

**Las propuestas tecnológicas y de contenidos de la enseñanza de la comunicación en
Internet.**

The Technological and Contents Proposals of Communication Studies on the Internet.

José Antonio Alcoceba Hernando

España

Universidad Complutense de Madrid



José Antonio ALCOCEBA HERNANDO, es Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, (1999), donde desempeña desde el curso académico 2000/01 su labor docente e investigadora como Profesor Contratado Doctor en el Dpto. Sociología IV. Sus principales campos de investigación giran en torno al análisis y la reflexión sobre aspectos teóricos de la comunicación, donde cuenta con numerosas publicaciones en algunas revistas latinoamericanas de referencia (*Chasqui, Razón y Palabra, Revista Latina de Comunicación Social, Mediaciones Sociales*, etc.). También ha desempeñado funciones de Asistente Técnico del Instituto de la Juventud de España (INJUVE) entre 2001 y 2011, con un importante bagaje investigador en el campo de la sociología y la comunicología de la juventud, cuyos resultados se recogen en diversos libros y artículos entre los que cabe resaltar *Los*

Servicios de Información Juvenil en España, Manual de buenas prácticas para el tratamiento de la juventud en los MCM o La imagen de los jóvenes en los medios de comunicación de masas.

Resumen.

El presente artículo recoge los resultados de la investigación “La enseñanza reglada y no reglada de comunicación en Internet”, relativos a las tecnologías y los contenidos que presenta la enseñanza de la comunicación en Internet. Dicha investigación analizó el universo completo de programas formativos de titulaciones y asignaturas sobre comunicación que se ofrecen en España.

Los resultados concretos se recogen atendiendo a un doble eje temático: 1. Las tecnologías y herramientas utilizadas para la formación; 2. Los contenidos y lenguajes que conforman la oferta formativa sobre comunicación. En el último apartado se analizan las relaciones entre las actividades formativas de titulaciones y asignaturas con las tecnologías y contenidos que ofertan, con el fin de observar diferencias entre los modelos generales y las enseñanzas particulares.

Palabras clave: Formación en comunicación, sociedad de la información, TIC, gestión del cambio tecnológico, contenidos educación online.

Abstract

This article gathers the results obtained in the research “La enseñanza reglada y no reglada de comunicación en Internet” with regards to the technologies and the contents that appear in on-line communications studies. This research analysed the complete universe of educational programmes and subjects offered in Spain providing training related to communications.

The concrete results are gathered attending to two thematic axes: 1. The technologies and tools used for training; 2. The contents and languages that make up the educational offer in communications. The last part focuses on the relations between the training activities of the programmes and subjects with regards to the technologies and contents that are offered. The aim is to observe the differences between the general models and the specific subjects.

Keywords: Communications training, society of information, ICT, management of technological change, on-line education contents.

Origen del artículo:

Este artículo se ha elaborado a partir de la investigación ““La enseñanza reglada y no reglada de la comunicación en Internet.”” Aprobada en convocatoria competitiva: Banco Central Hispano-UCM. Programa de creación y consolidación de grupos de investigación. GR58/08.

Grupo de investigación de la Universidad Complutense de Madrid: Identidades sociales y comunicación

Periodo de realización: 2009 -2010.

1. Introducción.

La incorporación de las TIC a los procesos de formación está acarreado transformaciones en los modelos formativos y en las instituciones tradicionalmente encargadas de la enseñanza superior (las universidades). Al mismo tiempo, estas tecnologías sirven de soporte a nuevos cauces formativos que implican nuevas formas no regladas de transmisión del conocimiento.

Los supuestos planteados en esta investigación parten de algunas de las transformaciones sociales que se están produciendo en los estudios de comunicación social:

1. La formación en comunicación social incluye el conjunto de técnicas de la comunicación y sus aplicaciones en los diferentes ámbitos sociales (políticos, culturales, educativos, económicos y profesionales). Teniendo en cuenta que el 45% de las profesiones liberales en la U.E. tienen incorporadas a sus perfiles, actividades relacionadas con la comunicación social, puede entenderse la importancia que dichos conocimientos están adquiriendo en el futuro desarrollo de nuestras sociedades.

2. Las transformaciones en el mercado de trabajo. Las empresas privadas necesitan comunicólogos competentes en las nuevas tecnologías y tareas de la economía globalizada. Pero la mayoría de los nuevos titulados se emplean en las administraciones públicas o en el cuarto sector. La valorización de los especialistas en comunicación dentro del mercado empresarial privado comienza a aparecer como una cuestión relevante.

3. Los estudios sobre comunicación incluyen titulaciones específicas en el campo informativo, publicitario, empresarial, etc., pero también aparecen como conocimientos complementarios de otras titulaciones de ciencias sociales y de carácter técnico.

4. La flexibilidad en la formación y las posibilidades que ofrecen las herramientas virtuales y *online*, están suponiendo la aparición de nuevos cauces formativos relacionados con “la Sociedad de la Información y del Conocimiento”. La Universidad ya no es la única que sanciona y otorga el valor social de esos saberes; Internet contribuye decisivamente a que la utilización no reglada del conocimiento haya penetrado en la transmisión reglada.

Estos cambiantes escenarios para la formación en comunicación, unidos a las transformaciones en la enseñanza que plantea el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), exigen la adaptación inmediata de la *academia* a estos nuevos marcos educativos.

““La universidad en los próximos años deberá ser rápida en la toma de decisiones, capaz de adaptarse de forma casi inmediata a situaciones nuevas [...] ha de estar unida a un permanente estado de observación de los avances del conocimiento y de las demandas sociales, sabiendo que éstas son de una duración relativamente corta y responden a un momento concreto de la evolución de la sociedad.”” (Martínez Sánchez 2003: 17).

2. Material y métodos.

2.1. Universo y subuniversos.

Esta investigación tiene como corpus el conjunto de los programas formativos que aparecen en Internet en España, en los que se impartan enseñanzas relacionadas con la comunicación (comunicación social, periodismo, publicidad, marketing, y el resto de programas que se identifiquen a sí mismos como enseñanzas comunicativas). Se toma en cuenta el conjunto de la oferta docente de dichas enseñanzas (cursos, licenciaturas, grados, másteres, talleres, etc., públicos y privados, reglados y no reglados, on-line y/o presenciales).

