

CIENCIA & COMUNICACIÓN



REVISTA CIENTÍFICA - CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Año 1, Vol. 2, N° 2, 2022

ENERO - JULIO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS,

POLÍTICAS Y SOCIALES

STAFF

RECTOR

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL BENI
"JOSÉ BALLIVIÁN"
Jesús Egüez Rivero Ph. D.

VICERRECTOR DE PREGRADO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL BENI
"JOSÉ BALLIVIÁN"
M.Sc. Brian Hillman Gil

VICERRECTOR DE POSGRADO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL BENI
"JOSÉ BALLIVIÁN"
M.Sc. Jesús Alfredo Ibáñez Vaca

DECANO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS
POLÍTICAS Y SOCIALES
Dr. Herlin Paz Avaroma

DIRECTOR

CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
M.Sc. Percy Hurtado García

ADMINISTRADORA

Lic. Carla Fanny Vásquez Flores

COMITÉ EDITORIAL

René Vásquez Pérez Ph. D.
DOCENTE TITULAR - UABJB
BENI

M.Sc. Romy Duran Sandoval
DIRECTORA CARRERA CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL - UMRPSFXCH
SUCRE

M.Sc. Olga Mary Martínez Vargas
DOCENTE TITULAR - UMRPSFXCH
SUCRE

M.Sc. Carlos Romero Castillo
PRESIDENTE ASOCIACIÓN DE
PERIODISTAS DEL BENI
BENI

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Lic. Milton Tapia Gonzales

FOTO DE PORTADA

www.pngegg.com

EDICIÓN

DIGITAL

JULIO DE 2022

Trinidad - Beni - Bolivia

FOTO: BOLIVIA, DONDE LO AUTÉNTICO AÚN EXISTE



CIENCIA & COMUNICACIÓN



REVISTA CIENTÍFICA - CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
SCIENTIFIC MAGAZINE - SOCIAL COMMUNICATION SCIENCES CAREER

© **Ciencia & Comunicación** es una publicación científica de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social perteneciente a la Facultad de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales. Es editada semestralmente (dos veces al año) ▪ La revista acepta y promueve intercambios institucionales con otras revistas de carácter científico.

Dir. Campus Universitario "René Ibáñez Carranza" ▪ Trinidad-Beni-Bolivia ▪ Tel: 3 4622111 ▪ Trinidad, Beni, Bolivia ▪ www.uabjb.edu.bo

CONTENIDO

MATRÍCULA ESTUDIANTIL HISTÓRICA EN LA CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL 2004-2021

Lic. Fabiola Heredia Hurtado Página
6

INTEGRACIÓN DE LAS TIC EN EL PROCESO FORMATIVO DEL COMUNICADOR SOCIAL DE LA UAB JB

Lic. Nathaly Francis Luna Pozo Página
14

LA FALTA DE PRÁCTICAS PROFESIONALES EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UAB

Lic. Carla Fanny Vásquez Flores Página
24

CONOCIMIENTO DE LAS FAKE NEWS EN LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UAB JB

Ing. Kenneth Mollinedo Romero Página
34



PRESENTACIÓN



La carrera Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián” tiene la satisfacción de presentar el segundo número de la revista “Ciencia & Comunicación”, con la perspectiva de ahondar en la investigación científica y ampliar la difusión del conocimiento en temas inherentes a la comunicación de masas, medios tecnológicos y culturales, además del desarrollo social, entre otros.

La publicación nació con la finalidad de servir como vertiente para acercar y en lo posible conectar, diversas disciplinas científicas bajo la lógica de la transdisciplinariedad, una estrategia de investigación que sobrepasa los límites disciplinarios para generar un enfoque holístico, dado que es necesario divulgar y debatir los diversos temas no siempre comunes para una sociedad.

Por tanto, con la nueva edición de la revista, la carrera Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián” (UAB JB), fortalece dos de sus grandes objetivos: investigación y divulgación, ambos conectados indudablemente con una visión multidisciplinar que permitirá en un futuro no muy lejano aportar al mundo de la ciencia y en el desarrollo de la sociedad actual.

Desde el año 2021, “Ciencia & Comunicación” como parte del crecimiento de la comunidad académica de la carrera Ciencias de la Comunicación Social, busca contribuir desde la universidad pública con los debates sobre los fenómenos y procesos comunicacionales para constituirse en un punto de encuentro, un ámbito de diálogo crítico sobre la comunicación social de masas.

