad Politécnica Salesiana
Elaboración: Tania Armijos y Cristina Cruz

La diferencia entre la elección de los artículos medianos y pequeños es del 3%, por lo que indica que los encuestados prefieren artículos resumidos, con información concisa y los datos más relevantes. Sin embargo, no queda exento el interés del 27% de los encuestados frente artículos extensos y profundos en temas más específicos.

Pregunta 6: ¿Cuál cree Usted que sería el impedimento para leer una revista digital?

Gráfico 6

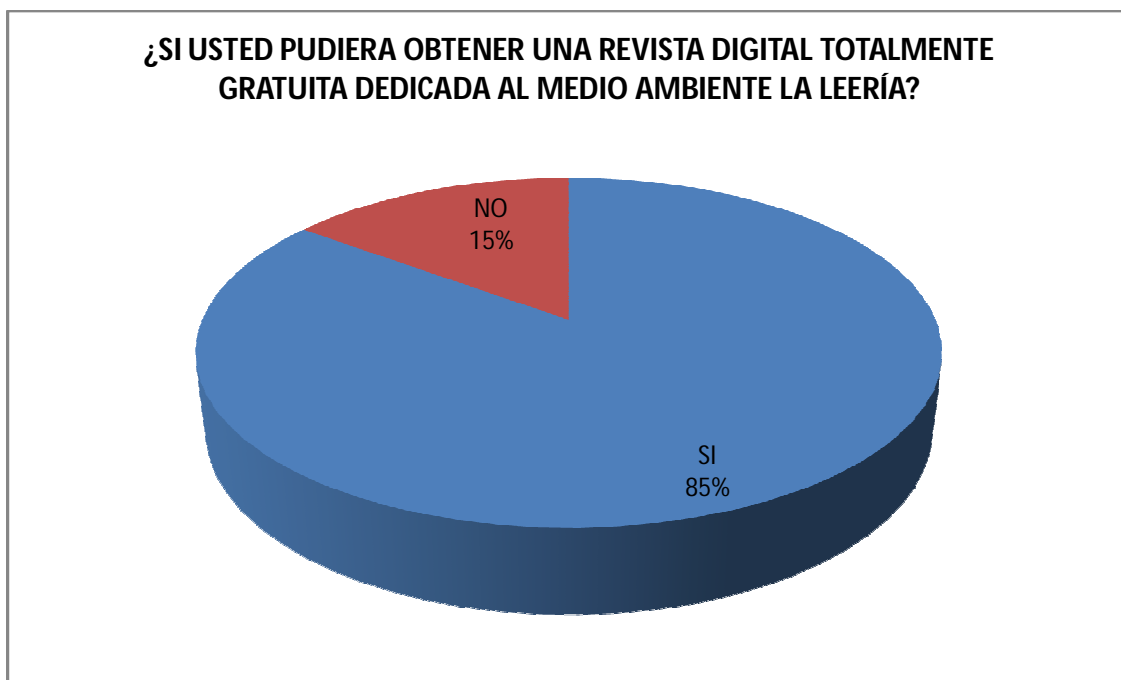


Fuente: Las autoras. Universidad Politécnica Salesiana
Elaboración: Tania Armijos y Cristina Cruz

El 31% de los encuestados considera que lo que les impediría leer es no saber ingresar al internet; el 26% el no encontrar un tema fácilmente, aunque la interactividad dentro de la revista elimina ese obstáculo porque mediante un clic, se puede vincular directamente al tema de interés. También, el 23% considera que la falta de computadora es un gran impedimento para leer una revista digital. El restante 13% de los encuestados indicó que existen otras razones como no encontrar artículos interesantes/innovadores, la poca publicidad o promoción a la revista, falta de educación hacia el uso de medios visuales, la escasa conectividad en áreas rurales y urbano-periféricas, la falta de tiempo para la lectura o el poco gusto por la misma.

Pregunta 7: ¿Sí usted pudiera obtener una revista digital totalmente gratuita dedicada al medio ambiente y ecología, la leería?

Gráfico 7



Fuente: Las autoras. Universidad Politécnica Salesiana
Elaboración: Tania Armijos y Cristina Cruz

El 85% de los encuestados contestó que si la leería porque consideran a la naturaleza como parte de la vida del ser humano; por educación ambiental y están conscientes del problema ambiental. Además, para la búsqueda de soluciones y ayuda al ambiente, ya que están vinculados al tema; o para incrementar la cultura general y/o aprendizaje tanto sobre la ecología y el uso de éstas tecnologías, ya que no son tomados en cuenta por otros medios.

Asimismo, para compartir consejos y propuestas ecológicas; ayudar en el cambio de hábitos con respecto al uso de los recursos porque lo consideran como un método más dinámico de leer y observar los problemas mediante la tecnología, lo que ayudaría a fomentar este tema porque integran interactividad mediante imágenes, videos, etc.

Mientras que, el 15% que indicó que no lo haría, ya que consideran un tema de poco interés general, manipulación de contenidos y falta de tiempo.

Pregunta 8: De acuerdo a sus intereses coloque de menor a mayor la información más importante que usted considera en una revista digital. Tome en cuenta que 1 es lo más importante y 5 lo menos importante.

Gráfico 8

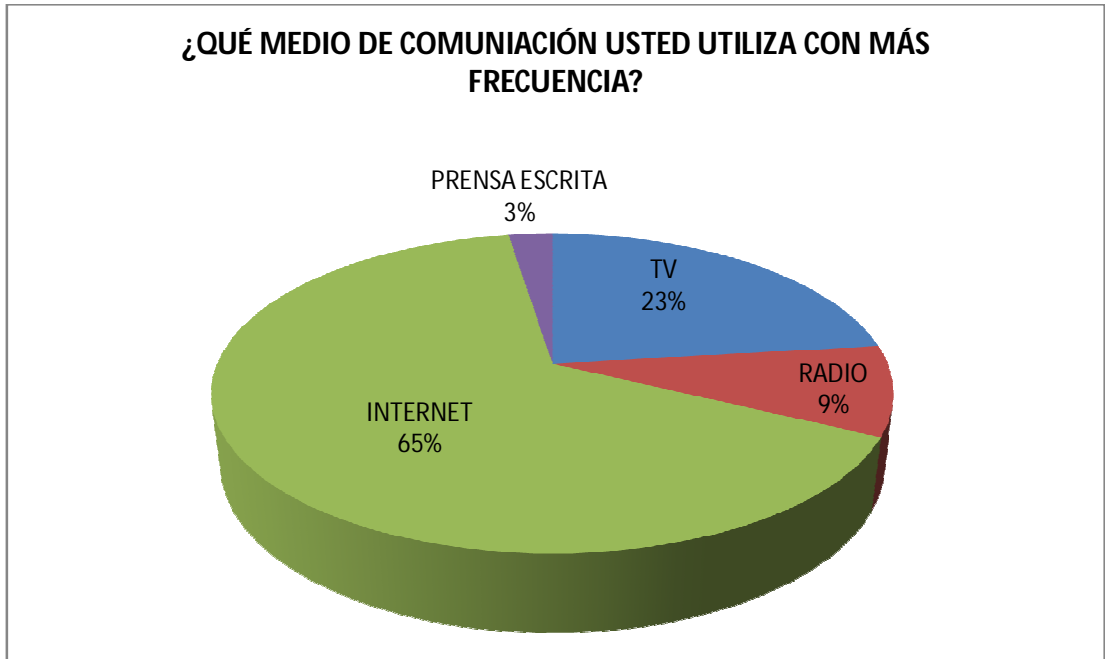


Fuente: Las autoras. Universidad Politécnica Salesiana
Elaboración: Tania Armijos y Cristina Cruz

Entre los encuestados el 29% prefiere los temas de medio ambiente, pese a que no existen muchos medios de comunicación que los incluyan. Este porcentaje se refleja sobre todo en los jóvenes menores a 25 años, asimismo el 28% prefiere contenidos de índole cultural (ocio y entretenimiento). El 19% gusta de leer temas relacionados con política, sobre todo en personas que sobrepasan los 30 años de edad. El 15% gusta de contenidos deportivos, sin embargo la preferencia por este tema es más acentuado en hombres que en mujeres. Finalmente, el 11% prefiere temas sobre economía.