El universo queda conformado por el total de programas formativos que tienen sitios web activos en el momento de la búsqueda, y que aparecen en los resultados del buscador Google¹. Como el

¹ Para ver con detalle cómo se procedió al diseño y ejecución de la búsqueda a partir del buscador Google puede consultarse, Pedro, J. (2012). A Collection of Samples for Research in Google: Design and Application of a Sample Selection Method: Results and Problems of Research, GMJ: Mediterranean Edition 7(1), Spring, pp. 29 – 40. http://globalmedia.emu.edu.tr/images/stories/ALL_ARTICLES/2012/Spring/4._Joan_Pedro.pdf

universo de estudio está ubicado en Internet, había que operar con uno o varios motores de búsqueda para calcular el tamaño del universo y seleccionar las muestras. Se comprobó, después del correspondiente análisis piloto, que Google era una opción suficiente y, entre todas, la preferible para esta investigación: suficiente, por la semejanza que tienen los resultados que proporcionan los buscadores generalistas referidos a los programas en comunicación; y preferible, porque el sistema de búsqueda de Google permite incluir acotaciones más precisas para seleccionar la muestra. Finalmente, este buscador tiene la ventaja de que es el más utilizado y, por tanto, el que va a pautar la oferta on-line de estudios de la comunicación para una mayor proporción de los usuarios de Internet.

Este universo se divide en dos subuniversos:

1. El de todas las webs de programas formativos en comunicación que hacen referencia a la formación online. Incluye 323 programas formativos
2. El de todas las webs de programas formativos en comunicación que no hagan referencia al mundo online. Consta de 350 resultados.

Por definición, los subuniversos son excluyentes entre sí; pero las categorías y procesos de análisis son idénticos, lo cual permite comparar las diferencias y similitudes.

En esta investigación se opera con 673 unidades que son todas las que constituyen el universo (no se utilizan muestras). Por lo tanto no existen los sesgos producidos por los errores muestrales, ni es necesario preocuparse por los niveles de confianza. Persisten, sin embargo, los sesgos que se deben a los criterios de selección de Google.

2.2. Supuestos del diseño metodológico.

La metodología utilizada ha sido el análisis de contenido. Los textos de cada página que son pertinentes para constituir el corpus, fueron aquellos que se refieren a alguno de los tópicos detallados en dos protocolos de análisis.; uno general, y otro específico.

En el protocolo general se tomaron como unidades de análisis las titulaciones, programas, diplomas, seminarios, etc., referidos a la comunicación y/o a la información. Abarcando la denominación, los niveles formativos, las instituciones promotoras, los ejecutores, la participación, el carácter de la titulación y la validez o reconocimiento oficial.

En cuanto al protocolo específico recogió como unidad de análisis nuevamente la titulación y cada una de las asignaturas que la componen. En este caso se aborda la descripción del proceso

de capacitación, especialización e inserción laboral, a partir de las actividades, las tecnologías y herramientas, las aplicaciones y los perfiles profesionales.

3. Resultados.

3.1. Tecnologías y herramientas concernidas para la formación.

3.1.1 Acciones y recursos técnicos.

Entre las tecnologías y herramientas de los programas de comunicación en Internet, aparecen explícitamente una serie de acciones o posibilidades técnicas que les confieren una especial relevancia al tratarse en muchos casos de cursos no presenciales. En más de la mitad de los casos se hace referencia a que se trata de cursos online² (55%), y en el 16% se ofrecen herramientas y tecnologías virtuales.

En cuanto a estas posibilidades técnicas no aparecen diferencias sustanciales en las ofertas generales y particulares de titulaciones y asignaturas; lo que sí aparece es una apuesta clara por la utilización de recursos y herramientas que permitan superar las barreras impuestas por la formación presencial (recursos online, usos de espacios virtuales y de buscadores, interactividad...). En este sentido, habrá que ver en el futuro la eficacia de estos nuevos canales para la formación, que disponen de muchas ventajas (mayor autonomía en el uso del tiempo, flexibilidad en el proceso de aprendizaje, facilita la actualización de los contenidos, posibilita la interactividad profesor-alumno, etc.), pero no carecen de inconvenientes (gran esfuerzo en la planificación, nuevos roles profesionales más allá del profesorado, adaptación a las nuevas exigencias de aprendizaje, sobredimensión de información ...).

Entre los recursos técnicos para la formación destacan los que se refieren a soportes de información (28%), donde predominan los soportes digitales y en menor medida electrónicos e

² “La expresión ‘formación *online*’ es quizás la fórmula más extendida para referirnos a soluciones de formación a distancia que usan Internet como canal de comunicación principal. Se trata de una modalidad de formación que contempla habitualmente un uso extensivo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), que explota los diferentes recursos tecnológicos ofrecidos por Internet y que tiene como principales características distintivas el hecho de que se desarrolla en un espacio virtual y que la comunicación entre los participantes de las actividades se realiza a través de este espacio y/o a través de *e-mail*.”

Grau, O. Formación Online. Educación médica v.11 n.3 Barcelona sep. 2008

<http://dx.doi.org/10.4321/S1575-18132008000300006>

informáticos. Les siguen los recursos técnicos y tecnológicos sin especificar (26%), los aparatos y dispositivos (22%), las infraestructuras de soporte de información (13%) y los buscadores (11%).

El uso de recursos técnicos (aparatos y soportes) en el caso de las titulaciones parece apuntar a la incorporación definitiva de dispositivos y herramientas como el ordenador y la digitalización de documentos,

““Las posibilidades que permiten la digitalización y la consiguiente combinación de lenguajes y recursos comunicativos, pueden contribuir a la mejora substancial de las representaciones del conocimiento, bien sea para aproximarse mejor a algunas parcelas de la realidad y para simular cómo se resuelven problemas en ella, o bien para ayudar a la comprensión de sistemas conceptuales complejos.””, (Sigales 2004: 4).

