



Universidad Católica Andrés Bello
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social
Mención: Comunicaciones Publicitarias
Trabajo de Grado

PERFIL PROFESIONAL DEL COMUNICADOR SOCIAL, MENCIÓN AUDIOVISUALES,
SEGÚN LOS AVANCES TECNOLÓGICOS

Autor:

Viviana Alejandra Ruggeri Montesinos

Tutor Académico:

Gianna Patrizia Ruggeri Abouchedid

Caracas, 2011

AGRADECIMIENTOS

A mi sistema nervioso e inmunológico por no colapsar en los momentos de extrema presión.

A Pacho Ruggeri, por ser mi tutora, mi guía y mi compañera de tesis.

A Paola Ruggeri por tener más de “un millón de amigos” tan dispuestos y comprensivos como José Luis Zuleta y Ciro García.

A mis fieles amigas Ana Cristina Sosa y Mariana Barrios por acompañarme, orientarme y socorrerme justo cuando más las necesité.

A mis padres, Mike y Carlota por desear y buscar mis éxitos.

A Roberto, por aguantarse los nervios y por estar siempre ahí.

A Analiticom, por darme espacio y tiempo para lograr mis metas.

Y, por supuesto, a Dios, que me ha sostenido en los momentos difíciles.

ÍNDICE GENERAL

I.	INTRODUCCIÓN	7
II.	MARCO CONCEPTUAL	8
	2.1 El medio audiovisual	8
	2.1.1 Definición	8
	2.1.2 Medios Audiovisuales Convencionales	8
	2.1.2.1 Televisión	9
	2.1.2.2 Radio	9
	2.1.2.3 Cine	9
	2.2 Convergencia Tecnológica	10
	2.2.1 ¿Qué es la convergencia tecnológica?	10
	2.2.2 Digitalización	12
	2.3 Medios Digitales	13
	2.3.1 Televisión Digital	13
	2.3.2 Radio Digital	15
	2.3.3 Cine Digital	16
	2.3.4 Fotografía Digital	17
	2.4 Tecnologías de la Información y la Comunicación y los nuevos medios digitales	18
	2.4.1 Internet	19
	2.4.1.1 Web 2.0	20
	2.4.1.2 Redes Sociales	22
	2.4.1.3 Youtube como un nuevo medio audiovisual	23
III.	MARCO REFERENCIAL	25
	3.1 ¿Qué es un Perfil Profesional?	25
	3.1.1 Tipos de Perfil	26
	3.2 Escuela de Comunicación Social de la UCAB y las TIC	27
	3.2.1 Contenido Curricular de la carrera	29
IV.	MARCO CONTEXTUAL	43
	4.1 Digitalización de los medios audiovisuales	43

V.	MARCO METODOLÒGICO	57
5.1	Formulación del problema	57
5.2	Objetivo General	57
5.3	Objetivos específicos	57
5.4	Delimitación del problema	58
5.5	Justificación del Problema	58
5.6	Modalidad de Investigación	59
5.7	Tipo de Investigación	60
5.8	Diseño de investigación	61
5.9	Sistema de variables	62
5.9.1	Tecnologías de la Información y la Comunicación	62
5.9.2	Nuevos medios y tecnologías digitales	63
5.9.3	Formación tecnológica y universitaria	64
5.10	Operacionalización de variables	65
5.11	Determinación de las unidades de análisis	68
5.11.1	Primera unidad de análisis	69
5.11.2	Segunda unidad de análisis	70
5.11.3	Elección de elementos de muestra	70
5.12	Instrumento	75
5.12.1	Validación y ajuste	79
5.12.2	Cambio del instrumento	80
5.13	Criterio de análisis	82
VI.	PRESENTACIÓN, ANALISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	83
6.1	Presentación de resultados	83
6.2	Análisis y discusión de resultados	125
6.2.1	¿Cuál es el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el área audiovisual según la visión del empleador venezolano?	125
6.2.2	¿Cuál es la relación entre los medios audiovisuales convencionales y los nuevos medios y tecnologías digitales en el campo laboral venezolano?	131

6.2.3	¿Cuáles son las competencias tecnológicas que debe tener el egresado en Comunicación Social mención Artes Audiovisuales según la visión del empleador venezolano?	133
VII.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	138
VIII.	BIBLIOGRAFÍA	144

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 <i>Mención Artes Audiovisuales</i>	42
Tabla N° 2 <i>Cuadro de Operacionalización de variables</i>	65
Tabla N° 3 <i>Matriz de Resultados</i>	83
Tabla N° 4 <i>Cambios empresariales en función a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación</i>	126
Tabla N° 5 <i>Campos en los que se desenvuelve un audiovisualista</i>	127
Tabla N° 6 <i>Tareas del audiovisualista con la llegada de las TIC</i>	128
Tabla N° 7 <i>Áreas del Personal Especializado en las Tecnologías</i>	129
Tabla N° 8 <i>Hacia dónde apuntan el futuro de las empresas en función a las Tecnologías de la Información y la Comunicación</i>	130
Tabla N° 9 <i>Influencia de las nuevas tecnologías en los proyectos audiovisuales</i>	131
Tabla N° 10 <i>Semejanzas y Diferencias entre los proyectos analógicos y digitales</i>	132
Tabla N° 11 <i>Conocimientos tecnológicos exigidos</i>	133
Tabla N° 12 <i>Habilidades prácticas de tecnologías exigidas</i>	134
Tabla N° 13 <i>Influencia del manejo de las tecnologías en la calidad del audiovisualista</i>	135
Tabla N° 14 <i>Fortalezas y Debilidades de los egresados en Comunicación Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB</i>	136
Tabla N° 15 <i>Universidades con mejor preparación según los empleadores y profesionales del campo laboral</i>	137

INTRODUCCIÓN

El cambio tecnológico que ha incorporado el siglo XXI ha afectado a toda la sociedad. Hoy en día resulta cotidiano mantenerse en contacto con nuevos fenómenos como Internet, video juegos, canales de televisión satelital, e incluso dispositivos portátiles con la información de libros, periódicos, y revistas, entre otros. Actualmente los niños pequeños saben dominar estas tecnologías, muchas de las cuales ni siquiera existían 10 años atrás. Se habla de nativos digitales y de multiconectividad.

Cada innovación es un nuevo reto para las empresas y los profesionales. Es evidente que los comunicadores sociales no están exentos de esto. Los competidores luchan en el mercado por adaptarse a cada nuevo cambio que les impone la tecnología. Para los profesionales en el campo de la Comunicación Social, mención audiovisual, la tecnología implica la necesidad de informarse y enfrentarse a fenómenos importantes como la radio digital, la televisión satelital y por cable, así como la competencia o complementariedad con Internet, al tiempo que es importante destacar cómo y de qué manera han evolucionado los medios clásicos como la radio, la televisión y el cine debido a los nuevos beneficios y comodidades que ofrece este nuevo siglo. Todo ello requiere la implementación de estrategias y el conocimiento de novedosas herramientas para incorporarse en estos nuevos cambios. De acuerdo a esto, es obvio que surgen una cantidad de transformaciones en el campo laboral que podrían limitar a aquellos que no están preparados para dominarlos.

Escuchar las necesidades que potenciales empleadores pueden tener relacionadas con este punto, así como evaluar las manifestaciones de estos avances en la producción actual, permite indicar las competencias a las que apuntaría el perfil del comunicador audiovisual y adaptar los diseños curriculares, de ser necesario, haciéndolos más acordes con los nuevos tiempos.

II. MARCO CONCEPTUAL

2.1 *El medio audiovisual*

2.1.1 *Definición*

Se considera importante definir Medios Audiovisuales debido a que parte de esta investigación se refiere a los avances tecnológicos inmersos en estos.

En este sentido, los medios audiovisuales son medios mecánicos o electrónicos de registro, reproducción y difusión de audio o imágenes, separada o conjuntamente, para presentar conocimientos, facilitar su adquisición y, eventualmente, reproducir o modificar determinados comportamientos. (Dieuzeide, 1985; cp. Toledo 1990)

Sólo se expresan las definiciones de los medios, las cuales permitirán más adelante el acercamiento a las diferentes fases de la investigación, incluyendo las entrevistas y el análisis de las mismas.

2.1.2 *Medios Audiovisuales Convencionales*

Se incluyen aquellos medios de transmisión de información o comunicación que han sido considerados como tales desde hace un tiempo relativamente largo. De esta manera se busca orientar la investigación en un marco comparativo.

Se mencionan la televisión, la radio y el cine, considerados tradicionalmente como medios masivos de contenido audiovisual. Las referencias a Televisión y Radio se toman mayormente del libro *Introducción a la tecnología audiovisual: televisión, video y radio* (1991) de José Martínez debido a que ellas integran de manera comprensiva lo relativo a estos medios.

2.1.2.1. *Televisión*: para ubicarnos dentro del concepto se presenta la siguiente perspectiva general: “Entendemos por televisión a la transmisión y recepción a distancia de imágenes en movimiento”. (Martínez, 1991, p.27)

Casetti F y Di Chio F formulan un híbrido entre tecnología y sociedad para referirse a la televisión:

Es un dispositivo tecnológico, productor de información y de espectáculo, una realidad económica e industrial, un instrumento de influencia y de poder, un archivo de formas culturales, una presencia que incide en el ritmo de nuestra vida cotidiana y muchas veces otras cosas más. (Casetti y Di Chio, 1999, p.13)

2.1.2.2. *Radio*: Según José Martínez (1991) la radio nace en el momento que se logra conjugar en un único aparato, la telefonía y la radiotelegrafía sin hilos. Posteriormente con el descubrimiento de las válvulas termoiónicas, se hizo posible la transmisión de voz a largas distancias.

Además, se destaca la noción de Moreno (1996), quien desarrolla que la radio es el medio electrónico con mayor penetración mundial gracias a sus características de accesibilidad, versatilidad y bajo precio de sus aparatos receptores.

La radio se identifica como un medio de amplia flexibilidad e instantaneidad en la transmisión de mensajes. Fue concebida como un sistema de comunicación y al pasar del tiempo, se convirtió en un medio de comunicación. (Martínez, 1991).

2.1.2.3. *Cine*: Se toma la breve descripción sobre el cine expuesta por Inés Röhl Solovioff en su Trabajo de Grado: *Cine y Video: Post-Producción sin Fronteras aplicación de la tecnología digital a procesos tradicionalmente incompatibles* (1993) debido a que facilita la comprensión del cine previo a la innovación digital y sirve para construir una mejor perspectiva comparativa:

El soporte en que se imprimía la imagen cinematográfica era el mismo utilizado para la fotografía estática. Este soporte se constituye por una cinta antes de celuloide y ahora de acetato, sobre la cual se coloca una emulsión de sales de plata (...) Es con este soporte fotoquímico, que pudo ser posible captar imágenes de la vida real. Antes, la única manera de mantener la memoria visual de algo era a través de las artes plásticas: pintura, escultura, dibujo. (Röhl, 1993, p.14)

2.2 *Convergencia Tecnológica*

Así como se definen los medios convencionales, resulta igualmente importante entender el significado de la convergencia tecnológica como fenómeno que se establece a partir de los nuevos avances tecnológicos, entendiendo que estos últimos son las herramientas pero también los conocimientos de reciente data que dispone un oficio, arte o profesión.

2.2.1 *¿Qué es la convergencia tecnológica?*

Es necesario conocer la interacción entre las tecnologías digitales y los medios de comunicación por lo que se define la convergencia tecnológica como:

Un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados...(Salaverría y García, 2008, p.35)

Un concepto más amplio sería que la convergencia tecnológica además es un proceso cultural y transmediático asociado a la dinamización reciente del proceso de globalización (Martínez y Szemzo, 2009)

Por otro lado, Ojeda (s.f.) también define un término muy similar a convergencia tecnológica, él lo llama: Convergencia Digital, y resulta muy útil para efectos de la investigación. Se refiere a la integración completa en un mismo equipamiento o señal tecnológica de transmisión y recepción de contenidos informáticos, audiovisuales

(audio, vídeo, televisión y radio) y de telecomunicaciones como el teléfono, el fax, la videoconferencia o Internet.

Una idea importante, desarrollada a profundidad en la publicación *Convergencia tecnológica y guerra de decibelios* (2000), es que la convergencia tecnológica es un proceso que viene ocupando al sector audiovisual desde hace casi una década, y que consiste en la tendencia de que todos los aparatos tecnológicos que tenemos en casa, en el trabajo y en la calle puedan comunicarse e interactuar entre sí. Es importante reflexionar que para que esta perspectiva positiva se haga realidad, la industria tiene que simplificarse y reunir para el usuario un sinfín de conceptos, aplicaciones y formatos que ahora surgen en agresiva ebullición. La integración de los distintos sistemas es necesaria para que los usuarios tengan acceso a soluciones tecnológicas a su medida. Un término similar es el que se ha venido a llamar la multiconectividad, esto es, la posibilidad del individuo de establecer múltiples y diferentes contactos comunicacionales simultáneamente. Pero la convergencia, tecnológica va más allá de la propia multiconectividad del individuo, como indica Roberto Dromi (2008) al expresar que la convergencia tecnológica implica tanto la posibilidad para el usuario de utilizar en un mismo dispositivo varios servicios (telefonía, TV e Internet), como la capacidad de las diferentes redes de los licenciarios de televisión por cable o de telefonía de soportarlos.

Por otro lado, el mismo autor (2008) hace referencia a un extracto del documento de la Comisión Europea, refiriéndose a la Convergencia Tecnológica, la cual señala que gracias a la tecnología digital los servicios de comunicación tradicionales y nuevos pueden ofrecerse actualmente a través de muchas redes diferentes. De este modo se reafirma la aparente utilidad de la convergencia tecnológica en el sector audiovisual, la cual obliga a comprender cómo los medios se han adaptado o la han hecho suya.

Es importante destacar, en función a la convergencia tecnológica, que según Salaverría y García (2008), esta progresiva transformación de la Internet en un entorno audiovisual, ofreciendo a los usuarios acceso a contenidos multimedia, plantea una

cantidad de decisiones estratégicas que deben tomar las empresas de Comunicación Social como principales empleadores en el sector referido. Los medios cibernéticos están reaccionando ante esta demanda y las producciones multimedia crecen en cantidad y calidad, por lo que es probable que la división estricta entre video, audio y texto tienda a desaparecer conforme el Internet aumente su enorme potencial multimedia. La introducción de videos elaborados por propios medios y de piezas con una sofisticada producción multimedia exige un replanteamiento de las estrategias en este ámbito.

Existe el término de “mediamorfosis” (Fidler, c.p. Jódar, 2010), que define “el cambio producido en los medios de comunicación a causa de un avance tecnológico y unas demandas sociales nuevas”. Es por esto por lo que, Fidler asocia la evolución de estos medios con la evolución de las especies de Darwin “...los nuevos medios aparecen gradualmente por la metamorfosis de los medios antiguos. Cuando emergen nuevas formas de medios de comunicación, las formas antiguas generalmente no mueren, sino que continúan evolucionando y adaptándose” (Jódar, 2010).

En este sentido, la adaptación se da por el soporte que le dan los ‘nuevos medios’ a los ‘viejos medios’, a través de una nueva configuración sobre sus usos, los lenguajes utilizados y los públicos objetivos a los que se dirigen los mensajes.

2.2.2 Digitalización

Para Roberto Dromi (2008) la digitalización se define como la primera causa de la Convergencia Tecnológica, permitiendo la posibilidad de convertir cualquier tipo de información o contenido en un conjunto de datos susceptibles de ser procesados, almacenados y distribuidos digitalmente.

Los objetos susceptibles a ser digitalizados pueden ser: documentos individuales, volúmenes manuscritos o impresos, fotografías (impresas o transparencias) microfilmes o microfichas, video, audio, mapas, dibujos, formatos grandes de papel, trabajos

artísticos, textiles y objetos en tres dimensiones. (Carreras, Munilla y colaboradores, 2005)

En función a los procesos de digitalización, Calvi (2002) en su trabajo *Generación de Capacidad Tecnológica en la industria informativa: El caso del diario PANORAMA* afirma que debido a la naturaleza simbólica de los productos culturales, una vez digitalizado su contenido ya sea: texto, audio, imagen o vídeo, puede ser separado de su soporte digital original (CD, DVD, etc.) bajo la forma de un archivo informático y puesto en circulación a través de los Sistemas P2P en Internet, mediante los cuales se distribuyen, intercambian y reproducen archivos que contienen canciones, discos, vídeos o películas.

2.3 Medios Digitales

Han surgido y vienen surgiendo nuevos medios que son la evolución de los medios utilizados convencionalmente, y que aunque por su desarrollo en tiempos muy recientes se les han denominado como nuevos medios pero que preferimos denominar medios digitales.

2.3.1 Televisión digital

Elías Said Hung (2006) establece la siguiente definición de televisión digital

La televisión digital será entendida como un sistema de televisión mucho más avanzado que el convencional (televisión analógica), la cual tendrá la capacidad de recepción de sonido, textos e imágenes a gran velocidad y con la ventaja de compresión que permitirá el intercambio de los mismos de forma más ágil, sin ocupar un gran espacio en el espectro radioeléctrico. (Hung. 2006. p. 186)

Por otro lado, tomando en cuenta el punto de vista de Dobarro (1998) se entiende que este nuevo sistema de televisión también proporciona el derecho a recibir una información plural, con los niveles de calidad más avanzados que ofrece la transmisión de las señales a través del satélite, el cable o los repetidores terrenales.

Los principales elementos característicos de la televisión digital son:

El mercado de este sistema audiovisual exige una fuerte inversión para la implementación, desarrollo y competitividad en contenidos y servicios ofertados.

La televisión digital implica el aumento considerable de un mayor número de canales y contenidos. (Hung, 2006)

El escenario televisivo digital estará integrado por una variedad de soportes, cuyas capacidades de desarrollo variarán de acuerdo con el tiempo de afianzamiento que han tenido en cada contexto social. Este conjunto de soportes guardarán como elemento común, en mucho de los casos, el comienzo analógico en ellos (caso TV por satélite y por cable).

El proceso de desarrollo involucrado en el asentamiento de la televisión digital ha variado a tal punto que se observa un entorno donde lo analógico luce como islas y lo digital como un gran continente.

El descodificador (necesario para ver las emisiones digitales) y los aparatos de televisión digital con este tipo de recurso técnico, actuarán como uno de los principales protagonistas en este sistema.

Existen tres formas de difusión de la televisión digital: satélite, cable y Televisión Digital Terrestre (TDT):

La televisión por cable proporciona una programación que puede combinar la nacional con la local, aunque su cobertura se adapta mejor a núcleos densos de población. El sistema de televisión por satélite proporciona una programación de ámbito nacional o internacional. En el caso de la Televisión Digital Terrestre es una técnica de difusión de las señales televisivas gracias a la cual, la imagen el sonido y los contenidos interactivos se transforman en información digital” García

Muñoz Joaquín Revista comunicación número 146 “La Televisión Digital: Posibilidades y retos (García, 2009, p. 12)

La Televisión Digital proporciona servicios interactivos de video y datos que no son posibles con la tecnología analógica. Además, ha evolucionado notablemente con respecto a la imagen y la calidad de sonido.

2.3.2 *Radio digital*

La Radio Digital se conoce con las siglas anglosajonas D.A.B. (Digital Audio Broadcasting).

Rodero (1998) se refiere al proceso de grabación de la radio digital de la siguiente forma:

En la técnica de grabación digital se realiza en primer lugar un muestreo de la señal. De esta forma, se la divide en intervalos rigurosamente iguales. A continuación se mide cada intervalo y se convierte en su equivalente binario. Así se obtienen una serie de números binarios que constituyen la traducción perfecta del mensaje original. Esta información numérica se materializa mediante una multitud de alvéolos microscópicos de longitud variable, perforados en una cara del disco digital siguiendo una espiral. La lectura se efectúa por medio de un rayo láser. (Rodero, 1998, Un Nuevo Concepto de Radio).

El proceso digital permite almacenar grandes cantidades de datos. Como la señal digital es informática puede memorizarse y, por tanto, es manipulable.

La señal digital resulta inmune al ruido y a las interferencias e introduce un sistema de corrección de errores en el receptor. Todas estas utilidades son de especial importancia en el medio radiofónico por cuanto permiten agilizar todo el proceso productivo. (Rodero, 1998, Un Nuevo Concepto de Radio).

El desarrollo de la radio interactiva según Cortés (2005) en su artículo *La Radio Digital* supone un proceso de tres fases:

- La actual tecnología disponible;
- La introducción de promociones vía web y dispositivos inalámbricos, junto con reportes de uso en tiempo real y comercio electrónico.
- La presencia de dispositivos inalámbricos interactivos incorporados, que permitan hacer comercio electrónico instantáneo inalámbrico o en Web.

Rodero (1998) expone que el medio radiofónico será tarde o temprano suplantado por el televisual o, sin ir tan lejos, a entender la radio como un servicio complementario de la televisión.

2.3.3 Cine Digital

Campos y Coronel (2001) determinan en su Trabajo de Grado “Propuesta del Cine Digital como Alternativa de Creación y Expresión Audiovisual” un conjunto de conceptos acerca del Cine Digital citando a varios autores inmersos en el área:

Por su parte, para Enrique Lares, director venezolano, el Cine Digital es una técnica avanzada que sirve para hacer películas de una forma mucho más económica que la tradicional. Consiste en grabar las imágenes de la película con una cámara digital, con la cual se reducen los costos, se aumentan las posibilidades estéticas y plásticas del video y luego se realiza una transferencia al formato tradicional o cinematográfico. Lares asegura que esta técnica se realiza en muchas partes del mundo.

Mauricio Sánchez en su artículo “Cine Digital” (2008) sobreentiende el concepto como la captura de imágenes con cámaras de video digital y soporta su visión en el almacenamiento, la distribución y la proyección de las historias. Según este autor, en vez de utilizar cintas de películas, los largometrajes serán archivados por un medio electrónico, como DVD o CD`s, y posteriormente aparecerán una nueva generación de

proyectoras para presentar la imagen en las salas por medio de tecnología de punta óptica y procesamiento de imágenes.

Finalmente, es importante destacar que el Cine Digital concierne a las áreas de producción, distribución y proyección, observándose un gran cambio en estos procesos, convirtiéndolo en un elemento tecnológico de interés para los procesos cinematográficos del presente y futuro. (Botero, s.f.)

2.3.4 *Fotografía Digital*

La fotografía digital consiste en tomar una visión del mundo y transformarla en un número de píxeles determinado (por los megapíxeles), que formarán la imagen digital final. A cada píxel le corresponde un color y un lugar en una imagen. (Fotografía Digital, 2007)

Con el desarrollo de la fotografía digital, el trabajo fotográfico se simplifica enormemente ya que se puede realizar una toma y revisarla instantáneamente, y de esta manera eliminar el paso por el cuarto oscuro al sustituirse las películas por la capacidad de memoria de la cámara digital. La imagen que se captura se almacena, se retoca, se monta a Internet e incluso se imprime, en una continua evolución tecnológica que permite lograr ilimitadas producciones que parten de una misma imagen.

Conocimientos básicos: Las categorías de las cámaras digitales son cámaras de teléfono, apunta y dispara (*point and shoot*), compactos y reflejo de lente singular (*single-lens reflex*), conocidos, popularmente como cámaras de 35 mm (Gazsó, comunicación personal, Febrero, 2010)

La resolución de las cámaras digitales se mide en megapíxeles, o sea, millones de píxeles. El píxel es la parte más pequeña de una imagen computarizada y proviene de *picture element*, en inglés. Más píxeles darán más detalles, lo que también se llama

resolución. La cantidad de píxeles dependerá del tamaño de la ampliación que determinada fotografía requerirá. (Gazsó, comunicación personal, Febrero, 2010)

2.4 Tecnologías de la Información y la Comunicación y Nuevos Medios

El enlace entre cultura y tecnología es de especial interés para el comunicador, en este sentido las TIC, tecnologías de la información y la comunicación, son un conjunto nuevo de herramientas, soportes y canales para el tratamiento y acceso a la información; su característica más visible es su radical carácter innovador y su influencia más notable se establece en el campo tecnológico y cultural, teniendo como punto de confluencia el ordenador. (Alfalla, 2001)

Según lo considera Neüman (1997), la Tecnología de la Información y Comunicación es el resultado de un proceso de aprendizaje y asimilación en el cual la organización internaliza los conocimientos a un nivel que le permite optimizar el desarrollo tecnológico.

Una definición de TIC más relacionada con la producción y los medios audiovisuales es la de Rosario (2005) quien las define como un conjunto de tecnologías que permiten la adquisición, producción, tratamiento, registro, almacenamiento y presentación de informaciones en múltiples formas, como voz, imágenes y datos contenidos en señales que también pueden variar entre acústica, óptica y electromagnética. Ella explica que las TIC incluyen la electrónica como tecnología base que soporta el desarrollo de las telecomunicaciones, lo audiovisual y la informática.

Las nuevas tecnologías, entonces, deben ser conocidas y manejadas en sus diversos ámbitos, tal como menciona Ojeda (s.f.), quien desarrolla que incluye tanto a los equipos o soportes y sus *hardware*, que hacen posible la comunicación vista como un todo, del cual forman parte también todos los tratamientos lógicos, lenguajes técnicos o

de programación (software) para su operación, manejo, utilización, o para todas sus posibles aplicaciones.

2.4.1 Internet

Según la Real Academia Española es la “Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores mediante un protocolo especial de comunicación.

Algunos la llaman "La Red de Redes", y otros "La Autopista de la Información". Nació en EE.UU. hace unos 30 años debido a un proyecto militar llamado ARPANET que pretendía interconectar las computadoras del ejército de EE.UU. Este proyecto gastó mucho dinero y recursos en construir la red de ordenadores más grande en aquella época, progresivamente las empresas y las instituciones fueron adoptando esta estrategia y se creó lo que hoy se conoce como Internet. (Díaz, P 2008).

Internet es entonces la interconexión de redes informáticas que permite la comunicación directa entre sí.

Para Bonilla y Gilles (2001) las nuevas tecnologías de información y comunicación, especialmente la Internet, se caracterizan por una capacidad de expansión sin precedentes en la historia de la humanidad. Pudiendo tomar estas herramientas como parte del crecimiento eficaz del profesional en comunicación social.

Según Vallejo (s.f.), la transformación mundial generada por la Internet explica la gran importancia que ésta representa. Puntualmente el autor indica que desde un punto de vista más amplio, la Web (red de redes) constituye un fenómeno sociocultural de gran importancia, ya que es una nueva manera de entender las comunicaciones que está transformando el mundo. Esta transformación ocurre gracias a la gran cantidad de individuos que acceden a ella, que es la mayor fuente de información que jamás haya

existido en el Mundo y que provoca un inmenso y continuo trasvase de conocimientos entre los mismos individuos que la usan.

El comunicador social como profesional involucrado con la transmisión de contenidos debería saber que la Web (Red en inglés) es esencialmente un sistema técnico diseñado para reproducir y distribuir cualquier tipo de información que sortea toda barrera a su intercambio y a su libre acceso. (Calvi, 2004)

2.4.1.1 Web 2.0:

Cristóbal Cobo y Hugo Pardo (2007) argumentan en su trabajo investigativo que el término Web 2.0 es un fenómeno tecno-social que surge a mediados del 2004, pero no es sino hasta finales del 2006 cuando logra su máximo rango de popularidad, apareciendo en las portadas de los principales medios mundiales.

El investigador irlandés, Tim O' Reilly fue el primero en ponerle nombre a la expresión Web 2.0. En ella se contemplaría el uso de Internet con gran participación de los usuarios, quienes reciben y generan contenido al mismo tiempo.

El éxito de la Web 2.0, aseguran Cobo y Pardo (2007), se debe en gran medida a la aparición de aplicaciones interactivas como: Wikipedia, YouTube, Flickr, Blogger, entre otras; y de la sobreoferta de gran cantidad de herramientas que están diseñadas para captar usuarios que no sólo reciben información sino que a su vez son transformadores de ideas que benefician a la colectividad.

En la llamada Web 1.0 la comunicación se dirigía en una sola vía, es decir, los usuarios ingresaban a un determinado sitio web y tenían a su disposición determinados contenidos multimedia pero sólo podían visualizarlos, simulando una especie de pantalla de vidrio; no existía forma de retroalimentar la información. Por el contrario, en este nuevo modelo de web, la red digital se convierte en una plataforma construida por

los propios usuarios, son ellos quienes participan y complementan abiertamente la información y el contenido.

En esta nueva plataforma web los usuarios tienen diversas opciones disponibles, bien podrían participar de forma tradicional y pasiva visualizando los diferentes contenidos, o por otro lado, podrían interactuar de forma activa, generando y aportando contenidos que automáticamente estarán disponibles y de forma gratuita para otros usuarios.

O' Reilly (2005) comenta que existen siete principios constitutivos de las aplicaciones de la Web 2.0:

- La web como plataforma: que permite que las herramientas y los contenidos estén en la propia web, disponibles para cualquier usuario en el momento que deseen.
- El aprovechamiento de la inteligencia colectiva: ya que el usuario no sólo es espectador, sino que también podría participar, transformar y complementar el contenido como tal.
- La gestión de la base de datos como competencia básica: lo valioso de las aplicaciones que funcionan en este tipo de plataforma tiene que ver con la cantidad de datos que pueden rescatar de sus usuarios, ya que son ellos mismos quienes proporcionan esa información.
- El fin del ciclo de las actualizaciones de versiones del software: las versiones constantemente se están actualizando, se transforman prototipos en versiones beta colocándolas en línea, de forma que las herramientas se mejoran constantemente y sin costos adicionales para el consumidor.
- Los modelos de programación ligera junto a la búsqueda de la simplicidad: se busca evitar las excesivas especificaciones y funciones del *software* empaquetado, pensando en la inclusión del usuario como generador de contenidos.
- El *software* no limitado a un solo dispositivo: los productos de la Web 2.0 no se limitan a las computadoras nada más, también existen una gama de productos de tercera generación que integran las aplicaciones de esta plataforma digital.

- Las experiencias enriquecedoras de los usuarios: al ser creadores de contenido, éstos comparten y nutren a su vez de información relevante a otros que también participan en el proceso.

Cobo y Pardo (2007) afirman que la Web 2.0 no es otra cosa que la actual fase del proceso evolutivo que ha desarrollado Internet, cuya característica principal es el toque social, en el cual cada persona participa por desarrollar contenido que sea útil para una gran masa de usuarios.