Pregunta 9: ¿Qué medio de comunicación usted utiliza con más frecuencia?

Gráfico 9



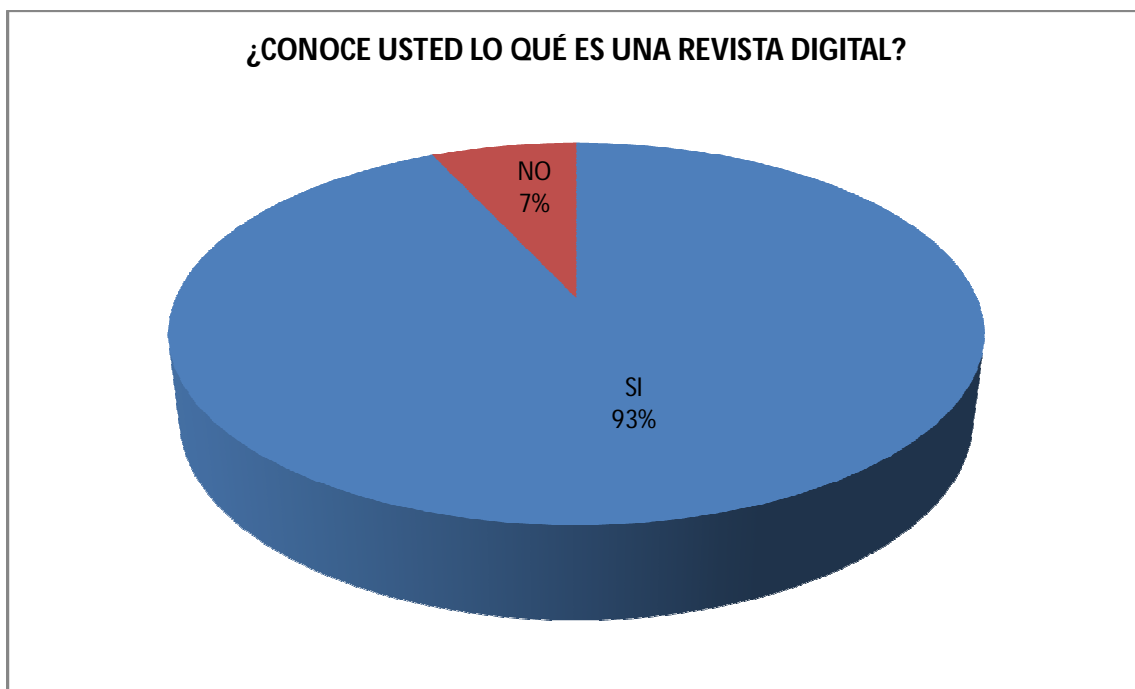
Fuente: Las autoras. Universidad Politécnica Salesiana
Elaboración: Tania Armijos y Cristina Cruz

La mayoría de los encuestados eligió el Internet como el medio más utilizado, porque reúne todos los medios en uno solo y es más fácil encontrar cualquier tema. El 23% prefiere la televisión porque consideran un medio más accesible para aquellos que no poseen Internet. El 9% utiliza la radio, porque es un medio que facilita el hacer otras cosas, como el conducir. Sólo el 3% aún prefiere la prensa escrita.

Tabulación de encuestas para comunicadores (Ver anexo Encuesta 2)

Pregunta 1: ¿Conoce Usted qué es una revista digital?

Gráfico 1

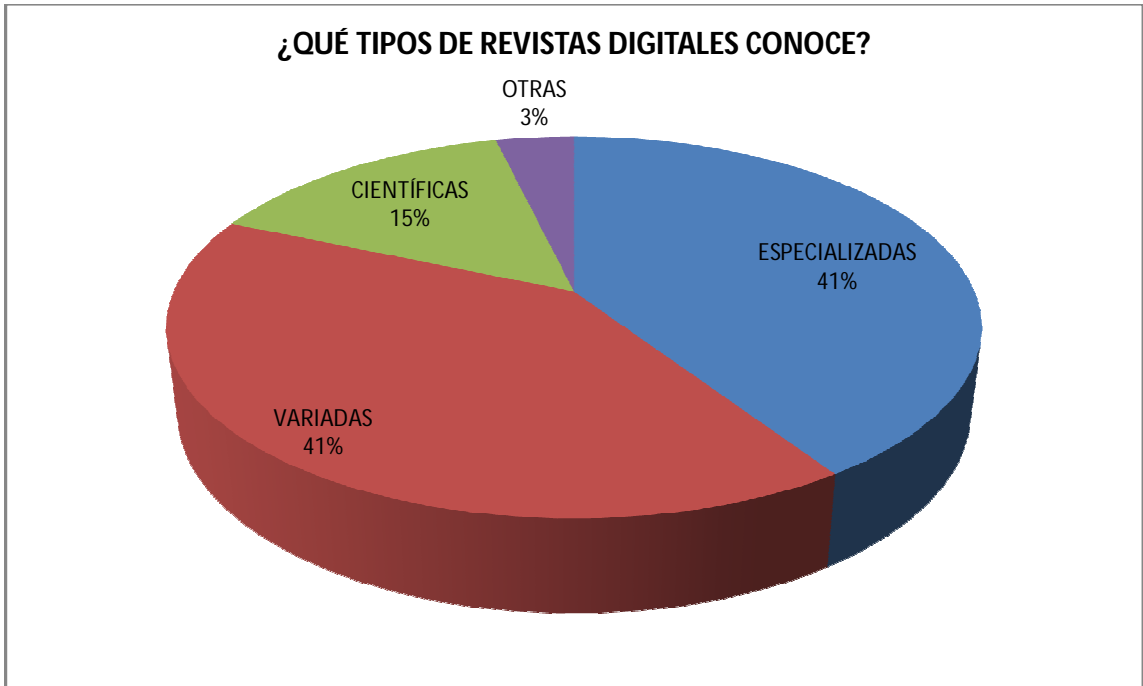


Fuente: Las autoras. Universidad Politécnica Salesiana
Elaboración: Tania Armijos y Cristina Cruz

La mayoría de los encuestados conoce lo que es una revista digital. Sin embargo, el 7% lo desconoce porque no está familiarizado con el tema.

Pregunta 2: ¿Qué tipos de revistas digitales conoce?