Este nuevo modelo educativo apuesta por la incorporación de las TIC a la formación en comunicación, frente al modelo tradicional de enseñanza reglada (basado en medios presenciales orales y escritos).

Estos recursos en cuanto a la dinámica formativa de las asignaturas se concretan en la superación de la presencialidad a partir del uso de recursos informáticos y a su capacidad de ubicuidad y de deslocalización en cuanto a la disponibilidad de recursos móviles.

En la década de los noventa, (Adell 1997: 22), adelantaba algunas cuestiones formativas que aún hoy, y a pesar del tiempo y los cambios sustanciales que se han producido en cuanto a la incorporación social de las TIC, permanecen vigentes en los procesos de enseñanza-aprendizaje,

““La digitalización y los nuevos soportes electrónicos están dando lugar a nuevas formas de almacenar y presentar la información [...] son nuevas maneras de presentar y acceder al conocimiento que superan en determinados contextos las formas tradicionales de la explicación oral, la pizarra, los apuntes y el manual.””

3.1.2. Recursos mediáticos.

Los principales recursos mediáticos que se ofrecen como herramientas para la formación en comunicación corresponden a medios de comunicación (63%), especialmente audiovisuales y multimedia. Internet como recurso aparece en el 32% de la oferta de asignaturas y titulaciones.

El uso de estos recursos se justifica en los estudios de comunicación desde los propios objetos y campos de estudio. La formación en periodismo, comunicación audiovisual, etc., requiere de la

observación práctica y del análisis de las producciones comunicativas y sus características. El recurso a medios audiovisuales y multimedia ha sido especialmente incorporado a los modelos didácticos sobre comunicación. Las herramientas en Internet se van incorporando paulatinamente a la formación en comunicación, especialmente en las dinámicas formativas de las asignaturas; los usos de recursos virtuales a partir de plataformas académicas (campus virtuales), al igual que otros como las webquest³, aparecen como herramientas cada vez más frecuentes.

Las diferencias en los recursos mediáticos para la formación entre titulaciones y asignaturas apuntan hacia un modelo, el cuál, las titulaciones ponen el énfasis en el recurso a los medios audiovisuales y multimedia que promueven un modelo de formación unidireccional. Por el contrario, los recursos destacados en las asignaturas remiten en mayor proporción al uso de Internet y el correo electrónico, apostando por un modelo de enseñanza que permite la interacción, y los procesos de aprendizaje activo y participativo,

““las TIC aportan un nuevo reto al sistema educativo, en general, y patrimonial, en particular, ya que con ellos pasa de un modelo unidireccional, donde por lo general los saberes recaen en el profesor o en sus sustitutos el libro de texto o los materiales curriculares diseñados para tal fin, como hemos dicho antes, a modelos más abiertos y flexibles, donde la información situada en grandes bases de datos, tiende a ser compartida entre diversos alumnos.”” (Avila y Rico 2004: 3).

3.1.3. Opciones de relación.

Las posibilidades de relación que se ofrecen en los programas sobre comunicación en Internet, se circunscriben especialmente a las relaciones en web (72%), fundamentalmente a través de *websites* o sitios web y en menor medida a plataformas web 2.0...Las relaciones a través de redes (18%) y a partir de blogs (10%) completan dichas posibilidades de relación.

La incorporación de herramientas web (*websites* o páginas web.) permite incorporar contenidos en la relación entre alumnos e instituciones formativas. Estas herramientas para la relación muestran la apuesta de los estudios de comunicación por la incorporación de las nuevas tecnologías asociadas a la red. El uso de sitios web para la visibilidad de las titulaciones y para la

³ Para profundizar sobre la definición y aplicaciones de webquest, ver Adell, Jordi. Internet en el aula: las WebQuest. Edutec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa. Núm. 17./marzo 04

formación de las asignaturas, aparece como la principal forma de relación en el modelo de enseñanza de la comunicación en Internet.

La formación en modelos generales propuestos desde las titulaciones sobre comunicación parecen comenzar a apostar por un nuevo modelo de uso de la red (Web 2.0), mucho más participativo e interactivo que el de la visualización pasiva a partir de *websites* como la mayor parte de los actuales. La posibilidad de construcción de conocimiento compartido abre un camino en el que la comunicación debe jugar un papel tanto de sujeto como de objeto de estudio.

El modelo de enseñanza propuesto desde el uso de la web 2.0. viene a romper con el modelo unidireccional de enseñanza-aprendizaje (incluido el uso actual de las TIC y la web), por un modelo conectivista basado en el conocimiento en red, en el aprendizaje continuo a través de herramientas y redes personalizadas, en los que el conocimiento se intercambia entre alumnos, y los profesores deben jugar el papel de dinamizadores,

““El profesor deja de ser fuente de todo conocimiento y pasa a actuar como guía de los alumnos, facilitándoles el uso de los recursos y las herramientas que necesitan para explorar y elaborar nuevos conocimientos y destrezas; pasa a actuar como gestor de la pléyade de recursos de aprendizaje y a acentuar su papel de orientador y mediador (Salinas, 1998). Como resultado, el profesor acusará implicaciones en su preparación profesional, pues se le va a requerir, en su proceso de formación –inicial o de reciclaje–, ser usuario aventajado de recursos de información.”” (Salinas 2004).

El uso de bitácoras o blogs, como espacios web de actualización periódica también parecen haberse incorporado como herramientas de relación para la formación. Aunque dicho uso todavía no es demasiado frecuente, sí aparece como un recurso en alrededor de un 10% de las asignaturas sobre comunicación. Las posibilidades del uso del blog para la formación se concretan en la accesibilidad (de horarios y de espacios con conexión), inmediatez en cuanto a su publicación, facilidad y flexibilidad de uso y publicación (fácil mantenimiento y publicación individual o grupal).

3.2. Los lenguajes y contenidos concernidos en la formación.

Entre los recursos expresivos para la formación en comunicación siguen predominando las expresiones escritas (35%), los lenguajes naturales (31%) y los contenidos basados en imágenes (20%).

De nuevo, en cuanto a las formas expresivas encontramos algunas especificidades en la formación de asignaturas y titulaciones.