Este nuevo número está enfocado en diversos aspectos y temáticas. En el primer artículo la autora analiza la “Matrícula estudiantil histórica de la carrera Ciencias de la Comunicación Social 2004-2021 de la Universidad Autónoma del Beni”, con el objetivo de identificar el avance progresivo del registro estudiantil desde la creación de esta unidad académica, en la gestión 2004.

El segundo artículo titulado: “Integración de las TIC en el proceso formativo del comunicador social de la UAB”, la autora hace un diagnóstico sobre competencias digitales en profesionales formados en el área, analizando la implementación de las TIC en la malla curricular e identificando las competencias digitales de los profesionales.

En el tercer artículo, la autora pretende identificar de qué manera la “falta de prácticas profesionales en la Carrera Ciencias de la Comunicación Social”, inciden en el desempeño laboral de los titulados de la carrera de comunicación social de la Universidad autónoma del Beni “José Ballivián”. Con esta intención se realizó un diagnóstico sobre las prácticas académicas que realizaron los estudiantes en los diferentes semestres de su formación profesional.

Finalmente, en el último artículo titulado: “Conocimiento de las fake news en los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UAB”, el autor aborda el fenómeno de la desinformación en tiempos digitales. Los resultados muestran que casi el 50%, sobre todo de los primeros semestres, no tiene una noción clara de las “noticias falsas” y no sabe verificar las fuentes de origen de la noticia por lo que comparte el contenido sólo porque son “virales” o tienen un titular impactante, artificio utilizado por los creadores de fake news para captar la atención del público.

Esperamos que la revista “Ciencia & Comunicación” contribuya a estos propósitos y renueve el interés de los lectores, especialmente de los estudiantes de la carrera Ciencias de la Comunicación Social de la UAB JB y de los profesionales del área, para que el hilo conductor de la investigación continúe, promoviendo la reflexión sobre los fenómenos comunicacionales, sociales y políticos que son parte de nuestra sociedad.

Muchas gracias

M.Sc. Percy Hurtado García
DIRECTOR CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Matrícula estudiantil histórica en la Carrera Ciencias de la Comunicación Social 2004-2021

Fabiola Heredia Hurtado*

*Licenciada Contador Público Autorizado y Docente de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián" Av. 27 de Mayo s/n Trinidad, Beni. Bolivia.
e-mail: herediahurtadofabiola@hotmail.com

RESUMEN

Con el objetivo de identificar la evolución histórica de la matrícula de nuevos estudiantes en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social perteneciente a la Facultad de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián", se ha efectuado la presente investigación que comprende desde su creación en la gestión 2004 hasta la gestión 2021; donde se han utilizado métodos teóricos, con resultados que expresan que desde los primeros años de su creación la Carrera registraba una fluctuante cifra de estudiantes inscritos; con una fuerte tendencia decreciente de alumnos nuevos y una constante en las cifras de alumnos totales que merecen atención porque pueden poner en riesgo su existencia institucional; así mismo distinguimos que al inicio los varones mostraron cifras más altas de inscripción en relación a las mujeres, situación que en el transcurso del tiempo cambió, siendo las mujeres quienes han predominado en la inscripción sobre los varones, sin embargo las cifras más bajas de inscripción corresponden a los segundos semestres de cada gestión académica, respecto a la población estudiantil total de la Carrera la tasa de crecimiento anual promedio es del 24,81% y se encuentra por encima de la tasa nacional del 12,1%, pero la matrícula de estudiantes nuevos cuenta con una tasa promedio decreciente del -1,81% que se encuentra por debajo del 10% del promedio a nivel nacional, es así, que este escenario merece que la Carrera deba preocuparse en mejorar la promoción de su oferta académica y de la aplicación de su rediseño curricular presencial y a distancia.

Palabras clave: *Matriculación, nueva, inscripción, universidad, evolución, estudiantes, admisión, carrera, Comunicación, UAB.*

ABSTRACT

With the aim of identifying the historical evolution of the enrollment of new students in the Social Communication Sciences Career belonging to the Faculty of Legal, Political and Social Sciences of the Autonomous University of Beni "José Ballivián", this research has been carried out which includes from its creation in the 2004 administration to the 2021 administration; where theoretical methods have been used, with results that express that since the first years of its creation the Career registered a fluctuating number of enrolled students; with a strong downward trend in new students and a constant in the numbers of total students who deserve attention because they can put their institutional existence at risk; we also distinguish that at the beginning, men showed higher enrollment figures than women, this situation changed over time, with the women predominating in enrollment over men, however the lower enrollment figures correspond to the second semesters of each academic year, regarding with respect to the total student population of the Career, the average annual growth rate is 24.81% and is above the national rate of 12.1%, but the enrollment of new students has a decreasing average rate of -1.81%, which is below 10% of the national average, so this scenario deserves that the Career should worry about improving the promotion of its academic offer and the application of its face-to-face and distance curricular redesign.