Para quienes generan contenidos audiovisuales, todo esto, incluso, puede significar un cambio de paradigma en la comunicación: la interacción con el usuario, la retroalimentación inmediata, hacen de este un receptor-emisor, modificando su rol de receptor pasivo. La comunicación se hace entonces, aún más masiva, o más asequible, pero al mismo tiempo, más personal y personalizada. Los contenidos audiovisuales no solo tienen una nueva plataforma donde van a ser expuestos o transmitidos, la web y sus nuevas funcionalidades en la web 2.0, sino que ésta plataforma puede cambiar el sentido mismo de dichos contenidos. Además del conocimiento del “hardware” y “software” que se mencionaba al principio, es necesario entonces comprender también el proceso mismo que implica el comunicar de una manera diferente.

2.4.1.2 Redes Sociales en la Web 2.0

Marcelo Zamora (2006) comenta que las redes sociales son formas de interacción social, que permiten el intercambio activo entre personas y grupos. Las mismas involucran a conjuntos de usuarios que tienen los mismos pasatiempos, inquietudes y necesidades, y se organizan para potenciar sus recursos.

A través de éstas el emisor puede comunicarse con su audiencia, y la retroalimentación es casi inmediata lo cual destaca un valor agregado de alta calidad.

Chema Martínez (2009) afirma que Marshall McLuhan no se equivocó en su predicción hace varias décadas atrás: “Uno de los futuros aspectos clave de la publicidad es lo hecho a medida”. Las redes sociales actúan como medios multiplicadores de este efecto de manera que se puede establecer una comunicación personalizada con una determinada audiencia, ya que son plataformas de contenido que segmentan a su público de acuerdo a diversas características.

Estas redes de interacción ofrecen a sus usuarios un lugar común para establecer constantemente comunicación, así lo asegura Graciela Marker (s.f.). Facebook, Twitter y Youtube son las redes sociales que actualmente son las más populares.

2.4.1.3 YouTube como un nuevo medio de comunicación audiovisual

¿Qué es YouTube? YouTube, es un sitio web que permite a sus usuarios colocar videos de diversa índole (“subir”), y compartirlo con todas aquellas personas que visitan la página. Fue creado por dos antiguos empleados del sitio web para transacciones monetarias PayPal, Chad Hurley y Steve Chen, y adquirido luego por Google Inc. quienes lo manejan como una filial de la compañía. En el sitio web se pueden “colgar” gratuitamente videos de hasta diez minutos de duración. (Youtube [\[A Brief History of YouTube\]](#) 2010)

Juan Jódar, en su artículo *La Era Digital: Nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales* (2010), establece que la convergencia tecnológica que deviene de la denominada Revolución Digital, constituye un grupo de tecnologías cuyas aplicaciones proporcionan una amplia gama de oportunidades al proceso de la comunicación humana. La cercanía entre Tecnología y Medios de Comunicación de Masas establece, desde su punto de vista, “un nuevo modelo económico, productivo y social que supone la aparición de industrias, perfiles profesionales... hasta ahora desconocidos”. Este nuevo panorama presenta las nuevas posibilidades comunicativas, con sus nuevas fragmentaciones y segmentación de contenidos.

Hoy en día el ancho de banda de las conexiones a internet en múltiples países, ha permitido que la web se haya convertido en una “web audiovisual” (Bartolomé, A. y Willem, C.,2008), esta es la razón del por qué YouTube, es evaluado como un medio alternativo de comunicación de masas.

Durante los pasados años, el sitio web ha cruzado la línea entre ser una página donde los millones de usuarios que integran su comunidad, “cuelgan” todo tipo de videos, a establecer alianzas estratégicas con canales de televisión tradicionales y agencias de noticias, en materia de transmisión de: debates, foros, entrevistas, y hasta campañas en pro de una causa social.

III. MARCO REFERENCIAL

3.1 *¿Qué es un Perfil Profesional?*

El perfil profesional “es el modelo, las características, conocimientos y habilidades que debe poseer un egresado, expresado en un documento en forma de objetivos terminales.” (Caballero, 2000, p. 2) La referencia que se hace en este caso al “documento” es el currículum, teniendo importancia destacarlo en esta investigación por su funcionalidad como guía en la orientación de competencias y especificaciones de la formación académica, práctica y laboral.

Este egresado debe cumplir ciertas funciones que, según Caballero (2000) debe construir una imagen de la profesión en un contexto temporal y espacial, también debe orientar sus objetivos curriculares, servir como referencia para dar valor a la calidad de la formación, y ser la base para la elaboración de clasificadores de cargo.

Por otra parte, el Profesor de la Universidad de Talca, Gustavo Hawes (2005), indica que existen dos lecturas para el concepto de Perfil Profesional siendo la primera el conjunto de rasgos que identifican a un sujeto recién graduado, y la otra hace referencia al desempeño profesional que ha practicado una persona durante cierto tiempo que permitan calificarlo como “profesional experto”.

En cuanto al área de la Comunicación Social, Rosemary Camperos (1998) expone que la convergencia de la computación, las comunicaciones y el contenido, han creado un nuevo subsector productivo dentro del sector de la comunicación.

Esta nueva industria de medios de comunicación ha impulsado la llamada economía digital “(...) y junto a las transformaciones de los mercados correspondientes exige el replanteamiento de los medios masivos o el surgimiento de otros. Esta exigencia

abarca también al comunicador social, quien debe conocer y manejar los nuevos recursos, y debe a su vez, plantearse un nuevo perfil y un nuevo ejercicio profesional.” (Camperos, 1998, p. 72), sabiendo esto, se consideró necesario investigar el Perfil Profesional del comunicador social, mención Artes Audiovisuales, para descubrir los conocimientos y destrezas que debe manejar el egresado en esta nueva era de la tecnología de la información.

3.1.1 Tipos de perfil

Actualmente existe una variedad de perfiles con diferentes denominaciones, Rosamelia Gil (1993) en *Figuras sobresalientes de la comunicación social: un perfil de ejemplaridad de los comunicadores* señala varios tipos, de los cuales se mencionarán los más útiles para el desarrollo de esta investigación:

El Perfil Profesional: alude a las cualidades de eficiencia y eficacia que se espera de todo profesional. Es decir, los conocimientos teóricos y prácticos que debe tener para desempeñarse en su campo de trabajo.

El Perfil Académico: son todas las características, conocimientos y condiciones deseables que se debe obtener de la formación durante la escolaridad formal del individuo. Se enfocará parte de la investigación en la formación universitaria proporcionada por la Escuela de Comunicación Social, mención Artes Audiovisuales.

El Perfil Ocupacional: Determina las tareas específicas de los roles y funciones de desempeño de los cargos, con sus especialidades, ya que es la imagen que representa lo que el egresado de una institución "profesionalizante", estará en capacidad de hacer en el mercado de trabajo. En este trabajo, se investigará de qué manera han cambiado las tareas del que, en adelante, llamaremos para efectos prácticos, el audiovisualista, es decir, el Comunicador Social, mención Artes Audiovisuales.

El Perfil Prospectivo: Determina las características profesionales suficientes y necesarias que deberá tener el individuo para actuar eficazmente frente a las exigencias laborales en el futuro. Y para efecto de esta investigación, es útil, pues se examinarán los aspectos que deben tener los profesionales que demanda el mercado.

3.2 *Escuela de Comunicación Social de la UCAB y las TICs*

Para orientar hacia las competencias de los egresados, es relevante conocer la identidad de esta escuela como pilar en la formación universitaria del estudiante. Inicialmente, la Escuela de Comunicación Social de la UCAB se denominaba Escuela de Periodismo y Técnicas de Difusión y fue fundada el 4 de Octubre de 1961 por su primer Director, el padre Alberto Ancizar.

De León y Gutiérrez (2008) en su Trabajo de Grado Perfil del Egresado de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello indican la Misión, Visión y Objetivos de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB:

Misión:

Generar nuevos conocimientos que no sólo sirvan de base para una docencia creativa a niveles de pre y postgrado, sino que posibiliten la consecución de los propósitos explícitos en su visión, previa asunción de un proceso de actualización de sus estructuras organizacionales y operativas; todo ello orientado a garantizar vigencia y proyección de sus objetivos a través del tiempo. (p. 46)

Visión:

Convertirse en referencia ineludible dentro de todo ámbito generador de conocimientos sobre el fenómeno de la Comunicación Social por su solidez académica, científica, institucional y curricular. (p. 46)

Objetivos: “Formar alumnos con sentido ético, crítico y responsables que consideren principalmente la comunicación social como un servicio” (Píriz, 1992 cp. De León y

Gutierrez 2008 p. 46)

Durante la última reforma curricular de la UCAB que tuvo lugar a partir de 1998, en Venezuela habían apenas cinco Escuelas de Comunicación Social aprobadas por el Consejo Nacional de Universidades del país (CNU): la de la Universidad Central de Venezuela (UCV), Universidad del Zulia (LUZ), Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), Universidad Dr. Rafael Bellosillo Chacín (URBE) y la de la Universidad Bicentennial de Aragua (UBA). Para aquel momento, el conjunto de matrícula de todas las escuelas de comunicación, en el nivel de pregrado, se aproximaba a los cinco mil alumnos (Aguirre y Bisbal, 2008)

Según el Profesor Carlos Ramírez (Profesor de Comunicación Social en la UCAB, conversación personal, 4 de abril, 2011) el último cambio de pensum en la mención de Artes Audiovisuales se empezó a implementar en el año 1998 y el 7 Julio del 2003 se graduó la primera promoción.

Un cambio tecnológico que realmente se sintió en la escuela de Comunicación Social, y más aún en la mención, fue el cambio de formatos analógicos a Digitales (de UMATICO tres cuartos de pulgadas a Mini DV o DVC). El criterio o requisito importante que se tomó en cuenta fue que el formato debía ser compatible con los equipos que tienen los alumnos en sus casas. En el mercado consumer esta tecnología había pegado (Ramírez, conversación personal, 18 de mayo, 2010)

En el caso específico de la UCAB, el egresado de Comunicación Social tiene un perfil general para las tres menciones (Periodismo, Artes Audiovisuales y Comunicaciones Publicitarias), en efecto, la institución tiene la finalidad de formar profesionales que posean un enfoque integral y holístico de todo el fenómeno comunicacional. El comunicador de la UCAB está capacitado para desarrollar competencias hacia la autosuperación y la adaptación a las características cambiantes de todos los medios informativos. (Martínez y Szemzo, 2009)

Aún así se señala una visión más específica de las características que deben considerarse de un egresado en Artes Audiovisuales de la UCAB. La escuela de Comunicación Social proporciona a través de su página web la siguiente información:

El egresado de la mención de Artes Audiovisuales es un creador e investigador de discursos audiovisuales con capacidad para comprender y analizar textos de diversa naturaleza y transformaciones en códigos audiovisuales, así como de analizarlos y evaluar sus posibles efectos. Se capacita en la producción, dirección y realización de mensajes para los diferentes medios de comunicación social desde la perspectiva multicultural. (UCAB, 2010, para. 6)

Puntualizando aún más en el perfil del comunicador social, y para ahondar mejor en el tema de estudio, es pertinente conocer el planteamiento del profesor Píriz (1992) publicado en la revista Temas de la Comunicación (Nº 1)

El egresado de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello deberá ser un Licenciado con una sólida formación humanística y ética, que posea los conocimientos académicos (teóricos y prácticos) que le permitan desenvolverse con versatilidad y soltura en la aplicación de las distintas técnicas de Comunicación Social, independientemente de la especialidad elegida para su ejercicio profesional (p. 82)

3.2.1 Contenido curricular de la carrera

Para entender de qué manera se relaciona la carrera de Comunicación Social, mención Audiovisuales, con las TIC, y tomando en cuenta la orientación hacia las competencias contenidas en el perfil profesional del egresado, resulta pertinente hacer un breve recorrido por el contenido curricular de la carrera.

Para el siguiente desarrollo se tomó en cuenta las Sinopsis Programáticas de las Materias proporcionadas por la Escuela de Comunicación Social y se hace una evaluación de las líneas de investigación detectadas en el pensum de la carrera y de la

mención Artes Audiovisuales. La evaluación indicó 12 grandes temas (que se identificarán a continuación con letras mayúsculas).

A. Redacción y Ortografía: Prepara al estudiante en la estructuración correcta de la lengua española.

-Morfosintaxis: Proporciona al estudiante los conocimientos básicos sobre morfología y sintaxis.

-Redacción I: Se busca orientar a los estudiantes en la utilización correcta del lenguaje escrito y oral, al mismo tiempo que se introduce en el manejo de los estilos literarios.

-Redacción II: Se prepara al estudiante en el manejo de la expresión oral y escrita para que pueda desempeñarse profesionalmente con dominio la lengua española.

-Redacción para los medios: Capacita al estudiante en el uso del lenguaje propio de los distintos medios audiovisuales, periodísticos y publicitarios.

B. Metodología de la Investigación: Proporciona conocimientos en la composición de los trabajos investigativos.

-Metodología I: Se provee al estudiante una visión general de la investigación organizada y metódica.

-Metodología II: Se dan a conocer las herramientas metodológicas para formular investigaciones cuantitativas relacionadas con el ámbito de la Comunicación Social.

-Metodología III: Se dan a conocer las herramientas metodológicas para desarrollar investigaciones cualitativas relacionadas con el ámbito de la Comunicación Social.

-Estadística I: Se suministran las herramientas prácticas para la recolección, presentación e interpretación de información cuantitativa, así como desarrollar habilidades en el manejo de paquetes estadísticos orientados hacia la investigación en el campo de la comunicación.

-Estadística II: Suministra al alumno herramientas prácticas basadas en el concepto de probabilidad para el apoyo de proyectos investigativos en el área de la comunicación.

-Investigación Audiovisual: Su finalidad es analizar y aplicar las estrategias y técnicas científicas más adecuadas para la evaluación de los mensajes audiovisuales.

-Trabajo de Grado I: Se asesora al estudiante en la fase inicial de desarrollo de su Trabajo de Grado (Marco teórico y Referencial).

-Trabajo de Grado II: Proporciona la ayuda necesaria al estudiante para finalizar adecuadamente las conclusiones, la redacción del manuscrito y la preparación de la defensa de su Trabajo de Grado.

C. Ciencias Económicas y Sociales: Contienen el estudio sobre comportamiento social y los conocimientos prácticos y teóricos sobre economía que requiere un comunicador.

-Principios de Economía: Su finalidad es el análisis de los conceptos básicos de la ciencia económica para comprender el nivel de influencia de las distintas variables que condicionan la economía de un país.

-Medios de la Comunicación Social y Economía: Contiene los costos y beneficios económicos en la operación de los distintos medios de la Comunicación Social, así como de los esquemas de propiedad y control sobre ellos.

-Psicología General: Comprende el análisis de los procesos psicológicos básicos y sus implicaciones en la interacción y comunicación social.

-Psicología Social: Analiza y explica la relación del individuo ante distintas situaciones sociales, a partir de factores culturales y de acciones de terceros.

-Estudio del Hombre: Proporciona el reconocimiento y la comprensión de los principales problemas relacionados con la existencia del hombre y los principales retos que éste debe enfrentar en la sociedad contemporánea.

-Sociología General: Suministra al estudiante una base conceptual para la comprensión de la realidad desde el punto de vista sociológico.

-Sociología Política: Busca la adquisición de una visión general de la dimensión política de la vida social, así como de los procesos de consolidación y transformación de las relaciones de poder que existen en la sociedad.

-Teorías Sociales de la Comunicación: Suministra conceptos sociológicos para diagnosticar procesos de la comunicación colectiva.

-Sociología de la Comunicación en América Latina: Da a conocer la evolución del pensamiento comunicológico latinoamericano hasta el momento actual, así como sus posibles contribuciones a la comprensión de los procesos de comunicación de masas dentro y fuera del continente.

D. Literatura: Desarrolla la comprensión y la capacidad literaria del alumno y establece su influencia y conexión con la comunicación como proceso.

-Literatura y Comunicación I: Contiene el análisis de vínculos existentes entre la literatura y la comunicación audiovisual.

-Literatura y Comunicación II: Ayuda al estudiante a analizar los vínculos existentes entre los géneros literarios de la narrativa y el ensayo y expresiones de la comunicación.

E. Idiomas: Estudios para el dominio de una segunda lengua.

-Inglés I: Se busca desarrollar la lectura y escritura del inglés.

-Inglés II: Ayuda al estudiante a desarrollar la capacidad de analizar las lecturas ejemplares y textos originales en inglés.

-Inglés III: Busca el desarrollo de la destreza oral del estudiante en idioma inglés.

-Inglés IV: El estudiante debe desarrollar las destrezas de redacción en inglés necesarias para producir textos narrativos y descriptivos a un nivel pre-intermedio, así como documentos propios del inglés comercial.

F. Procesos comunicacionales: ofrece una comprensión amplia sobre los aspectos que conforman la comunicación entendida como proceso.

- Teoría de la Argumentación: Proporciona el reconocimiento y la comprensión de los problemas fundamentales relacionados con la retórica y la argumentación, vinculados al campo de la comunicación generalizada.
- Introducción a la comunicación: Ofrece los conceptos fundamentales para la comprensión del ámbito de las comunicaciones en sus diferentes campos de ejercicio profesional y de investigación.
- Teorías de la Comunicación: Ofrece conocimientos básicos sobre los componentes y procesos comunicativos y da a conocer los modelos clásicos y actuales utilizados en las ciencias de la comunicación para difundir la información.
- Teorías de la imagen: Aborda los métodos de estudios así como al teoría para el estudio de la imagen.
- Teorías de la Opinión Pública: Contiene el proceso de formación y cambio de la opinión pública desde las perspectivas sociológica, psicológica y comunicacional.
- Semiótica: Busca comprender y analizar los mensajes a partir de sus unidades esenciales, su estructura y carácter cultural.
- Periodismo I: Ubica al estudiantes en el contexto social que abarca la información periodística y cultural del país dentro de los medios masivos de información, así como orienta en la aplicación y el conocimiento de las herramientas para la redacción de noticias y reseñas como géneros periodísticos.
- Artes Audiovisuales: Brinda el análisis de las características y el lenguaje de los medios audiovisuales: cine, radio, fotografía y televisión.
- Comunicaciones Publicitarias: Desarrolla una visión integral de la publicidad y las relaciones públicas como procesos comunicacionales de apoyo a las estrategias de mercado.
- Historia y teorías del cine: Proporciona un conocimiento global de la historia del cine, puntualizando en las escuelas que contribuyeron a su desarrollo y evolución.

-Documental: Centra su contenido en la producción documental y sus diversas escuelas y tendencias.

F. Formación General: Información relevante para el desenvolvimiento integral del comunicador social.

-Movimientos Artísticos: Dar a conocer y analizar los principales movimientos artísticos de los siglos XIX y XX y sus vinculaciones con los medios de comunicación al mismo tiempo que se busca el reconocimiento de la obra de arte como un medio de comunicación, portadora de un mensaje..

-Ética profesional: Se abre la posibilidad de discernir las implicaciones éticas del comunicador social dentro de la realidad venezolana.

G. Historia: Ofrece una formación relacionada a los acontecimientos históricos de mayor relevancia para el comunicador social.

-Historia de la Cultura I: Se estudia la historia de la Edad Antigua y la edad media orientando el contenido hacia el aspecto cultural de la misma, comprendiendo así la formación de la cultura occidental y su incidencia en la sociedad actual

-Historia de la Cultura II: Se estudia la historia de la Edad Moderna y parte de la Edad Contemporánea orientando el contenido hacia el aspecto cultural de la misma, comprendiendo así la formación de la cultura occidental y su incidencia en la sociedad actual

-Historia de la Cultura III: Se estudia la historia Contemporánea orientando el contenido hacia el aspecto cultural de la misma, comprendiendo así la formación de la cultura occidental y su incidencia en la sociedad actual.

-Historia de Venezuela I: Permite analizar el proceso histórico venezolano (1795-1935), a través del estudio de las ideas políticas, económicas, sociales y culturales.

-Historia de Venezuela II: Proporciona el análisis de las principales características del proceso histórico venezolano desde 1936 hasta hoy,

estudiando los cambios políticos económicos, sociales y culturales más relevantes.

H. Desarrollo y dramática: Contiene comprensiones básicas teatrales y desarrollo de habilidades para la correcta expresión oral.

-Comunicación Oral: Orienta al estudiante hacia la comprensión del proceso oral de la comunicación a través de ejercicios prácticos y teóricos.

-Artes Escénicas: Guía en el análisis de las formas de expresión escénica, así como la principal potencia del hombre para la creación de nuevas instancias culturales y sociales en el ámbito de la comunicación social.

I. Gerencia y Liderazgo: Considera lo relativo a la gestión de asuntos de interés comunicacional.

-Mercadotecnia: Brinda al estudiante conocimientos teóricos y prácticos que permitan comprender los procesos del sistema de mercadeo moderno, al mismo tiempo que lo ayuda a establecer el papel que cumple el comunicador social en el diseño, desarrollo y seguimiento de planes de mercadeo.

-Gerencia de Proyectos Comunicacionales: Desarrolla las habilidades en la formulación, implementación y evaluación de proyectos en el área comunicacional.

-Diseño de producción audiovisual: analiza los procesos de planificación y gerencia para realizar proyectos audiovisuales.

-Gerencia de empresas de comunicación: Se estimula al estudiante a aplicar los conocimientos ya adquiridos en ciencias administrativas modernas.

-Políticas Comunicacionales: Proporciona el análisis de las estructuras y los procesos que toda organización adopta para garantizar una comunicación constante.

J. Conocimientos legales aplicados a la comunicación: Leyes venezolanas orientadas hacia la práctica profesional del comunicador

-Régimen Jurídico I: Constituye el régimen jurídico de de la actividad profesional y los medios de Comunicación Social.

-Régimen Jurídico: Profundiza en el conocimiento y análisis del régimen jurídico general de la actividad profesional del comunicador social y de los medios de comunicación social.

H. Formación Técnica: materias que brindan herramientas para crear un mensaje a través de la comprensión técnica.

-Artes Gráficas: Se orienta hacia la comprensión evolutiva en la presentación del mensaje en la sociedad actual, también se enfoca en el manejo del lenguaje y conceptos básicos en el arte de imprimir y de la abstracción espacial de contenidos en función a las nuevas tendencias estéticas y tecnológicas. Por último, desarrolla habilidades en el estudiante para elaborar “artes finales” de publicaciones y materiales impresos. La materia Artes Gráficas, está ampliamente relacionada con el Diseño Gráfico, motivo por el cual es necesario el contacto con equipos tecnológicos y programas informáticos, lo que podría traducirse como una introducción al medio tecnológico dándole una utilidad comunicacional.

-Televisión: Ofrece el diseño de programas televisivos utilizando los recursos técnicos y expresivos del medio.

-Televisión II: Produce, dirige y analiza los proyectos para televisión.

-Fotografía: Da a conocer la imagen como aspecto creativo y comunicacional al mismo tiempo que aplica los procesos y herramientas fundamentales par a la producción de la imagen fija.

-Videografía: Centra su temática en la comprensión de la evolución de los medios audiovisuales, puntualmente video, desde un punto de vista tecnológico y

creativo. También aplica los procesos tecnológicos de registro y manipulación del video y sus posibilidades comunicacionales y artísticas.

-Guión Argumental: Se basa en la producción de guiones argumentales para los medios audiovisuales

-Cine I: Busca realizar la pre-producción de un proyecto cinematográfico de cortometraje.

-Cine II: Orienta a la producción y post-producción de un proyecto cinematográfico.

-Radio I: Diseña y produce programas radiofónicos utilizando los recursos técnicos y expresivos del medio

-Radio II: Pone en funcionamiento los elementos y recursos que le permiten a la radio ser exitosa desde el punto de vista económico y social.

I. TIC: Materias relacionadas al conocimiento y uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación

-Informática I: Orienta al desarrollo de habilidades en el uso de herramientas informáticas para la aplicación en su desempeño profesional en el marco de las tecnologías en información y comunicación. Se proporciona principalmente información sobre tecnologías analógicas y digitales, digitalización de la información, y edición. Suministra los conocimientos básicos en el área tecnológica que son de interés para el comunicador

-Informática II: Se inserta en el manejo de las herramientas informáticas para su aplicación en el marco de las TIC, bajo una perspectiva multimediática y de interactividad. Esta materia, a diferencia de la primera, centra su atención en el uso de las tecnologías para crear interactividad con los usuarios a través de páginas webs, diseño de contenido web y multimedia, principalmente.

-Realización Multimedia: Se desarrollan iniciativas audiovisuales que utilicen aplicaciones multimedia.

J. Electivas

- Comunicación Cultural: Contiene el análisis y adiestramiento en el uso de los recursos expresivos del lenguaje entendidos en forma literaria para aplicarlos a las formas de la comunicación.
- Textos Literarios: Analiza los valores conceptuales del texto escrito y su transposición a los diversos lenguajes inherentes a la comunicación social.
- Mercadeo Social: Contiene los conceptos y conocimientos teóricos y prácticos en el campo del mercadeo social para poder desarrollar una campaña.
- Sociología de la Comunicación Visual: Contiene las variables que intervienen en el ordenamiento social de los elementos visuales contenidos en los procesos de comunicación.
- Periodismo Internacional: Estimula el ejercicio periodístico en el área internacional.
- El arte de Alfred Hitchcock: Recorrido teórico del cine de Alfred Hitchcock.
- Escritura de Telenovelas: Suministra conocimientos para la escritura de telenovelas.
- Técnicas de Creatividad: Genera la aplicación de técnicas creativas en el ambiente comunicacional.
- Medios, Mitos y Valores: Conformar la relación entre los medios audiovisuales y la moral contemporánea.
- Educomunicación y Comunidad: Centra su contenido en el campo de la educomunicación como alternativa de creación y ejercicio profesional del comunicador en el contexto actual de desarrollo regional y nacional.
- Comprensión de la Realidad Nacional y Contemporánea: Diferencia las principales áreas temáticas referidas a la realidad social contemporánea y establece los problemas fundamentales que afectan a la sociedad venezolana.
- Periodismo DDHH y la Libertad de Expresión: Centra su contenido en el tema de los derechos humanos y la libertad de expresión en la vida política y periodística del país.

- Las grandes revoluciones del siglo XX: Se trata de un estudio sociológico sobre las revoluciones a fin de establecer los patrones constantes en su evolución.
- Cine Utópico y Teoría Social: Contiene en su programa el papel del cine utópico como elemento de crítica social.
- Dirección Actoral: Estudia la teoría y práctica de la actuación para lograr el manejo del talento en la producción audiovisual.
- Dirección de Fotografía para cine: Se orienta al conocimiento y aplicación de la estética y la técnica de fotografía en cine.
- Finanzas para no financieros: Se desarrolla una visión sobre los conceptos e instrumentos de contabilidad y finanzas necesarios para la gestión de una empresa.
- La Crítica Cinematográfica: Su programación busca el análisis de producciones cinematográficas mediante el estudio y aplicación de herramientas fílmicas.
- La Sala de Redacción: Da a conocer y las herramientas necesarias para el trabajo diario en una sala de redacción.
- Periodismo Deportivo: Proporciona los conocimientos para ejercer el periodismo deportivo.
- Periodismo Político: Se orienta al estudiante para que adquiera habilidades y conocimientos para identificar ángulos noticiosos en los procesos políticos, así como en el desarrollo del análisis e interpretación noticiosa.
- Producción de Audiovisuales de bajo presupuesto: Se asesora al estudiante para que conozca y aplique métodos para producir piezas audiovisuales con bajo presupuesto.
- Periodismo de Precisión: Pretende formar al estudiante en el manejo e interpretación de datos numéricos y conceptos estadísticos presentes en el acontecer noticioso, característicos del periodismo de precisión.
- Mercadeo Electrónico: Busca la comprensión y el análisis de los conceptos e instrumentos claves de la comunicación en línea como elementos de apoyo al mercadeo.

El profesor Carlos Ramírez del departamento de Artes Audiovisuales de la UCAB señala la inclusión de la Radio Online para enriquecer a los alumnos en el conocimiento de las nuevas tendencias del medio, lo cual indica que los profesores han tenido la iniciativa de incluir temas y actividades relacionadas con las TIC para mantener actualizados a sus estudiantes. (Ramírez, conversación personal, 18 de mayo, 2010)

Tomando en cuenta este breve recorrido curricular, se puede considerar al egresado en Comunicación Social mención Audiovisuales, como un profesional preparado para enfrentar a estas tecnologías, de hecho, durante la mención, gran parte de las materias le ofrecen los conocimientos para comprender el proceso global de generar contenido a través de las tecnologías y sus respectivos medios. Se detectó una línea dedicada a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, en la que se incluye Informática (I y II) pero también la materia Realización multimedia, que es un esfuerzo directo para proveer de conocimientos al estudiante sobre los nuevos medios y la manera de producir contenidos para ellos.

Las materias que se han denominado como de "Formación técnica", esto es Cine, Televisión, Radio ofrecen una amplia visión de estos medios y las herramientas necesarias para expresarse a través de ellos. Los cambios o evolución en ellos deberían generar de manera casi automática una transformación en el enfoque práctico de dichas materias, pero la renovación de equipos en una Universidad tiene unos tiempos que suele estar a la saga de las exigencias del mercado. De ahí, que la carrera no profundiza completamente en el manejo práctico de estas nuevas tecnologías.

"Lo que nosotros le ofrecemos al estudiante de Comunicación Social mención Artes Audiovisuales es la introducción en el manejo de estos equipos programas y soportes, pero no profundizamos en esos conocimientos y no creo que ninguna universidad esté en la capacidad de hacerlo". (Martínez, conversación personal, 4 de abril, 2011).

"No cumple completamente, (con el manejo técnico de equipos n.d.r.) es decir está preparado para enfrentarla pero no está absolutamente preparado para el manejo de

ellas. Es una situación natural, porque no creo que alguna universidad ofrezca Comunicación Social que pueda especificar en el manejo de estos". (Ramírez, conversación personal, 4 de abril, 2011).

