

Nº 4

# Intertextos

Cuadernos del Programa de Comunicación Social

Comunicar en la sociedad de la información  
y el conocimiento



UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ  
**JORGE TADEO LOZANO**

Facultad de Ciencias Humanas, Artes y Diseño  
Programa de Comunicación Social-Periodismo

# **Intertextos**

## Cuadernos del Programa de Comunicación Social

Nº 4  
Comunicar en la sociedad  
de la información y el conocimiento



UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ  
JORGE TADEO LOZANO

Facultad de Ciencias Humanas, Artes y Diseño  
Programa de Comunicación Social-Periodismo

Comunicar en la sociedad de la información y el conocimiento / César Arrueta... [et al.]. – Bogotá: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, 2010.

250 p.; 24 cm. – (Intertextos. Cuadernos del Programa de Comunicación Social; N° 4).

ISBN: 978-958-725-048-0

1. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN 2. COMUNICACIONES DIGITALES 3. TECNOLOGÍA EDUCATIVA. I. ARRUETA, CÉSAR. II. SER.

CDD303.4833”C739A”

Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano  
Carrera 4 N° 22-61 – PBX: 242 7030 – www.utadeo.edu.co

*Intertextos: Cuadernos del programa de Comunicación Social*  
N° 4. *Comunicar en la sociedad de la información y el conocimiento*

ISBN: 978-958-725-048-0

Primera edición: 2010

Rector: José Fernando Isaza Delgado

Vicerrector académico: Diógenes Campos Romero

Decano de la Facultad de Ciencias Humanas, Artes y Diseño:

Alberto Saldarriaga Roa

Decana del Programa de Comunicación Social-Periodismo:

Vera Schütz

Director editorial (E): Jaime Melo Castiblanco

Coordinador editorial: Andrés Londoño Londoño

Corrección de estilo: Sandra Naranjo Pineda

Diagramación: Alejandro Sicard Currea

Coordinador de producción: Henry Colmenares Melgarejo

Impresión digital: Xpress Estudio Gráfico y Digital S.A.

Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin  
autorización escrita de la Universidad.

IMPRESO EN COLOMBIA - PRINTED IN COLOMBIA

## **Intertextos**

# Cuadernos del Programa de Comunicación Social

Nº 4

Comunicar en la sociedad  
de la información y el conocimiento

Editor académico: Raúl Alberto Acosta Peña

César Arrueta

Marcelo Brunet

César Augusto Giraldo Bareño

Sandra Naranjo Pineda

Rubén Darío Encinales

Nancy Ballestas C.

Pablo E. Rivera B.

Óscar Durán Ibatá

Martha Lucía Mejía Suárez

Luis Carlos Zúñiga

Laura Ubaldina Cardona Muñoz



UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ  
JORGE TADEO LOZANO

Facultad de Ciencias Humanas, Artes y Diseño  
Programa de Comunicación Social-Periodismo



## Contenido

Noticiabilidad y planificación. Una mirada desde la teoría de los emisores, los procesos productivos y la cultura tecnológica <i>César Arrueta y Marcelo Brunet</i> .....	15
Provocaciones tecnológicas. Ideas entorno al ser humano en tiempos de la comunicación digital <i>César Augusto Giraldo Bareño</i> .....	53
Una lectura semiótica del hipertexto y la comunicación digital <i>Sandra Naranjo Pineda</i> .....	75
Los ambientes virtuales de aprendizaje en la Universidad <i>Rubén Darío Encinales</i> .....	115
Estrategias pedagógicas en escenarios virtuales <i>Nancy Ballestas C. y Pablo E. Rivera B.</i> .....	143
Radio y televisión, mucho más que simples medios. Un aporte académico para la formación de estudiantes en medios audiovisuales del Caribe colombiano <i>Óscar Durán Ibatá</i> .....	179
La mediación en las organizaciones. Una apuesta desde la comunicación productiva y digital <i>Martha Lucía Mejía Suárez</i> .....	201