Keywords: *Enrollment, new, registration, university, evolution, students, admission, career, Communication, UAB.*



I. INTRODUCCIÓN

La palabra matriculación (del latín mater) consiste en el registro de ciertos datos personales en un archivo con el objeto de formar parte de alguna institución educativa, en la mayor parte de los casos realizando la complementación de los formularios correspondientes y aportando la documentación exigida.

Se entiende por matrícula universitaria al acto mediante el cual tanto el estudiante admitido como el estudiante antiguo oficializan su vinculación registrando su inscripción para realizar estudios en una Carrera dentro de la Universidad, existiendo tasas que los estudiantes deben solventar para matricularse. La matrícula deberá realizarse en cada periodo académico del programa, según el calendario académico y los lineamientos institucionales definidos para tal fin.

En la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social dependiente de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián”, se presenta el problema ¿Cuál es la evolución histórica de la matrícula de nuevos estudiantes por semestre?; para dar respuesta a este cuestionamiento nos propusimos el siguiente objetivo: Describir el comportamiento de la evolución histórica de la matrícula de nuevos estudiantes por semestre desde 2004 a 2021, para sugerir acciones de optimización académica en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social; habiéndonos planteado la siguiente hipótesis: Sí, describimos el comportamiento de la evolución histórica de la matrícula de nuevos estudiantes por semestre desde 2004 a 2021, entonces podremos gestionar acciones de optimización académica en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social.

“Con la denominación de “General José Ballivián” créase la Universidad Técnica del Beni bajo el régimen constitucional de la autonomía universitaria. Su organización, administración, funcionamiento y desarrollo estará a cargo de las autoridades elegidas conforme a sus estatutos y reglamentos”. (Ley, 1967:Art.1). Durante la presidencia del Gral. René Barrientos Ortuño en fecha 18 de noviembre de 1967 mediante Ley de la República N° 352 se creó la Universidad Técnica del Beni. En el año 2005, mediante Ley de la República N° 3030 y por mandato del II Congreso Interno, cambió de denominación a Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián”, como es reconocida en el Sistema Público de la Educación Superior del Estado Plurinacional de Bolivia, cuya situación y jerarquía están estipulados en los Numerales I y II del Art. 92 de la Constitución Política

del Estado, como una de las principales normas que rigen la vida universitaria. (C.E.U.B. 2015 – 2019:37).

“El 17 de agosto del 2004, el Honorable Consejo de Universitario emite la Resolución N°137/2004 firmada por el entonces Rector Ing. Fabián Antonio Rodal Coelho, y Jean Pierre Farah Cabral como Secretario General, creando de manera itinerante el Programa de Comunicación Social bajo la tuición de la Facultad de Ciencias Jurídicas Políticas y Sociales de la UTB; en concordancia con la Res. N° 105 del HCU del 6/6/2004. El 18 de agosto de 2004, el Honorable Consejo Facultativo de Ciencias Jurídicas Políticas y Sociales de la UTB, es así que en lo referente a los trámites de carácter legal que se exige para la materia, con Resolución N°19/2004, crea el Programa de Ciencias de la Comunicación Social y designa al Abog. Ronald Suárez Vaca como coordinador”. (Vásquez - Hurtado, 2021:8)

El 10 de febrero de 2011, el Honorable Consejo de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales mediante la Resolución N° 07/2011 efectuó la solicitud de consolidación del Programa en Carrera formal y apertura del Primer Semestre para el periodo académico 01/2011, por lo que el 24 de febrero de 2011 mediante Resolución Rectoral N° 127/2011 el entonces Rector Ing. Luis Carlos Zambrana Aguirre apertura de manera permanente el Primer Semestre de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social en la UABJB.

Se establece un periodo de inscripciones para cada gestión universitaria, el cual forma parte del Calendario Académico elaborado por la Dirección General de Planificación Académica, cuyo contenido es puesto a consideración, discusión y aprobación en las sesiones del Honorable Consejo Universitario, el mismo que una vez aprobado debe ser ejecutado por todas las Carreras dependientes de la Universidad Autónoma del Beni, dentro de un periodo de tiempo definido, por tanto para las carreras anualizadas las inscripciones se realizan al inicio del año y en las carreras semestralizadas al inicio del semestre, lo cual hace necesario que los estudiantes deban matricularse en cada periodo académico según el calendario académico y los lineamientos institucionales definidos para este fin.