- El uso de lenguajes naturales es más habitual en la formación específica de las asignaturas.
- Mientras que los recursos icónicos (imágenes) y los lenguajes de programación digitales y otras formas de lenguaje son más utilizados como herramientas para la formación general de las titulaciones.

La enseñanza de las asignaturas en buena parte, y aunque recurran cada vez más al uso de TIC, sigue utilizando mayoritariamente materiales didácticos expresados en recursos textuales escritos.

Los contenidos que sustentan la oferta formativa sobre comunicación en Internet ofrecen una gran heterogeneidad, lo que ha impedido desde el punto de vista analítico su categorización; así, más de la mitad de los mismos se han agrupado bajo la categoría *Otros contenidos* (57%).

Entre los contenidos restantes, destacan los que ofrecen información sobre el mundo empresarial y su entorno (23%); aquellos que remiten a la formación para el tratamiento y elaboración de noticias y mensajes (11%); y sobre cuestiones comerciales y empresariales (9%).

La formación en torno a estos contenidos evidencia algunas características generales del panorama comunicativo/profesional de formación:

1. Por un lado, la oferta de formativa sobre comunicación abarca un campo muy amplio y heterogéneo (*Otros contenidos*, 57%) en el que confluyen múltiples conocimientos. Todavía más, si observamos los procesos de cambio social y tecnológico asociados a la comunicación, que suponen la transformación de los paradigmas clásicos sin ofrecer nuevos modelos estables que den respuesta teórica, metodológica, profesional, etc., a las nuevas y cambiantes realidades de la comunicación social.
2. En segundo lugar, aparecen los contenidos que tienen que ver con el ámbito empresarial (la empresa y su entorno, 23%). El auge en los últimos tiempos de los saberes o conocimientos instrumentales asociados a la comunicación empresarial en su conjunto, de cara a obtener una mayor eficacia en la comunicación interna y externa de las organizaciones, ha coincidido con una amplia oferta formativa en este campo.
3. La formación clásica en periodismo y comunicación social, de la que existe sobrada tradición formativa presencial, y cuya especialización se centra en la enseñanza en el

manejo de técnicas de producción de información pública (mensajes y noticias), sigue generando un 11% de los contenidos sobre comunicación. Son abundantes, además de las titulaciones clásicas sobre comunicación social, los cursos especializados sobre periodismo económico, deportivo, ambiental, etc., que se centran en el tratamiento y producción comunicativa en estos ámbitos temáticos. Al mismo tiempo, han surgido nuevos títulos (cursos, postgrados, expertos...) que ofrecen formación sobre periodismo digital u *on line*, para dar respuesta a las nuevas producciones comunicativas que dichos medios demandan.

4. En esta misma línea, se explicaría la oferta en contenidos comerciales y empresariales (9%). Los estudios de publicidad y marketing han venido adquiriendo, especialmente desde la década de los ochenta, un gran auge y protagonismo en tanto que han servido como correas de transmisión de la sociedad de consumo. El manejo y especialización en las técnicas publicitarias, de refuerzo de imagen de marca, de técnica de ventas, etc., cuentan con una importante tradición formativa tanto universitaria como comercial.

3.3. La relación entre actividades, tecnologías y contenidos para la formación en comunicación.

Teniendo en cuenta que el objetivo de este apartado es el de analizar las actividades, las herramientas y los contenidos para la formación y capacitación comunicativas, se consideró de interés relacionar esos tres campos (didáctica, tecnología y lenguaje) con las distintas actividades de formación de los modelos generales de las titulaciones y de los conocimientos particulares de las asignaturas.

3.3.1. La formación en los modelos generales de las titulaciones sobre comunicación.

Las *actividades formativas* generales de las titulaciones se orientan hacia la comprensión de la comunicación como un fenómeno social complejo, en el que la incorporación de las TIC aparece como una apuesta paradigmática en los procesos de formación en comunicación.

- La incorporación en la formación de actividades tecnológicas y recursos técnicos (aparatos y equipamientos) orienta su finalidad a ofrecer un saber que permita integrar el conocimiento sobre el conjunto de aspectos que intervienen en los procesos comunicativos (producción, distribución y consumo); así como al estudio de las relaciones a las que se encuentra abierta socialmente la comunicación. Fandos analiza y

valora la aportación de las TIC en el espacio educativo: nuevos escenarios y entornos formativos, aprendizaje, nuevas modalidades de formación, procesos de innovación; aunque también señala que el proceso de utilización pedagógica de dichas tecnologías puede conducir hacia un excesivo determinismo tecnológico en los procesos de enseñanza-aprendizaje,

““Estamos asistiendo a un gran debate acerca de la utilidad de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como herramientas pedagógicas. Se suceden experiencias e investigaciones que intentan aplicar estas herramientas a la enseñanza, aunque muchas veces se cae en el error de olvidar que el acto didáctico responde a un binomio compuesto en el cual también debe tenerse en cuenta el aprendizaje. Sólo en este sentido se contribuirá a la mejora de la calidad educativa [...] El reto actual lo tenemos ante las TIC como medio didáctico y su aplicación educativa. El medio nos remite al proceso comunicativo en tanto que la tecnología lo hace hacia el soporte material del proceso; y tan importante es trabajar con el proceso comunicativo que subyace a todo aprendizaje como estudiar los instrumentos que utilizamos y sus estrategias de uso.”” (Fandos 2004: 15).

La formación de las titulaciones sobre comunicación todavía no ha incorporado Internet como un recurso mediático mayoritario, predominando el uso de los medios de comunicación (especialmente audiovisuales y multimedia) como herramientas para la formación. Este modelo de enseñanza se encuentra en franca transformación como apunta Sigalés,

““Las TIC y especialmente Internet ponen al alcance de los estudiantes el acceso inmediato a bases de datos, bibliotecas digitales y materiales multimedia e hipermedia que pueden estar integrados a los elementos de planificación del estudio y a las actividades de aprendizaje y de evaluación previstas a lo largo de las distintas unidades o módulos de formación.”” (Sigalés 2004: 3)

Pero esta alternativa tecnológica a la formación tradicional, también se está encontrando ““con una nueva clase de problemas derivados de la principal y quizá más potente fuente de información existente, Internet: sobrecarga de información, sistemas de búsqueda poco eficientes, información heterogénea y sin ningún tipo de estructuración, etc...”” (Blanco y Otros 2006: 191).