Gráfico 2

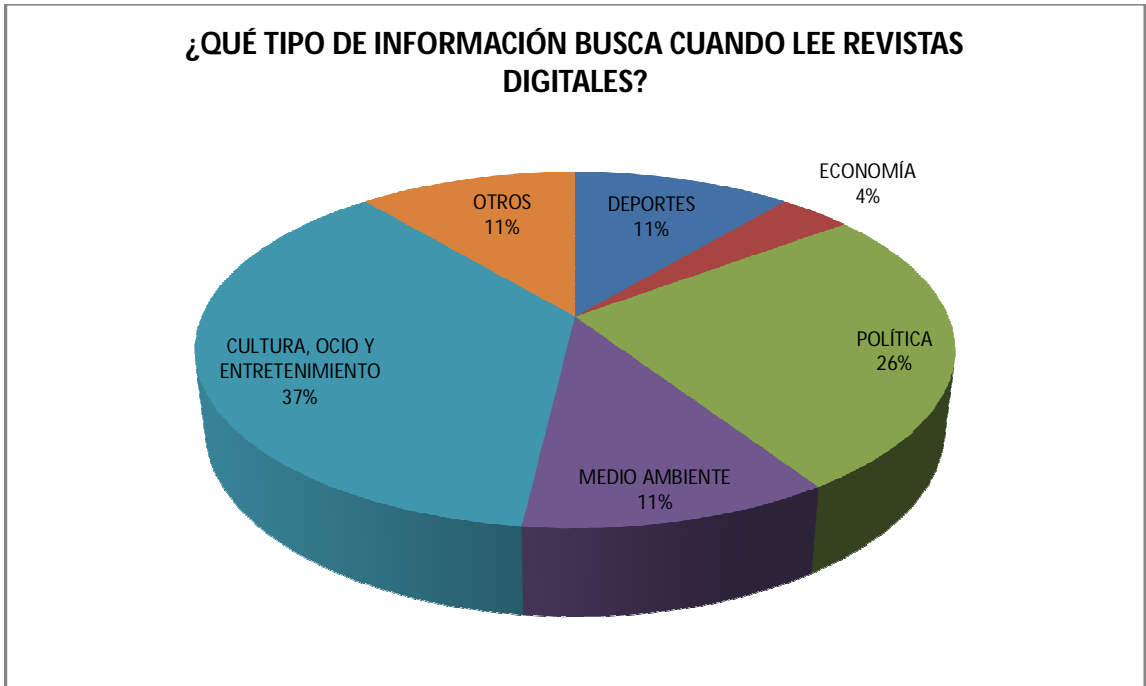


Fuente: Las autoras. Universidad Politécnica Salesiana
Elaboración: Tania Armijos y Cristina Cruz

El 41% de los encuestados ha leído revistas variadas y especializadas en un mismo porcentaje. El 15% prefieren las científicas, sobre todo por temas más profundos, actualizados y técnicos y, el 3% conocen otro tipo comocatálogos.

Pregunta 3: ¿Qué tipo de información busca cuando lee revistas digitales?

Gráfico 3

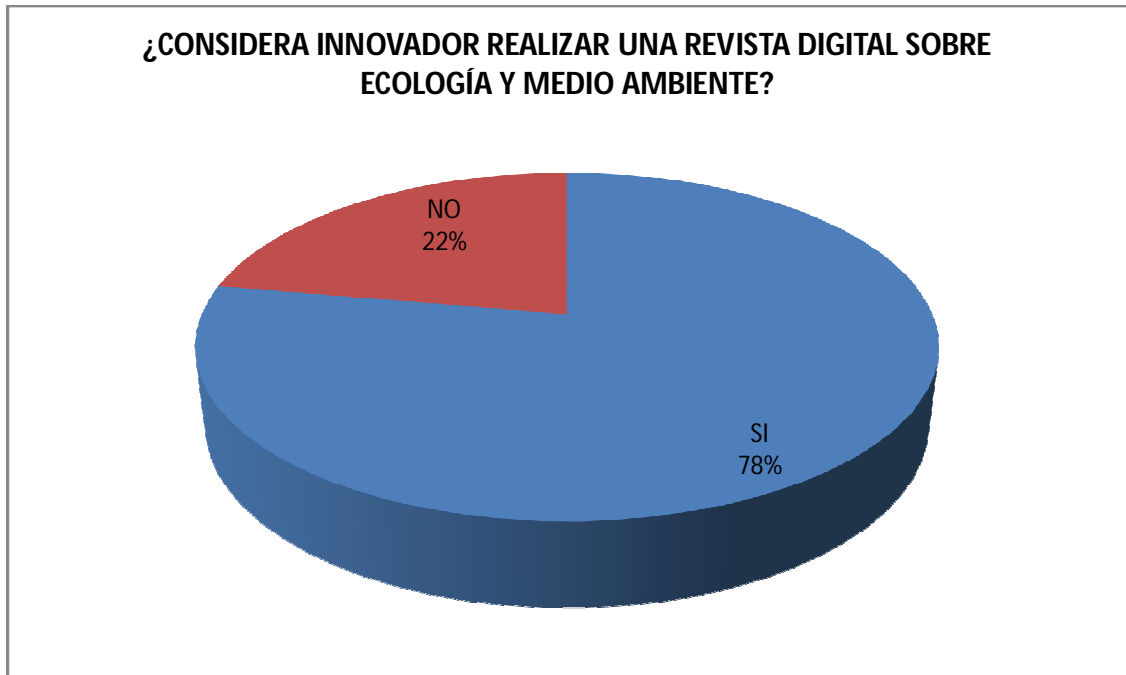


Fuente: Las autoras. Universidad Politécnica Salesiana
Elaboración: Tania Armijos y Cristina Cruz

El 37% de los profesionales de la comunicación prefiere contenidos de cultura, ocio y entretenimiento; el 26% prefiere política; el 11% se encuentra repartido en temas de medio ambiente, deportes y otros. El tema que representa menor importancia es la economía con un 4%.

Pregunta 4: ¿Considera innovador realizar una revista digital sobre ecología y medio ambiente?

Gráfico 4

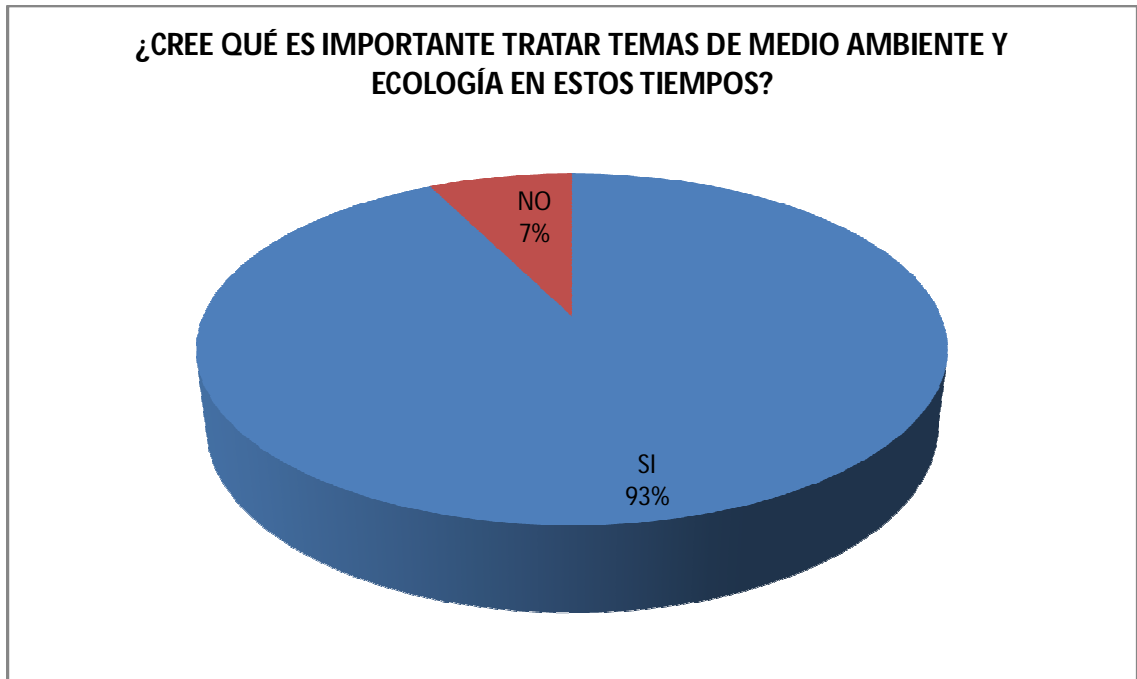


Fuente: Las autoras. Universidad Politécnica Salesiana
Elaboración: Tania Armijos y Cristina Cruz