A continuación, se muestra la disposición semestral de las materias anteriormente descritas:

Mención ARTES AUDIOVISUALES

Tabla Nª1

Ciclo Básico						Ciclo Profesional			
SEMESTRE I	SEMESTRE II	SEMESTRE III	SEMESTRE IV	SEMESTRE V	SEMESTRE VI	SEMESTRE VII	SEMESTRE VIII	SEMESTRE IX	SEMESTRE X
Morfosintaxis (2 uc)	Redacción I (3 uc)	Redacción II (3 uc)	Literatura y Comunicación I (2 uc)	Literatura y Comunicación II (2 uc)	Periodismo I (2 uc)	Fotografía (3 uc)	Investigación Audiovisual (3 uc)	Trabajos de Grado I (2 uc)	Trabajos de Grado II (2 uc)
Comunicación Oral (2 uc)	Artes Gráficas (3 uc)	Psicología General (2 uc)	Psicología Social (2 uc)	Artes Escénicas (4 uc)	Artes Audiovisuales (3 uc)	Videografía (2 uc)	Historia y Teorías del Cine (2 uc)	Cine I (3 uc)	Cine II (3 uc)
Historia de la Cultura I (3 uc)	Historia de la Cultura II (3 uc)	Historia de la Cultura III (3 uc)	Historia de Venezuela I (3 uc)	Historia de Venezuela II (3 uc)	Comunicaciones Publicitarias (2 uc)	Televisión I (3 uc)	Televisión II (3 uc)	Régimen Jurídico I (2 uc)	Régimen Jurídico II (2 uc)
Teoría de la Argumentación (3 uc)	Estudio del Hombre (3 uc)	Semiótica (3 uc)	Redacción para los Medios (3 uc)	Mercadotecnia (3 uc)	Teorías de la Imagen (3 uc)	Radio I (2 uc)	Radio II (2 uc)	Realización Multimedia (2 uc)	Gerencia de Empresas (2 uc)
Introducción a la Comunicación (3 uc)	Teorías de la Comunicación (3 uc)	Sociología General (3 uc)	Sociología Política (3 uc)	Teorías Sociales de la Comunicación (4 uc)	Sociología de la Comunicación en Amer. Latina (2 uc)	Guión Argumental (3 uc)	Diseño de Producción Audiovisual (3 uc)	Documental (3 uc)	Políticas Comunicacionales (3 uc)
Metodología I (2 uc)	Estadística I (3 uc)	Metodología II (3 uc)	Estadística II (3 uc)	Metodología III (3 uc)	Teorías de la Opinión Pública (3 uc)	Ética Profesional (2 uc)	Electiva 1 (2 uc)	Electiva 2 (2 uc)	Electiva 3 (2 uc)
Movimientos Artísticos (3 uc)	Principios de Economía (3 uc)	Medios de CS y Economía (3 uc)	Informática I (3 uc)	Informática II (3 uc)	Gerencia de Proyectos Comunicacionales (2 uc)	Inglés I (3 uc)	Inglés II (3 uc)	Inglés III (3 uc)	Inglés IV (3 uc)
18 UC	21 UC	20 UC	19 UC	22 UC	17 UC	18 uc	18 uc	17 uc	17 uc
								Total créditos	187 uc

Aprobado por Consejo Universitario: Julio 09

Las materias en color gris son materias TEÓRICAS, las restantes TEÓRICO PRÁCTICAS

IV. MARCO CONTEXTUAL

Las herramientas analógicas se han visto reemplazadas por las nuevas tecnologías digitales, las cuales están abarcando la mayoría de las áreas profesionales de los medios de comunicación. Al mismo tiempo, esta digitalización ha contribuido a la masificación de la información, dándole oportunidad a las personas de consumir cada vez más los contenidos que transitan por los medios de comunicación

De ahí que pueda hablarse de medios tradicionales y su contraparte digital, es decir, cine, televisión, radio digital.

Por otra parte, además de la digitalización de los medios audiovisuales, tenemos la expansión del Internet como nueva herramienta o soporte comunicacional: medios no audiovisuales deben utilizar recursos que sí lo son (Prensa digital, etc.). Los medios, se ven obligados a convertirse en multimedia (radiodifusoras tradicionales tienen páginas web, en las que publican fotografías y videos de los programas). Incluso, la Internet con la inclusión de nuevos tipos de páginas web, redes sociales y otros elementos, ha generado nuevos medios audiovisuales, no previstos en el diseño del pensum de los comunicadores.

4.1 Digitalización de los medios audiovisuales

La Sociedad agraria y la Sociedad Industrial fueron reemplazadas por el nuevo tipo de sociedad conocido como la Sociedad de la Información, donde apareció un nuevo término: la convergencia digital de los medios y tecnologías de información y comunicación (TIC), cuya característica más sobresaliente es que gracias a las TIC más personas logran manejar mayor cantidad de contenidos e información.

“Los medios audiovisuales se han asociado estratégicamente con empresas de telecomunicaciones, o viceversa, con objeto de lanzar

servicios digitales o canales de televisión interactiva. De este modo, la convergencia digital tiende a configurar un paisaje mediático en donde los medios tradicionales, antes competidores, son ahora aliados.” (Salaverría y García, 2008, p. 36)

En función a esto, parece indispensable que el comunicador del siglo XXI se adapte a las nuevas exigencias que le impone la tecnología, considerando prácticamente necesario el conocimiento y manejo de las nuevas herramientas que facilitan o aportan beneficios a las empresas.

La computadora, el móvil, las minicámaras digitales y el correo se han convertido en los nuevos instrumentos para hacer radio y televisión. Algunos profesionales alertan sobre la tentación de "dejarse llevar por la tecnología", ante lo que plantean el análisis de los futuros usos sociales de los "nuevos" y "viejos" medios, su funcionalidad y sus posibilidades de desarrollo (Toral, 2001): "La sacralización de la tecnología acabará por encontrar sus justos términos y el profesional deberá ser dueño de la técnica y no esclavo de la misma" (Pérez, 2001, cp. López, 2001, para. 72)

Consecuencia de este contexto comunicacional al que se enfrenta la sociedad, surgen nuevas necesidades por tener y conocer. Los consumidores son más exigentes en “tener” más programación, nuevos contenidos, más imaginación, más creatividad y más inmediatez, mientras que los profesionales se impulsan a “conocer” y desarrollar ideas más creativas e innovadoras que resalten en esta nueva era tan competitiva, combinándolo con el uso de las TIC.

La convergencia digital trae consigo el acercamiento de la radio y la televisión digital con las telecomunicaciones. “Las claves para no perder audiencia pueden estar en los factores cercanía, rapidez e interactividad. El profesional de los medios no puede conformarse con la tradicional misión de acompañamiento, información, entretenimiento...” (López, 2001, para. 57)

Gracias a la convergencia digital, se están produciendo cambios estructurales en los medios audiovisuales, los cuales han transformado intensamente sus procesos convencionales.

(...) y en tanto que desarrollo tecnológico de la sociedad contemporánea, esta convergencia digital, merece especial interés poder conocer y analizar todas las consecuencias sociales, económicas, políticas o culturales que se producirán con la transformación digital de los actuales soportes analógicos, los cuales deberán desaparecer jurídica y tecnológicamente en los países industrialmente avanzados en el año 2012. (Ojeda, s.f., para.110)

Los profesionales que trabajan en los medios de comunicación poco a poco se van transformando en virtud de las tendencias que les marcan las tecnologías, desde la creación de la información hasta la producción de los contenidos.

“La convergencia digital representa no sólo un progreso formidable en el campo de la información y de las comunicaciones, sino un instrumento fundamental para acceder de una manera directa, uniforme e interactiva a múltiples contenidos informativos y a diversos servicios agregados complementarios que los acompañan.” (Ojeda, s.f., para.130)

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación permiten la interacción de las personas con la información, abriéndoles posibilidad a la participación con los medios. Es así como se deja atrás el receptor pasivo.

La digitalización de los medios y las TIC ha generado cambios tan apresurados en el ámbito comunicacional que parece indispensable diagnosticar sobre la situación actual de las tecnologías para estar en conocimiento sobre “lo que viene” con el fin de estar preparado como profesional y como usuario.

En relación a la televisión, por ser el primer escalón de la industria audiovisual está llamada a desempeñar un papel fundamental dentro de una de las principales posibilidades que presenta la tecnología digital, que es necesidad de nuevos contenidos que sean capaces de completar la nueva oferta.

La televisión, cumpliendo con su papel estelar dentro de los medios audiovisuales, es la que presenta la mayor cantidad de cambios y procesos acelerados impuestos por las innovaciones tecnológicas.

Para situarse en los cambios de la televisión interactiva debe inicialmente conocerse las primeras etapas o usos de la televisión por cable y satelital planteadas, en este caso, por Gerardo Ojeda, debido a que son la plataforma de cambios dentro de la televisión digital:

En una primera etapa, se utilizó al cable o el satélite para redistribuir las señales de una televisión terrestre que no llegaba a todos sus receptores, en zonas rurales o urbanas, altamente pobladas, y debido a cuestiones de extensión territorial, condiciones orográficas o perturbaciones climáticas. En una segunda etapa, se utilizó para mejorar la calidad de la recepción, y luego para aumentar el número de programas o canales disponibles mediante la teledistribución de variadas señales televisivas o emisiones videográficas traídas de otros países. (Ojeda, s.f. para.110)

Actualmente, algunos países subdesarrollados como es el caso de Venezuela, aún tienen poblaciones rurales donde se dificulta la distribución de señales de la televisión terrestre, por lo que las personas han optado por adquirir el servicio de televisión satelital, ocasionando el acceso de este nuevo medio a todas las clases socio-económicas.

El mismo autor hace un recorrido general por las tres grandes transformaciones tecnológicas de la televisión por cable:

(...) la primera, a través de las antenas colectivas de inmuebles o pequeñas localidades donde, por medio de una pequeña red cableada, se podían ofrecer a sus pocos habitantes de dos a tres canales; la segunda, con el uso del cable coaxial capaz de ofrecer en sus inicios entre cuatro y doce canales y, mucho tiempo después, entre veinte y cuarenta. La tercera y última fase, es la que actualmente vive la televisión por cable, con el uso de la fibra óptica como sustituto o complemento del cable de cobre coaxial -para transportar cientos de señales televisivas o de vídeo. (Ojeda, s.f., para.112)

Así surge la gran variedad de canales y servicios que ofrecen actualmente las compañías de televisión por cable y satelital, lo que da apertura a la demanda de contenidos y la necesidad de competir en un mercado cada vez más heterogéneo. No obstante, la variedad de canales es sólo una parte de los beneficios que ofrece, también hay que darle crédito a la alta calidad de imagen y audio, los nuevos formatos en alta definición (High Definition HD), las versiones multilingües, entre otros.

Por otra parte, como señala García (2009) en *La televisión digital: posibilidades y retos* explica la llegada que la televisión digital supone como principal innovación del concepto de la interactividad con un medio que se consideraba pasivo. Esta novedad producirá un efecto directo en la producción y en el aspecto económico, que por la interactividad llevará a un aumento de la demanda en el contexto de la convergencia entre tres grandes sectores que son la televisión, las telecomunicaciones y la informática. (p. 110)

Partiendo de este planteamiento se abren nuevas apreciaciones para lo que era este medio clásico, considerado antiguamente como unidireccional, ahora permite la interactividad creando un proceso bidireccional con los espectadores.

“Navegar, elegir y participar (...) en los diversos servicios y contenidos interactivos que ofrece Internet al mismo tiempo que vemos las emisiones televisivas en la WEB-TV, o bien seleccionar, solicitar y realizar nuestra programación televisiva bajo los servicios de vídeo bajo demanda.” (Ojeda, s.f. para. 159) Son las algunas de las opciones que permite la interactividad del medio.

La transición de la televisión analógica a la digital interactiva genera una situación de convergencia tecnológica que parte desde la posibilidad de unir el teléfono la televisión e internet y facilitar un canal de retorno. “De momento las posibilidades de interactividad directa sobre la infraestructura de red sólo son posibles para los usuarios de televisión en sistemas de cable que pueden ofrecer canales de retorno específicos a través de su

red. El resto de los sistemas emplean actualmente sus redes complementarias para proporcionar el canal de retorno” (García, 2009, p. 112)

Según el autor, dentro de las posibilidades que ofrece la televisión digital están:

- Un mayor número de programas y nuevas emisoras en la misma ocupación de espectro en comparación con la actual televisión analógica. Además puede coexistir con la televisión analógica.
- Recepción en condiciones adversas (movilidad, interferencias ruido, etc.)
- Posibilidad de uso de infraestructuras de televisión analógicas: antenas, emisores, instalaciones, etc.
- Escalabilidad de la resolución de las emisiones incluida la televisión de alta definición y formato panorámico de televisión
- Sonido Digital Multicanal
- Posibilidades de acceso condicional (abono, pago por visión y acceso personal)
- Interactividad con el usuario por los medios sencillos: guías electrónicas de programación y posibilidades de uso intuitivo de los servicios interactivos.
- Nuevas oportunidades para la oferta de contenidos y servicios interactivos adicionales.

La digitalización al igual que todas las innovaciones tecnológicas son fenómenos que se mantienen en continuidad con las grandes tendencias: “multiplicación y especialización creciente de la oferta; segmentación paralela de los consumidores; avance de la lógica de pago por el consumidor; concentración creciente y globalización de los productos, las programaciones y los capitales” (Bustamante, 1999, c.p. García, p. 112)

Como disminuyen las diferencias entre los medios tecnológicos (televisión, ordenador, radio y teléfono) y aumenta la convergencia entre las industrias informáticas y del entretenimiento, es posible afirmar que la convergencia no se limita al ámbito tecnológico, sino también ésta se da en el campo de los contenidos; característica de la era digital gracias a la aparición de los medios híbridos. (Vilches, 2001, c.p. García, 2009)

Joaquín García afirma que para el sector audiovisual, la tecnología digital supone una gran cantidad de ventajas como: El impulso de la creatividad, la posibilidad de integración con otros productos y periféricos (ordenadores portátiles, telefonía móvil...), ahorro de costes de intermediación y una importante reducción de costes de duplicado y subtulado de las películas que permite programar estrenos mundiales masivos para los diferentes mercados.

Para José Antonio Giménez, la cantidad de nuevos servicios y características digitales conllevan a un cambio para los profesionales del sector audiovisual que comprende:

- Para los técnicos un cambio de conceptos como filosofía de trabajo, al disponer de máquinas más potentes, más versátiles y de mejor calidad.
- Para los creativos y operadores se ofrece la posibilidad de realizar diferentes versiones de la misma producción, en menos tiempo que el necesario hasta ahora para elaborar un único master
- Para los usuarios existirá un aumento considerable de la oferta, que conducirá hacia el usuario selectivo con filosofía de navegante de Internet o bien hacia el usuario pasivo y desconcertado ante la diversidad de opciones (Giménez, 1997, c.p. García, 2009, p.113)

Joaquín García asegura que la digitalización, la señal de video y el aumento de la capacidad de redes de cable y satélite van a provocar la aparición de nuevas formas de pago directo por consumo audiovisual.

La convergencia entre la televisión y el ordenador es una tendencia real, pero ninguno de los dos ha desaparecido como se pensaba antes, por el contrario convivirán la WebTv y la TvWeb, es decir que será posible ver televisión desde la computadora, y la televisión transmitirá datos y programas informáticos. “parece acertado pensar que cada aparato va a continuar coexistiendo de manera separada y va a ser usado para realizar tareas diferentes” (Pérez, 2000, c.p. García, 2009 p. 114)

Uno de los principales problemas que ha causado la digitalización, es la multiplicación de canales de contenido similar que muchas veces hasta parecen ser los mismos, es

entonces cuando las productoras independientes y los pequeños productores están llamados a desarrollar un papel importante. Los consumidores tendrán más donde elegir y la oferta debe diferenciarse vía especialización la cual estará configurada por la creatividad, los contenidos temáticos próximos, la interactividad y la calidad. Con las posibilidades que ofrece la digitalización los “nuevos soportes... dan además la oportunidad para generar una nueva prosperidad del audiovisual local y regional que, más allá de la programación televisiva, impulse un nuevo abanico de servicios locales de información y comunicación” (Bustamante, 1999, c.p. García, 2009, p.116)

Quedarse al margen de la digitalización de la nueva era y de las industrias audiovisuales significa aceptar el peligro que supone la distancia digital que nos lleva a la madre de las brechas. Esto afecta a la productividad e ingresos laborales en opciones de movilidad ocupacional a futuro, en acceso a mercados, en uso eficiente del tiempo, en acceso a información y a servicios de todo tipo, como en el intercambio cultural y la actualización de los conocimientos. Es de este modo que podemos deducir que el que no esté conectado quedará excluido y cada vez aumentará en mayor medida su distancia con los demás países (García, 2009, p.117)

En relación al cine también ha tenido un sinfín de transformaciones con la llegada del cine digital. Ahora, los productores latinoamericanos parecen preferirlo por los beneficios en costos, rapidez y comodidad.

Lo que respecta al cine, el formato digital está siendo utilizado tanto por los bajos costos que supone tanto por la versatilidad y el alcance que ofrecen sus equipos para el fortalecimiento de los elementos narrativos de las películas que lo constituye la búsqueda de una nueva estética para la creación audiovisual. De acuerdo a esto, los autores afirman que el principal atributo de este formato es: alta calidad a bajos costos. (Campos y Coronel, 2001)

Los bajos costos y la simplificación de los mensajes del cine digital suponen entonces mayor alcance y oportunidad para cualquier persona que desee utilizarlo.

Gracias a la tecnología, los films se elaboran con más rapidez, menos presupuesto, más sencillez y con mayor precisión ya que el director puede ir observando cada toma que va realizando para guardar exactamente las que desea llevar a la fase de post producción sin tener que pasar por el revelado.

Según Pedro Matute Villaseñor (2004) en *Cine Digital* el productor Humberto Sales comenta:

La digitalización es una maravilla ya que ha bajado los costos de producción enormemente, el ahorro es muy significativo al reducir el número de gentes que participan en la realización de un film, también en los materiales y los procesos de revelado, copias de trabajo y todo lo ligado al manejo del celuloide el cual ya no se utiliza. Además el tiempo de producción se ha reducido increíblemente, lo que antes te tardabas como tres meses en hacer la edición de una cinta ahora la haces en una semana y para su exhibición comercial en las salas cinematográficas realizas el proceso "tape to film", que aunque tiene su costo, en conjunto la elaboración de una película, no tiene ni punto de comparación en el aspecto económico con el método tradicional de hacer las películas en celuloide, además el mercado de la televisión y el video está abierto al cine digital sin necesidad de llevar a cabo este costoso proceso. Pienso que el futuro del cine se encuentra en esta nueva tecnología. (para. 15)

El cine digital además ofrece la posibilidad de observar la filmación al momento, pudiendo borrarla o mantenerla según lo que considere el director, ya no es necesario esperar hasta el revelado de la cinta, además esta nueva tecnología proporciona inmediatez y movilidad debido a la variedad en los tamaños de cámara.

Pedro Matute Villaseñor (s.f.) expone la siguiente entrevista con el realizador Gabriel Retes, haciendo referencia al cine digital:

Creo que este es el formato del presente y del futuro, después vendrá la proyección en digital y el 35mm está condenado a ser parte del cine de Hollywood con sus costosas superproducciones millonarias y para los seres normales como los directores latinoamericanos por lo menos el presente es filmar en digital y el futuro es proyectar en digital. (...) Por otra parte el tiempo de producción de una película se ha reducido enormemente, un largometraje como "La Mudanza" en seis semanas lo

teníamos totalmente terminado, con lo que sus costos se redujeron muchísimo y pensamos que con esta tecnología el cine se encuentra al alcance de nuestro talento y no de los presupuestos, yo por eso les recomiendo a mis colegas que le echen un ojo al cine digital. (Villaseñor, s.f. para. 22)

Argentina demuestra ser uno de los países hispanos con mayor cantidad de iniciaciones en el campo digital de cine, para Campos y Coronel una de las posibles razones podría ser que se han implementado equipos digitales en los institutos de filmografía debido a que favorecen al ahorro de costos. Para esto se basan en las afirmaciones de Leonardo D'Espósito y Diego Lerrer quienes explican que la mayoría de las escuelas de cine de ese país cuentan con equipos digitales que guían a los estudiantes, debido a la baja de costos que esta supone.

Los carretes de películas representan un alto costo para algunos países latinoamericanos como es el caso de Venezuela, pero con la posibilidad de la digitalización del medio, ya no parecen tan necesarios. Las cámaras de video vienen cada vez mejor equipadas para que los directores tengan la misma calidad visual, además, elimina los procesos de revelado y telecine que generaban mucho tiempo y dinero, haciendo cada vez más viable y beneficioso el cine digital en este país.

Desde 1997 el cine digital proyectó nuevas expectativas para muchos realizadores de cine independiente que notaron cómo varios filmes digitales salían premiados en los mejores festivales: *Festen*, del danés Thomas Vinterberg y *Le idiots*, de su compatriota Lars Von Trier, marcaron el punto de partida cuando recogieron, entre ambas más de una decena de premios Cannes, Gijón, Estrasburgo, Nueva York y Los Ángeles. (Campos y Coronel, 2001, p. 22)

“El microchip, la fibra óptica y la digitalización han hecho que sus costos de producción bajen aceleradamente, haciéndose accesibles cada vez a un mayor número de usuarios” (Villaseñor, s.f. para. 20)

Uno de los géneros cinematográficos más adecuados para el cine digital es el documental, ya que no hay que preocuparse por el gasto de película que implica y debido a la comodidad de las cámaras digitales, éstas se han vuelto idóneas en la producción de este género.

En Cuba, el director Humberto Solás usó el video digital como herramienta fundamental en el largometraje *Miel para Oshun*. Encontró motivos artísticos y ornamentales para hacer su trabajo en este formato ya que le permitía “lograr una movilidad de la cámara y una imagen muy parecida a la inmediatez de un noticiero o un reportaje” (Revista Cine Cubano, cp. Campos y Coronel, 2001 p 30)

El director mexicano Arturo Ripstein comentó en una entrevista realizada por la empresa mexicana Estudios Aztecas Churubusco que el cine digital “Da resultados distintos a lo que es la televisión, tiene una presencia muy concreta y muy propia que requiere en este momento de una estética nueva, de una nueva mirada y de una nueva ética, o sea de un nuevo enfoque” también aseguró que “de aquí para adelante salvo en excepciones o ciertos rigores o necesidades de producción, yo voy por el camino del cine digital, me parece fascinante y me parece (Campos y Coronel, 2001, p. 36)

El cine 3D digital está permitiendo grandes niveles de inmersión lo que abre la posibilidad de reestructuración de guiones y en algunos casos, recrear películas enteras. “Como está sucediendo con *Titanic* de James Cameron que está siendo reeditada para adoptar esta tecnología” (Eje Zeta Magazine, 2009)

No son sólo las películas de animación 3D las que jugarán con esta tecnología, sino que dramas, comedias, acción, conciertos y eventos deportivos se han sumado a incorporar el 3D digital en sus procesos de producción y post producción, junto a remakes como el mencionado *Titanic* y *Toy Story*.

Para muchos, el 3D digital es lo que se había pregonado: La tercera gran revolución tras el sonido y el color.” (Eje Zeta Magazine, 2009, para. 3)

La radio digital podría suponer un gran desafío en el ámbito competitivo, la creación de contenidos creativos e ingeniosos pasarán a tener mayor relevancia. En función a esto

cabe pensar en forma generalizada que la digitalización de este medio abre ampliamente la posibilidad de retroalimentación con los receptores, también la facilidad de obtener información al aire y mantener por más tiempo los programas. Permite la interactividad y la recepción de imágenes y publicidad al instante.

Isaac Moreno Peral, Director Técnico de la Cadena COPE, expone sus apreciaciones sobre la digitalización de la radio:

El DAB (*Digital Audio Broadcasting* o Difusión de Audio Digital) garantizan una mayor calidad en la recepción, e incluso en condiciones de recepción móvil y en presencia de propagación multitrayecto, proporcionan mayor eficiencia espectral y disponen de capacidad excedentaria para transmitir y recibir además del programa de radio propiamente dicho, una serie de datos adicionales que pueden servir como herramienta para reforzar los recursos del programa y /o pueden ser útiles como soporte para la difusión de nuevos servicios que aporten al oyente utilidades por las que incluso esté dispuesto a pagar. (Moreno, 2006, La radio digital: hacia la digitalización integral)

Aparentemente, el sonido es uno de los mayores beneficios que ofrece la radio digital debido a que proporciona inmunidad a las interferencias que se presenten. Además, con el DAB (*Digital Audio Broadcasting*) se sintoniza una única frecuencia geográfica.

Gerardo Ojeda proporciona los tres frentes sobre los que se localiza la radio digital en virtud a su propia característica, la digitalización de sus señales:

1. En la producción, pues posibilita a la radio un encadenamiento ininterrumpido a través de un flujo de programas que permiten lograr una economía de almacenamiento de programas para su multidifusión, consultación y selección temática de emisiones en todo momento, acceso a archivos sonoros, etc.

2. En la difusión terrestre o por satélite, ya que sus sistemas de difusión dedicados a la radio como el DAB, sea terrestre o por satélite, (o bien la norma digital DRM para la modulación de amplitud) dependen del número de receptores disponibles; es cierto que a pesar de los casi 10 años de existencia de esta tecnología digital para la radio, por el momento

funciona mejor la televisión digital por satélite (cuatro millones de teleauditores) puesto que los receptores digitales radiofónicos siguen siendo todavía muy reducidos.

3. En la distribución vía Internet o por teléfono móvil, la cual permite a la radio extender su audiencia, ofreciendo nuevos servicios para sus usuarios con diversos soportes. (Ojeda, s.f. para. 260)

A través de una pantalla, los aparatos receptores de radio digital ofrecen al usuario información multimedia acerca de lo que están escuchando, mayormente contenidos textuales. La radio entonces, pasaría a convertirse en un medio de audio y de visión, dentro de los tres medios audiovisuales convencionales (cine radio y televisión), el único que carecía de información visual era la radio, pero con la digitalización del medio, los usuarios podrán escuchar y visualizar al mismo tiempo.

Para recibir la radio digital se necesita un nuevo receptor digital. Varias compañías ya han encontrado un nuevo mercado para aumentar sus ventas y han diseñado aparatos, tanto para casa como para el automóvil, que podemos encontrar en las tiendas. *Arcam, Cymbol, Tag Mac Larn y Technics* ya han lanzado radios digitales. Otros fabricantes los están desarrollando. *Clarion, Grundig, Kenwood, Sony y Blaupunkt* han puesto a la venta receptores para coches. (Chaparro, 2002, para. 26)

Incluso, la computadora personal podría recibir la información radiofónica convirtiéndose en un receptor gracias a las tarjetas de radio digital para PC.

El internet representa uno de los avances tecnológicos con mayor repercusión en los medios de comunicación. La radio on-line trae consigo una cantidad súper amplia de información e interactividad.

La inserción de la radio digital acarrea ciertas dificultades, entre la más representativa está la instalación de los nuevos receptores. Aparentemente varios fabricantes de automóviles están poniendo su atención en implantar estos nuevos receptores, así que

es posible que los primeros usuarios beneficiados sean los conductores de nuevos automóviles.

En Venezuela, por ejemplo, se dificulta mucho ponerle fin al sistema analógico debido principalmente a los altos costos: “(...) de momento los precios de los receptores son muy caros (unos 600 euros el más normal), y el único reto para que se popularice la radio digital es que éstos disminuyan.” (Chaparro, 2002, para. 27)

“Los receptores tradicionales no están técnicamente preparados para recoger la señal digital, por lo que es necesario hacerse con un sintonizador especial, que puede combinar la recepción digital con las tradicionales FM y AM” (Salas, 2007, para. 27)

Por último, Ojeda asegura que el suceso de la radio digital terrestre es posible, pero requiere de ciertas condiciones preliminares como:

- Preparar las normas, para adaptarse al mundo de la informática y de las aplicaciones de Internet,
- Encontrar recursos suplementarios en frecuencias y, en caso necesario, combinar la difusión terrestre y por satélite,
- Conferir a la difusión digital un estatuto legal durable, siguiendo la vía ya trazada por la televisión. (Ojeda, s.f. para. 277)

V. MARCO METODOLÓGICO

5.1 *Formulación del problema*

¿Cuáles son las habilidades y conocimientos tecnológicos que deben constituir un Perfil Profesional mención Artes Audiovisuales según la visión del empleador venezolano?

Conocimientos tecnológicos: El término de tecnología “incluye tanto a los propios equipos o soportes físicos y sus dispositivos periféricos (*hardware*) que hacen posible la comunicación, como todos aquellos tratamientos lógicos, lenguajes técnicos o programáticos (*software*) para su operación, manejo, utilización, o bien para todas sus posibles aplicaciones sociales.” (Ojeda, s.f. para.50)

Habilidades Tecnológicas: Son cada una de las capacidades y destrezas prácticas para manejar artefactos electrónicos. (Ojeda, s.f.)

5.2 *Objetivo general*

- Definir las principales competencias tecnológicas que deben constituir el Perfil Profesional del comunicador social mención Artes Audiovisuales según la visión del empleador venezolano.

5.3 *Objetivos específicos*

- Indagar sobre el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el área audiovisual según la visión del empleador venezolano.
- Establecer relación entre los medios audiovisuales convencionales y los nuevos medios y tecnologías digitales en el campo laboral venezolano.

- Describir las competencias tecnológicas que debe tener el egresado en Comunicación Social mención Artes Audiovisuales según la visión del empleador venezolano.

5.4 Delimitación del problema

El estudio se llevará a cabo en trece meses, desde mayo del 2010 hasta junio del 2011. En relación a la evaluación de las necesidades de las industrias comunicacionales, la investigación se delimitará al área metropolitana de Caracas, escogiendo ciertas industrias tipo dentro de cada género o subgénero.

El uso inicial de los resultados de esta investigación, podría estar dirigido a la Escuela de Comunicación Social que está en proceso de reformulación del plan de estudios (Yraida Sánchez c.p. Camacho, 2011), y que podría orientar algunos de los cambios en la estructura en función de los requerimientos que sobre el egresado tienen las empresas y los empleadores.

5.5 Justificación del problema

Así como pareciera indispensable mantenerse en constante contacto e interacción con las nuevas tecnologías, también es necesario conocer cómo y de qué manera la evolución de los medios y la irrupción de nuevos medios debido a las mismas han generado cambios en el campo laboral audiovisual para establecer las competencias tecnológicas requeridas en el área.