La importancia del establecimiento de redes académicas aparece como uno de los objetivos relacionales para la construcción del conocimiento en materia de comunicación. Este no es un fenómeno nuevo, (Silvio 1992: 8) ya apuntaba en esta dirección hace veinte años,

““En la educación superior y el mundo científico y académico en general, se ha manifestado con mucha fuerza la necesidad y el deseo de cooperar, de integrarse y comunicarse, lo cual ha caracterizado el llamado fenómeno de ““globalización del conocimiento [...] Este fenómeno ha trascendido las barreras geográficas y socioculturales a nivel mundial y ha conducido al surgimiento de redes cooperativas.””

- La investigación y la evaluación de medios de comunicación aparecen como las principales actividades de análisis en los estudios de comunicación, aunque parece que en los últimos tiempos se están incorporando como recursos mediáticos aquellos relacionados con Internet. En este sentido, se advierte la necesidad de potenciar y definir un nuevo campo, el de la investigación y la evaluación en Internet,

““La construcción de la didáctica tecnológica necesita incorporar las mejores tradiciones de las propuestas de la tecnología educativa [...] Para lograr este propósito se hace necesario analizar las tecnologías en los marcos políticos, económicos y culturales actuales y reinterpretar sus utilidades a la luz de los debates teóricos y prácticos referidos a la tarea de enseñanza. Implica, en todos los casos, superar análisis dicotómicos empobrecedores, tales como la tecnofobia o la tecnofilia, y reconocer tanto las visiones artefactuales como las miradas amplias propias de los períodos iniciales del campo, con el objeto de volver a una conceptualización enriquecida.”” (Litwin 2005: 15).

En el desarrollo de los modelos generales propuestos desde los estudios de comunicación destacan la creación de espacios virtuales y la incorporación de las tecnologías de la información. La dimensión formativa y educativa asociada a las TIC ofrece, como apunta (Cabero 2004 1), nuevas posibilidades para superar algunas barreras y obstáculos de la enseñanza tradicional: eliminar las barreras espacio-temporales entre el profesor y el estudiante; flexibilizar los tiempos y espacios, las herramientas y los códigos para la interacción; favorecer el aprendizaje cooperativo y el autoaprendizaje; potenciar el aprendizaje a lo largo de toda la vida; presentar escenarios convergentes multimedia-

multicódigos e hipertextual/hipermedia, que propician la participación y la elaboración del conocimiento, etc.

- Las actividades para la elaboración y aplicación comunicativas incluyen acciones y tecnologías interactivas. Como recursos mediáticos siguen prevaleciendo las actividades formativas para la creación de productos comunicativos y especialmente de medios impresos.

Los modelos generales para la planificación de la oferta formativa en comunicación, muestran una clara apuesta por los recursos informáticos interactivos, y por la consolidación de redes,

““La capacidad que las últimas tecnologías (sobre todo las redes) han demostrado en aspectos como la transmisión de la información y del conocimiento o hacia la comunicación han dado pie a la idea de incorporar estos recursos al proceso de formación. Y el uso de imágenes como formas de lenguaje y soporte de contenidos.””

(Fandos 2004: 15).

- Por último, las actividades formativas para la relación y la comunicación apuestan por el recurso a la interactividad a partir de espacios virtuales que permitan compartir información y recursos en red. Los estudios de comunicación parecen apostar por lo que (Fandos 2004: 110) denomina modelos asíncronos, que, ““Aprovechan al máximo las potencialidades de los entornos virtuales de aprendizaje (flexibilidad, interactividad, acceso a fuentes de información y recursos de la Red, uso de materiales didácticos en entornos virtuales, etc.).””

Estas nuevas propuestas formativas, como señala (Marcelo 2002: 35), deberán incorporar profundas transformaciones en el modelo de enseñanza-aprendizaje,

““La simple incorporación de las nuevas tecnologías en las escuelas, no obstante, no garantiza la efectividad en los resultados alcanzados, en el sentido de que la selección de medios y recursos interactivos y su incorporación en un diseño global de entorno de teleformación, deben estar sustentados sobre la base de una teoría del aprendizaje que los justifique y los delimite.””

Cuadro 3.3.1. La formación en los modelos generales de las titulaciones sobre comunicación

	Acciones técnicas	Recursos Técnicos	Recursos Mediáticos	Opciones de relación	Lenguajes y Contenidos
Actividades orientadas a la formación	Incorporación de técnicas y tecnologías de la información y de entornos formativos virtuales	Soportes informáticos, electrónicos y en menor medida digitales	Uso de medios de comunicación (audiovisuales y multimedia) y en menor medida Internet	Establecimiento de redes académicas	
Actividades orientadas al análisis y la evaluación	Búsquedas	Evaluación de infraestructuras y canales de comunicación	Uso de medios de comunicación y en menor medida Internet	Evaluación de redes sociales y de otro tipo y escaso análisis de sitios web	Análisis y definición de lenguajes naturales
Actividades orientadas a la creación y desarrollo	Creación y desarrollo de espacios virtuales	Uso de técnicas y tecnologías de la información			Desarrollo de lenguajes de programación digitales
Actividades orientadas a la elaboración y aplicación	Inclusión de acciones técnicas interactivas	Uso y aplicación de tecnologías e infraestructuras de la información	Elaboración de medios de comunicación en general y de medios impresos	Aplicación de redes	Uso lenguajes y contenidos a partir de imágenes
Actividades orientadas a la planificación y gestión	Inclusión de acciones técnicas interactivas para la gestión	Planificación y gestión informáticas		Planificación y gestión a través de redes	
Actividades orientadas a la relación y la comunicación	Relación y comunicación a partir de espacios virtuales	Recursos de comunicación interactiva y control de los canales		Relación y comunicación a partir de redes	

Cuadro resumen que recoge las relaciones significativas resultantes de los cruces entre variables.