El 78% de los encuestados si considera innovador porque mencionan que pese a que el tema se esté tratando desde varios frentes, la población en general no presta la suficiente atención y conciencia al cuidado del medio ambiente. Asimismo, consideran que tiene un mensaje implícito al ser digital, porque elimina la impresión, es decir, el uso del papel y las tintas que al momento de su reciclaje tienden a ser muy contaminantes. El 22% restante indicó que no le parece innovador porque el tema es un cliché y lo consideran como una moda.

Pregunta 5: ¿Cree qué es importante tratar temas de medio ambiente y ecología en estos tiempos?

Gráfico 5

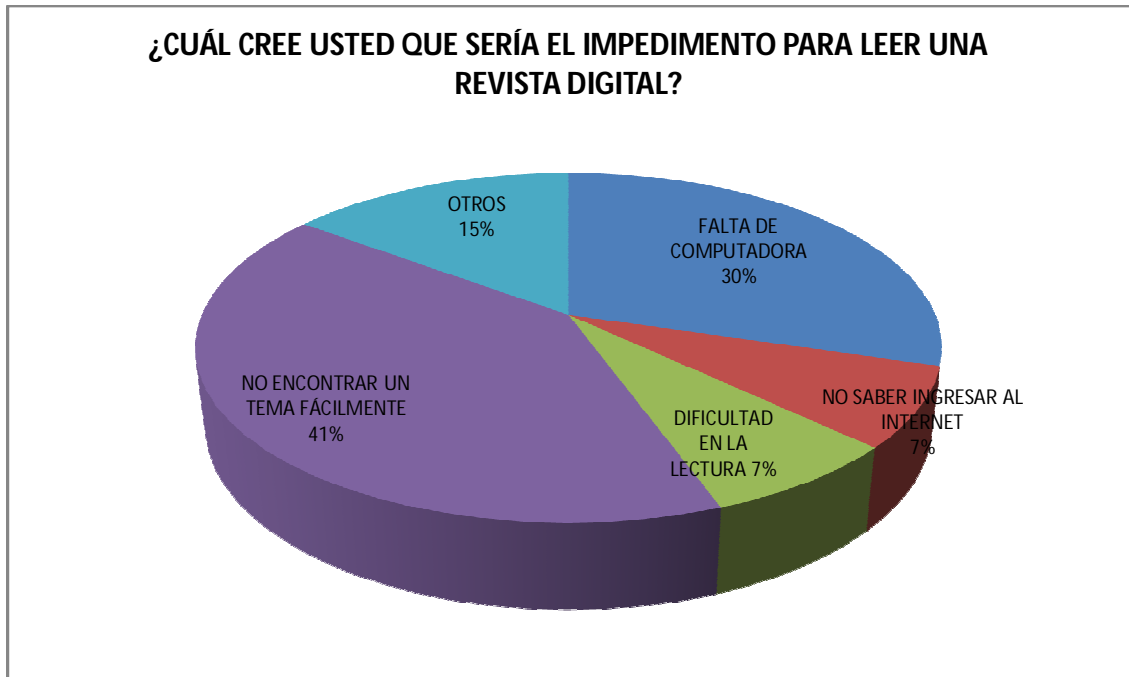


Fuente: Las autoras. Universidad Politécnica Salesiana
Elaboración: Tania Armijos y Cristina Cruz

El 93% de los comunicadores consideran que si es importante, porque creen que no se le ha dado la importancia necesaria. Sin embargo, indican que los contenidos deben orientarse hacia varios temas, promoviendo la información sobre todo en proyectos de desarrollo sustentable. El 7% cree que no es importante hacerlo porque no les interesa el tema.

Pregunta 6: ¿Cuál cree Usted que sería el impedimento para leer una revista digital?

Gráfico 6

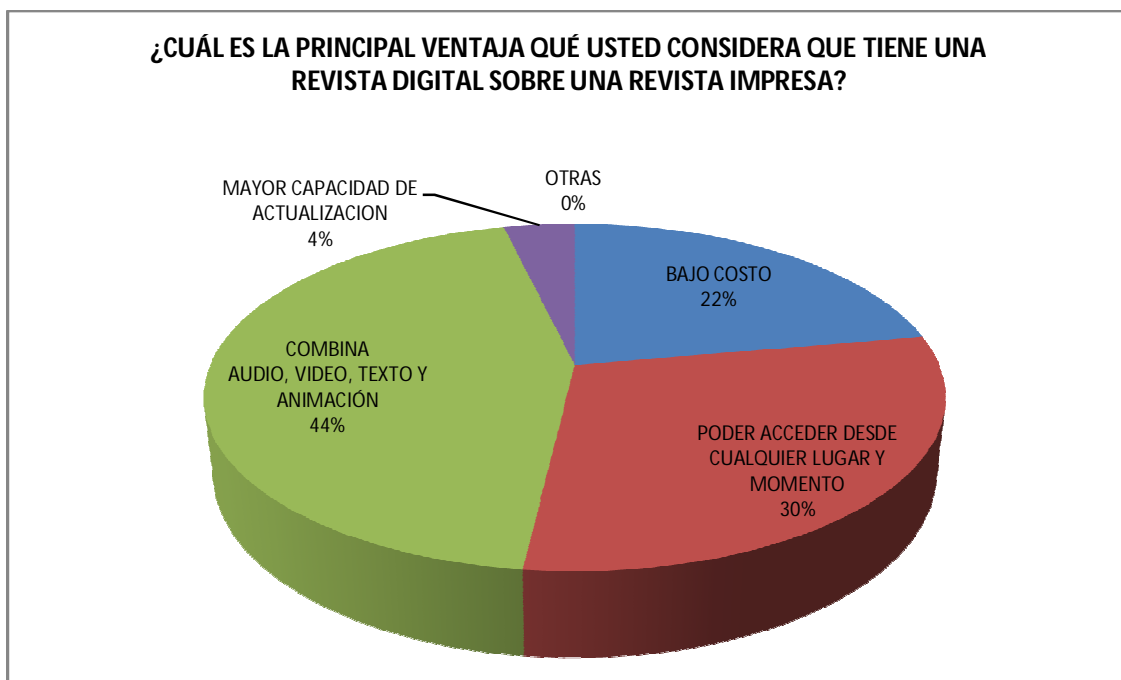


Fuente: Las autoras. Universidad Politécnica Salesiana
Elaboración: Tania Armijos y Cristina Cruz

El 41% de los encuestados creen que el impedimento sería no encontrar un tema fácilmente. El 30% la falta de computadora, el 7% lo ocupan el no saber a ingresar al Internet, pero actualmente la educación básica está tratando de frenar el analbafetismo digital en todos los sectores, y la dificultad en la lectura, pero la plataforma digital facilita el aumento del tamaño de la pantalla, por ende las tipografías e imágenes, lo que impide el forzar la vista a diferencia de un formato impreso. El 15% se contemplan otros factores como el no poder acceder al Internet y lidiar con temas poco profundos o considerados “basura”.