Prensa digital. Nuevos usos para los consumidores de información en Internet en Cartagena de Indias <i>Luis Carlos Zúñiga Liñán</i> .....	227
Descripción de las características de los lectores de la prensa digital en Cartagena: casos <i>El Universal</i> , <i>El Heraldo</i> y <i>El Tiempo</i> <i>Laura Ubaldina Cardona Muñoz</i> .....	239

## Presentación

El campo de la comunicación ha encontrado en el uso y apropiación de los dispositivos tecnológicos una posibilidad de reflexión académica que lo ha llevado a repensar sus metodologías de análisis e incluso sus marcos conceptuales. Podríamos agregar aquí que parte del encanto que tiene el estudio de la relación comunicación/tecnología tiene que ver también con este momento histórico, en el que la relación con los dispositivos tecnológicos se ha transformado, pasando de “simples” herramientas –externas al hombre– que contribuían a la ejecución de ciertas tareas, a entenderlos como parte de, como cohabitantes de nuestros espacios vitales, generando, incluso, transformaciones en nosotros. Esto nos motivó a invitar a docentes e investigadores a participar con sus textos en torno a la temática de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) que encauza este cuarto número del cuaderno *Intertextos*.

Se planteó como objetivo de la publicación proponer reflexiones acerca de las alianzas comunicación y tecnología, comunicación y nuevas tecnologías, comunicación y ciencia tecnológica; comunicación y cultura tecnológica; técnica y comunicación o cualquier otra relación que posibilite ampliar el marco de discusión sobre los temas de producción, reproducción, apropiación, etc., de desarrollos tecnológicos en y para la comunicación.

La idea es invitar a pensar más allá de los marcos regulatorios que, de forma dicotómica, se aproximan a estas relaciones desde lo “apocalíptico” o lo “integrado”, parafraseando a Umberto Eco y, mejor, proponer las reflexiones desde la óptica de las mediaciones y las interacciones. Desde allí es posible acercarnos de forma más flexible al entendimiento de lo tecnológico y sus posibilidades comunicativas en lo pedagógico, lo laboral, lo afectivo, lo científico, etc.

Me complace compartir con ustedes este nuevo número de la publicación *Intertextos*, el cuaderno temático del Programa de Comunicación Social-Periodismo, interlocutor del pensamiento y del trabajo de nuestra comunidad académica, y como abre bocas me adelantaré a hacer un breve recorrido por los artículos que ofrecemos en esta edición.

Nos ha parecido importante discurrir sobre aquellas teorías que indagan las rutinas de producción de noticias, revisando particularmente los desacuerdos que aún subsisten en torno a la idea de *communication research*, y establecer puntos de conexión entre las instancias de planificación y construcciones teóricas respecto al periodismo, suponiendo que así podrán superarse miradas instrumentalistas, de raíz normativa, que prescinden de la reflexión epistemológica.

Con base en las discusiones generadas durante las jornadas del evento: «La comunicación en la era de la sociedad virtual. Las TIC, nuevas tecnologías, nuevos horizontes... Un nuevo mundo», desarrollado por el Programa de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, entre el 28 y 31 de noviembre del año 2008, surge un texto que propone interro-

gantes sobre la relación ciencia/tecnología/ comunicación, y que aborda, en el marco de las interacciones sociales, las mutaciones del conocimiento y/o el saber en este momento histórico de profundos, rápidos y continuos cambios tecnológicos.

El artículo titulado «Una lectura semiótica del hipertexto y la comunicación digital» presenta una reflexión sobre la comunicación digital y el hipertexto, a partir de categorías teóricas provenientes de la sociología de la comunicación, de las teorías de la comunicación y de la semiótica contemporánea con el objetivo sustentar una comprensión de estos fenómenos de la sociedad de la información y el conocimiento, relacionada con las implicaciones en las interacciones sociales y las nuevas experiencias de los sujetos.