3.3.2. La formación en los programas específicos de las asignaturas sobre comunicación.

La oferta formativa del conjunto de asignaturas que conforman los estudios de comunicación analizada para esta investigación, ofrece las siguientes consideraciones generales sobre la relación entre actividades formativas, recursos tecnológicos y mediáticos, y relaciones, lenguajes y contenidos.

- Entre las actividades formativas destacan la incorporación de tecnologías de la información y de entornos virtuales, relacionados con soportes electrónicos, informáticos y en menor medida digitales. ““Los entornos virtuales de aprendizaje ofrecen una serie de posibilidades para procesos de colaboración [...] implican un cambio sustancial en las metodologías tradicionales de enseñanza.”” (Adrián y Gros Salvat, 2004)
- Como recursos mediáticos para la formación, prevalecen los medios de comunicación audiovisuales y multimedia, pero también es relevante la incorporación de Internet como recurso formativo. Ortega Molina y Tomeu Hardasmal (2008: 2-3) destacan algunas ventajas de la incorporación de Internet para los docentes: Favorece la innovación; Estimula la formación del profesorado; promueve el trabajo en equipo; Incorpora las TIC y sus contenidos; Nuevos métodos de evaluación del aprendizaje; Tutorías a distancia, etc.) y para los estudiantes (motivación; participación; trabajo en grupo; formación y uso de TIC; etc.).
- Las opciones de relación más destacadas desde el punto de vista formacional remiten al establecimiento de redes que permitan compartir experiencias y conocimientos sobre comunicación,
““Uno de los retos básicos de la educación actual es preparar a las personas para ser capaces de participar plenamente en una sociedad de la información en la que el conocimiento es fuente crítica de desarrollo social y económico (Cornella 1999). El paradigma que está emergiendo en este nuevo siglo es el de aprendizaje en red basado en la interactividad global, el aprendizaje colaborativo.”” (Guiter y Otros 2007:2).
- En términos generales, los programas de las asignaturas que conforman los estudios de comunicación orientan su actividad investigadora hacia el análisis y evaluación de soportes informáticos, digitales y virtuales (sitios web). Es de destacar el escaso interés (en cuanto a oferta formativa) que despierta la investigación acerca de buscadores y sobre el uso del correo electrónico.

- Las principales actividades creativas para la creación en la oferta específica de las asignaturas se centran en el desarrollo de espacios virtuales en web y en la elaboración de productos audiovisuales. En este campo se producirá un cambio radical en los próximos años, como apunta Marqués (2001:93),
““En algunos casos simplemente se tratará de aprovechar las TIC como fuente de documentación sobre los contenidos de la asignatura (acceso a bases de datos especializadas), pero en otros casos habrá que integrar los programas informáticos específicos que se usan en el campo profesional de la materia (software para educación especial, software para el tratamiento de datos estadísticos, simuladores físicos...) e introducir también los conceptos y procedimientos asociados. Además, el impacto de las tecnologías de la información y la comunicación en algunos campos profesionales es tan fuerte que origina nuevos perfiles profesionales, lo que exige la creación de nuevos estudios específicos tanto en los ciclos formativos de formación profesional como en los estudios universitarios, especialmente postgrados y másters.””

- Aunque permanecen las actividades formativas clásicas para la elaboración de medios de comunicación (Periodismo, Comunicación social...), ya es un hecho la incorporación de las TIC en la formación específica de las asignaturas que conforman los estudios de comunicación (uso de *websites* y navegadores).

La escasa oferta sobre el uso y aplicación de buscadores y sobre la incorporación de blogs como herramientas de relación, demuestra que todavía quedan espacios formativos por cubrir en el ámbito de la comunicación; y más teniendo en cuenta las capacidades formativas que incorporan herramientas como el *weblog*, ““combina con facilidad diversos recursos tradicionales de Internet. Sirve como buscador, pues recomienda enlaces específicos, se parece al e-mail por el estilo informal que utiliza, se relaciona con los foros de opinión, ya que los lectores participan y comentan. Ofrece la posibilidad de crear textos, publicarlos y debatirlos con otras personas. Esta capacidad interactiva y participativa es, probablemente, la característica que diferencia esta modalidad de uso de la red de cualquier otra oferta virtual.”” (Gewe Barujel 2005:14)

- La planificación y gestión informáticas de las asignaturas y su inclusión en redes apunta hacia modelos de enseñanza cada vez más interactivos y menos presenciales (*online*, *E-learning*, *B-Learning*). ““El e-learning tiene un papel cardinal en los procesos de

enseñanza. Es posible trabajar los contenidos a través del Internet, videograbaciones, transmisiones satelitales, televisión interactiva, aulas virtuales y colaboración digital.”” (Imbernón y Otros 2011: 108).

- Las actividades relacionales y comunicativas propuestas en las asignaturas apuntan en esa misma línea: comunicación virtual e interactiva en el marco de redes que faciliten el intercambio de conocimiento. Las nuevas posibilidades de relación que se ofrecen desde las plataformas digitales permiten la creación de espacios virtuales para el aprendizaje que facilitan la bidireccionalidad e interpersonalidad. Herramientas como los campus virtuales contribuyen como señala Salinas (2010: 17) a la flexibilización de la formación, a partir de la comunicación mediada por ordenador (componente tecnológico), de nuevos medios didácticos, de un método flexible (elementos del aprendizaje abierto), de un nuevo entorno organizativo (componente institucional) y de nuevas formas de Aprendizaje y tutoría (componente didáctico).