Pregunta 7: ¿Cuál es la principal ventaja que Usted considera que tiene una revista digital sobre una revista impresa?

Gráfico 7



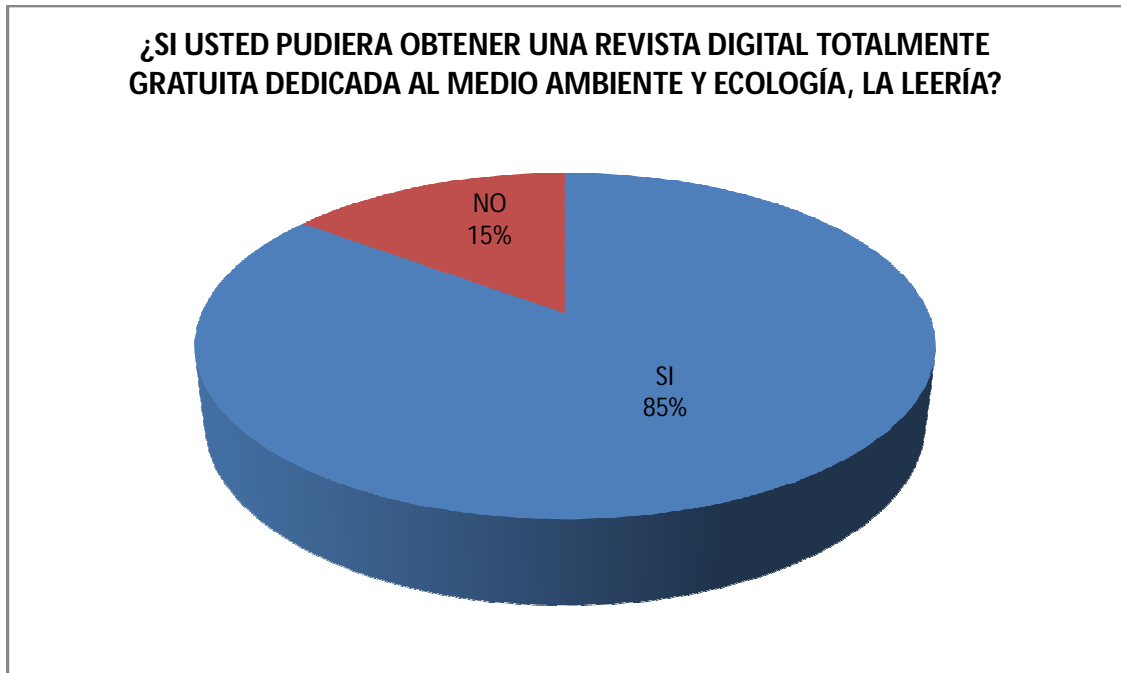
Fuente: Las autoras. Universidad Politécnica Salesiana

Elaboración: Tania Armijos y Cristina Cruz

El 44% considera que la principal ventaja es la combinación de audio, video, texto y animación. El 30% para poder acceder desde cualquier lugar y momento. El 22% lo considera por su bajo costo, ya que omite el proceso de impresión y distribución. El 4% indicó que tiene mayor capacidad de actualización, al ser digital es más fácil ahorrar tiempo para su publicación.

Pregunta 8: ¿Sí usted pudiera obtener una revista digital totalmente gratuita dedicada al medio ambiente y ecología, la leería?

Gráfico 8



Fuente: Las autoras. Universidad Politécnica Salesiana
Elaboración: Tania Armijos y Cristina Cruz

El 85% de los encuestados contestaron que si leería una revista digital porque les interesa el tema, a manera de compromiso con el medio ambiente, permite conectar a nuevas generaciones, y por la accesibilidad y actualidad con respecto al tema. El 15% no la leería por falta de tiempo, poco interés o porque consideran que existen temas de mayor importancia para ser tratados.

ANEXOS

Anexo - Encuesta 1

Universidad Politécnica Salesiana

Edad: ____ Género: ____ Ocupación: _____

Objetivo: conocer el uso de las tecnologías en la sociedad ecuatoriana

Instrucciones: Lea con atención cada una de las preguntas y señale con una X, sólo una opción de las dadas.

1. ¿Sabe usted lo qué es una revista digital?
SI ____ NO ____ (fin de la encuesta)

2. ¿Qué tipos de revistas digitales conoce?
a) Especializadas ____
b) Variadas ____
c) Científicas ____
d) Otras, especifique.....

3. ¿Con cuánta frecuencia lee revistas digitales?
a) 1-2 cada semana ____
b) 3-4 cada 15 días ____
c) Más de 5 cada mes ____
d) Ninguna de las anteriores ____

4. ¿Qué es lo que más le atrae de una revista?
a) Los artículos ____
b) Fotografías ____
c) Promociones dentro de la revista ____
d) Publicidad ____

5. Referente a los contenidos, cómo consideraría usted mejor
a) Artículos pequeños y condensados ____
b) Artículos medianos de explicación no tan profundizada ____

c) Artículos extensos que profundicen sobre un tema específico___

6. ¿Cuál cree Usted que sería el impedimento para leer una revista digital?

a) Falta de computadora___

b) No saber ingresar en el Internet___

c) Dificultad en la lectura___

d) No encontrar un tema fácilmente___

e) Otras,

especifique.....

7. ¿Sí usted pudiera obtener una revista digital totalmente gratuita dedicada al medio ambiente y ecología, la leería?

SI___

NO___

¿Por qué?.....

.....

.....

8. De acuerdo a sus intereses coloque de menor a mayor la información más importante que usted considera en una revista digital. Tome en cuenta que 1 es lo más importante y 5 lo menos importante.

a) Deportes___

b) Economía___

c) Política___

d) Medio Ambiente___

e) Cultura, ocio y entretenimiento___

9. ¿Qué medio de comunicación usted utiliza con más frecuencia?

a) Televisión___

b) Radio___

c) Internet__

d) Prensa escrita (diarios, revistas, etc.)__

¿Por qué?.....

.....

.....

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo – Encuesta 2

Universidad Politécnica Salesiana

Edad: ____ Género: ____ Ocupación: _____

Objetivo: conocer el uso de las tecnologías en profesionales de la Comunicación.

Instrucciones: Lea con atención cada una de las preguntas y señale con una X, sólo una opción de las dadas.

1. ¿Conoce Usted qué es una Revista Digital?

SI ____

NO ____ (fin de la encuesta)

2. ¿Qué tipos de revistas digitales conoce?

e) Especializadas ____

f) Variadas ____

g) Científicas ____

h) Otras,

especifique.....

3. ¿Qué tipo de información busca cuando lee revistas digitales?

f) Deportes ____

g) Economía ____

h) Política ____

i) Medio Ambiente ____

j) Cultura, ocio y entretenimiento ____

k) Otros,

especifique.....

4. ¿Considera innovador realizar una revista digital sobre ecología y medio ambiente?
 SI___ NO___

¿Por qué?.....

5. ¿Cree que es importante tratar temas de medio ambiente y ecología en estos tiempos?
 SI___ NO___

¿Por qué?.....

6. ¿Cuál cree Usted que sería el impedimento para leer una revista digital?
 f) Falta de computadora___
 g) No saber ingresar en el Internet___
 h) Dificultad en la lectura___
 i) No encontrar un tema fácilmente___
 j) Otras,
 especifique.....