La educación en Colombia se ve inmersa en cambios sociales, políticos y tecnológicos. En estos tiempos es difícil participar en un debate sobre formación profesional sin que surjan las palabras “modalidad virtual” para señalar una concepción dinámica entre los actores de los procesos de enseñanza/aprendizaje que, en el marco de la educación superior, implican la producción de ambientes de aprendizaje y materiales educativos acordes con las políticas que rigen la educación superior y con las tecnologías, los recursos y los medios con los cuentan la institución y sus miembros. En este número de *Intertextos* se hace una reflexión sobre estos aspectos con base en la experiencia de la implementación de los ambientes y objetos virtuales de aprendizaje en la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Por otro lado, en este contexto, a los que estamos vinculados a la labor de enseñar, se nos plantea el reto de trazar nuevos

derroteros, en este caso estrategias pedagógicas en ambientes virtuales, propuestas desde el escenario de convergencia de la comunicación, la educación y la tecnología, como espacio de reflexión sobre los procesos interaccionales entre usuarios, consumidores y constructores de posibilidades de formación académica, así como sus implicaciones en el orden estructural frente a procesos reales de gestión.

Así mismo, se presenta una invitación a estudiar a la radio y la televisión más que como medios, como disciplinas que propenden por la estructuración de individuos sensibles a las tendencias comunicativas, y que son especialmente hábiles en el manejo de los dispositivos y creativos en el contexto de la sociedad de la información.

El artículo «La mediación en las organizaciones. Una apuesta desde la comunicación productiva y digital» pretende construir la relación entre comunicación organizacional y digital, mediante un ejercicio que lleva a la revisión de sus vertientes teóricas para fundar en ellas las posibilidades de vinculación entre ambos campos. La relación se fortalece en la medida en que incorporan los conceptos de sistema y mediación, que permiten considerar posibilidades de aplicación, teniendo en cuenta las tendencias organizacionales en los ámbitos de intranet, extranet e Internet, en los cuales se puede apreciar la forma cómo se traduce y materializa la propuesta de comunicación productiva vinculada a la comunicación digital.

Como aporte derivado de los procesos de investigación adelantados por los programas de Comunicación Social-Periodismo y Producción de Radio y Televisión, de la Universidad Jorge Ta-

deo Lozano, seccional del Caribe, se presentan dos artículos producto de un estudio que se está adelantando acerca de los receptores de los medios digitales en Cartagena y sus necesidades, así como todo lo que los mueve a consumir productos periodísticos desde la Web.

Agradezco a todos los articulistas nacionales e internacionales, docentes e investigadores, que con su aporte enriquecen esta entrega y, con ella, la aproximación al tema de cómo la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación produce cambios en los modos de interacción social y, por consiguiente, genera formas de mediación que contribuyen a complejizar los procesos de comunicación.

Vera Schütz Smith

*Decana de los Programas de Comunicación Social-Periodismo,  
Tecnología en Producción Radial y Tecnología en Cine y Televisión*



## Noticiabilidad y planificación. Una mirada desde la teoría de los emisores, los procesos productivos y la cultura tecnológica

César Arrueta\* y Marcelo Brunet\*\*

### Resumen

El artículo se propone generar un ámbito de reflexión entre las teorías de la comunicación y la propuesta de planificación prospectiva estratégica de Washington Uranga (2007). Específi-

---

\* Licenciado en Comunicación Social egresado de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy y doctor en Comunicación Social egresado de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Austral de Buenos Aires. Docente universitario y becario postdoctoral en el Conicet. Miembro investigador en la Unidad de Investigación en Historia Regional (Universidad Nacional de Jujuy) Es autor de los siguientes libros: *No informarás. Estado y medios de comunicación. Presiones, políticas y lealtad económica* (Universidad Nacional de Jujuy); *Sociedad, estado y medios de comunicación. Aportes para pensar la responsabilidad comunicativa en Jujuy* (comp.) (La Rueda); *Noticias en la piel. Microrrelatos* (Universidad Nacional de Jujuy), y *Sobresentidos. Estudios sobre comunicación, cultura y sociedad* (comp.) (Universidad Nacional de Jujuy).