Cuadro 3.3.2. La formación en los programas específicos de las asignaturas sobre comunicación

	Acciones técnicas	Recursos Técnicos	Recursos Mediáticos	Opciones de relación	Lenguajes y Contenidos
Actividades orientadas a la formación	Formación en entornos virtuales, aunque con poca interactividad	Aprendizaje de soportes informáticos y digitales. Escasa formación sobre buscadores	Conocimiento utilidades del correo electrónico (E-MAIL)		Escasa formación sobre imágenes
Actividades orientadas al análisis y la evaluación	Análisis de entornos virtuales	Análisis y evaluación de soportes informáticos y digitales. Escasa evaluación sobre buscadores	Escaso uso del correo electrónico	Análisis de usos de sitios web	Analizar y evaluar escritos y escasa evaluación de imágenes
Actividades orientadas a la creación y desarrollo	Desarrollo de espacios virtuales	Escasa formación sobre buscadores	Creación de productos audiovisuales	Elaboración y realización de sitios web	
Actividades orientadas a la elaboración y aplicación	Realización de espacios virtuales y descripción de navegadores	Uso y aplicación de tecnologías, escasa formación sobre aparatos y buscadores	Elaboración de medios de comunicación en general. Escasa aplicación de buscadores	Elaboración y realización de espacios web. Escasa aplicación de blogs	Realización de lenguajes de programación
Actividades orientadas a la planificación y gestión	Planificación en espacios virtuales	Uso de soportes informáticos para la gestión y la planificación			Escaso uso de imágenes
Actividades orientadas a la relación y la comunicación	Relación a partir de espacios virtuales	Comunicación a través de soportes informáticos y escasos recursos sobre buscadores	Comunicación a partir de recursos audiovisuales y multimedia, en menor medida de medios impresos y ausencia del uso relacional por E-mail		Escasa relación a partir de imágenes

Cuadro resumen que recoge las relaciones significativas resultantes de los cruces entre variables.

4. Conclusiones.

La transformación de los procesos de formación en la actualidad, a partir de la paulatina incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), está generando nuevos escenarios educativos que implican y requieren una rápida adaptación de los modelos de enseñanza tradicionales.

Del análisis de las actividades académico-formativas en el campo de la comunicación propuestas en Internet, se pueden extraer algunas conclusiones o consideraciones generales sobre los procesos futuros de enseñanza-aprendizaje de titulaciones y asignaturas comunicativas.

La formación en comunicación se orienta hacia la superación de las formas tradicionales de enseñanza basadas en unas dinámicas presenciales en la transmisión de conocimiento. La incorporación de las TIC a los procesos de enseñanza de la comunicación se encamina hacia modelos semipresenciales y *online*, con tendencia a la creación y desarrollo de espacios virtuales que incluyen herramientas interactivas para la gestión del conocimiento y para la participación en los procesos de aprendizaje (plataformas virtuales para la gestión académica y para la relación entre profesores, alumnos e instituciones).

Esta formación para la gestión comunicativa también debiera incluir capacidades para la identificación de modelos generales de gestión y de administración comunicativas. La identificación de estos modelos generales, permitirá disponer de capacidad cognitiva de adaptación o transformación ante los cambios sociales, económicos o laborales de las instituciones sociales y comunicativas (instituciones y empresas).

Los recursos mediáticos audiovisuales y multimedia que tradicionalmente han servido como materiales de apoyo y de creación en la enseñanza académica de la comunicación, están incorporando paulatina, pero lentamente, las nuevas dimensiones mediáticas que ofrece Internet (análisis, creación, planificación y relación). La pervivencia en la enseñanza de la comunicación de los recursos mediáticos audiovisuales e impresos remite al carácter estructural e instrumental de la comunicación en torno a los medios clásicos (prensa, radio y televisión); lo que demuestra el ejercicio de resistencia al cambio que ofrece el modelo de Medios de Comunicación de Masas

(MCM) desde lo educativo, frente a la irrupción de las TIC como alternativa paradigmática de la comunicación.

La formación en actividades relacionales sobre comunicación incluye conocimientos que fomentan la participación y el trabajo en equipo. La comunicación en si misma es un proceso de mediación abierto a la colaboración interna con las fuentes, los públicos, los clientes, etc., lo que implica disposición para el trabajo en grupo. La incorporación de las TIC en los ámbitos académicos aporta nuevas potencialidades en los procesos de enseñanza-aprendizaje. Las nuevas herramientas aportan flexibilidad en las búsquedas, en la transmisión horizontal de conocimiento, en la superación de la presencialidad, etc... Esto, supone en definitiva una nueva dimensión para el trabajo colaborativo, tanto en el aula como en las plataformas y espacios virtuales.

Las posibilidades de comunicación asociadas a las TIC permiten escenarios de aprendizaje que facilitan la bidireccionalidad e interpersonalidad en la construcción de conocimiento. Los programas de titulaciones y asignaturas apuntan, como señalan Salinas y Otros (2010: 17), a la flexibilización de la formación, a partir de la comunicación informática de nuevos medios didácticos (Componente tecnológico), de un método flexible (Elementos del aprendizaje abierto), de un nuevo entorno organizativo (Componente institucional) y de nuevas formas de Aprendizaje y tutoría (Componente didáctico).

Los lenguajes y contenidos para la formación en comunicación analizados sobre comunicación, también parecen apuntar hacia la tendencia señalada en cuanto a los recursos mediáticos; a pesar de la decidida apuesta que desde dicha oferta formativa se hace por el uso de las TIC, la realidad es que siguen predominando los lenguajes escritos y en menor medida se han incluido el uso de imágenes, o de contenidos digitales. El paradigma del conocimiento basado en el uso de recursos textuales (orales y escritos) y en menor medida audiovisuales, parece resistirse a la transformación hacia un modelo donde los nuevos lenguajes digitales se incorporan definitivamente a los procesos de formación, producción y creación de conocimiento en materia comunicativa.

Estas nuevas propuestas formativas que ofrecen las TIC (semipresenciales, de contenidos digitales, interrelacionales, etc.), como señala Marcelo (2002: 35), deberán incorporar un cambio en la forma de organizar la enseñanza y el aprendizaje, que incidirá tanto en las instituciones educativas, como en el profesorado y el alumnado; ahora bien, ““La simple incorporación de las nuevas tecnologías en las escuelas, no garantiza la efectividad en los resultados alcanzados, en el sentido de que la selección de medios y recursos interactivos y su incorporación en un diseño global de entorno de teleformación, deben estar sustentados sobre la base de una teoría del aprendizaje que los justifique y los delimite.””