7. ¿Cuál es la principal ventaja que Usted considera que tiene una revista digital sobre una revista impresa?
 a) Bajo costo___
 b) Disponibilidad de acceder desde cualquier lugar y en cualquier momento___
 c) Combina audio, video, texto y animaciones___
 d) Tiene mayor capacidad de actualización___
 e) Otras,
 especifique.....

8. ¿Sí usted pudiera obtener una revista digital totalmente gratuita dedicada al medio ambiente y ecología, la leería?

SI___

NO___

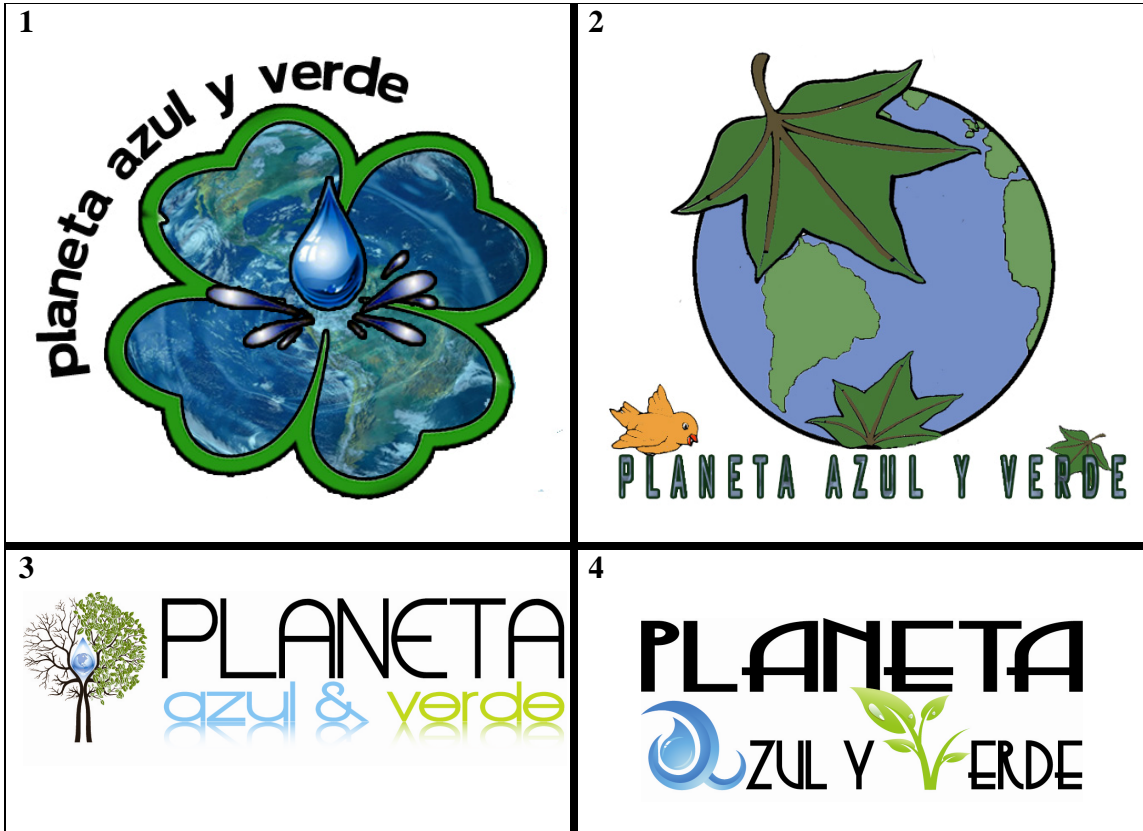
¿Por qué?.....

.....

.....




MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Anexo 1 - Creación del logotipo (propuestas)



Se escoge el # 4

Se procede a pulir el 4to logo y se sugieren pequeños cambios:

<p>1) Se le agrega una sombra ancha de color negro detrás</p>	<p>1</p> 
<p>2) La sombra es ligeramente más delgada que el # 1</p>	<p>2</p> 
<p>3) Se le agrega un contorno negro a todo la figura</p>	<p>3</p> 

Se escoge el # 2

Se realiza el último cambio. Dar un ligero giro al gráfico de la “V”, agrandarlo y dar un poco más de espacio entre caracteres.



Finalmente, se presenta el logo en su variante de fondo negro y tipografía blanca













Anexo 2 – Desarrollo de las páginas

Antes y después de la validación, se procede a corregir las respectivas observaciones del color

Portada



Índice de secciones

CONTENIDOS			CONTENIDOS		
PROYECTOS QUE AYUDAN AL CONTROL DEL CAMBIO CLIMÁTICO		08	INVENTOS ECOLÓGICOS		50
EMPRESAS ORGANIZADAS PARA CUIDAR LA BIOSFERA		12	CIDAD SOSTENIBLE		53
ADAPTACIÓN ANIMAL AL CAMBIO CLIMÁTICO		16	CURIOSIDADES DEL MUNDO ANIMAL		57
CÓMO PREVENIR EL CAMBIO CLIMÁTICO		22	LOS SUCESOS ECOLÓGICOS DEL ECUADOR Y EL MUNDO		59
ECONOMÍA ECOLÓGICA		30	EVENTOS CULTURALES PARA EL 2012		68
YASUNI IIT. Una iniciativa al borde del fracaso		40	APRENDA A HACER UN CALENTADOR SOLAR EN CASA		74

Antes de la validación

CONTENIDOS			CONTENIDOS		
PROYECTOS QUE AYUDAN AL CONTROL DEL CAMBIO CLIMÁTICO		8	INVENTOS ECOLÓGICOS		50
EMPRESAS ORGANIZADAS PARA CUIDAR LA BIOSFERA		12	CIDAD SOSTENIBLE		53
ADAPTACIÓN ANIMAL AL CAMBIO CLIMÁTICO		16	CURIOSIDADES DEL MUNDO ANIMAL		57
CÓMO PREVENIR EL CAMBIO CLIMÁTICO		22	LOS SUCESOS ECOLÓGICOS DEL ECUADOR Y EL MUNDO		59
ECONOMÍA ECOLÓGICA		30	EVENTOS CULTURALES PARA EL 2012		68
YASUNI IIT. Una iniciativa al borde del fracaso		40	APRENDA A HACER UN CALENTADOR SOLAR EN CASA		74