\*\* Licenciado en Comunicación Social egresado de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy. Primer graduado de la carrera. Se desempeña como coordinador de la Carrera de Comunicación Social en la ucse-Departamento Académico, San Salvador. Es profesor asociado en la misma Universidad y miembro de la Comisión del Área de Ciencias de la Educación. Es profesor adjunto de Planificación en Comunicación Social en la Carrera de Comu-

camente enfoca su atención en la teoría del *newsmaking*: “*mirada constructivista respecto al periodismo que sostiene que la realidad es el resultado, básicamente, de rutinas informativas sujetas a limitaciones y tensiones propias de la organización periodística*” (Pena de Oliveira, 2009,139). Motivan esta propuesta de indagación tres razones particulares: en primer lugar, un interés de conocimiento originado a partir de la discusión de perspectivas de análisis de comunicación (creemos que resulta necesario poder sistematizar y reflexionar sobre aquellas teorías que indagan las rutinas de producción de noticias, particularmente atendiendo las implicancias que aún subsisten en torno a la idea de *communication research*); en segundo lugar, poder establecer puntos de conexión entre las instancias de planificación y construcciones teóricas respecto al periodismo (suponemos que así podrán superarse miradas instrumentalistas, de raíz normativa, que prescinden de la reflexión epistemológica) y, en tercer lugar, el fortalecimiento de la idea de que cualquier proceso de planificación supone el conocimiento de los medios de comunicación y sus lógicas internas, puestos que son ellos piedras angulares de las llamadas sociedades mediatizadas. En este escenario de intenciones, vale remarcar el papel asignado a la “cultura tecnológica” presente en las sociedades postindustriales y sus huellas en las prácticas cotidianas. En función de las consideraciones realizadas,

---

nicación Social en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy, donde también integra el Departamento de Ciencias de la Comunicación. Es miembro de la Unidad de Investigación en Historia Regional de la Universidad Nacional de Jujuy. Es especialista en Enseñanza de la Educación Superior y doctorando en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Fue becario de postgrado en el Conicet y ha publicado artículos en libros y revistas científicas con y sin referato.

es posible afirmar que los procesos comunicacionales mediados o no, implican instancias de diagnóstico, planificación propiamente dicha, gestión y evaluación, y resultan sumamente importantes a la hora de la producción de sentidos que propone la institución periodística en las actuales sociedades mediatizadas y su vinculación con las nuevas tecnologías de la comunicación.

## 1. Consideraciones iniciales

Los procesos de planificación son una característica de las sociedades postindustriales. Su esfera involucra *“la capacidad de generar saberes y procesos técnicos orientados a diseñar, implementar y evaluar planes”* (Abatedaga, 2008, 21). En su matriz subyace, por lo tanto, el hecho de fijar cursos de acción para alcanzar el cumplimiento de determinados objetivos, mediante el uso eficiente de recursos. Podemos considerar a la planificación como una herramienta e incluso una tecnología que, dependiente de la mirada de los seres humanos no es aséptica (Forero Usma, 2005) y puede ser utilizada con diversos fines: para dominar y para liberar o disparar la palabra, por ejemplo.

Desde esta perspectiva, podríamos afirmar que la idea de planificar se contrapone con la noción de incertidumbre, es decir, la carencia de certezas evidenciales. En la actualidad, se planifica para concebir seguridades y facilitar el cumplimiento de determinadas metas; un propósito nada desatinado si se tiene en cuenta que en las sociedades contemporáneas el *conocimiento* y la *previsión* se han constituido en el polo alrededor del cual se organizan gran parte de sus estructuras institucionales. Podemos plantear que es un concepto arraigado en los mitos de la modernidad: sujeto cog-

noscente, racionalidad del mundo, posibilidad de progreso, etc. Como puede verse, se concibe “*un sujeto que controla el mundo, las pasiones, a través de la razón*” (Saintout, 1998, 37).

Es en este contexto, donde la Comunicación también se ha transformado en un pilar constitutivo, puesto que la gestión, entre otras, de instancias de información e interacción discursiva supone la transformación de las relaciones sociales y por tanto de la realidad.