“La innovación tecnológica busca, además de mantener cadenas productivas, hacer la vida más simple a las personas. Y tal vez un solo invento no cambia por si mismo las actividades humanas, pero la suma de todas las herramientas desarrolladas permiten hacerlo” (Rendón H, 2007 p. 131)

Para un Comunicador Social mención Artes audiovisuales que desee desenvolverse en el campo laboral, resulta atractivo saber hasta qué punto es necesario conocer y manejar las nuevas herramientas tecnológicas usadas en el campo laboral y qué expectativas se tienen sobre su desempeño. Es por esto que se busca identificar las competencias tecnológicas que deben constituir este Perfil Profesional de manera que se pueda ofrecer una posible orientación para los alumnos egresados de la Universidad Católica Andrés Bello.

Los conocimientos y habilidades tecnológicas que se adecuen a este nuevo siglo surgen como una alternativa viable y de cierto modo necesaria para ajustarse al paso tecnológico que se impone.

Por otro lado, el estudio podría constituir una herramienta académica, posiblemente útil, para la Escuela de Comunicación Social de la de la Universidad Católica Andrés Bello y ayudaría a generar nuevos empleados que respondan a los conocimientos y habilidades tecnológicas del mercado laboral.

Se cuenta con el apoyo de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello para suministrar material teórico, las entrevistas y consultas necesarias para el desarrollo de la investigación.

5.6 Modalidad de la investigación

De acuerdo con la definición de Ronald Weiers, “la investigación de mercados es el diseño, obtención y presentación sistemática de los datos y hallazgos relacionados con una situación específica de mercadotecnia” (Weiers, 1986, p.2)

Esta investigación se ajusta a la definición anterior, debido a que es el estudio de un mercado (aunque laboral) para ubicar las habilidades y destrezas que deben constituir

el Perfil Profesional del comunicador social mención Artes Audiovisuales según la visión del empleador venezolano.

5.7 Tipo de investigación

Como refiere Dankhe “Los estudios exploratorios nos sirven para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real, investigar problemas del comportamiento humano que consideren cruciales los profesionales de determinada área, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones (postulados) verificables” (Dankhe, 1986 cp. Hernández, Fernández, Baptista 1997).

Para Ronald Weiers (1986) los estudios exploratorios son sumamente flexibles, intuitivos e informales. Debido a que este tipo de investigación trata de “captar” la naturaleza exacta del problema, la creatividad y el sentido común del investigador son de gran importancia, así como lo son también para la utilidad potencial de las estrategias con que se pretende resolverlo.

Según Thomas Kinneer y James R. Taylor (1998) la investigación exploratoria se caracteriza por su flexibilidad para que sea sensible a lo inesperado y para descubrir ideas que no se habían reconocido previamente.

Además afirman que este tipo de investigación es idóneo para la búsqueda de nuevos enfoques, ideas o hipótesis relacionadas con una situación, o el deseo de una formulación más precisa a un problema y la identificación de variables relacionadas con la situación, una vez definidos estos temas, la investigación puede sugerir una línea de acción alternativa.

En este caso, la investigación desarrollada fue exploratoria, ya que el objetivo fue aclarar y definir el problema sobre los nuevos avances tecnológicos en el campo laboral

de los profesionales graduados en comunicación social mención audiovisual identificando conceptos y/o variables que permitieron posteriormente ubicar las habilidades y destrezas que deben constituir el Perfil Profesional del comunicador social mención Artes Audiovisuales según la visión del empleador venezolano.

5.8 *Diseño de investigación*

Según Kerlinger (1998), la investigación no experimental se define como:

Una indagación empírica y sistemática en la cual el científico no tiene un control directo sobre las variables independientes porque sus manifestaciones ya han ocurrido o porque son inherentes no manipulables. Las inferencias acerca de las relaciones entre variables se hacen, sin una intervención directa, a partir de la variación conocimiento de las variables dependientes e independientes (p. 394)

La investigación fue considerada como no experimental ya que no hay un control directo sobre las variables estudiadas, es decir, estas variables no son manipulables, por el contrario, se hicieron inferencias en función a las respuestas de los empleadores sobre estas variables a través de las entrevistas a profundidad sin intervenir directamente.

El uso de las entrevistas en profundidad pertenece al ámbito de las investigaciones cualitativas, las cuales permiten "(...) conocer la realidad desde una perspectiva de *insider*, de captar el *significado particular* que a cada hecho atribuye su propio protagonista, y de contemplar estos elementos como *piezas de un conjunto sistemático*" (Ruiz, J., 1996, p.17 subrayados del autor).

Es decir, según palabras del mismo autor, se trata de un tipo de investigación que más que describir, busca captar el significado de los procesos, buscando la información de manera flexible y con procedimientos inductivos mas que deductivos.

5.9 Sistema de variables

De acuerdo con la naturaleza de la investigación las dimensiones a continuación descritas son de tipo cualitativo. Se indicará una definición de cada una para su mejor comprensión.

Con base en el planteamiento del problema, las dimensiones que requieren ser definidas son: 1) Tecnologías de la información y la comunicación, 2) los nuevos medios y tecnologías digitales y 3) la formación tecnológica y la formación universitaria.

5.9.1 Tecnología de la Información y la Comunicación en el área audiovisual

Para indagar sobre el uso de las tecnologías de la Información y la comunicación en el área audiovisual según la visión del empleador venezolano, primer objetivo de ésta investigación, es necesario comprender el significado que se le dará a éste concepto:

Tecnologías de la Información y de la Comunicación: Conjunto de tecnologías que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de informaciones, en forma de voz, imágenes y datos contenidos en señales de naturaleza acústica, óptica o electromagnética. Las TIC incluyen la electrónica como tecnología base que soporta el desarrollo de las telecomunicaciones, la informática y el audiovisual. (Rosario, 2005, para.17)

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación se definen también como el conjunto nuevo de herramientas, soportes y canales para el tratamiento y acceso a la información establecidas en el campo tecnológico y cultural. Y su existencia en las organizaciones empleadores, es requisito para el uso por parte de los Comunicadores o de los sujetos que integran la organización. Cada individuo, hace un uso diferenciado de este conocimiento e igualmente, de manera diferenciada (variable) es aprovechado en las organizaciones.

Dichas tecnologías necesitan ser aprendidas y asimiladas por los sujetos internalizando el conocimiento a un nivel que permita optimizar el desarrollo tecnológico.

5.9.2 Nuevos medios y tecnologías digitales.

Para cumplir con el segundo objetivo, establecer relación entre los medios audiovisuales convencionales y los nuevos medios y tecnologías digitales en el campo laboral venezolano aún más los términos, se definirá primero “nuevos medios y tecnologías digitales”.

Según la Real Academia Española, la palabra “nuevo” se refiere a un aspecto “Repetido o reiterado para renovarlo” también lo define como: “Distinto o diferente de lo que antes había o se tenía aprendido” En cuanto a los Medios de Comunicación

Los medios de comunicación son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva, son la manera como las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad, se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político social (...) son la representación física de la comunicación en nuestro mundo, es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y finalmente se comunica. (Sandoval y Al-Ghassani, 1990, para. 27)

El concepto de Tecnologías digitales que mejor se adecua al tema de investigación es el siguiente: La Tecnología digital es el desarrollo que ha permitido reducir la magnitud el tamaño de los equipos, bajar los costos, y detectar los errores, para posteriormente lograr transmitir la información confiadamente (Herrera, 2003)

Refrescando y afinando términos y tal como se ha visto en capítulos anteriores, los nuevos medios digitales se identifican como aquellos medios a través de los cuales se informa y comunica en forma masiva, los cuales han recibido modificaciones para renovarlos en función a las nuevas tecnologías digitales

5.9.3 *Formación tecnológica y Formación Universitaria*

Para describir las competencias tecnológicas que debe tener el egresado en Comunicación Social mención Artes Audiovisuales según la visión del empleador venezolano, se verificará el conjunto de conocimientos y destrezas que indicarán la formación obtenida en la Licenciatura.

“Cuando se utiliza el término “formación” acompañado del adjetivo “profesional” en una conversación o texto, en general se entiende que se está haciendo referencia a un tipo de formación que tiene por finalidad principal el preparar a las personas para el trabajo.” (Cindefor, s.f. para. 4)

El Centro Latinoamericano para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional indica la siguiente definición de Formación Universitaria:

“Es una actividad de tipo educativo, que se orienta a proporcionar los conocimientos, habilidades y destrezas necesarios para desempeñarse en el mercado de trabajo, sea en un puesto determinado, una ocupación o un área profesional. Actúa a su vez de forma complementaria a las otras formas de educación, formando a las personas no sólo como trabajadores sino también como ciudadanos.” (Cindefor, s.f. para 28)

La Formación Tecnológica es, entonces, la preparación de personas para enfrentar el conjunto de herramientas que permiten ciertas facilidades de trabajo

5.10 Operacionalización de variables

Tabla N^o2: Operacionalización de variables

Objetivos	Dimensiones/ Variables	Indicadores	Items	Instrumento	Fuentes
Indagar sobre el uso de las tecnologías de la Información y la comunicación en el área audiovisual según la visión del empleador venezolano.	Tecnologías de la Información y la Comunicación en el área audiovisual	Existencia y campos de las TIC en el medio Audiovisualistas manejando tecnologías digitales	Con relación a las nuevas tecnologías de la información y los avances tecnológicos ¿Cuáles han sido los cambios más significativos en la estructuración de los departamentos de esta empresa, si es que los ha habido? ¿Cuáles son los campos más comunes en los que se desenvuelve un audiovisualista en esta empresa? ¿Cómo han cambiado las tareas del audiovisualista con la llegada de las TIC? ¿En su empresa existe personal especializado en el manejo de ciertas tecnologías? Si es así, ¿Qué actividades desarrolla(n) esta(s) persona(s) en su empresa? ¿Hacia dónde cree usted que apunta el futuro de las empresas audiovisuales en función a las TIC y que está haciendo su empresa para adaptarse? ¿Qué rol juegan los audiovisualistas en estas adaptaciones?	Entrevista semi-estructurada	Presidentes Vice-Presidentes Gerentes de medios de comunicación audiovisual o de empresas productoras de contenidos audiovisuales Productores Ejecutivos Directores o realizadores de contenidos audiovisuales o de medios de comunicación audiovisual o de empresas productoras de contenidos audiovisuales

Objetivos	Dimensiones/ Variables	Indicadores	Items	Instrumento	Fuentes
<p>Establecer relación entre los medios audiovisual-les convenciona-les y los nuevos medios y tecnologías digitales en el campo laboral venezolano</p>	<p>Nuevos medios y tecnologías digitales</p>	<p>El uso de los equipos, programas de edición y post-producción, páginas webs y videos en los nuevos proyectos audiovisuales para televisión, radio y cine.</p>	<p>¿De qué manera ha influido en sus proyectos la llegada de las nuevas tecnologías digitales? ¿Qué ELEMENTOS NUEVOS le han aportado en sus proyectos estas nuevas tecnologías digitales? ¿Qué semejanzas y que diferencias puede mencionarme entre los proyectos analógicos y digitales?</p>	<p>Entrevista semi-estructurada</p>	<p>Presidentes Vice-Presidentes Gerentes de medios de comunicación audiovisual o de empresas productoras de contenidos audiovisuales</p> <p>Productores Ejecutivos Directores o realizadores de contenidos audiovisuales o de medios de comunicación audiovisual o de empresas productoras de contenidos audiovisuales</p>

Objetivos	Dimensiones/ Variables	Indicadores	Items	Instrumento	Fuentes
<p>Describir las competencias tecnológicas que debe tener el egresado en Comunicación Social Artes Audiovisuales según la visión del empleador venezolano.</p>	<p>Formación tecnológica del comunicador social mención Artes Audiovisuales de la UCAB.</p> <p>Formación universitaria del comunicador social mención Artes Audiovisuales de la UCAB.</p> <p>Necesidades de las industrias comunicacionales en relación a los comunicadores sociales mención Artes Audiovisuales</p>	<p>Conocimientos tecnológicos del audiovisualista egresado de la UCAB.</p> <p>Habilidades tecnológicas prácticas del audiovisualista egresado de la UCAB.</p> <p>Egresado en Comunicación Social Artes Audiovisuales de la UCAB.</p>	<p>¿Qué conocimientos tecnológicos espera de un audiovisualista al momento de contratarlo?</p> <p>¿Qué habilidades de tipo práctico espera de un audiovisualista al momento de contratarlo?</p> <p>¿Cómo cree que el dominio de estas tecnologías influirá en la calidad del audiovisualista?</p> <p>¿Hay alta o baja rotación de empleados en el área audiovisual?</p> <p>¿Por qué (es alta o baja)?</p> <p>¿Ha debido prescindir de algún empleado en el área audiovisual por falta de dominio de herramientas?</p> <p>¿De qué universidad considera que vienen mejor preparados los audiovisualistas según su experiencia laboral?</p> <p>¿Cuáles considera que son las fortalezas y debilidades del audiovisualista egresado de la UCAB?</p> <p>¿Cuál sería la principal carencia del audiovisualista egresado de la UCAB, si existe, que debería ser cambiada?</p> <p>En términos generales ¿cómo consideraría usted al audiovisualista egresado de la UCAB y por qué?</p>	<p>Entrevista semi-estructurada.</p>	<p>Presidentes Vice-Presidentes Gerentes de medios de comunicación audiovisual o de empresas productoras de contenidos audiovisuales</p> <p>Productores Ejecutivos Directores o realizadores de contenidos audiovisuales o de medios de comunicación audiovisual o de empresas productoras de contenidos audiovisuales</p>

5.11 Determinación de las Unidades de Análisis

“Una población es el agregado de todos los elementos definidos antes de la selección de la muestra” (Kinner y Taylor, 1998, p. 213).

La población seleccionada es la de empleadores, expertos y profesionales que trabajen o hayan trabajado por un tiempo considerable en empresas o medios audiovisuales, es decir: Radio, Televisión, Cine o empresas que generen contenido audiovisual como casas productoras y nuevos medios y que hayan tenido que contratar para tal fin comunicadores sociales, mención Artes Audiovisuales. Es en ésta población en la que se puede captar el significado de la influencia de los avances tecnológicos en el personal por ellos empleado. No se incluyen los gerentes de Recursos Humanos puesto que según lo investigado, siguen unos patrones o indicaciones según lo exigido por los que realmente trabajan con los Comunicadores, quienes son los que conocen los requerimientos actuales de la industria y evalúan a quines están bajo su cargo.

El muestreo utilizado en la investigación cualitativa, tal como indica Ruiz (1996), “exige al investigador que se coloque en la situación que mejor le permita recoger la información relevante para el concepto o teoría buscada. El muestreo se orienta a aquellas unidades y dimensiones que le garanticen mejor –cantidad (saturación y -calidad (riqueza), de la información.” , (p. 65).

Se decidió usar un muestreo no probabilístico Intencional, pues este “es aquel en el que los sujetos de la muestra no son elegidos siguiendo las leyes del azar (...) En él no hay modo de estimar la probabilidad que cada elemento tiene de ser incluido en la muestra, ni la seguridad de cada elemento tiene alguna oportunidad de ser incluido.” (Ruiz, J., 1996, p. 64).

Y será opinática puesto que “el investigador selecciona los informantes que han de componer la muestra siguiendo un criterio estratégico personal: (...) los que por *su conocimiento de la situación o del problema a investigar* se le antojan ser los más idóneos y representativos de la población a estudiar.” (Ruiz, J., 1996, p. 64, subrayado del autor).

5.11.1 Primera Unidad de análisis:

Empleador en los medios de comunicación audiovisuales. Se hace referencia a un individuo con las siguientes características: Años de experiencia ejerciendo su rol como profesional en el campo laboral de manera que conozca ampliamente los cambios tecnológicos más significativos en el área audiovisual. A su vez, debe ser un profesional con un alto cargo en su empresa, de manera que establezca los parámetros de conocimientos y habilidades tecnológicas que debe tener el comunicador social para ser contratado y para ser considerado como eficiente en su empresa.

Los cargos a considerar para esta unidad de análisis son las siguientes:

- Presidentes de medios de comunicación audiovisual o de empresas productoras de contenidos audiovisuales
- Vice-Presidentes de medios de comunicación audiovisual o de empresas productoras de contenidos audiovisuales
- Gerentes de medios de comunicación audiovisual o de empresas productoras de contenidos audiovisuales
- Productores Ejecutivos de contenidos audiovisuales o de medios de comunicación audiovisual o de empresas productoras de contenidos audiovisuales
- Directores o realizadores de contenidos audiovisuales o de medios de comunicación audiovisual o de empresas productoras de contenidos audiovisuales. Para este último cargo, se toma en cuenta exclusivamente aquellos directores que evalúen e impongan requisitos para la contratación del personal.

5.11.2 Segunda Unidad de Análisis:

Expertos y profesionales en los medios audiovisuales.

Más allá de una persona que simplemente opere y maneje las tecnologías, se desea conseguir una visión amplia de personas que conozcan realmente el proceso audiovisual y los elementos necesarios para su desarrollo.

Estos son los cargos a considerar:

- Asesor Técnico de canales de televisión.
- Productor de contenidos de canales de televisión y radio.
- Directores de contenidos audiovisuales para televisión. El cargo de Director para esta muestra abarca a los profesionales que no se encarguen de la contratación pero sí de coordinación del área donde se desenvuelve.

5.11.3 Elección de los elementos de la muestra:

Se seleccionaron los elementos de la muestra partiendo de un criterio opinático según las siguientes particularidades:

.- Los elementos debían poseer las características antes mencionadas (que incluyen experiencia, experticia y, en algunos casos, empleados a su cargo).

.- Con la finalidad de abarcar los distintos campos del quehacer del Licenciado en Comunicación Social, mención Artes Audiovisuales -que en lo sucesivo será denominado como audiovisualista, solo para efectos prácticos- se optó por distintos empleadores, que pertenecen a fuentes laborales en los tres medios (radio, televisión y cine), o a casas productoras de contenido audiovisual y nuevos medios

Según la lista de las unidades de análisis antes expuesta, la selección recayó en los siguientes elementos:

Primera Unidad de Análisis:

- Presidentes de medios de comunicación audiovisual o de empresas productoras de contenidos audiovisuales. Medio Radio.
 - Ciro García: Presidente de Lago 91.5 FM y representante de la Cámara de radio. Conoce el medio hace más de 30 años y posee unos amplios conocimientos en el campo laboral así como 15 personas que trabajan bajo su responsabilidad.
 - Nelson Belfort: Ex-Presidente del circuito CNB y Presidente de la Cámara de Radio. Puede evaluar con propiedad al comunicador social debido a su amplia experiencia en el medio. Durante su trayectoria ha tenido una gran cantidad de trabajadores bajo su cargo.

- Vice-Presidente de medios de comunicación audiovisual o de empresas productoras de contenidos audiovisuales. Medio: radio
 - Walter Falkenhagen: Vice-Presidente de Jazz 95.5. Tiene 20 años de experiencia trabajando en la emisora. Conoce ampliamente todos los procesos de la radio y se encarga directamente de la contratación de sus empleados. Actualmente tiene 15 empleados bajo su cargo.

- Gerentes de medios de comunicación audiovisual o de empresas productoras de contenidos audiovisuales. Medio Radio
 - Denys Torrealba: Gerente de Producción de Jazz 95.5 tiene 20 años de experiencia trabajando en el medio. Se encarga de coordinar los procesos de producción de la emisora e impone los parámetros para contratar al personal en su área. Posee 10 empleados bajo su responsabilidad

- Gerentes de medios de comunicación audiovisual o de empresas productoras de contenidos audiovisuales. Medio Televisión
 - José Luis Zorrilla: Gerente de Programación en Venevisión con 24 años de experiencia. Se encarga de coordinar todos los procesos de programación de Variedades en el canal. Determina y escoge el personal

para trabajar en su área, y actualmente 58 empleados están bajo su cargo.

- Directores o realizadores de contenidos audiovisuales o de medios de comunicación audiovisual o de empresas productoras de contenidos audiovisuales. Medio Televisión
 - José Luis Zuleta: Director de Dramática de telenovelas en Venevisión, 27 años trabajando para este canal. Dirige y evalúa a los empleados bajo su cargo y en función a esto proporciona la información necesaria para la contratación del personal, teniendo en cuenta que 60 empleados están bajo su cargo.
 - Edgar Frías: Director de Servicios Creativos en Venevisión. 15 años de experiencia en el medio. Posee el cargo más alto en el área de Arte y Promociones y por lo tanto, todos los empleados del departamento (45) están bajo su dirección.

- Presidentes de medios de comunicación audiovisual o de empresas productoras de contenidos audiovisuales. Casa productora de contenidos audiovisuales.
 - Vicente Gazzara: Presidente y Director de Blanco y Negro Films, empresa productora de comerciales para televisión, con 22 años de experiencia. Originalmente, el planteamiento de la misión de Blanco y Negro Films era la realización a partir de técnicas de cine y en 22 años han debido adaptarse a los cambios tecnológicos más significativos en el área audiovisual. A su vez, debe ser un profesional con un alto cargo en su empresa, de manera que establezca los parámetros de conocimientos y habilidades tecnológicas que debe tener el comunicador social para ser contratado y para ser considerado como eficiente en su empresa. Los criterios de contratación de personal están bajo su cargo.

- Productores Ejecutivos de contenidos audiovisuales o de medios de comunicación audiovisual o de empresas productoras de contenidos audiovisuales. Medio Televisión y Cine.

- Beatriz Ravell: Productora Ejecutiva de KO Films, casa productora realizadora de cortometrajes (como Lluve, producción venezolana), videoclips (Amnesia Invocada – Viniloversus) y comerciales para televisión y cine.
- Directores o realizadores de contenidos audiovisuales o de medios de comunicación audiovisual o de empresas productoras de contenidos audiovisuales. Nuevos medios digitales.
 - Juan Andrés Ravell: Creador del Chigüire Bipolar y la Isla Presidencial, programas de contenido audiovisual. Ha trabajado produciendo contenidos audiovisuales para Sony Entertainment y actualmente trabaja en su propia compañía llamada Plop TV, como Director Creativo, es una agencia creativa multiplataforma y especializada en el mundo de las comunicaciones. Tiene alrededor de 10 años trabajando en el medio audiovisual y se encarga de la contratación de sus propios empleados, actualmente tiene 18 empleados.
 - Ana Isabel Otero: Directora de Contenido de su propia empresa, Analicom (agencia interactiva especializada en el manejo de redes sociales virtuales). Tiene más de 10 años de experiencia en el área de las comunicaciones y actualmente posee 20 empleados bajo su cargo.

Segunda Unidad de Análisis:

- Asesores Técnicos de canales de televisión.
 - José Luís Alcalá: Asesor Técnico de Televen Conoce ampliamente todos los procesos y los equipos tecnológicos en el área de producción y post-producción, actualmente es dueño de su propia empresa post-productora y tiene más de 20 años de experiencia en el área audiovisual
- Productores de contenidos de canales de televisión y radio.

- Maryori Romero: Productora de contenido para la emisión matutina de Venevisión. Para efectos de este Trabajo de Grado, ofrece una perspectiva sobre el área de redacción y prensa relacionadas a las tecnologías en un canal de televisión
- Eli Bravo: Actualmente es productor en “Actualidad 1060”, radio que transmite desde Miami a partir de herramientas digitales. Comunicador social con experiencia como periodista, presentador, escritor, columnista y productor de radio y televisión. Elabora contenidos radiales digitales para Latinoamérica y Venezuela. Directores o realizadores de contenidos audiovisuales o de medios de comunicación audiovisual o de empresas productoras de contenidos audiovisuales. Medio Cine.
- Directores o realizadores de contenidos audiovisuales o de medios de comunicación audiovisual o de empresas productoras de contenidos audiovisuales. Medio Televisión.
 - Jhonny Febles: Director de Fotografía de telenovelas para Venevisión. 29 años de experiencia. Se mantiene en constante contacto con los equipos de producción (Cámaras e iluminación), necesarios para desarrollar la producción de telenovelas.
- Directores o realizadores de contenidos audiovisuales o de medios de comunicación audiovisual o de empresas productoras de contenidos audiovisuales. Medio Cine
 - Ignacio Castillo: Director de películas y comerciales. Dirigió “La Virgen Negra” tiene 10 años de experiencia en el campo y durante sus producciones escoge a su propio personal.

Finalmente, se trata de una muestra Intencional (opinática), que

...no especifica de antemano el número de unidades a seleccionar. Acepta, en principio, que (...) pueda interrumpirse la selección de más unidades cuando se ha llegado a un punto de saturación, por la cantidad de información recogida. Esta saturación teórica se alcanza

cuando el investigador (que recoge al mismo tiempo que analiza la información) entiende que los datos comienzan a ser repetitivos y dejan de aportar información novedosa (Ruiz, 1996, p.66).

De ahí, que una vez que se comenzaron a realizar las entrevistas se iba realizando simultáneamente el análisis el cual permitió concluir al arribar a 16 entrevistas y habiendo recorrido la variedad del espectro de las fuentes laborales, que los resultados comenzaban no solo a ser repetitivos, sino además que eran suficientemente útiles para la consecución de los objetivos.

5.12 Instrumento

Benney y Hughes (1970), citados por Taylor y Bogdan (1992) en *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: la búsqueda de significados* afirman que “la entrevista es “la herramienta de excavar” favorita de los sociólogos. Para adquirir conocimientos sobre la vida social, los científicos sociales reposan en gran medida sobre relatos verbales.” (Taylor y Bogdan, p.100)

La entrevista a profundidad según Ronald Weiers es aquella en que el entrevistador interactúa con un individuo y lo alienta para que se exprese en plena libertad sus ideas sobre el tema de estudio. (Weiers, 1986)

Para Weiers Las Entrevistas Cualitativas a Profundidad se entienden como:

“... reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros estos dirigidos hacia la comprensión de la perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones tal como las expresan con sus propias palabras. Las entrevistas en profundidad siguen el modelo de una conversación entre iguales y no el intercambio formal de preguntas y respuestas” (Taylor y Bogdan, 1992 p.101)

Taylor y Bogdan hacen una diferenciación entre tres tipos de entrevistas, para efectos de la investigación se define el segundo tipo de entrevista a profundidad, la cual está dirigida al aprendizaje sobre acontecimientos y actividades que el investigador no puede observar directamente. En este tipo de entrevista nuestros interlocutores son informantes. Actúan como los observadores de la investigación en el campo. (Taylor y Bogdan, 1992)



PERFIL PROFESIONAL DEL COMUNICADOR SOCIAL MENCIÓN ARTES AUDIOVISUALES SEGÚN LOS AVANCES TECNOLÓGICOS

Entrevista a Profundidad para los empleadores y profesionales del campo audiovisual

INSTRUCCIONES

Responder las preguntas oralmente con la mayor profundidad posible pensando en el perfil de un egresado en Comunicación Social mención Artes Audiovisuales y las orientaciones que lo ayudarán a desenvolverse eficazmente en el mercado

Nombre: _____

Profesión: _____

Cargo: _____

Preguntas:

1. Con relación a las nuevas tecnologías de la información y los avances tecnológicos ¿Cuáles han sido los cambios más significativos en la estructuración de los departamentos de esta empresa, si es que los ha habido?
2. ¿Cuáles son los campos en los que se desenvuelve un audiovisualista en esta empresa?
3. ¿Cómo han cambiado las tareas del audiovisualista con la llegada de las TIC?
4. ¿En su empresa existe personal especializado en el manejo de ciertas tecnologías?
5. Si es así, ¿Qué actividades desarrolla(n) esta(s) persona(s) en su empresa?
6. ¿Hacia dónde cree usted que apunta el futuro de las empresas audiovisuales en función a las TIC y que está haciendo su empresa para adaptarse?
7. Y ¿qué rol o roles dentro de éstas adaptaciones juegan o van a jugar los audiovisualistas?

8. ¿De qué manera ha influido en sus proyectos la llegada de las nuevas tecnologías digitales?
9. ¿Qué ELEMENTOS NUEVOS le han aportado en sus proyectos estas nuevas tecnologías digitales?
10. ¿Qué semejanzas y que diferencias puede mencionarme entre los proyectos analógicos y digitales?
11. ¿Qué conocimientos tecnológicos espera de un audiovisualista al momento de contratarlo?
12. ¿Qué habilidades de tipo práctico (uso de las cámaras, programas de edición y post-producción, páginas webs y videos), espera de un audiovisualista al momento de contratarlo?
13. ¿Qué destrezas prácticas, en el área tecnológica, espera de un audiovisualista al momento de contratarlo?
14. ¿Hay alta o baja rotación de empleados en el área audiovisual? ¿Por qué (es alta o baja)?
15. ¿Ha debido prescindir de algún empleado en el área audiovisual por falta de dominio de herramientas?
16. ¿De qué universidad considera que vienen mejor preparados los audiovisualistas según su experiencia laboral?
17. ¿Cuáles considera que son las fortalezas y debilidades del audiovisualista egresado de la UCAB?
18. En términos generales ¿cómo consideraría usted al audiovisualista egresado de la UCAB y por qué?

5.12.1 Validación y ajuste

Para la validación del instrumento se escogieron tres personas que, por su experiencia en la técnica seleccionada para la recolección de la información o en el tema a ser tratado, podían realizar los ajustes al instrumento, de manera que éste pudiera ser administrado con mayor eficiencia y su aplicación resultara en el cumplimiento de los objetivos.

- Pedro Alberto Cabrera Yáñez: Sociólogo especializado en la comunicación con una maestría en Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. Profesor contratado en las materias de pregrado en la facultad de Ciencias de la Comunicación e Información. Profesor de post-grado contratado en la materia: *Análisis de Entorno* (Universidad Monteávila) y también ha sido profesor en la Escuela de Comunicación, (profesor invitado 2000-200) por la UCV en la materia: *Recolección, Procesamiento y Análisis de datos de la investigación*.
- Jorge Enrique Luna Machado: Sociólogo con estudios conducentes a la maestría en Estudios del Discurso de la Universidad Central de Venezuela. Profesor invitado por la UCV en la materia de: *Herramientas cualitativas para el estudio del discurso político venezolano* y Asistente Docente en la Escuela de Sociología de la UCV del *Taller de Investigación de métodos cualitativos*.
- León Grauer: Egresado de Comunicación Social mención Artes Audiovisuales de la Universidad Católica Andrés Bello, ha trabajado como editor de video en Artimagen Digital donde ha tenido empleados bajo su cargo y La Pandilla Producciones. Realizador audiovisual *freelance* en fotografía, video y música. Cursó un año de estudios de fotografía en el International Center of Photography de New York.