“Existen requisitos de ingreso a las Universidades Públicas, como son los exámenes de ingreso, los cursos prefacultativos, los costos económicos de los mismos, así como los cupos limitados en algunas Carreras que establecen limitaciones de incorporación a la Educación Superior a importantes segmentos sociales”. (Paz, 2012:97).

Para ingresar a cualquier carrera que oferta la Universidad Autónoma del Beni existen diferentes formas de admisión, las mismas que son de cumplimiento obligatorio para todo el Sistema Universitario, de acuerdo al Modelo Académico del Sistema de la Universidad Boliviana, los cuales se mencionan a continuación:

- Curso preuniversitario (C.P.U)
- Prueba de suficiencia académica (P.S.A)
- Admisión especial

Un estudiante universitario matriculado es aquella persona que está oficialmente registrada en una carrera o programa de estudio ofertado por una institución de educación superior. El criterio de oficialmente registrado se refiere a los requerimientos, procesos y condiciones que debe de cumplir para ser considerado como matriculado, conforme a la reglamentación interna de la institución. En la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social el estudiante debe estar debidamente matriculado y programado en cada semestre para ser considerado como un estudiante regular de la misma.

El año 2020 se constituyó en un periodo realmente significativo para la vida institucional de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, ya que por causa de la Pandemia del Covid - 19 se hizo necesario entrar en la dinámica de la educación a distancia o de la virtualidad, asimismo a partir de esta gestión se viene implementando un nuevo plan de estudios producto del rediseño curricular para la modalidad presencial, que también se debe aplicar en la modalidad a distancia.

II. METODOLOGÍA

La presente investigación es de carácter analítico con un enfoque cuantitativo, por lo que para su desarrollo se han empleado los métodos teóricos y empíricos que a continuación se describen:

2.1 Métodos Teóricos.- Se utilizaron los siguientes métodos teóricos:

Método analítico - sintético.- Este método permitió examinar los elementos que intervienen en la evolución histórica de la matrícula estudiantil, para después establecer tendencias de su evolución en transcurso de la existencia institucional de la Carrera, relacionando sus diversos componentes dispersos y relacionando los hechos aparentemente aislados; es así que gracias al mismo se elaboró el resumen de la investigación y las conclusiones.

Inductivo - deductivo.- El método de inducción-deducción toma en cuenta los hechos particulares, siendo deductivo en un sentido, de lo general a lo particular, e inductivo en sentido contrario, de lo particular a lo general, por lo que

utilizando este método se ha realizado la construcción del soporte teórico de la investigación y la bibliografía consultada.

Método histórico - lógico.- Se ha utilizado para estudiar las distintas etapas por las que ha atravesado la matrícula estudiantil de la Carrera Ciencias de la Comunicación Social en su sucesión cronológica desde sus inicios para conocer su evolución y desarrollo con el propósito de descubrir tendencias. El método lógico de investigación teórica se ha utilizado para reproducir en el plano teórico lo más importante del fenómeno estudiado, permitiéndonos comprender su historia.

Método estadístico.- Este método se usó para elaborar cuadros y gráficos que expresen las cifras de la evolución de la matrícula estudiantil nueva y total de forma precisa, organizando claramente los datos numéricos.

2.2 Método empírico.- Para desarrollar el trabajo de campo se recurrió al método empírico descrito a continuación:

Investigación documental.- Por medio de la cual se extrajeron los datos numéricos de la matrícula estudiantil nueva y total de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de acuerdo al sexo y por cada periodo académico, efectuándose el procesamiento de los datos estadísticos históricos para ambas matrículas, cuya fuente de información se encuentra contenida en el sistema informático universitario denominado SIIGAA "Moxos" o Sistema Informático Integral de Gestión Académica Administrativa de la Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián". (Tórrez, 2004, pp. 44-45)

III. RESULTADOS

Los resultados de la presente investigación están ilustrados en el Cuadro N° 1, asimismo en el Gráfico N° 1, Gráfico N° 2, Gráfico N° 3, Gráfico N° 4, Gráfico N° 5, Gráfico N° 6, Gráfico N° 7, Gráfico N° 8, Gráfico N° 9, Gráfico N° 10, Gráfico N° 11 y Gráfico N°12, así como en la Figura N° 1 los cuales se muestran a continuación.