“*Lo masivo es hoy, en nuestras sociedades, el modo predominante del funcionamiento cultural*” (Mata, 1996, 7), y el rostro de esa cultura masiva, en términos de María Cristina Mata, tiene que ver, entre otras cosas, con la *centralidad de los medios masivos* que dan lugar a mediatizaciones (capacidad configuradora de las tecnologías y los lenguajes).

Ahora bien, en el escenario de sociedades mediatizadas,<sup>1</sup> la planificación –como concepto general– presume la necesidad de asignarle sentidos de certeza a la actuación institucional en el espacio público, en otras palabras, infiere “*la capacidad de analizar adecuadamente las necesidades de comunicación, considerando aspectos creativos para saber potenciarlo a través de la estrategia de medios*” (González Lobo y Carrero López, 1997, 32).

Frente a ello, es propósito de este trabajo establecer puntos de relación entre las teorías de la comunicación y la propuesta de planificación prospectiva estratégica de Washington Uranga (2007). Específicamente nos enfocaremos en la teoría del *news-*

---

1 “*Sociedades en que las prácticas sociales (modalidades de funcionamiento institucional, mecanismos de toma de decisión, hábitos de consumo, conductas más o menos ritualizadas, etc.) se transforman por el hecho de que hay medios*” (Verón, 1992, 1).

*making* (Gaye Tuchman, 1978; Herbert Gans, 1979; Alvarado & Bunscombe, 1978; Fishman, 1980; Bantz, McCorkle & Baade, 1981, y Lorenzo Gomis, 1991); “*mirada constructivista respecto al periodismo que sostiene que la realidad es el resultado, básicamente, de rutinas informativas sujetas a limitaciones y tensiones propias de la organización periodística*” (Pena de Oliveira, 2009,139).

Las razones que sustentan este propósito y este enfoque pueden explicarse desde tres lugares. El primero de ellos relacionado con un interés de conocimiento originado a partir de la discusión de perspectivas de análisis de comunicación. Creemos que resulta necesario poder sistematizar y reflexionar sobre aquellas teorías que indagan las rutinas de producción de noticias, particularmente atendiendo a las implicancias que aún subsisten en torno a la idea de *communication research*. En segundo lugar, porque creemos útil poder establecer puntos de conexión entre las instancias de planificación y construcciones teóricas respecto al periodismo. Suponemos que así podrán superarse miradas instrumentalistas, de raíz normativa, que prescinden de la reflexión epistemológica. En tercer lugar, porque aceptamos la idea de que cualquier proceso de planificación supone el conocimiento de los medios de comunicación y sus lógicas internas, puestos que son ellos piedras angulares de las llamadas sociedades mediatizadas.

Para cumplir con estos objetivos, el trabajo se organiza entre tres bloques: el primero, en el que se desarrollan aspectos generales de la teoría del *newsmaking*; el segundo, en el se aborda la cuestión de la planificación prospectiva estratégica y, el tercero, en el que se propone una instancia de reflexión y articulación de los dos anteriores.

El campo de la comunicación ha encontrado en el uso y apropiación de los dispositivos tecnológicos una posibilidad de reflexión académica que lo ha llevado a repensar sus metodologías de análisis e incluso sus marcos conceptuales. La relación comunicación-tecnología tiene que ver también con este momento histórico, en el que la visión de los dispositivos tecnológicos se ha transformado, pasando de “simples” herramientas externas al hombre que contribuían a la ejecución de ciertas tareas, a entenderlos como parte y cohabitantes de nuestros espacios vitales, generando, incluso, transformaciones en nosotros. Esto nos motivó a invitar a docentes e investigadores a participar con sus textos en torno a la temática de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) que encauza este cuarto número del cuaderno Intertextos. En éste se plantean reflexiones acerca de las alianzas entre comunicación y tecnología, comunicación y nuevas tecnologías, comunicación y ciencia tecnológica, comunicación y cultura tecnológica, técnica y comunicación, y otras, que posibilitan ampliar el marco de discusión sobre los temas de producción, reproducción, apropiación, etc., de desarrollos tecnológicos en y para la comunicación.