5.12.2 Cambio en el Instrumento:



PERFIL PROFESIONAL DEL COMUNICADOR SOCIAL MENCIÓN ARTES AUDIOVISUALES SEGÚN LOS AVANCES TECNOLÓGICOS

Entrevista a Profundidad para los empleadores y profesionales del
campo audiovisual

INSTRUCCIONES

Responder las preguntas oralmente con la mayor profundidad posible pensando en el perfil de un egresado en Comunicación Social mención Artes Audiovisuales y las orientaciones que lo ayudarán a desenvolverse eficazmente en el mercado

Nombre: _____

Profesión: _____

Cargo: _____

Preguntas:

1. ¿Trabaja o ha trabajado con profesionales egresados de la UCAB en Comunicación Social mención Artes Audiovisuales? ¿Hay alguna razón en particular por qué no o ha sido casual?
2. Con relación a las nuevas tecnologías de la información y los avances tecnológicos ¿Cuáles han sido los cambios más significativos en la estructuración de los departamentos de esta empresa, si es que los ha habido?
3. ¿Cuáles son los campos en los que se desenvuelve un audiovisualista en esta empresa?
4. ¿Cómo han cambiado las tareas del audiovisualista con la llegada de las TIC?
5. ¿En su empresa existe personal especializado en el manejo de ciertas tecnologías?

6. Si es así, ¿Qué actividades desarrolla(n) esta(s) persona(s) en su empresa?
7. ¿Hacia dónde cree usted que apunta el futuro de las empresas audiovisuales en función a las TIC y que está haciendo su empresa para adaptarse?
8. Y ¿qué rol o roles dentro de éstas adaptaciones juegan o van a jugar los audiovisualistas?
9. ¿De qué manera ha influido en sus proyectos la llegada de las nuevas tecnologías digitales?
10. ¿Qué ELEMENTOS NUEVOS le han aportado en sus proyectos estas nuevas tecnologías digitales?
11. ¿Qué semejanzas y que diferencias puede mencionarme entre los proyectos analógicos y digitales?
12. ¿Cómo cree que el dominio de estas tecnologías influye en la calidad de los audiovisualistas?
13. ¿Qué conocimientos tecnológicos espera de un audiovisualista al momento de contratarlo?
14. ¿Qué habilidades de tipo práctico (uso de las cámaras, programas de edición y post-producción, páginas webs y videos), espera de un audiovisualista al momento de contratarlo?
15. ¿Hay alta o baja rotación de empleados en el área audiovisual? ¿Por qué (es alta o baja)?
16. ¿Ha debido prescindir de algún empleado en el área audiovisual por falta de dominio de herramientas?
17. ¿De qué universidad considera que vienen mejor preparados los audiovisualistas según su experiencia laboral?
18. ¿Cuáles considera que son las fortalezas y debilidades del audiovisualista egresado de la UCAB?
19. En términos generales ¿cómo consideraría usted al audiovisualista egresado de la UCAB y por qué?

5.13 Criterio de Análisis

Se presentaron las preguntas a los elementos seleccionados por Unidad de Análisis de forma oral, sus entrevistas fueron grabadas. Las grabaciones se transcribieron y se vaciaron en una matriz de contenido. En los estudios cualitativos, el análisis consiste en explicar el significado de los propios resultados. Más que la constatación de frecuencias de respuesta se busca integrar las mismas a la luz de lograr una interpretación más que una descripción. De ahí, que luego que se estructuraron las respuestas de cada uno, se procedió a analizar las respuestas que dieran información sobre el perfil profesional de las personas involucradas en proyectos audiovisuales, y específicamente aquellas menciones a nuevas tecnologías, dando respuesta a los objetivos de investigación.

También se le dio atención a aquellas preguntas que aunque no cumplieran estrictamente con el objetivo, aportaran información útil al estudio.

VI. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

6.1 Presentación de resultados

Tabla N^o3

Indicadores	Interrogantes	Entrevistados	Respuestas
Existencia y campos de las TIC en el medio	En relación a las nuevas tecnologías de la información y los avances tecnológicos ¿Cuáles han sido los cambios más significativos en la estructuración de los departamentos de esta empresa, si es que los ha habido?	<p>Walter Falkenhagen (Vice-Presidente de Jazz 95.5)</p> <p>Denys Torrealba (Gerente de Producción de Jazz 95.5)</p> <p>José Luis Zuleta (Director de Dramática de telenovelas en Venevisión)</p> <p>Jhonny Febles (Director de Fotografía de telenovelas en Venevisión)</p>	<p>(...) Yo creo que el Internet y la digitalización de la música, es lo que ha cambiado mucho. La estructuración es la misma.</p> <p>El cambio son las redes sociales. Estamos llegando a más gente de la que habíamos pensado en la radio. Ahorita tenemos la fiebre (sic) del Twit-cam (...) La estructuración sigue igual, lo que ha cambiado es la producción.</p> <p>Sí ha habido cambios, Venevisión está cambiando toda la plataforma (...) Nos enfrentamos con un mercado internacional (...) y por eso tenemos que estar a la vanguardia (...).</p> <p>Yo te voy a hablar de la parte técnica. Hasta ahora en nuestro país en lo que a televisión se refiere no ha habido un avance significativo, en cuanto el avance hacia el HD. Nosotros se supone deberíamos estar ya en el HD (...) Tenemos tecnología digital pero no en HD (...). No hemos cambiado en la parte que a mí me corresponde que es las cámaras, seguimos teniendo las mismas cámaras (...) de un formato estándar.</p>

<p>Existencia y campos de las TIC en el medio</p>	<p>En relación a las nuevas tecnologías de la información y los avances tecnológicos ¿Cuáles han sido los cambios más significativos en la estructuración de los departamentos de esta empresa, si es que los ha habido?</p>	<p>José Luis Alcalá (Asesor técnico de Televen y presidente de la Post-productora)</p> <p>Maryori Romero (Productora de contenido de la emisión matutina de Venevisión)</p> <p>Ciro García (Presidente de Lago 91.5 FM)</p> <p>José Zorrilla (Gerente de programación de variedades en Venevisión)</p> <p>Edgar Frías (Director de Servicios Creativos de Venevisión)</p> <p>Nelson Belfort (Ex-Presidente de CNB y Presidente de la Cámara de radio)</p>	<p>Los departamentos de post-producción antes eran algo mítico. Ahora hay mucha más interacción entre todos, porque ya los técnicos no son tan técnicos, hoy hay una homogenización mucho más amplia del personal porque al haberse diluido esos mitos la gente de post-producción opinan y se integran con todo el equipo. (...) En términos generales hay mayor interacción.</p> <p>La noticia es más veraz. Gracias a la página web nosotros tenemos rápidamente la información (...) Se abrió un departamento de redes sociales</p> <p>Hizo que se cambiara el sistema de grabaciones y transmisión de la radio porque obligó a la radio a ir a Internet. Obligatoriamente te pide ir adaptándote al sistema de computación. (...) No se necesita cambiar de departamento</p> <p>No ha habido muchos cambios, porque en un país donde no hay suficiente capital, no se pueden implantar las tecnologías digitales totalmente, y así, la empresa no puede dar un cambio drástico en su reestructuración. Si no hay plata, no hay reformas.</p> <p>Bastante, en la parte de diseño por ejemplo se han requerido nuevos equipos con los últimos programas en <i>Adobe PhotoShop</i> e <i>Illustrator</i> y en la parte de post producción gráfica, también con la adquisición de las ultimas tecnologías en lo que son equipos <i>Avid</i>.</p> <p>Básicamente lo que ha cambiado es que se han incorporado nuevas tecnologías que permiten dar <i>feed back</i> a los radio difusores. (...) Ahora se tienen redes sociales y mensajería de texto donde debes estar preparado para recibir información y validarla. Los departamentos se han reestructurado en cuanto</p>
---	--	---	---

<p>Existencia y campos de las TIC en el medio</p>	<p>En relación a las nuevas tecnologías de la información y los avances tecnológicos ¿Cuáles han sido los cambios más significativos en la estructuración de los departamentos de esta empresa, si es que los ha habido?</p>	<p>Ignacio Castillo (Director de Cine)</p> <p>Vicente Gazzara (Presidente y Director de Blanco y Negro Films)</p> <p>Eli Bravo (Productor de Actualidad 1060 en Miami)</p> <p>Beatriz Ravell (Productora Ejecutiva de KO Films)</p> <p>Juan Andrés Ravell (Director Creativo de Plop TV)</p> <p>Ana Isabel Otero (Directora de Contenido)</p>	<p>a las funciones. Nos ha hecho masificar todo, hace que todo el mundo tenga acceso y abarata mucho los costos y se hace mucho mas trabajo. Se pueden hacer muchas más películas que antes. Han bajado los precios. Muchos comerciales únicamente los podemos hacer en digital porque a veces no se tiene el dinero para hacerla en 35mm</p> <p>El cambio a equipos digitales nos obligó a conocer nuevos proveedores, y a cambiar nuestro grupo de trabajo o a enviar a nuestro equipo a cursos de tecnologías</p> <p>Hoy en día hago <i>send</i> y tienen mi información en 4 minutos. Me ha permitido comunicarme de forma más directa con mis clientes.</p> <p>Por lo general contratamos <i>freelance</i> que sabemos que conocen sobre esas tecnologías. Normalmente usamos el mismo equipo en los proyectos porque nos ha ido bien con sus trabajos.</p> <p>No tenemos muchas reestructuraciones porque nosotros nos creamos en función a estas nuevas tecnologías. En Plop TV todos nos integramos al proceso creativo para producir los contenidos.</p> <p>Toda mi empresa es de tecnologías, nosotros empezamos con una estructura diferente.</p>
---	--	---	--

<p>Audiovisualistas manejando tecnologías digitales</p>	<p>¿Cuáles son los campos en los que se desenvuelve un audiovisualista en esta empresa?</p>	<p>Walter Falkenhagen (Vice-Presidente de Jazz 95.5)</p> <p>Denys Torrealba (Gerente de Producción de Jazz 95.5)</p> <p>José Luis Zuleta (Director de Dramática de telenovelas en Venevisión)</p> <p>Jhonny Febles (Director de Fotografía de telenovelas en Venevisión)</p> <p>José Luís Alcalá (Asesor Técnico de Televen)</p> <p>Maryori Romero (Productora de contenido de la emisión matutina de Venevisión)</p> <p>Ciro García (Presidente de Lago 91.5 FM)</p>	<p>(...) Producción, generación de contenido, locuciones (...).</p> <p>Son productores asociados a la radio (...).</p> <p>(...) Todo lo que es manejo de escena, microfonía (sic), imagen (...) (Cuando son pasantes) Les damos un paseo por toda la parte de producción, edición, dirección (...)</p> <p>Es que producimos igual, vamos a empezar del escalafón: los jefes mandan igual, no han cambiado; se comercializa igual, se produce igual (...). Por ahora hay sólo pasantes (¿no hay egresados?) No, no los tengo, si acaso habrá uno que otro haciendo pasantías (...) muy esporádicos (sic).</p> <p>En el área de creación, en producción y en el departamento de información.</p> <p>Depende de los conocimientos. Puede estar en redacción o en producción pero todo mi equipo en general son comunicadores.</p> <p>Locución, producción.</p>
---	---	---	---

<p>Audiovisualistas manejando tecnologías digitales</p>	<p>¿Cuáles son los campos en los que se desenvuelve un audiovisualista en esta empresa?</p>	<p>José Zorrilla (Gerente de programación de variedades en Venevisión)</p> <p>Edgar Frías (Director de Servicios Creativos de Venevisión)</p> <p>Nelson Belfort (Ex-Presidente de CNB y Presidente de la Cámara de radio)</p> <p>Ignacio Castillo (Director de Cine)</p> <p>Vicente Gazzara (Presidente y Director de Blanco y Negro Films)</p> <p>Eli Bravo (Productor de Actualidad 1060 en Miami)</p> <p>Beatriz Ravell (Productora Ejecutiva de KO <i>Films</i>)</p> <p>Juan Andrés Ravell (Director Creativo de Plop TV)</p> <p>Ana Isabel Otero (Directora de Contenido)</p>	<p>Prensa, Producción, Variedades, Dramática, Medios Alternativos.</p> <p>Puede desarrollarse como Diseñador Gráfico, como <i>Copy producer</i>, como productor y en prensa puede ser ancla de un noticiero, redactor, reportero, corresponsal. En un canal de televisión hay muchísimo campo para el comunicador.</p> <p>Debería hacerlo todo, desde la simple programación musical.</p> <p>Coordinación en el área de producción.</p> <p>En todos, pero más que todo como directores de Post Producción y productores.</p> <p>No responde</p> <p>No responde.</p> <p>El 90% de mis empleados son comunicadores sociales. Normalmente están en Creatividad, edición y producción.</p> <p>Depende, principalmente en contenido, porque son los que generan la información, pero también tenemos comunicadotes de diferentes menciones en el área corporativa.</p>
---	---	---	---

<p>Audiovisualistas manejando tecnologías digitales</p>	<p>¿Cómo han cambiado las tareas del audiovisualista con la llegada de las TIC?</p>	<p>Walter Falkenhagen (Vice-Presidente de Jazz 95.5)</p> <p>Denys Torrealba (Gerente de Producción de Jazz 95.5)</p> <p>José Luis Zuleta (Director de Dramática de telenovelas en Venevisión)</p> <p>Jhonny Febles (Director de Fotografía de telenovelas en Venevisión)</p> <p>Maryori Romero (Productora de contenido de la emisión matutina de Venevisión.</p> <p>Ciro García (Presidente de Lago 91.5 FM)</p> <p>José Zorrilla (Gerente de programación de variedades en Venevisión)</p>	<p>Yo creo que ahorita hay mucha información, entonces no sólo la tarea del audiovisualista de difundir, sino que sea verdad, verídica y veraz (...) antes había sólo información (...) hay que revisar quién es la fuente, si la fuente es confiable, hay que ver si el contenido es veraz (...) (¿Ese sería el principal cambio?) Sí. (...) Considerar la fuente y dejar que la información sea objetiva (...).</p> <p>Se ha hecho más fácil, todo más fácil. Por ejemplo antes tú ibas a escribir un guión y tenías que hacerlo con la máquina de escribir (...).</p> <p>Drásticamente, pues la tecnología es un gran avance (...) Ayuda a la proyección del audio, las imágenes...</p> <p>Sí veo que el comunicador tiene una herramienta a su favor que es la inmediatez, de la tecnología de satélite (...) tú puedes editar donde sea, comunicarte a través del Internet (...) La inmediatez ha cambiado sus actividades.</p> <p>Yo siento que no han cambiado mucho, seguimos con las mismas funciones a pesar que haya un departamento paralelo para redes sociales.</p> <p>Para mí, no han cambiado, se cambia únicamente las herramientas pero el contenido es el mismo.</p> <p>Las tareas son las mismas, pero optimizadas gracias a estas nuevas tecnologías.</p>
---	---	--	--

<p>Audiovisualistas manejando tecnologías digitales</p>	<p>¿Cómo han cambiado las tareas del audiovisualista con la llegada de las TIC?</p>	<p>Edgar Frías (Director de Servicios Creativos de Venevisión)</p> <p>Nelson Belfort (Ex-Presidente de CNB y Presidente de la Cámara de radio)</p> <p>Ignacio Castillo (Director de Cine)</p> <p>Vicente Gazzara (Presidente y Director de Blanco y Negro Films)</p> <p>Eli Bravo (Productor de Actualidad 1060 en Miami)</p> <p>Beatriz Ravell (Productora Ejecutiva de KO <i>Films</i>)</p> <p>Juan Andrés Ravell (Director Creativo de Plop TV)</p> <p>Ana Isabel Otero (Directora de Contenido)</p>	<p>Si han cambiado, porque ahora tienen que tomar cursos extras para poder adaptarse a estas nuevas tecnologías, yo siento que tienen que educarse ahora y actualizarse.</p> <p>Lo más difícil es no distraerse con las nuevas tecnologías, es decir, no porque sepas manejar Twitter es lo único que debes hacer, los grandes son los que, con viejas reglas de juego son capaces de adaptarse a las nuevas tecnologías. Básicamente es sacar la información necesaria con tecnologías nuevas. (...) el comunicador tiene que priorizar con toda la información que se le está dando y eso es muy difícil.</p> <p>Ahora las tareas son más fáciles y más efectivas.</p> <p>La gente ahora puede hacer más proyectos. Por ser (lo digital) más económico, se pueden hacer cosas “decentes”</p> <p>Como productor todo se hace más sencillo: investigación, transmisión, post producción e incluso ventas. La digitalización permite integrar equipos de trabajo, administrar audio y pautas más eficientemente, además de reducir costos.</p> <p>En que ahora no sólo hay que especializarse en la materia sino en el manejo de los equipos.</p> <p>Estas tecnologías lo han obligado a diversificarse. Antes con ser un buen editor o creativo, tenias suficiente, ahora debes ser más integral, se debe pensar en todo para poder adaptarse a estos nuevos medios</p> <p>Mucho, porque antes tenias fuentes y contenidos limitados, ahora hay mucha más cantidad de</p>
---	---	---	---

			información y mayor competencia.
Audiovisualistas manejando tecnologías digitales	¿En su empresa existe personal especializado en el manejo de ciertas tecnologías?	<p>Walter Falkenhagen (Vice-Presidente de Jazz 95.5)</p> <p>Denys Torrealba (Gerente de Producción de Jazz 95.5)</p> <p>José Luis Zuleta (Director de Dramática de telenovelas en Venevisión)</p> <p>Jhonny Febles (Director de Fotografía de telenovelas en Venevisión)</p> <p>José Luis Alcalá (Asesor Técnico de Televen)</p> <p>Maryori Romero (Productora de contenido de la emisión matutina de Venevisión)</p> <p>Ciro García (Presidente de Lago 91.5 FM)</p> <p>José Zorrilla (Gerente de programación de variedades en Venevisión)</p>	<p>Sí, hay muchos <i>softwares</i> de radio, y los operadores aprenden a manejar esos <i>softwares</i>, y esos <i>softwares</i> están cada vez más interconectados con las nuevas tendencias como son el Facebook, el Twitter, el 'Twitter-Cam'.</p> <p>Sí (...) Por ejemplo los <i>softwares</i> de audio (...). Los ingenieros de sonido tienen que aprenderse de pies a cabeza los comandos de la radio (...).</p> <p>Sí, 100%. Tenemos un departamento inclusive que se especializa, que es el departamento de Arte y Promoción, que nos ayuda en armar la base de datos de un producto (un dramático).</p> <p>Se han tenido que especializar, pero más que todo en el aspecto de la gente de mantenimiento e ingeniería (...).</p> <p>Sí claro, En toda mi empresa. Nosotros tenemos que estar preparados en toda el área tecnológica para hacer nuestro trabajo.</p> <p>Sí, el departamento de redes sociales.</p> <p>Los ingenieros que saben de tecnologías, los comunicadores manejan el contenido como tal.</p> <p>Sí, pero por lo general los enviamos a hacer cursos de especialización en tecnologías.</p>

<p>Audiovisualistas manejando tecnologías digitales</p>	<p>¿En su empresa existe personal especializado en el manejo de ciertas tecnologías?</p>	<p>Edgar Frías (Director de Servicios Creativos de Venevisión)</p> <p>Nelson Belfort (Ex-Presidente de CNB y Presidente de la Cámara de radio)</p> <p>Ignacio Castillo (Director de Cine)</p> <p>Vicente Gazzara (Presidente y Director de Blanco y Negro Films)</p> <p>Eli Bravo (Productor de Actualidad 1060 en Miami)</p> <p>Beatriz Ravell (Productora Ejecutiva de KO Films)</p> <p>Juan Andrés Ravell (Director Creativo de Plop TV)</p> <p>Ana Isabel Otero (Directora de Contenido)</p>	<p>Directores de post producción, pero la mayoría de los comunicadores que trabajan aquí conocen los <i>Avid</i> y pueden manejarlos en post producción. Pero básicamente los que manejan las herramientas son los diseñadores y los post productores.</p> <p>Sí claro, algunos básicamente eran más cercanos a un <i>webmaster</i> que a la fuente.</p> <p>Si, claro.</p> <p>Sí</p> <p>Siempre.</p> <p>Sí, Por lo general contratamos <i>freelance</i> que sabemos que conocen sobre esas tecnologías. Normalmente usamos el mismo equipo en los proyectos porque nos ha ido bien con sus trabajos</p> <p>No hay especialistas como tal, de repente podrían considerarse especialistas los diseñadores gráficos o los editores, pero todo mi equipo está en contacto con ellas porque todos manejamos las Redes Sociales y la web.</p> <p>Sí</p>
---	--	--	---

<p>Audiovisualistas manejando tecnologías digitales</p>	<p>Si es así, ¿Qué actividades desarrolla(n) esta(s) persona(s) en su empresa?</p>	<p>Walter Falkenhagen (Vice-Presidente de Jazz 95.5)</p> <p>Denys Torrealba (Gerente de Producción de Jazz 95.5)</p> <p>José Luis Zuleta (Director de Dramática de telenovelas en Venevisión)</p> <p>Jhonny Febles (Director de Fotografía de telenovelas en Venevisión)</p> <p>José Luis Alcalá (Asesor Técnico de Televen)</p> <p>Maryori Romero (Productora de contenido de la emisión matutina de Venevisión)</p> <p>Ciro García (Presidente de Lago 91.5 fm)</p> <p>José Zorrilla (Gerente de programación de variedades en Venevisión)</p> <p>Edgar Frías (Director de Servicios Creativos de Venevisión)</p>	<p>Operadores técnicos.</p> <p>Operadores de banda sonora.</p> <p>Departamento de Arte y Promoción.</p> <p>Mantenimiento e ingeniería.</p> <p>Todas, principalmente Post-producción y edición.</p> <p>No sé específicamente lo que hacen (Departamento del Redes sociales)</p> <p>Electrónica, los comunicadores no manejan la parte técnica.</p> <p>Principalmente son analistas de contenido.</p> <p>Actividades de diseño y post producción</p>
---	--	---	--

<p>Audiovisualistas manejando tecnologías digitales</p>	<p>Si es así, ¿Qué actividades desarrolla(n) esta(s) persona(s) en su empresa?</p>	<p>Nelson Belfort (Ex-Presidente de CNB y Presidente de la Cámara de radio)</p> <p>Ignacio Castillo (Director de Cine)</p> <p>Vicente Gazzara (Presidente y Director de Blanco y Negro Films)</p> <p>Eli Bravo (Productor de Actualidad 1060 en Miami)</p> <p>Beatriz Ravell (Productora Ejecutiva de KO <i>Films</i>)</p> <p>Juan Andrés Ravell (Director Creativo de Plop TV)</p> <p>Ana Isabel Otero (Directora de Contenido)</p>	<p><i>Webmaster</i></p> <p>Más que todo en el área de post producción, porque aquí todavía no han llegado muchas nuevas tecnologías en producción, además no tenemos el personal preparado para esos equipos porque nunca los han manejado.</p> <p>Principalmente cámaras, en la parte de post producción.</p> <p>En estos momentos estoy desarrollando un portal web y estoy usando programadores, diseñadores y videògrafos.</p> <p>Post-Producción y edición.</p> <p>Todos trabajamos en el manejo de las Redes Sociales y la web.</p> <p>Programadores y diseñadores gráficos pero en general todos nos especializamos en el manejo de tecnologías porque todos tenemos que manejar las Redes Sociales.</p>
---	--	--	---

<p>Existencia y campos de las TIC en el medio</p>	<p>¿Hacia dónde cree usted que apunta el futuro de las empresas audiovisuales en función a las TIC y que está haciendo su empresa para adaptarse?</p>	<p>Walter Falkenhagen (Vice-Presidente de Jazz 95.5)</p> <p>Denys Torrealba (Gerente de Producción de Jazz 95.5)</p> <p>José Luis Zuleta (Director de Dramática de telenovelas en Venevisión)</p> <p>Jhonny Febles (Director de Fotografía de telenovelas en Venevisión)</p> <p>José Luis Alcalá (Asesor Técnico de Televen)</p>	<p>Nosotros creemos que el futuro está en que las personas como tal, va a poder escoger lo que quiere ver y oír directamente, y no lo que esté al aire disponible (...) Ahí es donde está apuntando la tecnología, y es donde la creación de contenido va a jugar un papel importante en estas empresas (...) Si no tuvieras YouTube, si no tuvieras Facebook, y tuvieras los canales tradicionales, tú ves lo que ellos te obligan a ver, cuando tú tienes la opción de escoger, lo que tienes es una guerra de contenidos, para ver cuál es el contenido que más te gusta (...).</p> <p>El futuro no es a largo plazo, es a mediano plazo (...) Lo que te voy a decir es personal (...) Eso depende de las emisoras (...) Va a llegar un punto en que todo va a sonar igual, porque el gobierno va a controlar todo (...) una red social de emisoras del gobierno (...) Pero si no hay problema hacia donde vamos es una mejor tecnología, la calidad del producto va a ser muy buena (...).</p> <p>Hacia una visión de alta definición pero sinecuanón (sic) (Qué están haciendo ustedes) Hemos tratado, como tenemos que competir con un mercado internacional, tratamos de llevar nuestro producto a lo más parecido posible a la alta definición (...) Nosotros tenemos que acoplarnos a lo que el público nos exige (...) Nosotros tenemos una proyección tradicional (...).</p> <p>Hablando de la parte artística que a mí me compete, creo que nos llevan a mejorar la calidad de la imagen (...) Sin embargo nada ganas con tener mejor imagen, mejores cámaras, si no produces como se debe producir (...).</p> <p>A la simplificación de estos proceso, una optimización del uso de los recursos y la digitalización total. (...) estamos incorporando y</p>
---	---	--	--

Existencia y campos de las TIC en el medio	¿Hacia dónde cree usted que apunta el futuro de las empresas audiovisuales en función a las TIC y que está haciendo su empresa para adaptarse?	<p>Maryori Romero (Productora de contenido de la emisión matutina de Venevisión)</p> <p>Ciro García (Presidente de Lago 91.5 FM)</p> <p>José Zorrilla (Gerente de programación de variedades en Venevisión)</p> <p>Edgar Frías (Director de Servicios Creativos en Venevisión)</p> <p>Nelson Belfort (Ex-Presidente del circuito CNB y Presidente de la Cámara de radio)</p> <p>Ignacio Castillo (Director de Cine)</p>	<p>desincorporando las herramientas nuevas y viejas. Hacia una mayor versatilidad y mejor velocidad. (...) las noticias serán más inmediatas</p> <p>Hacia al ciberespacio, todo va a terminar siendo una tecnología que permita estar actualizado en el ciberespacio.</p> <p>Todo apunta hacia el Internet y lo multimedia. Poco a poco estamos adecuando las herramientas pero el espectro no es nuestro y eso implica muchas limitaciones.</p> <p>(...) el paso siguiente sería pasar a HD pero eso es un proceso más complejo ya que aún no salimos en HD en Venezuela (...) Por lo que hemos visto, o el Internet migra a la televisión o la televisión al Internet. La TV está adquiriendo todas estas herramientas que le ofrece la Internet para beneficiarla, por ejemplo, este año la votación del Miss Venezuela será a través de Twitter, así podrán participar todas las personas. El destino es que la TV será mucho más interactiva con el consumidor gracias al Internet.</p> <p>El medio de la radio va a ser más multiplicador, la radio va a tener mayor participación del individuo. Con la radio digital todo va a sonar mejor pero lo importante es que va a estar integrado al celular, van a llegar las fotos, me lo voy a poder bajar en línea, guardarla y expandirla, eso es la radio del futuro.</p> <p>En Venezuela, hacia la capacitación y especificación en áreas, siento que así se pueden manejar mejor las nuevas tecnologías, entre más específico sean teniendo conocimiento general del proyecto.</p>
--	--	---	--

Existencia y campos de las TIC en el medio	¿Hacia dónde cree usted que apunta el futuro de las empresas audiovisuales en función a las TIC y que está haciendo su empresa para adaptarse?	<p>Vicente Gazzara (Presidente y Director de Blanco y Negro Films)</p> <p>Eli Bravo (Productor de Actualidad 1060 en Miami)</p> <p>Beatriz Ravell (Productora Ejecutiva de KO <i>Films</i>)</p> <p>Juan Andrés Ravell (Director Creativo de Plop TV)</p> <p>Ana Isabel Otero (Directora de Contenido)</p>	<p>La tecnología se hará cada vez más económica y mejor. Se parecerá cada vez más al cine pero no creo que nunca llegue. con el tiempo va a lograr acercarse cada vez más y con respecto a los estudiantes, creo que con el tiempo aprenderán a buscar conocimientos específicos porque el mercado les exigirá saber sobre miles de nuevos equipos que requerirán esa especialización, pero lo más importante es formarse en el conocimiento artístico en todo lo que tenga que ver, por ejemplo a la fotografía, lo tecnológico vendrá con la capacidad de manejo</p> <p>A una mayor conexión de las partes para general una comunidad participativa. A una mayor independencia del profesional y una especialización que requiere de una base teórica y práctica de amplio espectro. En mi opinión el comunicador debe tener fundamentos académicos y teóricos para lograr mayor profundidad en sus análisis y creaciones, pero debe tener habilidades de realización y capacidad de emprendimiento que serán vitales para sobrevivir en el mercado. Si en estos momentos el debate es sobre si deben o no enseñar sobre la base de los medios digitales... ese autobús salió hace 10 años.</p> <p>La película puede desaparecer y todo se convierta en digital, de hecho tenemos casi un año trabajando todo el digital.</p> <p>Centrado hacia la creación de mejor y más relevante contenido para la audiencia. Más allá de las herramientas, lo importante es lo que se dice. Lo más importante para el usuario es el buen contenido.</p> <p>Cada vez tendremos mayor alcance a las audiencias de manera que podremos hacer más proyectos.</p>
--	--	---	---