Después de la validación

Índice de contenidos

ÍNDICE	
EDUCACIÓN Y COMUNIDAD	
Guía del consumidor responsable: retos para el ahorro.....	08
Campaña de los mil millones de árboles.....	10
Proteccionistas estadounidenses hicieron campaña por la fauna con condones.....	10
Proyecto: Planta piloto experimental de reciclaje de aceites y lubricantes usados.....	11
EL MUNDO POR EL MUNDO	
Hidroal Ecuador desarrollo de sistemas de energía limpia.....	12
Fundación Casa-Caba de Ecuador, un ejemplo en beneficio del medio ambiente.....	14
Ayuntamiento de Madrid lucha contra la contaminación ambiental.....	15
NATURALEZA INCREÍBLE	
Una osa polar nadó 687 km buscando comida.....	16
Bilbos que cambian de color.....	17
Lata Roja especies amenazadas.....	18
La biodiversidad en el Ecuador.....	20
PREVENCIÓN	
Golfo de México: más de una década de recuperación.....	22
Los países occidentales de la historia ambiental.....	24
21 propuestas para el siglo XXI.....	26
ECONOMÍA VERDE	
¿Qué es la Economía Ecológica?.....	30
Reserva Haqqapucara: creación de oportunidades de trabajo sostenible para las comunidades vecinas.....	33
Proyecto La Caba-Plata-Solar.....	38
Alternativas rurales y el Comercio Justo.....	39
 POLÍTICA	
Yasují IIT. Una propuesta al borde del fracaso.....	40
CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
Batería de papel reciclable.....	50
Prototipo de ratón solar.....	50
La grapa vertical.....	51
Nueva tecnología para recargar celulares.....	51
ARQUITECTURA Y DECORACIÓN	
Ciudad sostenible.....	52
Aspectos bioclimáticos a la hora de construir una casa.....	53
Un símbolo de la remodelación ecológica.....	54
Las carreteras del futuro.....	54
Nuevas tendencias de decoración ecológica: el vidrio reciclado.....	54
Lámparas recicladas.....	55
NOTAS CURIOSAS	
Los búfalos recoran su propio desecho.....	57
Sabites que.....	58
Animales raros.....	58
NOTICIAS	
Iraq involucrada por la radioactividad.....	59
Trece países firman Protocolo de biodiversidad.....	61
Océanos se ve afectados por el cambio climático.....	62
África deforestación reduce las lluvias a la mitad.....	64
Los arrecifes de coral podrían ser el primer ecosistema eliminado de la Tierra.....	65
CULTURA Y OCIO	
II Congreso Argentino de Meteorología.....	68
Juegos Olímpicos ecológicos en Londres.....	69
Congreso Ecológico: Foro TerraCreative 2012.....	69
Cambio de la Tierra 2012: Visión la cooperación la transformación.....	70
Modo verde.....	70
Calendario ambiental.....	72
AUTODIDÁCTA	
Hágalo usted mismo: Aprenda a hacer un calentador solar.....	74

Antes de la validación

ÍNDICE	
EDUCACIÓN Y COMUNIDAD	
Guía del consumidor responsable: retos para el ahorro.....	8
Campaña de los mil millones de árboles.....	10
Proteccionistas estadounidenses hicieron campaña por la fauna con condones.....	10
Proyecto: Planta piloto experimental de reciclaje de aceites y lubricantes usados.....	11
EL MUNDO POR EL MUNDO	
Hidroal Ecuador desarrollo de sistemas de energía limpia.....	12
Fundación Casa-Caba de Ecuador, un ejemplo en beneficio del medio ambiente.....	14
Ayuntamiento de Madrid lucha contra la contaminación ambiental.....	15
NATURALEZA INCREÍBLE	
Una osa polar nadó 687 km buscando comida.....	16
Bilbos que cambian de color.....	17
Lata Roja especies amenazadas.....	18
La biodiversidad en el Ecuador.....	20
PREVENCIÓN	
Golfo de México: más de una década de recuperación.....	22
Los países occidentales de la historia ambiental.....	24
21 propuestas para el siglo XXI.....	26
ECONOMÍA VERDE	
¿Qué es la Economía Ecológica?.....	30
Reserva Haqqapucara: creación de oportunidades de trabajo sostenible para las comunidades vecinas.....	33
Proyecto La Caba-Plata-Solar.....	38
Alternativas rurales y el Comercio Justo.....	39
 POLÍTICA	
Yasují IIT. Una propuesta al borde del fracaso.....	40
CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
Batería de papel reciclable.....	50
Prototipo de ratón solar.....	50
La grapa vertical.....	51
Nueva tecnología para recargar celulares.....	51
ARQUITECTURA Y DECORACIÓN	
Ciudad sostenible.....	52
Aspectos bioclimáticos a la hora de construir una casa.....	53
Un símbolo de la remodelación ecológica.....	54
Las carreteras del futuro.....	54
Nuevas tendencias de decoración ecológica: el vidrio reciclado.....	54
Lámparas recicladas.....	55
NOTAS CURIOSAS	
Los búfalos recoran su propio desecho.....	57
Sabites que.....	58
Animales raros.....	58
NOTICIAS	
Iraq involucrada por la radioactividad.....	59
Trece países firman Protocolo de biodiversidad.....	61
Océanos se ve afectados por el cambio climático.....	62
África deforestación reduce las lluvias a la mitad.....	64
Los arrecifes de coral podrían ser el primer ecosistema eliminado de la Tierra.....	65
CULTURA Y OCIO	
II Congreso Argentino de Meteorología.....	68
Juegos Olímpicos ecológicos en Londres.....	69
Congreso Ecológico: Foro TerraCreative 2012.....	69
Cambio de la Tierra 2012: Visión la cooperación la transformación.....	70
Modo verde.....	70
Calendario ambiental.....	72
AUTODIDÁCTA	
Hágalo usted mismo: Aprenda a hacer un calentador solar.....	74

Después de la validación

EL MUNDO POR EL MUNDO



Un ejemplo en beneficio del ambiente

FUNDACIÓN COCA-COLA DE ECUADOR

EXISTEN VARIAS EMPRESAS, FUNDACIONES Y ORGANIZACIONES, SOBRE TODO DE CARÁCTER PRIVADO QUE CONTRIBUYEN AL CAMBIO DE LA BIOSFERA.

La Fundación Coca-Cola de Ecuador surgió desde el año 2000 como una organización privada sin fines de lucro, cuyo principal objetivo consiste en promover y fomentar el desarrollo cultural, económico y social del país, a través de proyectos sociales, educativos y medio ambientales.

En alianza con Fundación Galápagos, ha colaborado en la conservación de las islas, a través del apoyo de proyectos de manejo de desechos sólidos y de limpieza costera en las islas.

LA CREATIVIDAD Y LA COLABORACIÓN SON UNA MUESTRA DE LO QUE SE PUEDE LOGRAR A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL.

Para ello, desarrolló un Programa de Limpieza Costera, que contempla viajes sistemáticos y mensuales a las islas, para la recolección de basura arrojada por descuido humano o traida a la orilla por las corrientes marinas.

Asimismo, maneja el Centro de Reciclaje Fabricio Valverde, cuyo objetivo principal es contribuir a la reducción de los desechos sólidos generados en la isla, mediante el reciclaje de papel, cartón, plástico y envases de vidrio no retornable.

EL MUNDO POR EL MUNDO

Regresar al Índice

AYUNTAMIENTO DE MADRID:

Lucha contra la contaminación ambiental



El Ayuntamiento de Madrid lanzó una iniciativa denominada "Madrid compensa", a través del Foro pro Clima Madrid, que ofrece un canal para que las empresas y organizaciones aporten voluntariamente su esfuerzo a la lucha contra la contaminación atmosférica local y global.

El proyecto consiste en calcular las emisiones de CO₂ de la empresa y en función de éstas, se paga una tasa anual al Ayuntamiento.

Por su parte, la Dirección General de Patrimonio Verde del Ayuntamiento se encarga de garantizar la viabilidad a lo largo del proceso de plantación de estos árboles, controlando la época idónea de plantación así como su conservación. En principio, se ha establecido un horizonte de 25 años de vida para este proyecto.

Con su incorporación a esta iniciativa empresarial asociada al programa no sólo contribuyen a proteger el entorno comprendido en estas zonas forestales sino que promueven la responsabilidad social corporativa.