5. Referencias Bibliográficas.

Adell, J. (1997). Tendencias en educación en la sociedad de las tecnologías de la información. EDUTEC. Revista Electrónica de Tecnología Educativa, nº 7, nov. 1997, [en línea], disponible en, <http://www.uib.es/depart/gte/revelec7.html>, recuperado el 17 de enero de 2011.

Adrián, M. y Gros Salvat, B. (2004). Estudio sobre el uso de los foros virtuales para favorecer las actividades colaborativas en la enseñanza superior. Revista Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información, Nº. 5, 2004, [en línea], disponible en, http://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_05/n5_art_gros_adrian.htm, recuperado el 14 de enero de 2011.

Blanco-Suárez, S.; De la Fuente-Redondo; y Anguita-Martínez, M. R. (2007). WebQuest y anotaciones semánticas. *Comunicar* 28; 191-196.

Cabero Almenara, J. (2004). Formación del profesorado en TIC. El gran caballo de batalla. *Revista Comunicación y Pedagogía. Tecnologías y Recursos didácticos I*, 27-31, [en línea], disponible en, <http://tecnologiaedu.us.es/cuestionario/bibliovir/jca11.pdf>, recuperado el 18 de diciembre de 2010.

Camero Rodríguez, F. (2004). *Filosofía, teoría y método*. México: Fontarama colección. Ediciones Coyoacán, s.a de c.v. México.

Marcelo García, C. (2002). Los profesores como trabajadores del conocimiento. Certidumbres y desafíos para una formación a lo largo de la vida. *Revista Educar*, nº30; 27-56, [en línea], disponible en, <http://www.raco.cat/index.php/educar/article/viewFile/20762/20602>, recuperado el 17 de diciembre de 2010.

Ávila Ruiz, R.M. y Rico Cano, L. (2004). Los museos virtuales. Nuevos ámbitos para aprender a enseñar el patrimonio histórico-artístico. Una experiencia en la formación de maestros, en Vera M. I. Y Pérez D. *Formación de la ciudadanía: Las TICs y los nuevos problemas*. Alicante: Asociación Universitaria de Profesores de Didáctica de las Ciencias Sociales.

Fandos, M. (2004). *Formación basada en las tecnologías de la información y comunicación: análisis didáctico del proceso de enseñanza-aprendizaje*. Tarragona: Facultad de Ciencias de la Educación. Tesis doctoral.

Gewer Barujel, A. (2005). El uso de weblogs en la docencia. *RELATEC: Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 9-24, [en línea], disponible en, <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1303648&orden=53574&info=link>, recuperado el 3 de febrero de 2011.

Guitert, M.; Romeu, T. y Pérez-Mateo, M. (2007): Competencias TIC y trabajo en equipo en entornos virtuales. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)* 4 (1), [en línea], disponible en, (http://www.uoc.edu/rusc/4/1/dt/esp/guitert_romeu_perez-mateo.pdf), recuperado el 18 de diciembre de 2011.

Imbernón-Muñoz, F.; Silva-García, P. y Guzmán-Valenzuela, C. (2011). Competencias en los procesos de enseñanza-aprendizaje virtual y semipresencial. *Comunicar* 36; 107-114.

Litwin E. (Comp.) (2005): *Tecnologías educativas en tiempos de Internet*. Buenos Aires: Amorrortu editores. 1ª edición, [en línea], disponible en, http://cmapspublic.ihmc.us/rid=1GNWMM0B7-1L1N1LP-P7D/NT_Litwin.pdf, recuperado el 14 de enero de 2011.

Marcelo García, C. (2002). Los profesores como trabajadores del conocimiento. Certidumbres y desafíos para una formación a lo largo de la vida. *Revista Educar* nº 30, pp.27-56.

Marqués Graells, P. (2001). Algunas notas sobre el impacto de las TIC en la universidad. Revista, Educar 28; 83-98. Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Pedagogia Aplicada, [en línea], disponible en, <http://www.raco.cat/index.php/educar/article/view/20744/20584>, recuperado el 12 de febrero de 2011.

Martínez-Sánchez, F. (2003). Tecnología y enseñanza: una relación compleja en el nuevo siglo. Comunicar 21; 15-21.

Ortega Molina, F.D. y Tomeu Hardasmal, A. (2008): Posibilidades educativas del uso de Internet. Notes in computer Sciences and mathematics. Volumen 1. Número 1, [en línea], disponible en, <http://www.deasis.es/articles/Posibilidades%20educativas%20del%20uso%20de%20Internet.pdf>, recuperado el 23 de febrero de 2011.

Pedro, J. (2012). A Collection of Samples for Research in Google: Design and Application of a Sample Selection Method: Results and Problems of Research, GMJ: Mediterranean Edition 7(1), Spring, pp. 29 – 40.
http://globalmedia.emu.edu.tr/images/stories/ALL_ARTICLES/2012/Spring/4._Joan_Pedro.pdf

Salinas, J. (2004). Innovación docente y uso de las TIC en la enseñanza universitaria. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC). UOC. Vol. 1, nº 1, [en línea], disponible en, <http://www.uoc.edu/rusc/dt/esp/salinas1104.pdf>, recuperado el 18 de febrero de 2011.

Salinas, J.; De Benito B.; Moreno J.; Negre F., Pérez A. y Urbina S. (2010). Estrategias didácticas utilizadas en E-learning en los estudios de postgrado: Análisis de estrategias y propuesta de nuevas metodologías. Claves para la investigación en Innovación y calidad educativas. La integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y la

Interculturalidad en las aulas. Università degli Studi Roma Tre. Marcado XML BibTex
Google Scholar.

Sigalés, C. (2004): Formación universitaria y TIC: nuevos usos y nuevos roles. Revista de *Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*, Vol. 1, N° 1, [en línea], disponible en, <http://www.uoc.edu/rusc/dt/esp/sigales0704.pdf>, recuperado el 28 de febrero de 2011.

Silvio, J. (1993) Redes académicas y gestión del conocimiento en América Latina: en busca de la calidad. INFOLAC, v.6, n.1; 3-15, [en línea], disponible en, <http://ess.iesalc.unesco.org.ve/index.php/ess/article/view/194/156>, recuperado el 1 de marzo de 2011.