<p>Audiovisualistas manejando tecnologías digitales</p>	<p>Y ¿qué rol o roles dentro de éstas adaptaciones juegan o van a jugar los audiovisualistas?</p>	<p>Walter Falkenhagen (Vice-Presidente de Jazz 95.5)</p> <p>Denys Torrealba (Gerente de Producción de Jazz 95.5)</p> <p>José Luis Zuleta (Director de Dramática de telenovelas en Venevisión)</p> <p>Jhonny Febles (Director de Fotografía de telenovelas en Venevisión)</p> <p>José Luis Alcalá (Asesor Técnico de Televen)</p> <p>Maryori Romero (Productora de contenido de la emisión matutina de Venevisión)</p> <p>Ciro García (Presidente de Lago 91.5 fm)</p> <p>José Zorrilla (Gerente de programación de variedades en</p>	<p>Bueno, pues prácticamente todo, pues al ellos estar informados de lo que tienen que hacer cuando tienen que generar contenido para esta segmentación, pues ellos son los principales buscadores de la información para nosotros poder difundir.</p> <p>Bueno, van a estar más al día (...) Yo pienso que el trabajo va a seguir siendo igual (...) pero va a ser mejor calidad.</p> <p>En el caso de lo que nosotros hacemos o en el caso de prensa (...) Es tratar de que esa proyección o ese arte final, esté lo más óptimo posible. En Venevisión hay un departamento, que es el departamento de Calidad e Imagen, que es el que se encarga de optimizar el proceso (...).</p> <p>No hay nuevos roles, quizá cuando se empiecen a presentar problemas, sí tendremos que desempeñar nuevos roles (...).</p> <p>Le tocará crear mejor su idea audiovisual, Ahora la creatividad debe estar por encima</p> <p>Siguen informando.</p> <p>La dinámica que ellos manejen y la experticia que ellos manejen (...) Depende de su creatividad el programa puede ser mejor o peor, eso es subjetivo. Uno los busca no por el manejo técnico sino por su campo como tal.</p> <p>Todos, la técnica y el manejo como tal ya no serán tan complicados y pasarán a un segundo plano, pero el nuevo rol, como tal, será la utilización óptima de</p>
---	---	--	---

<p>Audiovisualistas manejando tecnologías digitales</p>	<p>Y ¿qué rol o roles dentro de éstas adaptaciones juegan o van a jugar los audiovisualistas?</p>	<p>Venevisión) Edgar Frías (Director de Servicios Creativos de Venevisión)</p> <p>Nelson Belfort (Ex-Presidente del circuito CNB y Presidente de la Cámara de radio)</p> <p>Ignacio Castillo (Director de Cine)</p> <p>Vicente Gazzara (Presidente y Director de Blanco y Negro Films)</p> <p>Eli Bravo (Productor de Actualidad 1060)</p> <p>Beatriz Ravell (Productora Ejecutiva de KO Films)</p> <p>Juan Andrés Ravell (Director Creativo de Plop TV)</p> <p>Ana Isabel Otero (Directora de Contenido)</p>	<p>estos recursos. La tecnología no vale para nada, los comunicadores son los que tienen que recibirla como una herramienta. Ahora los comunicadores tendrán un campo de acción mucho más amplio y va a poder hacer mucho más cantidad y mejor su trabajo. Lo que quiere transmitir llegará a mucha más gente en mucho menos tiempo y en una manera más económica.</p> <p>Concentrarse en la información que realmente sea importante y saber discernir en lo que realmente interesa para crear el mensaje.</p> <p>No cambian los roles como tal, el conocimiento sigue siendo el mismo sólo que va a evolucionar con el uso de estas nuevas tecnologías</p> <p>Los roles son los mismos, lo que evoluciona es el sistema operativo, y la capacidad de contar con estos nuevos recursos.</p> <p>Hoy en día puedes sacar un programa como apoyo a un blog (<i>podcast</i>) y gerenciar tu talento. Hoy puedes llegar tan lejos como tu capacidad de mercadear tu producto</p> <p>Ahora con estas nuevas cámaras digitales te permiten hacer muchas mas cosas tanto por costo como por riesgo, te hacen más fácil el trabajo.</p> <p>El rol es el mismo, lo diferente es que ahora vendemos algo similar a lo anterior, con nuevas tecnologías que nos permiten generar mejores contenidos.</p> <p>Tendrán que adaptarse a las nuevas tecnologías, se tienen que actualizar a los nuevos formatos tecnológicos.</p>
---	---	---	---

<p>El uso de los equipos, programas de edición y post-producción, páginas webs y videos en los nuevos proyectos audiovisuales para televisión, radio y cine.</p>	<p>¿De qué manera ha influido en sus proyectos la llegada de las nuevas tecnologías digitales?</p>	<p>Walter Falkenhagen (Vice-Presidente de Jazz 95.5)</p> <p>Denys Torrealba (Gerente de Producción de Jazz 95.5)</p> <p>José Luis Zuleta (Director de Dramática de telenovelas en Venevisión)</p> <p>Jhonny Febles (Director de Fotografía de telenovelas en Venevisión)</p> <p>José Luís Alcalá (Asesor Técnico de Televen)</p> <p>Maryori Romero (Productora de contenido de la emisión matutina de Venevisión)</p> <p>Ciro García (Presidente de Lago 91.5 FM)</p> <p>José Zorrilla (Gerente de programación de variedades en Venevisión)</p>	<p>Bueno lo mismo, yo creo que es en generar contenido (...) contenidos interesantes para que la audiencia nos siga buscando y oyendo.</p> <p>Mucho, porque uno avanza, uno no se queda estancado (...) Todo es más fácil (...) Fácil y rápido (...)</p> <p>Sin la tecnología no podríamos hacer lo que hacemos.</p> <p>En nada, para nuevas tecnologías no nos hemos adaptado nada (...).</p> <p>Todo es distinto, la manera de abordar un proyecto ya no es mediante una técnica sino mediante una idea (...) el fin es que el que tiene la idea la pueda hacer</p> <p>Si no maneja esta nuevas tecnologías simplemente te estancas y quedas desplazado por los comunicadores que ya tienen estos conocimientos</p> <p>El contenido es el mismo, yo no siento un mayor impacto.</p> <p>Me han aportado mayor facilidad, mayor rapidez, y mayor inmediatez</p>
--	--	--	---

<p>El uso de los equipos, programas de edición y post-producción, páginas webs y videos en los nuevos proyectos audiovisuales para televisión, radio y cine.</p>	<p>¿De qué manera ha influido en sus proyectos la llegada de las nuevas tecnologías digitales?</p>	<p>Edgar Frías (Director de Servicios Creativos de Venevisión)</p> <p>Nelson Belfort (Ex-Presidente del circuito CNB y Presidente de la Cámara de radio)</p> <p>Ignacio Castillo (Director de Cine)</p> <p>Vicente Gazzara (Presidente y Director de Blanco y Negro Films)</p> <p>Eli Bravo (Productor de Actualidad 1060 en Miami)</p> <p>Beatriz Ravell (Productora Ejecutiva de KO <i>Films</i>)</p>	<p>Ahora nuestros productos son de mucho más calidad. También podemos consultar y pedir mucha más información debido a la inmediatez del proceso. Estamos en contacto directo con la fuente que genera el espacio y los programas, así tenemos todo mucho más actualizado.</p> <p>Bastante, una de las claves del éxito es la mayor participación que me han generado estas tecnologías.</p> <p>(Los equipos) son más baratos. (Los programas) Dan mucha facilidad, no se necesita tanta infraestructura, puedes trabajar desde cualquier sitio. El <i>Final Cut</i>, por ejemplo, todos podemos tener acceso a el, en cambio con el <i>Avid</i> era muy difícil y costoso.</p> <p>Cambió en los formatos en producción pre-producción y post-producción Tuvimos un período de transición para entrar en el mundo digital. Pero aquí en Venezuela el medio no se ha digitalizado como tal, la transmisión digital no ha llegado y en ese sentido no ha cambiado en nada.</p> <p>Hoy en día es posible grabar con equipos que ofrecen mayor calidad de imagen a menor costo y más portátiles. La distribución es más directa con las plataformas digitales y redes sociales, y en términos de ventanas de transmisión, al menos en EEUU, se ha ampliado el número de canales disponibles para el público.</p> <p>La televisión y el cine digital dan una mejor textura y simulan al cine</p>
--	--	---	---

<p>El uso de los equipos, programas de edición y post-producción, páginas webs y videos en los nuevos proyectos audiovisuales para televisión, radio y cine.</p>	<p>¿De qué manera ha influido en sus proyectos la llegada de las nuevas tecnologías digitales?</p>	<p>Juan Andrés Ravell (Director Creativo de Plop TV)</p> <p>Ana Isabel Otero (Directora de Contenido)</p>	<p>Antes sólo escribía guiones para TV, desconocíamos el Internet como herramienta, ahora puedo hacer contenido más creativo y autentico porque no tengo la censura de la TV, especialmente porque mis proyectos son bastante particulares.</p> <p>En todo, antes me dedicaba a medios impresos y ahora me di cuenta del poder de las redes sociales y su alcance a las audiencias</p>
--	--	---	--

<p>El uso de los equipos, programas de edición y post-producción, páginas webs y videos en los nuevos proyectos audiovisuales para televisión, radio y cine.</p>	<p>¿Qué ELEMENTOS NUEVOS le han aportado en sus proyectos estas nuevas tecnologías digitales?</p>	<p>Walter Falkenhagen (Vice-Presidente de Jazz 95.5)</p> <p>Denys Torrealba (Gerente de Producción de Jazz 95.5)</p> <p>José Luis Zuleta (Director de Dramática de telenovelas en Venevisión)</p> <p>Jhonny Febles (Director de Fotografía de telenovelas en Venevisión)</p> <p>José Luís Alcalá (Asesor Técnico de Televen)</p> <p>Maryori Romero (Productora de contenido)</p>	<p>(...)Ha cambiado de un formato a otro, antes era analógico, ahora es digital (...) Te da muchas más facilidades, porque cuando estás en un mundo analógico la edición de contenido (...) antes tenías la cinta, la pasabas por un lector analógico y con la cinta (...) la pasabas (...) cortabas y pegabas la otra cinta y esa era la manera de editar (...) editar un programa ahorita es <i>copy-paste</i>, <i>copy-paste</i> (...) Un programa lo puedes hacer en 10-15 minutos.</p> <p>(...) El mismo programa de audio, con la llegada de las computadoras ha simplificado (las cosas) (...)</p> <p>Mejor imagen, mejor audio, mejor calidad de la realización del producto, mejor forma de iluminar (...).</p> <p>Para mí, nada. En este país es muy difícil que haya un gran aporte tecnológico. (...) Pero la tecnología digital ha abaratado costos de producción. (...) pero el equipo como tal y el gasto de energía es mayor, así que una cosa compensa a la otra.</p> <p>Cambió de la edición Lineal a la No Lineal, para mí, ese es uno de los paradigmas que revolucionó la industria. (...) El segundo es el cambio de la cámara a un formato más portátil. (...) Con una sola cámara se puede hacer toda una novela. (...) También se abaratan enormemente los costos y puedo hacer cosas más temerarias en las filmaciones. (...) Tu puedes tener una gran idea pero es muy importante saber cómo lo cuentas audiovisualmente y estas nuevas tecnologías son las que nos ayudan a echar el cuento.</p> <p>Puedo tener la información mucho más rápida. A través de ellas puedo informar sólo con twittearla</p>
--	---	--	---

<p>El uso de los equipos, programas de edición y post-producción, páginas webs y videos en los nuevos proyectos audiovisuales para televisión, radio y cine</p>	<p>¿Qué ELEMENTOS NUEVOS le han aportado en sus proyectos estas nuevas tecnologías digitales?</p>	<p>en Venevisión) Ciro García (Presidente de Lago 91.5 fm)</p> <p>José Zorrilla (Gerente de programación de variedades en Venevisión)</p> <p>Edgar Frías (Director de Servicios Creativos de Venevisión)</p> <p>Nelson Belfort (Ex-Presidente del circuito CNB y Presidente de la Cámara de radio)</p> <p>Ignacio Castillo (Director de Cine)</p> <p>Vicente Gazzara Presidente y Director de Blanco y Negro Films)</p> <p>Eli Bravo (Productor de Actualidad 1060 en Miami)</p> <p>Beatriz Ravell (Productora Ejecutiva de KO <i>Films</i>)</p> <p>Juan Andrés Ravell (Director Creativo de Plop TV)</p> <p>Ana Isabel Otero (Directora de Contenido)</p>	<p>Ha mejorado el contenido de los programas, sobre todo cuando te esmeras en que el programa llegue bien a Internet.</p> <p>(...) puedo agregar mayor acceso y más calidad de audio y video.</p> <p>Inmediatez, actualizaciones, inmediatas, mayor rango de acción, mayor calidad de imagen y conectividad.</p> <p>La mayor participación de la audiencia con el medio.</p> <p>Rapidez y los bajos costos.</p> <p>Simplemente un cambio de formato. Facilidad de almacenamiento y transporte.</p> <p>Flexibilidad en formatos, movilidad, capacidad de realización y reducción de costos. Aparte, facilita la producción independiente.</p> <p>Principalmente, En relación a los costos y el manejo de información.</p> <p>Ahora puedo comunicar lo que antes no comunicaba, tengo la facilidad de llegar a más audiencias con una mínima inversión y además logro generar mayor cantidad de contenido.</p> <p>Principalmente el mayor alcance y la facilidad para obtener la información</p>
---	---	--	--

<p>El uso de los equipos, programas de edición y post-producción, páginas webs y videos en los nuevos proyectos audiovisuales para televisión, radio y cine.</p>	<p>¿Qué semejanzas y que diferencias puede mencionarme entre los proyectos analógicos y digitales?</p>	<p>Walter Falkenhagen (Vice-Presidente de Jazz 95.5)</p> <p>Denys Torrealba (Gerente de Producción de Jazz 95.5)</p> <p>José Luis Zuleta (Director de Dramática de telenovelas en Venevisión)</p> <p>Jhonny Febles (Director de Fotografía de telenovelas en Venevisión)</p> <p>José Luís Alcalá (Asesor Técnico de Televen)</p> <p>Maryori Romero (Productora de contenido de la emisión matutina de Venevisión)</p> <p>Ciro García (Presidente de Lago 91.5 fm)</p>	<p>El proyecto como tal sigue siendo la generación del contenido, del programa, lo que cambia es la manera como se produce (...) ya no es igual (...) antes la edición era con herramientas muy rudimentarias.</p> <p>Muchas, una diferencia muy grande (...) Antes que llegaran los CDs llegaban las cintas (...) tenías que buscar una tijerita, cortar la cinta, pegarla (...) ahora no. (Semejanzas) Se parecen en las funciones, pero no en el proceso (...).</p> <p>Bueno del cielo a la tierra (...) El analógico te da una textura, una atmósfera más agradable. Qué pasa con el de alta definición, te lo lleva al casi 100% de la realidad, creo que esa es una ventaja.</p> <p>Las semejanzas en la manera de producir básicamente no hay muchos cambios (...) La gran diferencia, es que tienes que tener más cuidado, tienes que tener un mayor control de calidad (...). Se han ido implementando técnicas que nos han abaratado costos (...).</p> <p>Desde mi punto de vista como productor es que ambas pueden quedar bien, (...) es estándar (...) Lo analógico ya murió (...) Ya no hay un mix entre digital y análogo.</p> <p>No responde.</p> <p>No responde.</p>
--	--	---	---

<p>El uso de los equipos, programas de edición y post-producción, páginas webs y videos en los nuevos proyectos audiovisuales para televisión, radio y cine.</p>	<p>¿Qué semejanzas y que diferencias puede mencionarme entre los proyectos analógicos y digitales?</p>	<p>José Zorrilla (Gerente de programación de variedades en Venevisión)</p> <p>Edgar Frías (Director de Servicios Creativos de Venevisión)</p> <p>Nelson Belfort (Ex-Presidente de CNB y Presidente de la Cámara de radio)</p> <p>Ignacio Castillo (Director de Cine)</p> <p>Vicente Gazzara (Presidente y Director de Blanco y Negro Films)</p> <p>Eli Bravo (Productor de Actualidad 1060 en Miami)</p>	<p>Las diferencias pueden ser que ofrecen una mejor calidad en audio y video y generan más versatilidad y la semejanza es que en ambos es el mismo contenido.</p> <p>(Semejanzas) el fin es el mismo (Diferencias) mayor rapidez, optimización de los recursos y mayor calidad.</p> <p>Yo, que soy ingeniero electrónico, para mi lo digital no significa una diferencia más allá que más capacidad y densidad. Que la radio sea analógica o digital a mi me da lo mismo. Lo digital es aquello que por ese mismo espacio puede mandar mayor cantidad de información.</p> <p>Lo digital es más barato y más rápido, pero tiene limitaciones, es como una <i>laptop</i> y una maquina de escribir. Lo digital puede ser mejor en algunas cosas, pero lo analógico aguanta todo.</p> <p>Antes las cosas eran totalmente manuales. La idea para ir a filmar es la misma, la única diferencia es la tecnología aplicada, a veces lo digital trata de parecerse a la película pero la calidad de la imagen nunca será la misma. La calidad del cine es superior pero lo digital es más almacenable, editable y más portátil</p> <p>Han resultado más económicos y dinámicos que los análogos. Pero en el fondo, si hablamos de comunicación, el proceso es similar. Lo digital aporta en las capacidades de producción, transmisión y distribución, pero todavía necesitas talento, neuronas y constancia para hacer los contenidos. Las transmisiones digitales tienen mayor calidad de audio, aparte del potencial del <i>streaming</i> y las descargas de audio, que expanden el público potencial más allá de la huella de transmisión de una emisora terrestre</p>
--	--	--	--

<p>El uso de los equipos, programas de edición y post-producción, páginas webs y videos en los nuevos proyectos audiovisuales para televisión, radio y cine.</p>	<p>¿Qué semejanzas y que diferencias puede mencionarme entre los proyectos analógicos y digitales?</p>	<p>Beatriz Ravell (Productora Ejecutiva de KO <i>Films</i>)</p> <p>Juan Andrés Ravell (Director Creativo de Plop TV)</p> <p>Ana Isabel Otero (Directora de Contenido)</p>	<p>Lo digital te pone todo más a la mano. La relación es maquina de escribir y computadora.</p> <p>(Diferencias) con estos nuevos medios tengo la capacidad de recibir la respuesta de mi audiencia de manera inmediata, podemos saber lo que piensa la gente casi al instante de hacer una publicación. (Semejanzas) el contenido es relativamente parecido y es el que manda en función al <i>rating</i></p> <p>No responde</p>
--	--	---	---

<p>Egresado en Comunicación Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB.</p>	<p>¿Cómo cree que el dominio de estas tecnologías influirá en la calidad del audiovisualista?</p>	<p>Walter Falkenhagen (Vice-Presidente de Jazz 95.5)</p> <p>Denys Torrealba (Gerente de Producción de Jazz 95.5)</p> <p>José Luis Zuleta (Director de Dramática de telenovelas en Venevisión)</p> <p>Jhonny Febles (Director de Fotografía de telenovelas en Venevisión)</p> <p>José Luís Alcalá (Asesor Técnico de Televen)</p> <p>Maryori Romero (Productora de contenido de la emisión matutina de Venevisión)</p> <p>Ciro García (Presidente de Lago 91.5 FM)</p> <p>José Zorrilla (Gerente de programación de variedades en Venevisión)</p>	<p>Te abre un abanico de posibilidades para crear. Primero porque tienes acceso a través de Youtube o Internet de conseguir cualquier tipo de audio que se te ocurra, entonces todo empieza a depender de tu nivel creativo.</p> <p>Porque a medida que pase el tiempo vendrán muchos cambios, y cada quien tiene que venir acoplándose a lo que venga.</p> <p>Maravillosamente bien, su desempeño va a ser 100% más optimo porque podrá manejar los programas que necesitamos.</p> <p>Va a ayudar a gastar menos en la producción. Pero no considero que vaya a influir mucho.</p> <p>Primero se va a integrar a la vanguardia y a la realidad de la industria y además va a tener una ventaja sobre cualquier otro porque va a estar un paso adelante y va a poder hacer un buen uso de sus herramientas (...) Además el audiovisualista puede ser más versátil.</p> <p>No responde</p> <p>(no es el área del comunicador)</p> <p>Esa es su llave al éxito. Así como debe saber inglés o redacción, debe saber sobre las tecnologías. Sin eso, simplemente no puede ser un buen profesional.</p>
<p>Egresado en</p>			

<p>Comunicación Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB.</p>	<p>¿Cómo cree que el dominio de estas tecnologías influirá en la calidad del audiovisualista?</p>	<p>Edgar Frías (Director de Servicios Creativos de Venevisión)</p> <p>Nelson Belfort (Ex-Presidente de CNB y Presidente de la Cámara de radio)</p> <p>Ignacio Castillo (Director de Cine)</p> <p>Vicente Gazzara (Presidente y Director de Blanco y Negro Films)</p> <p>Eli Bravo (Productor de Actualidad 1060 en Miami)</p> <p>Beatriz Ravell (Productora Ejecutiva de KO Films)</p> <p>Juan Andrés Ravell (Director Creativo de Plop TV)</p> <p>Ana Isabel Otero (Directora de Contenido)</p>	<p>Con las herramientas académicas sumadas a estas herramientas el comunicador se convertiría en un profesional integral porque además esas herramientas harían que este comunicador creciera profesionalmente. Es una interacción, las tecnologías se usan para desarrollarse a si mismo. Va a ser una relación sincronizada.</p> <p>Hoy en día eso es algo absolutamente necesario, el que no sepa manejar tecnologías simplemente no puede ser un profesional.</p> <p>Es muy importante que sepa de todo y en todos los departamentos tienes que tener conocimientos tecnológicos, al menos los procesos por los que se pasa.</p> <p>Porque si te mantienes al día sabes que eso existe y sabrás cómo responder a eso</p> <p>Si no saben manejarlas no encajan en los proyectos. Incluso en el caso de redactores, deben manejar administradores de contenido y software para la producción de texto. Será más competitivo en el mercado y será más independiente.</p> <p>Es mucho mas fácil poder contratarlo una vez que hace la especialización en algún área que se relacione con esas nuevas tecnologías.</p> <p>No sé si el manejo de las tecnologías afectan tanto en la calidad del profesional, pero la mejora como tal está en el conocimiento de la interacción con la audiencia.</p> <p>Lo es todo, porque estas nuevas tecnologías ofrecen una gran cantidad de facilidades que son obligatorias que conozcan.</p>
--	---	--	--

<p>Conocimientos tecnológicos del audiovisualista egresado de la UCAB.</p>	<p>¿Qué conocimientos tecnológicos espera de un audiovisualista al momento de contratarlo?</p>	<p>Walter Falkenhagen (Vice-Presidente de Jazz 95.5)</p> <p>Denys Torrealba (Gerente de Producción de Jazz 95.5)</p> <p>José Luis Zuleta (Director de Dramática de telenovelas en Venevisión)</p> <p>Jhonny Febles (Director de Fotografía de telenovelas en Venevisión)</p> <p>José Luis Alcalá (Asesor Técnico de Televen)</p> <p>Maryori Romero (Productora de contenido de la emisión matutina de Venevisión)</p>	<p>Yo creo que es importante esté involucrado en el mundo del Internet, básicamente (...) Es importante la relación con la computación. que sepa lo que es una cuenta en Twitter, que sepa lo que es una red social, que sepa lo que es un Facebook,</p> <p>Tiene que tener experiencia (...) (Los conocimientos) Se ven solos, ahorita lo que interesa es la práctica (...) Ahí es donde tú ves que la persona domina las técnicas (...).</p> <p>Sería buenísimo si ellos pudieran salir egresados con esos conocimientos de lo que es sistemas, programas, todo lo que es computación (...). El audiovisualista que sale egresado debería, que no se cumple en alto porcentaje, al menos tener una base de cómo utilizar una locación, cómo desenvolverse dentro del escenario, cómo entrevistar.</p> <p>Un poco de todo. En mi área tiene que saber de todo. Tiene que saber de cámara, tiene que saber de producción (...) Estamos emparentados con todo (...) Si tú no dominas algo de eso, ya estás fallando (...) Vas a estar disfuncional.</p> <p>Más que la técnica con T mayúscula, me interesa que conozca lo que significa la era digital. El concepto de un elemento digital sino la versatilidad que significa que lo que tu haces esta en un elemento electrónico. Nosotros como comunicadores tenemos el compromiso de entender los elementos fundamentales de la comunicación cómo funcionan, por qué están ahí y cuáles son sus posibilidades. (...) necesita un buen conocimiento de la comunicación en toda su amplitud.</p> <p>Dependiendo, aquí manejamos <i>inews</i> y es primordial que se aprenda a manejar</p>
--	--	---	---

<p>Conocimientos tecnológicos del audiovisualista egresado de la UCAB.</p>	<p>¿Qué conocimientos tecnológicos espera de un audiovisualista al momento de contratarlo?</p>	<p>Ciro García (Presidente de Lago 91.5 FM)</p> <p>José Zorrilla (Gerente de programación de variedades en Venevisión)</p> <p>Edgar Frías (Director de Servicios Creativos de Venevisión)</p> <p>Nelson Belfort (Ex-Presidente del circuito CNB y Presidente de la Cámara de radio)</p> <p>Ignacio Castillo (Director de Cine)</p> <p>Vicente Gazzara (Presidente y Director de Blanco y Negro Films)</p> <p>Eli Bravo (Productor de Actualidad 1060 en Miami)</p>	<p>No tiene relevancia para los comunicadores.</p> <p>Primero que nada, debe saber todo el proceso tecnológico como tal, debe comprenderlo y saber de todo un poco para procesar la información correctamente</p> <p>Dominio y conocimiento de la tecnología que usamos aquí, mínimo a nivel conceptual. Debe saber qué es un <i>Betacam</i> es una maquina de log, qué es un Avid, qué es una locución.</p> <p>Un buen criterio que sea capaz de priorizar la información y validarla. Debe conocer bien la web.</p> <p>La gente suele adaptarse rápido, para mi depende de el cargo. Si es alguien que esta llegando, como pasante, no importa, pero si es un cargo importante y dependiendo del cargo puede ser indispensable que cumpla con un perfil de conocimientos, en especial en edición.</p> <p>Lo último en tecnología y todas sus áreas. No depende tanto del manejo del equipo sino del conocimiento profundo en cine.</p> <p>Funcionamiento, aplicaciones e integración al proceso creativo, para poder realizar sus proyectos. A menos que su objetivo profesional sea gerencial (y para ello debe comenzar en producción) son estas las herramientas con las que ejercerá su trabajo. Conocer las redes sociales, tener nociones de administradores de contenido (wordpress al menos), un básico de mercadeo digital,</p>
--	--	--	--

<p>Conocimientos tecnológicos del audiovisualista egresado de la UCAB.</p>	<p>¿Qué conocimientos tecnológicos espera de un audiovisualista al momento de contratarlo?</p>	<p>Beatriz Ravell (Productora Ejecutiva de <i>KO Films</i>)</p> <p>Juan Andrés Ravell (Director Creativo de Plop TV)</p> <p>Ana Isabel Otero (Directora de Contenido)</p>	<p>Dependiendo, principalmente debe pensar en especializarse para luego saber qué conocimientos debe tener.</p> <p>Para contratar a alguien no exijo que tenga unos conocimientos tan profundos de las tecnologías, básicamente tiene que saber de redes sociales y pasar la prueba de capacidad creativa que hacemos para entrar en Plop TV.</p> <p>Al menos, que entiendan qué son las redes sociales como Facebook y Twitter y cómo debe usarlas.</p>
--	--	---	--

<p>Habilidades prácticas del audiovisualista egresado de la UCAB.</p>	<p>¿Qué habilidades de tipo práctico (uso de las cámaras, programas de edición y post-producción, páginas webs y videos), espera de un audiovisualista al momento de contratarlo?</p>	<p>Walter Falkenhagen (Vice-Presidente de Jazz 95.5)</p> <p>Denys Torrealba (Gerente de Producción de Jazz 95.5)</p> <p>José Luis Zuleta (Director de Dramática de telenovelas en Venevisión)</p> <p>Jhonny Febles (Director de Fotografía de telenovelas en Venevisión)</p> <p>Maryori Romero (Productora de contenido en Venevisión)</p> <p>Ciro García (Presidente de Lago 91.5 FM)</p> <p>José Luís Alcalá (Asesor Técnico de Televen)</p> <p>José Zorrilla (Gerente de Programación de Variedades)</p>	<p>Que sepa interactuar en esas páginas, que sepa cómo puede distribuir la información para que sea divulgada y que otras personas (...) efecto multiplicador (sic). Manejar los programas.</p> <p>Tiene que tener movimiento de manos (...) Aparte de escuchar, tiene que mover las manos mientras escucha (...) Me gustaría que manejaran todos (los programas de audio). (Para la página) Sí tiene que haber una persona que sepa de la materia porque es lo que estamos reforzando ahora (...).</p> <p>Debería saber cómo manejar una máquina de edición, un sistema para desglose de cuñas, entrevistas, ese tipo de cosas (...) y en post-producción, cómo editar una noticia, por ejemplo</p> <p>En todo, tienes que saber de todo en cuanto a la producción (...) Tiene que prepararse en las tecnologías (...). Saber manejar una cámara y saber poner la iluminación correcta como mínimo.</p> <p>Que maneje <i>inews</i></p> <p>Ninguna</p> <p>Que sepa manejar la Web, ahora un comunicador que no sepa manejar la Web simplemente no es un comunicador. (...) que sea diestro, operar una cámara, capaz de iluminar.</p> <p>Para mi las destrezas no es lo más importante, lo cognitivo se vuelve una prioridad para el comunicador. Aunque aún así, eso solamente no garantiza el éxito, deben asociarlo con lo que hacen y cómo lo hacen. Si tengo que indicar algunas destrezas específicas, lo básico debe ser manejar Office y la gama de TIC en general. Lo más imprescindible es manejar Internet.</p>
---	---	---	--