PLANETA
SOLUCIONES

Antes de la validación

EL MUNDO POR EL MUNDO



Un ejemplo en beneficio del ambiente

FUNDACIÓN COCA-COLA DE ECUADOR

EXISTEN VARIAS EMPRESAS, FUNDACIONES Y ORGANIZACIONES, SOBRE TODO DE CARÁCTER PRIVADO QUE CONTRIBUYEN AL CAMBIO DE LA BIOSFERA.

La Fundación Coca-Cola de Ecuador surgió desde el año 2000 como una organización privada sin fines de lucro, cuyo principal objetivo consiste en promover y fomentar el desarrollo cultural, económico y social del país.

En alianza con Fundación Galápagos ha colaborado en la conservación de las islas.

LA CREATIVIDAD Y LA COLABORACIÓN SON UNA MUESTRA DE LO QUE SE PUEDE LOGRAR A NIVEL NACIONAL.

Desarrollando un programa de Limpieza Costera, que contempla viajes a las islas para la recolección de basura arrojada por descuido humano o traida a la orilla por las corrientes marinas.

Asimismo, maneja el Centro de Reciclaje Fabricio Valverde cuyo objetivo es la reducción de los desechos sólidos generados en la isla.

AYUNTAMIENTO DE MADRID:

Lucha contra la contaminación ambiental



El Ayuntamiento de Madrid lanzó una iniciativa denominada "Madrid compensa", a través del Foro pro Clima Madrid.

El proyecto consiste en calcular las emisiones de CO₂ de la empresa y organizaciones, y en función de éstas, se paga una tasa anual al Ayuntamiento.

Por su parte, la Dirección General de Patrimonio Verde del Ayuntamiento se encarga de garantizar la viabilidad a lo largo del proceso de plantación de estos árboles, controlando la época idónea de plantación así como su conservación.

En principio, se ha establecido un horizonte de 25 años de vida para este proyecto.

PLANETA
SOLUCIONES

Después de la validación

Página Interna con contenido audiovisual

ECONOMÍA VERDE

Programas de conservación

Maquipucuna inició el Proyecto del Corredor Chocó Andino, que abarca una zona en el noroeste de Ecuador de alrededor de 3 millones 700 mil hectáreas que van desde la costa oeste de la cordillera de los Andes hasta los bosques de manglares costeros. El Corredor Chocó Andino se concibe como una matriz de usos del suelo con capacidad de conservación y actividades económicas sostenibles humanas.

La función principal de Maquipucuna en este proceso es ser un facilitador del desarrollo económico de esta región marginada a través procesos de desarrollo mundial como la construcción de capital humano (es decir, formación, educación ambiental, el establecimiento de guarderías, y el aumento de la equidad de género), el establecimiento de capital social (redes, es decir, la conservación basada en la comunidad y desarrollo, apoyo y creación de microempresas locales y las asociaciones de productores, contactos de comercio justo, y un programa internacional de educación ambiental).

reconocimiento y uso del capital natural (ecoturismo, café y cacao orgánico de sombra) bambú nativo, cultivo de tejidos de orquídeas y bromélias en peligro de extinción, comercio de créditos de carbono derivados de protección de bosques y reforestación), y proveer capital financiero (inversiones, infraestructura, micro-financiamiento).


Ecoturismo

El Ecoturismo es una de las mejores iniciativas de Maquipucuna para el financiamiento para protección de la Reserva Maquipucuna, la creación de oportunidades de trabajo sustentable para las comunidades vecinas, y el reducir la pobreza absoluta que se encuentran allí. Además, se ha convertido en una alternativa a la tala de madera, producción de carbón, la ganadería y, en general, ha ayudado a la gente a reconocer que los bosques vírgenes tienen un valor económico ahora y para generaciones futuras.

Se creó Maquipucuna Lodge para embarcarse en sus propios proyectos relacionados con el ecoturismo. Este es gestionado por personas de la vecina comunidad Santa Mariana y constituye un lugar para científicos y visitantes que trabajan en Maquipucuna y sus alrededores. Más de 100 familias se benefician del ecoturismo.

Este esfuerzo es lo que a su vez apoya el ecoturismo en uno, el otro no existe, por lo tanto los bosques desaparecerían.

ZONA AUDIOVISUAL



Duración: 3:23 min.

En la reserva Maquipucuna se enseña a niños de diversas edades a convivir con la naturaleza, realizando actividades al aire libre y conociendo las especies de flora y fauna que habitan en el lugar.

Cortesía Fundación Maquipucuna

Antes de la validación

ECONOMÍA VERDE

Programas de conservación

Maquipucuna inició el Proyecto del Corredor Chocó Andino, que abarca una zona en el noroeste de Ecuador de alrededor de 3 millones 700 mil hectáreas. El Corredor Chocó Andino se concibe como una matriz de usos del suelo con capacidad de conservación y actividades económicas sostenibles humanas.

La función principal de Maquipucuna en este proceso es ser un facilitador del desarrollo económico de esta región marginada a través procesos de desarrollo mundial como la construcción de capital humano (es decir, formación, educación ambiental, y el aumento de la equidad de género), el establecimiento de capital social (redes, es decir, la conservación basada en la comunidad y desarrollo, apoyo y creación de microempresas locales y las asociaciones de productores, contactos de comercio justo, y un programa internacional de educación ambiental).


el reconocimiento y uso del capital natural (ecoturismo, café y cacao orgánico de sombra) bambú nativo, cultivo de tejidos de orquídeas y bromélias en peligro de extinción, comercio de créditos de carbono derivados de protección de bosques y reforestación), y proveer capital financiero.

Ecoturismo

El Ecoturismo es una de las mejores iniciativas de Maquipucuna para el financiamiento para protección de la Reserva Maquipucuna, la creación de oportunidades de trabajo sustentable para las comunidades vecinas, y el reducir la pobreza absoluta que se encuentran allí. Además, se ha convertido en una alternativa a la tala de madera, producción de carbón, la ganadería y, en general, ha ayudado a la gente a reconocer que los Bosques vírgenes tienen un valor económico ahora y para generaciones futuras.

Se creó Maquipucuna Lodge para embarcarse en sus propios proyectos relacionados con el ecoturismo. Esto es gestionado por personas de la vecina comunidad Santa Mariana.

ZONA AUDIOVISUAL



Duración: 3:23 min.

En la reserva Maquipucuna se enseña a niños de diversas edades a convivir con la naturaleza, realizando actividades al aire libre y conociendo las especies de flora y fauna que habitan en el lugar.

Cortesía Fundación Maquipucuna

Después de la validación

Contraportada con contenido
multimedial animado



Anexo 3 - Plantilla de validación de la revista

Universidad Politécnica Salesiana

Validación de revista.

Tema: *Propuesta educomunicativa de revista digital sobre ecología y medio denominada "Planeta azul y verde".*

DISEÑO

1. Manejo del color

.....
.....
.....

2. Diagramación (estructura)

.....
.....
.....

3. Logotipo y nombre de la revista

.....
.....
.....

CONTENIDOS

1. ¿Le parecen los artículos muy extensos, o cree que están bien distribuidos? Por qué

.....
.....
.....

2. ¿Qué artículos cambiaría? Por qué

.....
.....

.....
3. ¿Los artículos son de su agrado? Si – No, porqué
.....
.....
.....

INTERACTIVIDAD

1. Con respecto a los vínculos. ¿Le parecen funcionales? Si – No, porqué
.....
.....
.....

2. ¿Cree que el uso de los videos son adecuados? Si – No, porqué
.....
.....
.....

3. ¿Qué le parece integrar animaciones en la revista digital?
.....
.....
.....

Muchas gracias por su colaboración