<p>Habilidades prácticas del audiovisualista egresado de la UCAB.</p>	<p>¿Qué habilidades de tipo práctico (uso de las cámaras, programas de edición y post-producción, páginas webs y videos), espera de un audiovisualista al momento de contratarlo?</p>	<p>Edgar Frías (Director de Servicios Creativos de Venevisión)</p> <p>Nelson Belfort (Ex-Presidente de CNB y Presidente de la Cámara de radio)</p> <p>Ignacio Castillo (Director de Cine)</p> <p>Vicente Gazzara (Presidente y Director de Blanco y Negro Films)</p> <p>Eli Bravo (Productor de Actualidad 1060 en Miami)</p> <p>Beatriz Ravell (Productora Ejecutiva de KO Films)</p> <p>Juan Andrés Ravell (Director Creativo de Plop TV)</p> <p>Ana Isabel Otero (Directora de Contenido)</p>	<p>No las exijo, básicamente me voy por la parte conceptual porque las destrezas las puede adquirir</p> <p>Además de la Web, debe manejar equipos de sonidos, pero lo importante es la capacidad de priorizar y sintetizar, pero el manejo como tal, para mi no es imprescindible.</p> <p>Es muy importante que maneje muy bien los formatos, en la sala de post-producción tiene que saber todo.</p> <p>En post producción Programas como <i>Avid</i> y <i>Final Cut</i> en fotografía lo básico es el cine como tal.</p> <p><i>ProTools</i>, <i>Final Cut</i>, <i>PhotoShop</i>, saber manejar todas las interfaces de Redes Sociales, consolas digitales. Cámaras HD, Luces frías, Microfonía inalámbrica. Cámara (cualquier HD amateur), audio ligero, edición (<i>final cut</i> o similar) Su uso en producciones de bajo presupuesto, manejar reportes analíticos de tráfico y uso básico de herramientas de diseño.</p> <p>Debe obligatoriamente manejar la materia de post producción, animación o edición.</p> <p>Manejo de Redes Sociales y la web.</p> <p>No exigimos ninguna estrictamente, nos consideramos una escuela y en mi empresa entrenamos a nuestro personal.</p>
---	---	--	---

<p>Egresado en Comunicación Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB.</p>	<p>¿Hay alta o baja rotación de empleados en el área audiovisual? ¿Por qué (es alta o baja)?</p>	<p>Walter Falkenhagen (Vice-Presidente de Jazz 95.5)</p> <p>Denys Torrealba (Gerente de Producción de Jazz 95.5)</p> <p>José Luis Zuleta (Director de Dramática de telenovelas en Venevisión)</p> <p>Jhonny Febles (Director de Fotografía de telenovelas en Venevisión)</p> <p>Maryori Romero (Productora de contenido de la emisión matutina de Venevisión)</p> <p>Ciro García (Presidente de Lago 91.5 FM)</p> <p>José Alcalá (Asesor Técnico de Televen)</p> <p>José Zorrilla (Gerente de Programación de Variedades)</p>	<p>Yo creo que es estable. Nosotros tenemos nuestros departamentos ya formados, y buscamos incentivarlos para que no se vayan. Es una pérdida de tiempo para nosotros volver a entrenar, pero hay un tema de superación, tú no puedes quedarte en un mismo sitio, tienes que ir moviéndote de lado para poder generar un desarrollo profesional importante.</p> <p>Es lineal, se mantiene, es estándar. No hay altas y bajas (...)</p> <p>Aquí se le da la oportunidad a muchas personas egresadas de la universidad (...) Venevisión siempre le ha abierto las puertas a pasantes (...) normalmente se quedan, pero se rotan en departamentos.</p> <p>La única manera de irte de aquí es renunciando (...) Los botarán por problemas gravísimos (...) Venevisión ama a su equipo técnico.</p> <p>No casi no se cambia el personal</p> <p>Baja Rotación, casi no cambiamos el personal.</p> <p>Baja Rotación</p> <p>La gente crece internamente rotándose a otros departamentos. No se va mucho el personal, sino que se rotan internamente.</p>
--	--	---	--

<p>Egresado en Comunicación Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB.</p>	<p>¿Hay alta o baja rotación de empleados en el área audiovisual? ¿Por qué (es alta o baja)?</p>	<p>Edgar Frías (Director de Servicios Creativos de Venevisión)</p> <p>Nelson Belfort (Ex-Presidente del circuito CNB y Presidente de la Cámara de radio)</p> <p>Ignacio Castillo (Director de Cine)</p> <p>Vicente Gazzara (Presidente y Director de Blanco y Negro Films)</p> <p>Eli Bravo (Productor de Actualidad 1060 en Miami)</p> <p>Beatriz Ravell (Productora Ejecutiva de KO Films)</p> <p>Juan Andrés Ravell (Director Creativo de Plop TV)</p> <p>Ana Isabel Otero (Directora de Contenido)</p>	<p>Es bastante baja, antes cuando había otro canal, la rotación era entre los dos canales tope, pero ahora la rotación ha disminuido.</p> <p>No responde</p> <p>Alta, sobre todo en los cargos bajos.</p> <p>Baja en los contratados por mi empresa, pero para contratar <i>Freelance</i> si es rotativo.</p> <p>No responde.</p> <p>Siempre trabajamos con los mismos <i>freelance</i>.</p> <p>Lamentablemente, alta, porque ahora por la situación del país, muchos deciden hacer estudios en el extranjero o mudarse para otro país.</p> <p>Alta, pero se debe a que constantemente entra nuevo personal, rara vez se van.</p>
--	--	--	---

<p>Egresado en Comunicación Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB.</p>	<p>¿Ha debido prescindir de algún empleado en el área audiovisual por falta de dominio de herramientas?</p>	<p>Walter Falkenhagen (Vice-Presidente de Jazz 95.5)</p> <p>Denys Torrealba (Gerente de Producción de Jazz 95.5)</p> <p>José Luis Zuleta (Director de Dramática de telenovelas en Venevisión)</p> <p>Jhonny Febles (Director de Fotografía de telenovelas en Venevisión)</p> <p>José Luis Alcalá (Asesor técnico de Televen)</p> <p>Maryori Romero (Productora de contenido de la emisión matutina de Venevisión)</p> <p>Ciro García (Presidente de Lago 91.5 fm)</p> <p>José Zorrilla (Gerente de Programación de Variedades)</p>	<p>No (...) Si no las maneja, no se contrata. Estamos en una etapa de maduración, en cuanto si entras, es porque sabes de eso (...).</p> <p>Sí (...) (Por herramientas de tecnología) Sí, porque hizo su curso pero cuando se sentó frente a la consola no resultó.</p> <p>Lo que a mi particularmente me ha pasado, es que le buscamos la vuelta, vemos qué área domina y lo re-ubicamos. Pero sí me ha pasado que me he conseguido con un pasante o un recién graduado que no maneja, no entiende una parte del sistema (...).</p> <p>No, por no dominar herramientas no (...) Las enseño soy yo.</p> <p>Muchísimos, todos tortean por eso en mi área. Cuando tu profundizas (...) te das cuenta que no aportan porque no entienden tecnológicamente.</p> <p>No, aquí se aprende muy fácil porque los programas son muy amigables.</p> <p>De comunicadores, no.</p> <p>No, lo principal es la parte actitudinal y con eso sí he tenido problemas.</p>
--	---	--	---

<p>Egresado en Comunicación Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB.</p>	<p>¿Ha debido prescindir de algún empleado en el área audiovisual por falta de dominio de herramientas?</p>	<p>Edgar Frías (Director de Servicios Creativos de Venevisión)</p> <p>Nelson Belfort (Ex-Presidente del circuito CNB y Presidente de la Cámara de radio)</p> <p>Ignacio Castillo (Director de Cine)</p> <p>Vicente Gazzara (Presidente y Director de Blanco y Negro Films)</p> <p>Eli Bravo (Productor de Actualidad 1060 en Miami)</p> <p>Beatriz Ravell (Productora Ejecutiva de KO <i>Films</i>)</p> <p>Juan Andrés Ravell (Director Creativo de Plop TV)</p> <p>Ana Isabel Otero (Directora de Contenido)</p>	<p>No, sino cumple con los requisitos mínimos, ni siquiera se contrata. En función a los pasantes, son esponjas y adquieren las destrezas rápidamente y se quedan a trabajar y el canal les da cursos para optimizar esas competencias.</p> <p>No. Creo que eso es algo básico. Cuando alguien no lo maneja auto prescinden.</p> <p>No, al momento de contratarlo tienen que maneja, obligatoriamente todas las tecnologías necesarias para su cargo</p> <p>A veces sí y otras no, es decir, si se mantienen actualizados y hacen cursos sí los mantenemos, pero si están demasiado obsoletos he tenido que reemplazarlos.</p> <p>No, si no las dominan, ni siquiera se contrata.</p> <p>Nosotros siempre trabajamos con el mismo equipo de trabajo que sabemos que conocen las tecnologías.</p> <p>No, porque nosotros nos formamos con estas nuevas tecnologías y crecimos cuando ya existían. (...) Pero si va a trabajar en el área de contenido, es imprescindible que maneje las redes sociales.</p> <p>No, por falta de manejo nunca, pero si por falta de interés o porque simplemente no se adaptan.</p>
--	---	---	---

<p>Egresado en Comunicación Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB.</p>	<p>¿De qué universidad considera que vienen mejor preparados los audiovisualistas según su experiencia laboral?</p>	<p>Walter Falkenhagen (Vice-Presidente de Jazz 95.5)</p> <p>Denys Torrealba (Gerente de Producción de Jazz 95.5)</p> <p>José Luis Zuleta (Director de Dramática de telenovelas en Venevisión)</p> <p>Jhonny Febles (Director de Fotografía de telenovelas en Venevisión)</p> <p>Jose Luis Alcalá (Asesor técnico de televen)</p> <p>Maryori Romero (Productora de contenido en Venevisión)</p> <p>Ciro García (Presidente de Lago 91.5 fm)</p> <p>José Zorrilla (Gerente de Programación de Variedades)</p>	<p>Yo creo que la UCAB, la parte de Comunicación Social es muy importante, de ahí han salido personas que van mucho más allá de lo que es lo normal, que buscan la excelencia. De la Central por supuesto (...) Creo que esas son las dos.</p> <p>La Central, aunque todas son buenas.</p> <p>Bueno, eso es comprometedor, pero (...) Yo siento que de la UCAB, 100%. Mejor formación (teórica o de destrezas) Ambos.</p> <p>La Católica, no puedo decirte mentiras porque siento que ellos son más esforzados en buscar profesores (...) La UCV se quedó en el tiempo. (Los de la UCAB) Están mejor preparados, tienen más herramientas, tienen un estudio (...). Todos los profesores son muy buenos (...).</p> <p>Para ser franco, de ninguna, pero los que tienen la mejor disposición, son los que vienen de la Católica y eso es porque tienen una base de formación que les permite entender esto. Pero los mejores que he visto eran unos que venían de COTRAIN</p> <p>Me parece que de la Central</p> <p>No trabajo en Caracas actualmente, pero considero que aquí en Caracas todas las universidades de Comunicación Social son buenas.</p> <p>No sabría decirte, aunque me gustan los de la UCAB porque tienen un nivel superior de valores y formación universitaria. Cuando veo curriculum para contratar personal, siempre pongo por encima a la UCAB y a la UCV.</p>
--	---	---	--

<p>Egresado en Comunicación Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB.</p>	<p>¿De qué universidad considera que vienen mejor preparados los audiovisualistas según su experiencia laboral?</p>	<p>Edgar Frías (Director de Servicios Creativos de Venevisión)</p> <p>Nelson Belfort (Ex-Presidente del circuito CNB y Presidente de la Cámara de radio)</p> <p>Ignacio Castillo (Director de Cine)</p> <p>Vicente Gazzara (Presidente y Director de Blanco y Negro Films)</p> <p>Eli Bravo (Productor de Actualidad 1060 en Miami)</p> <p>Beatriz Ravell (Productora Ejecutiva de KO Films)</p> <p>Juan Andrés Ravell (Director Creativo de Plop TV)</p> <p>Ana Isabel Otero (Directora de Contenido)</p>	<p>No es por nada pero de la UCAB, tenemos de muchas universidades, pero sinceramente los de la UCAB tienen otro ritmo y otra forma de hacer las cosas.</p> <p>Los de la Católica y la Central aunque los de la Santa María últimamente están mejorando.</p> <p>No tengo un criterio muy claro con respecto a eso porque la universidad no es una prioridad para mí, pero con los que he contratado de la UCAB y la Central me ha ido muy bien.</p> <p>No tengo ese conocimiento, aunque he trabajado con gente de la UCAB y la Central pero el personal que tengo contratada actualmente no es egresado de esas universidades.</p> <p>No lo sé, pero si no tiene una formación en medios digitales, capacidad empresarial y entrenamiento en el uso de software está en desventaja y corre el riesgo de obsolescencia antes de salir al mercado.</p> <p>No responde.</p> <p>De la UCAB y la Monteávila.</p> <p>De la Monteávila, sin embargo tengo empleados de la UCAB que se destacan</p>
--	---	--	--

<p>Egresado en Comunicación Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB.</p>	<p>¿Cuáles considera que son las fortalezas y debilidades del audiovisualista egresado de la UCAB?</p>	<p>Walter Falkenhagen (Vice-Presidente de Jazz 95.5)</p> <p>Denys Torrealba (Gerente de Producción de Jazz 95.5)</p> <p>José Luis Zuleta (Director de Dramática de telenovelas en Venevisión)</p> <p>Jhonny Febles (Director de Fotografía de telenovelas en Venevisión)</p> <p>José Luis Alcalá (Asesor técnico de Televen)</p> <p>Maryori Romero (Productora de contenido en Venevisión)</p> <p>Ciro García (Presidente de Lago 91.5 fm)</p>	<p>Las fortalezas es el buen nivel preparativo (sic) (...) Deficiencias como tal yo creo que a lo mejor es la preparación técnica de haber participado en programas que lo hacen de una manera personal pero no tienen la suficiente experiencia de manejo. Se podrían incrementar las pasantías.</p> <p>No he comparado (...) A manera personal es muy flojo, pero profesionalmente no le veo ninguna debilidad.</p> <p>Mucho miedo a la hora de enfrentarse al periodismo, a la cantera del periodismo, llámese periodismo de calle, sobre todo la parte de sucesos (...) ¿Cuáles son las destrezas? Un buen desenvolvimiento del grupo de trabajo, una rápida adaptación del sistema y definitivamente eso repercute en un resultado óptimo (...).</p> <p>La realidad, que no les pintan cómo es la realidad (...). También les hace falta sincerar las carreras (...) Menos pompa y más practicidad. Mi recomendación es que aumenten las pasantías, algo parecido a lo que hacen los médicos "residencias" sería bueno que hicieran algo así con las pasantías.</p> <p>Las fortalezas son que tienen una buena base teórica y un buen criterio audiovisual para discernir entre lo que es algo bien hecho y lo que no y las debilidades es que no tienen un conocimiento profundo de la Web ni de las redes sociales como herramienta de trabajo. Además siento que les hace falta dominar las técnicas de manejo de tecnologías.</p> <p>No responde.</p> <p>No responde</p>
--	--	--	---

<p>Egresado en Comunicación Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB.</p>	<p>¿Cuáles considera que son las fortalezas y debilidades del audiovisualista egresado de la UCAB?</p>	<p>Ignacio Castillo (Director de Cine)</p> <p>Vicente Gazzara (Presidente y Director de Blanco y Negro Films)</p> <p>Eli Bravo (Productor de Actualidad 1060 en Miami)</p> <p>Beatriz Ravell (Productora Ejecutiva de KO Films)</p> <p>Juan Andrés Ravell (Director Creativo de Plop TV)</p> <p>Ana Isabel Otero (Directora de Contenido)</p>	<p>(Fortalezas) Tienen una buena base de conocimientos teóricos, pero considero (debilidades) que la carrera obliga a las personas a buscar una especialización porque no saben de nada en específico, tienen unos conocimientos muy amplios y luego no pueden especializarse en el campo labora. Por ejemplo, es muy difícil que pueda entrar en el área artística.</p> <p>No tengo el conocimiento suficiente para responder esa pregunta, aunque creo que la fortaleza es en el ámbito teórico.</p> <p>No lo sé</p> <p>(Debilidad) que no tienen una especialización como tal, entonces es muy difícil poderlos ubicar en un área específica.</p> <p>(Fortalezas) todos han resultado responsables, (Debilidades) me hubiese gustado que dominaras algunos aspectos audiovisuales técnicos que no les da la universidad, como <i>Final Cut</i>, por ejemplo, no siento que estén preparados para manejar el área de post-producción y deberían saber más inglés.</p> <p>(Fortalezas) tienen buen desempeño, (Debilidad) No tienen materias tecnológicas dentro del pensum</p>
--	--	---	--

<p>Egresado en Comunicación Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB.</p>	<p>En términos generales ¿cómo consideraría usted al audiovisualista egresado de la UCAB y por qué?</p>	<p>Walter Falkenhagen (Vice-Presidente de Jazz 95.5)</p> <p>Denys Torrealba (Gerente de Producción de Jazz 95.5)</p> <p>José Luis Zuleta (Director de Dramática de telenovelas en Venevisión)</p> <p>Jhonny Febles (Director de Fotografía de telenovelas en Venevisión)</p> <p>José Luis Alcalá (Asesor Técnico de Televen)</p> <p>Maryori Romero (Productora de contenido de la emisión matutina de Venevisión)</p> <p>Ciro García (Presidente de Lago 91.5 fm)</p> <p>José Zorrilla (Gerente de Programación de Variedades)</p>	<p>En general, muy buena. (...) siempre le doy prioridad a los de la UCAB y la Central</p> <p>Pienso que es mejor en los medios que en manejo, por ejemplo, el de la Central tiene que escribir un artículo y va hasta allá y lo prepara, el de la UCAB se prepara, no tiene que moverse y todo le sale bien (...) Son creativos, arman proyectos y tienen una facilidad para redactar cosas (...).</p> <p>Como un estudiante en un alto porcentaje bien preparado, que como cualquier estudiante de cualquier carrera se tiene que enfrentar luego a lo que es la realidad laboral (...). Siento que el estudiante de la UCAB llega bien preparado, con sus temores pero llega rápidamente a superarse.</p> <p>Ellos tienen un alto performance, me parece que están bien capacitados (...) por los profesores que tienen (...) Creo que el desempeño del Ucabista está por encima por eso (...)</p> <p>Tienen una buena base de formación y una buena disposición para aprender y trabajar.</p> <p>Siento que debería ser un poquito más práctico, se enfocan demasiado en la teoría.</p> <p>No tengo información</p> <p>Muy bueno en formación de valores y conocimientos.</p>
--	---	--	---

<p>Egresado en Comunicación Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB.</p>	<p>En términos generales ¿cómo consideraría usted al audiovisualista egresado de la UCAB y por qué?</p>	<p>Edgar Frías (Director de Servicios Creativos de Venevisión)</p> <p>Nelson Belfort (Ex-Presidente de CNB y Presidente de la Cámara de radio)</p> <p>Ignacio Castillo (Director de Cine)</p> <p>Vicente Gazzara (Presidente y Director de Blanco y Negro Films)</p> <p>Beatriz Ravell (Productora Ejecutiva de KO <i>Films</i>)</p> <p>Juan Andrés Ravell (Director Creativo de Plop TV)</p> <p>Ana Isabel Otero (Directora de Contenido)</p>	<p>Un profesional integro dispuesto a crecer, está a la vanguardia, índice alto de crecimiento por estar en contacto con la información debido a su nivel socio económico.</p> <p>Tienen una buena formación para el análisis y la profundización del tema. Son muy buenos.</p> <p>Lo considero que tienen una educación íntegra importante a la hora de trabajar, pero para que puedan desenvolverse correctamente hay que darles un entrenamiento en el campo laboral y eso lo vuelve todo muy tedioso. Pienso que necesitan crecer en la práctica.</p> <p>Lo desconozco, es decir, es más una sensación acerca de los valores que comparten.</p> <p>No sé si cumplen con todos los requisitos, pero dependiendo de la persona porque la parte de la comunicación es muy amplia y para saber si son efectivos o no, tienen que especializarse.</p> <p>Me parece bueno porque aprenden rápido pero no llegan a ser excelentes en el conocimiento de estos nuevos medios.</p> <p>Bueno, aunque podría estar más actualizado</p>
--	---	--	---

6.2 *Análisis de resultados*

Tal como se expone en el Marco Conceptual, los medios audiovisuales tienen la capacidad de reproducir y difundir mensajes a través de mecanismos electrónicos, por lo que la llegada de las nuevas tecnologías ha generado una gran variedad de cambios en éstos. Los cambios van desde el mismo paradigma de la comunicación, en el que el receptor es instantáneamente emisor, hasta la evolución de medios tradicionales en versiones más avanzadas de sí mismos.

Asimismo las 16 entrevistas realizadas y expuestas en el capítulo anterior, señalaron que sí existen cambios en la manera de trabajar y afrontar sus proyectos. La digitalización del medio ha influido en el campo laboral de manera semejante en las diferentes áreas analizadas.

En este capítulo se realizará un análisis sobre los resultados obtenidos en estas entrevistas, dando sentido práctico a aquellos conceptos explicados anteriormente en el Marco Conceptual. Finalmente, este análisis se presentará respondiendo a las preguntas que arrojaron los objetivos específicos, mostrados anteriormente en el Marco Metodológico.

6.2.1 ¿Cuál es el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el área audiovisual según la visión del empleador venezolano?

Varias preguntas del instrumento fueron realizadas para responder al objetivo específico de profundizar sobre el uso de las TIC en el área audiovisual según los empleadores venezolanos.

Tabla N° 4 Cambios empresariales en función a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación

CATEGORÍA DE RESPUESTA	FRECUENCIA
Adquisición de nuevos equipos por departamento.	4 de 16 entrevistados
Diferente estructuración empresarial.	3 de 16 entrevistados
Igual estructura empresarial pero diferentes funciones aplicadas.	3 de 16 entrevistados
Empresas que desde sus orígenes tienen estructuras diferentes a las convencionales.	2 de 16 entrevistados
Sin cambios debido a la situación económica del país	2 de 16 entrevistados

Según los entrevistados, los cambios empresariales más significativos en cuanto al uso de las TIC radican principalmente en la adquisición de nuevas tecnologías, cambios de funciones y reestructuración de departamentos. Con relación a esto, cuatro de 16 entrevistados indican la necesidad de introducir programas y equipos que se adecuen a los nuevos retos que imponen estos avances tecnológicos, tres de 16 coinciden en que lo que cambió fue la forma de realizar sus proyectos y por último otros tres afirman en que hay áreas en dónde se ha transformado la estructura empresarial como consecuencia de estas nuevas tecnologías, incluso dos de 16 entrevistados poseen empresas que se fundaron como consecuencia de la evolución tecnológica.

Estos cambios de estructura, no implican necesariamente una corrección del enfoque en la búsqueda o evaluación del empleado, específicamente del área audiovisual. Campos de desenvolvimiento, tareas y áreas se han ido adaptando en función de las nuevas tecnologías pero de manera paulatina, permitiendo que los egresados actuales, con las mismas competencias de antes, sean aptos para cumplirlos.

Tabla N° 5 Campos en los que se desenvuelve un audiovisualista

CATEGORÍA DE RESPUESTA	FRECUENCIA
Producción	9 de 16 entrevistados
Prensa/Contenido/Información	6 de 16 entrevistados
Edición y Post-Producción	4 de 16 entrevistados
Locución	2 de 4 entrevistados en radio
Creación	2 de 16 entrevistados
Corporativa	1 de 16 entrevistados
Dramática	1 de 16 entrevistados
Todos los campos	1 de 16 entrevistados

Así, en cuanto a campos o departamentos donde los audiovisualistas cumplen un importante rol, dentro de los resultados obtenidos, predominó el área de Producción como principal campo en el que se desenvuelve un audiovisualista, siendo estas respuestas provenientes de entrevistados de los tres medios audiovisuales (Televisión, Radio y Cine).

No obstante, también resultó importante la presencia del audiovisualista en la creación de contenido para el área de Redacción/Contenido/Prensa, según seis de los 16 entrevistados.

Estos dos párrafos anteriores concuerdan con las características indicadas en el Marco Referencial sobre el egresado de Comunicación Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB:

El egresado de la mención de Artes Audiovisuales es un creador e investigador de discursos audiovisuales con capacidad para comprender y analizar textos de diversa naturaleza y transformaciones en códigos audiovisuales, así como de analizarlos y evaluar sus posibles efectos. Se capacita en la producción, dirección y realización de mensajes para los diferentes medios de comunicación social desde la perspectiva multicultural. (UCAB, 2010, para. 6)

Por otro lado, cuatro de 16 entrevistados señalaron la presencia del audiovisualista en Post-Producción y Edición, lo que contrasta con la escasez de materias en el pensum de Comunicación Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB relacionadas al tema.

De los cuatro profesionales y empleadores que se desenvuelven en radio, dos afirman que el comunicador puede desempeñarse como locutor, lo cual aunque podría indicar cierta especialización del egresado hacia este campo, pareciera más bien una necesidad de los empleadores de contar con especialistas en áreas más bien técnicas pero con unos antecedentes y cultura de preparación universitaria. En este punto, no es función de la Universidad el generar este tipo de egresado.

Tabla N° 6 Tareas del audiovisualista con la llegada de las TIC

CATEGORÍA DE RESPUESTA	FRECUENCIA
Iguals tareas con diferentes herramientas	4 de 16 entrevistados
Mayor facilidad para cumplirlas	3 de 16 entrevistados
Mayor rapidez para cumplirlas	2 de 16 entrevistados
Exigen constante actualización tecnológica	2 de 16 entrevistados
Mayor efectividad para cumplirlas	2 de 16 entrevistados
Necesidad de comprobar la información	1 de 16 entrevistados
Ofrecen mayor cantidad de información	1 de 16 entrevistados

En cuanto a las tareas del audiovisualista se refiere, cuatro de 16 aseguran que se mantienen básicamente iguales, pero con la diferencia que ahora, pueden implementar el uso de nuevas herramientas tecnológicas para su desarrollo. En esto coincidieron entrevistados del área de televisión, de los nuevos medios y de radio. Adicionalmente, la facilidad de trabajo y la rapidez de información pautaron diferencias en las tareas del audiovisualista con respecto a las nuevas tecnologías, ello complementa el que se trate de las mismas tareas, sólo que efectuadas con mayor rapidez y eficacia. Es evidente que la rápida evolución tecnológica exige una actualización permanente al uso de las

mismas en el campo laboral, así lo confirman dos de los 16 profesionales y empleadores de la muestra.

Tabla N° 7 Áreas del Personal Especializado en las Tecnologías

CATEGORÍA DE RESPUESTA	FRECUENCIA
Manejo de la Web y Redes Sociales	5 de 16 entrevistados
Post-Producción y Edición	4 de 16 entrevistados
Operadores técnicos	2 de 16 entrevistados
Diseño Gráfico	2 de 16 entrevistados
Mantenimiento e ingeniería	1 de 16 entrevistados
Análisis de Contenido	1 de 16 entrevistados
Electrónica	1 de 16 entrevistados
Arte y Producción	1 de 16 entrevistados

Ahora bien, cuando se indaga mucho más específicamente en relación a personal que esté directamente involucrado o dedicado al campo tecnológico, los resultados señalan áreas igualmente específicas como el manejo de la Web 2.0 pero también se menciona un aspecto “tradicional” como lo es la post-producción y edición.

En éste último caso, la moviola de cine implicaba una técnica de edición. La televisión usaba otra técnica gracias a los sistemas de cinta de video. Actualmente, la electrónica permite una edición y montaje de las diferentes escenas, secuencias y tomas con métodos no sólo más rápidos sino, además muy diferenciados a aquellos de los primeros tiempos. Es por ello que los entrevistados señalan que, aún cuando se ha hecho más fácil y rápido, e incluso se ha desmitificado el tema de la edición, al mismo tiempo, es un área donde requieren personal que esté especializado en el uso de la tecnología.

Tabla Nº 8 Hacia dónde apuntan el futuro de las empresas en función a las Tecnologías de la Información y la Comunicación

CATEGORÍA DE RESPUESTA	FRECUENCIA
Hacia una mejor calidad del producto	7 de 16 entrevistados
Hacia mayor interacción entre los medios y la Web	3 de 16 entrevistados
Hacia la especialización del profesional	3 de 16 entrevistados
Hacia la creación de mejor contenido para el consumidor	3 de 16 entrevistados
Hacia un mayor alcance de audiencias	2 de 16 entrevistados
Hacia la simplificación de los procesos	1 de 16 entrevistados
Hacia la total digitalización	1 de 16 entrevistados
Hacia proyectos más económicos	1 de 16 entrevistados
Hacia una mayor rapidez de información	1 de 16 entrevistados

Finalmente, la mayor coincidencia en cuando al futuro de las empresas relacionadas a las TIC, es la elaboración de un mejor producto final basado en una mayor exigencia y participación del usuario final o receptor, y en segunda instancia, indican una orientación hacia la mayor interacción entre los medios y la Web 2.0.

Tres de los entrevistados coincidieron en que lo más importante que han traído consigo las nuevas tecnologías es la necesidad de generar un contenido creativo. Las determinadas redes sociales y canales audiovisuales cibernéticos han traído consigo una era en la que el usuario tiene innumerables posibilidades de entretenimiento a su alcance, por tanto es él quien decide lo que quiere ver, y lo que lo hace decidirse por uno u otro es el contenido que tenga ese determinado programa.

“Si no tuvieras YouTube, si no tuvieras Facebook, y tuvieras los canales tradicionales, tú ves lo que ellos te obligan a ver, cuando tú tienes la opción de escoger, lo que tienes es una guerra de contenidos, para ver cuál es el contenido que más te gusta.”
(Falkenhagen, comunicación personal, 14 de junio, 2011)

6.2.2 *¿Cuál es la relación entre los medios audiovisuales convencionales y los nuevos medios y tecnologías digitales en el campo laboral venezolano?*

Tabla N° 9 Influencia de las nuevas tecnologías en los proyectos audiovisuales:

CATEGORÍA DE RESPUESTA	FRECUENCIA
Inmediatez o rapidez de información	4 de 16 entrevistados
Mayor alcance de audiencias	3 de 16 entrevistados
Cambio en la creación y orientación del contenido	3 de 16 entrevistados
Facilidad de trabajo	2 de 16 entrevistados
Bajos costos	2 de 16 entrevistados
Mejor calidad del producto final	2 de 16 entrevistados
Ninguna influencia	2 de 16 entrevistados

Cuando se le preguntó a los expertos y empleadores de qué manera ha influido en sus proyectos la llegada de las nuevas tecnologías digitales, cuatro de 16 coincidieron en que el cambio más importante ha sido la facilidad que brinda la Internet para conseguir información de forma rápida e inmediata y el aporte que este universo ha simbolizado para la generación de contenidos creativos y de interés para las audiencias.

La mayoría concuerda en que los formatos digitales de audio y video y las nuevas herramientas de postproducción han brindado mayor calidad de producto y facilitado enormemente los procesos de grabación, edición, almacenamiento distribución, publicación y transporte. Asimismo también concuerdan con que estas nuevas tecnologías han abaratado los costos de producción y postproducción de los materiales audiovisuales.

De 16 entrevistados, tres comparten que gracias a estas nuevas tecnologías las producciones tienen mayor alcance debido a la conveniente y rápida difusión que se le puede dar a través de los medios digitales.

Uno de los cambios que se señala entre los medios convencionales y los nuevos medios y tecnologías digitales es el cambio de formato entre analógico y digital. Este cambio ha facilitado el trabajo audiovisual en su totalidad, ya que le ofrece múltiples ventajas, entre las cuales se pueden encontrar las facilidades de edición, la gran capacidad de almacenamiento, versatilidad en cuanto a su publicación y transporte.

Además, algunos entrevistados señalan que la grabación en formatos digitales permite que la calidad del producto sea mayor, ya que la imagen viene en una alta definición que lo acerca a la realidad, mientras que antes la grabación analógica le otorgaba una textura al producto que lo alejaba de esa realidad.

Otro cambio que arrojaron las entrevistas, es el abaratamiento de costos en todos los procesos de los nuevos medios y tecnologías digitales comparadas con los altos costos de las producciones audiovisuales convencionales.

Tabla N° 10 Semejanzas y Diferencias entre los proyectos analógicos y digitales

Semejanzas		Diferencias	
CATEGORÍAS DE RESPUESTA	FRECUENCIA	CATEGORÍAS DE RESPUESTA	FRECUENCIA
Igual contenido	3 de 16 entrevistados	Agilidad de trabajo que ofrecen las tecnologías digitales	4 de 16 entrevistados
Iguals procesos de producción	2 de 16 entrevistados	Reducción de Costos que ofrecen las tecnologías digitales	2 de 16 entrevistados
Necesidad de talento para realizar los proyectos	1 de 16 entrevistados	Funciones desarrolladas que ofrecen las tecnologías digitales	2 de 16 entrevistados
		Facilidad de realización que ofrecen las tecnologías digitales	1 de 16 entrevistados

Entre las semejanzas indicadas entre los proyectos analógicos y los digitales, seis de 16 entrevistados coinciden en una misma respuesta, el contenido sigue siendo prácticamente el mismo, sólo que ahora el proceso está optimizado por las nuevas herramientas digitales. “con estos nuevos medios tengo la capacidad de recibir la respuesta de mi audiencia de manera inmediata, podemos saber lo que piensa la gente casi al instante de hacer una publicación (pero) el contenido es relativamente parecido (...)” (Ravell, J., comunicación personal, 21 de junio, 2011). El propio acceso a las redes sociales y a la internet ha aumentado las posibilidades de creación.

6.2.3 ¿Cuáles son las las competencias tecnológicas que debe tener el egresado en Comunicación Social mención Artes Audiovisuales según la visión del empleador venezolano?

Tal como se establece en el Marco Referencial, el Perfil Profesional radica en los conocimientos y habilidades que debe poseer el egresado. El mercado laboral le exige un conjunto de capacidades que fueron expresadas durante las entrevistas.

Tabla N° 11 Conocimientos tecnológicos exigidos

CATEGORÍAS DE RESPUESTA	FRECUENCIA
Conocimiento del proceso comunicativo y tecnológico para el desarrollo de proyectos audiovisuales.	5 de 16 entrevistados
Conocimiento sobre Internet/Web 2.0/Redes Sociales	4 de 16 entrevistados
Conocimientos especializados	2 de 16 entrevistados
Conocimientos de creatividad aplicada a las tecnologías	1 de 16 entrevistados
Manejo de equipos	1 de 16 entrevistados
Conocimientos de computación	1 de 16 entrevistados
Conocimientos en el discernimiento de la información	1 de 16 entrevistados
No tienen relevancia para el comunicador	1 de 16 entrevistados

Para la mayoría de los entrevistados, lo más relevante con respecto a los conocimientos tecnológicos gira más alrededor de un entendimiento global del proceso comunicativo para poder entender de qué manera las nuevas tecnologías ayudarán al desarrollo de este proceso y saber cómo aplicar la creatividad a la tecnología que alrededor de las propias técnicas y herramientas tecnológicas.

Con respecto a las competencias tecnológicas que debe tener un audiovisualista de la UCAB según la visión de los distintos empleadores, cuatro de 16 coinciden en que el adecuado manejo de la Web 2.0 es prioritario aunque este número crece a siete cuando se indaga acerca de habilidades prácticas.

Tal como se observó, la estrecha vinculación con la era digital es primordial para poder triunfar en el mercado laboral actual.

Tabla Nº 12 Habilidades prácticas de tecnologías exigidas

CATEGORÍAS DE RESPUESTA	FRECUENCIA
Manejo de la Web 2.0 o de Redes Sociales	7 de 16 entrevistados
Manejo de programas	5 de 16 entrevistados
Manejo del área de post-producción y edición	4 de 16 entrevistados
Habilidades innatas	2 de 16 entrevistados
Manejo de equipos de producción	1 de 16 entrevistados

Asimismo, es indispensable el manejo de equipos de alta definición como las cámaras HD, saber operar la microfónica inalámbrica, luces frías, consolas digitales, y que sepan trabajar con formatos digitales en todas sus resoluciones.

Con respecto a los conocimientos prácticos sobre estas tecnologías, un gran porcentaje de ellos afirma la importancia de que conozcan a profundidad trabajar con programas sofisticados de edición, como por ejemplo Final Cut Pro, así como también el manejo adecuado de todas las herramientas de postproducción, como por ejemplo el programa Protools. En síntesis, los conocimientos básicos en el manejo de equipos, programas y

soportes que debe conocer un egresado en Comunicación Social según los resultados de las entrevistas en el campo laboral, son: Microsoft Office, Final Cut, Avid, Cámaras HD, 35mm, Pro Tool, PhotoShop y todas las interfaces de Redes Sociales.

Para la generación de contenidos, una de las entrevistadas menciona lo imprescindible del manejo adecuado del programa iNews. Otros mencionan programas más básicos ya incluidos en el currículum actual de la carrera, como Photoshop, y Microsoft Office.

Tabla N° 13 Influencia del manejo de las tecnologías en la calidad del audiovisualista

CATEGORÍAS DE RESPUESTA	FRECUENCIA
Parte imprescindible de los conocimientos profesionales	6 de 16 entrevistados
Mejor adaptación al campo laboral	3 de 16 entrevistados
Mejor desempeño como profesional	3 de 16 entrevistados
Permitirá una mayor capacidad creativa	1 de 16 entrevistados
Generará mayor versatilidad en el profesional	1 de 16 entrevistados
Podrá gastar menos en sus proyectos	1 de 16 entrevistados

Muchos empleadores consideraron indispensable e imprescindible el conocimiento y manejo de las tecnologías, de hecho, se refieren a esto como parte fundamental de cualquier profesional que desee desenvolverse en el mundo de las comunicaciones. Específicamente, seis de los 16 entrevistados coincidieron en esta respuesta.

Uno de los señalamientos fue la necesaria especialización para los estudiantes que deseen entrar en ciertas áreas, por ejemplo, en el área de post-producción, debido que para estos departamentos se necesitan conocimientos profundos en el uso de programas y soportes. También deben conocer el manejo de las herramientas tecnológicas que ésta implica. Las personas que quieren desenvolverse en algún campo específico deben estar al día con las nuevas tecnologías para lograr ser más competitivos y más independientes. Las nuevas tecnologías pueden representar una desventaja para los egresados o trabajadores que no estén en capacidad de manejarlas.

Aunque se escapa de las tecnologías digitales, uno de los entrevistados hace hincapié en la importancia de que el egresado tenga la formación necesaria para poder plantearse objetivos profesionales de tipo gerencial ya que así podrá implementar herramientas para ejercer su trabajo satisfactoriamente.

Tabla N° 14 Fortalezas y Debilidades de los egresados en Comunicación Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB

Fortalezas		Debilidades	
CATEGORÍAS DE RESPUESTA	FRECUENCIA	CATEGORÍAS DE RESPUESTA	FRECUENCIA
Buen nivel académico	6 de 16 entrevistados	Falta de contacto con el campo laboral	4 de 16 entrevistados
Buena adaptación y desempeño	3 de 16 entrevistados	Falta de manejo técnico audiovisual	3 de 16 entrevistados
Demuestran responsabilidad	1 de 16 entrevistados	Falta de especialización	2 de 16 entrevistados
Demuestran pasión por su carrera	1 de 16 entrevistados	Falta de materias tecnológicas en el pensum	1 de 16 entrevistados

Cuatro de 16 entrevistados concuerdan que a los comunicadores sociales de la UCAB les falta experiencia trabajando en el campo laboral con equipos técnicos por lo que opinan que los egresados de Comunicación Social de la UCAB mención Artes Audiovisuales requieren de mayor profundidad a la hora de desenvolverse en el manejo de los equipos, programas y soportes.

Con respecto a las fortalezas, la mayoría comparten que los egresados de Comunicación Social, mención Artes Audiovisuales de la UCAB, son jóvenes que tienen una buena formación teórica (seis de 16) y una buena adaptación y desempeño (tres de 16). En definitiva, un balance entre el aspecto meramente académico y el desempeño

que logran en su rol como empleados al desarrollar adecuadamente sus conocimientos teóricos.

Tabla N° 15 Universidades con mejor preparación según los empleadores y profesionales del campo laboral

CATEGORÍAS DE RESPUESTA	FRECUENCIA
Universidad Católica Andrés Bello	9 de 16 entrevistados
Universidad Central de Venezuela	5 de 16 entrevistados
Universidad Monteávila	2 de 16 entrevistados

También es importante destacar que nueve de 16 entrevistados aseguran que tienen preferencia por los egresados de Comunicación Social de la UCAB debido a que valoran la calidad del desempeño en términos globales de estos Licenciados.

VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El objetivo de este trabajo de grado es ofrecer una orientación sobre el perfil de conocimientos y habilidades que debe necesariamente poseer un licenciado en Comunicación Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB según los avances tecnológicos.

El uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el mercado profesional de Caracas es constante y va en crecimiento. En cuanto a la televisión, el cine y la radio digital, los profesionales y expertos coinciden en que la llegada de los nuevos equipos, programas y soportes han bajado los costos, han aumentado la calidad y han hecho el proceso más rápido y productivo, lo que se traduce en un mayor acceso al medio para las personas interesadas en crear contenido audiovisual.

Sin embargo, las tareas y conocimientos se mantienen, mientras que las herramientas son las que cambian, optimizando los procesos.

Como se dijo anteriormente, la convergencia tecnológica “afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados” (Salaverría y García, 2008, p.35), esta definición es más que teórica. Es, de hecho, una vivencia en todos los ámbitos en los que desempeña el comunicador.

Los entrevistados de los tres medios de comunicación audiovisual (televisión, radio y cine) y los nuevos medios, comparten ideas similares con respecto al uso y la formación del comunicador en cuanto a las nuevas tecnologías. Los resultados de las entrevistas muestran que la frecuencia de las respuestas se comparten entre estos cuatro medios.

La esencia de lo que es, esto es, un profesional experto en crear contenidos, no cambia, pero el uso de las tecnologías y su adaptación a las mismas puede hacer la

diferencia en la eficiencia de los mensajes y su transmisión. La evolución de las tecnologías impone una variedad cada vez más amplia de equipos, programas y soportes, motivo por el cual los profesionales deben especializarse y actualizarse frecuentemente para estar al día con las nuevas tendencias del mercado, y de esta manera poder interactuar con las mismas para la elaboración de proyectos audiovisuales cada vez más audaces y evolucionados.

Actualmente, los egresados de Comunicación Social mención Audiovisuales, son personas creadoras e investigadoras de discursos audiovisuales con capacidad para comprender y analizar textos de diversa naturaleza y transformaciones en códigos audiovisuales, así como de analizarlos y evaluar sus posibles efectos. Se capacitan en la producción, dirección y realización de mensajes para los diferentes medios de comunicación social desde la perspectiva multicultural.

Comunicación Social, mención Artes Audiovisuales de la UCAB, tiene 35 materias prácticas y 15 teóricas, entre las cuales, 10 materias de Preparación Técnica, tal como se identificó en las líneas de estudio evaluadas en el Marco Referencial. De ahí, que el análisis del contenido curricular actual en función de los avances tecnológicos muestre que no se trata de cambiar las materias o su ubicación en los diferentes semestres sino, en ocasiones, de actualizar los contenidos de las mismas.

Sin embargo, en el campo laboral se exigen una cantidad de habilidades prácticas necesarias para el desempeño del profesional. La propia mención obliga al contacto constante con equipos, programas y soportes para crear y manipular el contenido que se desea transmitir, por esto, una de las primeras recomendaciones es seguir guiando al estudiante hacia la consolidación de sus conocimientos sobre el manejo de las tecnologías en el mercado, a través de su inclusión en las empresas o proyectos como pasante.

Los empleadores los perciben como jóvenes con buena disposición para trabajar, que tienen una buena base y formación teórica, buen desenvolvimiento en grupos de

trabajo, grandes habilidades creativas, seguridad en lo que hacen y buena disciplina de trabajo. Sin embargo las observaciones fueron coincidentes en que les falta contacto con la práctica, manejo de equipos técnicos sofisticados, herramientas de postproducción, mejor aprovechamiento de las redes sociales para fines de difusión y mercadeo de materiales audiovisuales.

La universidad podría desarrollar un plan estratégico en el que considere hacer un convenio con las empresas vinculadas al medio audiovisual. La asociación se basaría en la inclusión de alumnos, desde los primeros semestres, en torno a las necesidades, tanto de la organización como del estudiante, de esta manera se fomenta el desarrollo práctico y la consolidación de los conocimientos teóricos.

Asimismo, con base en las entrevistas realizadas a empleadores de comunicadores audiovisualistas, se podría decir que el perfil de un egresado de la UCAB debe contar además de lo que ya se mencionó anteriormente, con conocimientos prácticos y técnicos sobre los programas de digitalización y post producción que se emplean hoy en día en el mercado laboral.

Como la era digital además de las nuevas y sofisticadas TIC, ha traído consigo una guerra de contenidos, sobre la cual descansa la decisión de consumo de un determinado producto audiovisual, es fundamental que el plan de estudios de un audiovisualista exija cada vez más en cuanto al nivel de producción de contenidos creativos y relevantes para las audiencias.

Como la especialización es un requisito constante pero que no es lo que corresponde alcanzar durante el pre-grado, podría plantearse la inclusión de algunos aspectos en el programa:

- Prevenir a los alumnos sobre la importancia de la especialización en el campo laboral, así podrán visualizar a tiempo hacia dónde deben o quieren ubicarse.

- Postular las opciones de especialización, desde las más comunes hasta las menos frecuentes en el mercado venezolano, así el alumno sabrá sus opciones objetivas.
- Partiendo de la premisa de que un audiovisualista debería tener un foco de especialización en el amplio espectro de su mención, se le debería ofrecer al menos tres materias electivas en las principales áreas en las que el mismo podría especializarse. Estas áreas de especialización podrían enfocarse en: Dirección, Producción, Postproducción, Creación de contenidos audiovisuales, Fotografía y Radio. Para esto es importante una seria revisión de las electivas actuales para poder reemplazar las necesarias con la inclusión de las nuevas.
- En vista de los bajos costos y la gran masificación que la digitalización representa, se aconseja seguir ampliando la gama de equipos digitales profesionales para el uso de los alumnos, sin descartar los análogos.
- Así como en cuarto y quinto semestre existe una continuidad entre las materias de Informática, relacionadas con computación, que introducen al alumno en el manejo de instrumentos, programas y herramientas, un desarrollo de esta materia en semestres subsiguientes llegaría a aplicaciones más prácticas, del estilo de "aplicaciones informáticas en el video"
- Igualmente, el desarrollo posterior de la materia de séptimo semestre: Videografía (en la que se establecen diferencias prácticas entre videos digitales y analógicos), profundizaría en el manejo de estas diferencias, introduciendo conocimientos específicos de su producción y edición.
- Asimismo se debe agregar al pensum de estudio de Artes Audiovisuales las materias de "Edición y Post producción I y II", las mismas deberían ser una continuación de "Realización Multimedia" (esta última debería rodarse a 8vo semestre) y también deberían dividirse en equipos prácticos para trabajar en

Laboratorios de Edición. En estas materias se debe profundizar sobre el uso avanzado de programas que estén siendo aplicados en el mercado laboral actualmente. Algunos ejemplos de ellos son Final Cut Pro, Avid y Pro Tools. La más mencionada en las entrevistas y en la que se debe hacer mayor énfasis: Final Cut Pro.

- Para lograr inclusión de las materias señaladas en el apartado anterior habría que eliminar alguna otra, por motivos de horas-crédito. Se aconseja realizar un híbrido o unión entre Régimen Jurídico I y II, haciendo especial hincapié en las leyes que se ven en la II con una breve introducción de la I. Se cumplirían así los objetivos de la materia condensados en un mismo trimestre. De esta manera se abre un espacio en noveno semestre para poder introducir la materia “Edición y Postproducción I”. Asimismo, se aconseja eliminar la materia “Políticas comunicacionales”, de décimo semestre pues según el análisis, es poco su aporte al audiovisualista, para poder introducir en su lugar, “Edición y Postproducción II”.
- En el ciclo básico agregar al programa y objetivos de la materia “Redacción para los medios” que se estudia en 4to semestre, la creación de contenido para la Web 2.0 y los nuevos medios de comunicación. Este es un ejemplo de cómo no siempre es necesario cambiar las materias o su ubicación en los diferentes semestres sino actualizar los contenidos de las mismas.
- Ampliar iniciativas de inclusión de programas, equipos, soportes y otros elementos digitales y/u otras nuevas tecnologías en las materias tradicionales tal como ocurre Radio II (incluye actividades en *podcast* y los mismos alumnos evalúan por internet sus trabajos)
- Se le podrán recomendar a los alumnos cursos, o capacitaciones paralelas sobre el campo que desea dominar. También tomar en cuenta esta iniciativa a la hora

de recomendar estudios de post-grado Llevar una base de datos de cada alumno con el área respectiva en la cual se quiera especializar.

- Profundizar los conocimientos en Photoshop e Illustrator en Informática I y II
- Fomentar aún más la realización de proyectos a bajo costo, ya que hoy en día se hace sencillo conseguir un buen trabajo con el menor presupuesto.
- Sugerir la importancia de adquisición de los programas, equipos y soportes de: Final Cut Pro, Avid, Cámaras HD, 35mm, ProTool, Photoshop, Illustrator, Interfaces de Redes Sociales.

BIBLIOGRAFIA

Alfalla, R. y otros (2001). *La aplicación de las TIC a la enseñanza universitaria y su empleo en la formación en dirección de la producción/operaciones*. Recuperado de la World Wide Web el 18 de abril de 2010: <http://www.sav.us.es/pixelbit/articulos/n16/n16art/art/166.htm>.

Bartolomé, A. y Willem, C. (2008). *Integración y desarrollos de nuevos elementos de la sintaxis audiovisual en los clips de vídeo digital distribuidos por Internet*. En el congreso "Investigar la Comunicación", Santiago de Compostela, 30 enero-1 febrero 2007

Bisbal, M, Aguirre, J (2008) *Entre comunicación y periodismo: imágenes, parábolas, producción de realidades y algo más (2)*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello Serie mapas de la comunicación

Bonilla, M y Cliche, G. (2001). *Internet y sociedad en América Latina y el Caribe, investigaciones para sustentar el diálogo. (3)*. Quito: FLACSO.

Botero, O. (s.f.) *Cine Digital*. Recuperado el 1 de julio de 2010. Universidad Central de Venezuela.

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Yb0lsQmLVJsJ:neutron.ing.ucv.ve/comunicaciones/Asignaturas/DifusionMultimedia/Tareas%25202003-3/CINE%2520DIGITAL.doc+cine+digital&cd=27&hl=es&ct=clnk&gl=ve&client=firefox-a>

Caballero, J (2000) *Análisis del Perfil del Egresado de la Carrera de Medicina en la Universidad Médica Cubana*, Recuperado de la World Wide Web el 12 de marzo 2010 desde http://bvs.sld.cu/revistas/ems/vol14_1_00/ems02100.htm

Calvi, J. (2004). *Los sistemas de intercambio de usuario a usuario (P2P) en Internet. Análisis de una lógica de distribución, intercambio y reproducción de productos*

culturales. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado el 17 de Junio 2010 de la World Wide Web: <http://eprints.ucm.es/tesis/inf/ucm-t27528.pdf>

Camperos, R. (1998). *Tecnologías Comunicacionales y la “Era de la Información” El Perfil y el ejercicio Social del Comunicador ante la Llegada de Siglo XXI*. Tesis de grado, de Comunicación Social, mención Audiovisual. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello. Facultad de Humanidades y Educación.

Campos, L. y Coronel, M. (2001). *Propuesta del cine digital como alternativa de creación y expresión audiovisual*. Tesis de grado de Comunicación Social. Mención Audiovisual. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello. Facultad de Humanidades y Educación.

Convergencia tecnológica y guerra de decibelios, (2000). Recuperado de la World Wide Web el 18 de abril de 2010: <http://www.elmundo.es/ariadna/2000/A014/A014pag19.html>.

Carreras, C., Munilla G. y colaboradores (2005). *Patrimonio Digital* (1). Barcelona: UOC.

Chaparro, E. (2002). *Adiós a los Viejos Transistores: Llega la Radio Digital y Multimedia*, Recuperado de la World Wide Web el 23 de agosto 2010: <http://www.contactomagazine.com/radiodigital0329.htm>

Ceinos, M. (2008). *Diagnóstico de las Competencias de los Orientadores Laborales en el uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación*. 23 de octubre 2010. Universidad Santiago de Compostela, Departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación. Recuperado de la World Wide Web el 9 de enero 2011: dspace.usc.es/bitstream/10347/2486/1/9788498871081_content.pdf

Cineforo, Centro Latinoamericano para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional, s.f. Recuperado de la World Wide Web el 15 de junio 2011:

http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/sind_for/casanov/pdf/quees.pdf

Cobo, C. y Pardo, H. (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia Colectiva o Medios Fast Food*. España / México. Grup de Recerca D'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México.

De León, D., Gutiérrez, L., (2008). *Perfil del Egresado de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello*. Tesis de grado de Comunicación Social. Mención Comunicaciones Publicitarias. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello. Facultad de Humanidades y Educación.

Diaz P. (2008) *¿Qué es Internet?* Extraído el 19 de junio desde la WorldWide <http://www.monografias.com/trabajos5/queint/queint.shtml>

Dromi, R. (2008). *Convergencia tecnológica: telefonía, televisión e Internet*. Recuperado de la World Wide Web el 18 de abril del 2010: <http://ar.vlex.com/vid/convergencia-telefonía-televisión-internet-4160911800>

Eje Zeta Magazine (2009). *3D DIGITAL: La tecnología que promete revolucionar el cine* Recuperado de la World Wide Web el 9 de enero 2011: <http://www.eje-zeta.com/2009/03/25/3d-digital-la-tecnología-que-promete-revolucionar-el-cine/>

Camacho, J: *Avanza reforma curricular para comunicadores sociales en El Ucabista 2.0*, 25 de Febrero, 2011 recuperado el 25 de mayo de 2011.

Casetti, F. y Di Chio, F. (1999). *Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Buenos Aires: Paidós.

García, J. (2009). *La televisión digital: posibilidades y retos*, Tipos de Televisión Digital, en *Revista Comunicación* N° 146. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Gil, R. (1993). *Figuras sobresalientes de la comunicación social: un perfil de ejemplaridad de los comunicadores*. Tesis de grado de Comunicación Social. Mención Periodismo Impreso. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello. Facultad de Humanidades y Educación.

Hawes, G. (2005). *Construcción de un Perfil Profesional*, Universidad de Talca Instituto de Investigación y Desarrollo Educacional Proyecto Mecesus. Recuperado de la World Wide Web el 24 de marzo 2010: www.iide.cl/.../Construccion%20de%20un%20Perfil%20Profesional.pdf

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P., (1991). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.

Herrera, E., (2003). *Tecnologías y redes de transmisión de datos*. México: Limusa SA.

Hung, E., (2006). *La convergencia tecnológica en los servicios ofertados en la TV de pago y su impacto en el mapa comunicacional*. Trabajo de investigación para doctorado. España: Universidad Complutense de Madrid.

Jódar, J., (2010). *La era digital: Nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales*. Revista Razón y Palabra Estudios cinematográficos: revisiones teóricas y análisis, N° 71. Recuperado de la World Wide Web el 12 de junio de 2011: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR_REVISADO.pdf

Kinncar, T., Taylor, J. y Kresge, S., (1982). *Investigación de mercados*. México: McGraw-Hill.

Martínez, J. (1991). *Introducción a la tecnología audiovisual: televisión, video, radio (3)* Barcelona, España: Paidós.

Martínez-Prego, C. (2009). *Escuchar a los Social Media. Capítulo dentro de: Del 1.0 al 2.0: Claves del nuevo marketing*. [Libro en línea] Recuperado el 14 de junio de 2010 de: <http://www.clavesdelnuevomarketing.com/>

López, N. (2001). *El impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación en el periodista/comunicador del tercer milenio*. Recuperado de la World Wide Web el 10 de octubre de 2010: <http://www.allbusiness.com/sector-61-educational-services/840670-1.html>.

Marker, G. (s.f.). *La historia de las redes sociales*. Recuperado el día 07 de junio de 2010 de: <http://www.informatica-hoy.com.ar/redes-sociales/La-historia-de-las-redes-sociales.php>

Martínez, L., Szemzo, C. (2009). *Perfil profesional del periodista actual según la visión del empleador en Venezuela*. Tesis de grado de Comunicación Social. Mención Comunicaciones Publicitarias. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello. Facultad de Humanidades y Educación.

Master Magazine, (2005). *Dibujando con la luz – Fotografía Digital*. Diciembre 2010. Recuperado de la World Wide Web el 4 de mayo de 2011 desde: <http://www.mastermagazine.info/articulo/3425.php>.

Moreno, I. (2006). *La radio y la tecnología: breve historia y perspectivas*. Recuperado de la World Wide Web el 19 de abril del 2010 desde: www.coit.es/foro/pub/ficheros/la_radio_y_la_tecnologia_0503931a.pdf.

Neuman, M. (1997). *Generación de Capacidad Tecnológica en la industria informativa: El caso del diario PANORAMA*. Maracaibo: Fondo Editorial Facultad Experimental de la Comunicación y la Información.

Ojeda, G. (s.f.). *Informe de investigación para el análisis de tecnologías convergentes de información y comunicación en el ámbito educativo*. Recuperado de la World Wide Web el 2 de noviembre del 2010 desde: <http://ares.cnice.mec.es/informes/09/documentos/43.htm>.

O'Reilly, T. (2005). *What Is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Recuperado el 02 de julio de 2010 de: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>

Pérez, G. (1994). *Investigación cualitativa. Retos e interrogantes*. Madrid: La Muralla.

Píriz, E. (1992). *Historia de la Escuela de Comunicación Social U.C.A.B. Temas de Comunicación N° 1*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Rendón, H. (2007). *El periodista digital mexicano: Hacia su definición*. Tesis de Grado de Ciencias de la Comunicación. Especialidad Periodismo. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Röhl, I. (1993). *Cine y video: post-producción sin fronteras aplicación de la tecnología digital a procesos tradicionalmente incompatibles*. Tesis de grado de Comunicación Social. Mención Audiovisual. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello. Facultad de Humanidades y Educación.

Rodero, E. (1998). *La radio del futuro es una radio digital*. Universidad Pontífica de Salamanca. Recuperado de la World Wide Web el 20 de junio de 2010 desde: www.bocc.uff.br/pag/rodero-emma-radio-futuro.pdf.

Rosario, J. (2005). *La Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC). Su uso como Herramienta para el Fortalecimiento y el Desarrollo de la Educación Virtual*. Recuperado de la World Wide Web el 15 de mayo de 2010 desde: <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=218>.

Ruiz, J. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. España, Universidad de Deusto.

Salas, A. (2007). *La Radio Digital*. Recuperado de la World Wide Web el 13 de abril de 2010 desde: <http://www.monografias.com/trabajos31/radio-digital/radio-digital.shtml>

Salaverría, R. y García, J. (2008). *La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo (23)* España: Trípodus.

Sandoval, C., Al-Ghassani, A. (1990). *Inventario de los medios de comunicación en Costa Rica*. Universidad de Costa Rica. Recuperado de la World Wide Web el 14 de mayo de 2010 desde:

http://books.google.com/books?id=7LouAAAAYAAJ&q=Inventario+de+los+medios+de+comunicaci%C3%B3n+en+Costa+Rica&dq=Inventario+de+los+medios+de+comunicaci%C3%B3n+en+Costa+Rica&hl=es&ei=dLr-TdfTFcyutwec2O2JAg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CC0Q6AEwAA

Taylor, S. y Bogdan, R. (1992). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: la búsqueda de significados*. Barcelona, España: Paidós.

Toledo, W. (1990). *Los Medios Audiovisuales y la Lectura*. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de la World Wide Web el 21 de mayo del 2010 desde: revistas.ucm.es/inf/02104210/articulos/DCIN9090110243A.PDF.

Universidad Católica Andrés Bello, Escuela de Comunicación Social. Recuperado de la World Wide Web el 14 de febrero del 2011 desde: www.ucab.edu.ve.

Vallejos, O. (s.f.). *Introducción a Internet*. Recuperado de la World Wide Web el 15 de mayo de 2010 desde: <http://ing.unne.edu.ar/pub/internet.pdf>

Villaseñor, P. (s.f.). *Cine Digital*, Recuperado de la World Wide Web el 21 de octubre 2010 desde: www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/.../PedroMatute.pdf.

Weiers, R. (1986). *Investigación de mercados*. México: Prentice-Hall Hispanoamericano.

Youtube. *A Brief History of YouTube*. Recuperado de la World Wide Web el 12 de junio de 2011, desde:

<https://sites.google.com/a/pressatgoogle.com/youtube5year/home/short-story-of-youtube>

Zamora, M. (s.f.). *Redes Sociales en Internet*. Recuperado el 02 de julio de 2010 de <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>