Como podemos observar en el Gráfico N° 1 la matrícula estudiantil nueva en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social inicia con cantidades aceptables, pero debido a su funcionamiento como Programa Itinerante no hubieron ingresos nuevos hasta la gestión 2008, donde podemos notar que se encuentra su pico más alto con 112 estudiantes, también se observa que en la gestión 2009 los ingresos de estudiantes disminuyeron significativamente y aunque en los años posteriores hubo cierta mejora, la tendencia histórica respecto a esta matrícula es el decremento.

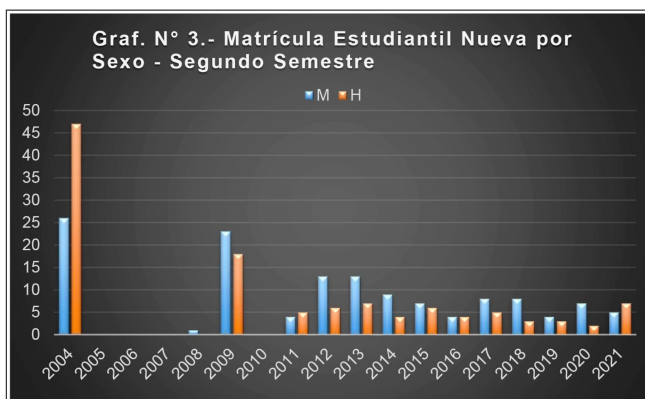


Cuadro N° 1.- Estudiantes nuevos y totales matriculados por gestión, semestre y sexo de la Carrera Ciencias de la Comunicación Social, desde la gestión 2004 a la 2021

Gestión	MATRICULA NUEVA									MATRICULA TOTAL								
	Semestre 1		Total Sem. 1	Semestre 2		Total Sem. 2	Total Anual por Sexo		Total Anual	Semestre 1		Total Sem. 1	Semestre 2		Total Sem. 2	Total Anual por Sexo		Total Anual
	M	H		M	H		M	H		M	H		M	H		M	H	
2004	0	0	0	26	47	73	26	47	73	0	0	0	26	47	73	26	47	73
2005	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	39	55	14	33	47	30	72	102
2006	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	34	45	8	30	38	19	64	83
2007	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	26	34	8	24	32	16	50	66
2008	56	55	111	1	0	1	57	55	112	65	82	147	46	44	90	111	126	237
2009	1	0	1	23	18	41	24	18	42	33	27	60	57	50	107	90	77	167
2010	43	31	74	0	0	0	43	31	74	45	40	85	81	70	151	126	110	236
2011	45	37	82	4	5	9	49	42	91	76	63	139	104	80	184	180	143	323
2012	50	27	77	13	6	19	63	33	96	143	97	240	120	82	202	263	179	442
2013	47	24	71	13	7	20	60	31	91	156	95	251	139	80	219	295	175	470
2014	42	22	64	9	4	13	51	26	77	167	106	273	134	80	214	301	186	487
2015	33	20	53	7	6	13	40	26	66	160	102	262	135	101	236	295	203	498
2016	40	16	56	4	4	8	44	20	64	160	104	264	133	93	226	293	197	490
2017	22	26	48	8	5	13	30	31	61	156	107	263	146	98	244	302	205	507
2018	25	18	43	8	3	11	33	21	54	160	123	283	143	91	234	303	214	517
2019	28	18	46	4	3	7	32	21	53	169	111	280	138	82	220	307	193	500
2020	41	15	56	7	2	9	48	17	65	159	80	239	122	60	182	281	140	421
2021	17	9	26	5	7	12	22	16	38	151	81	232	139	69	208	290	150	440

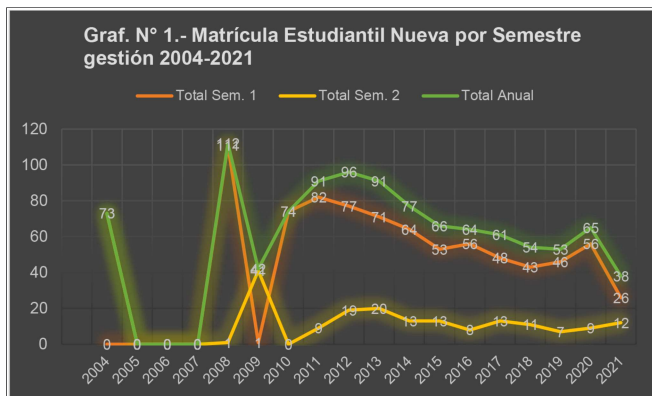
Fuente: Elaboración propia conforme a datos proporcionados por Jefatura de Estudios - SIIGAA "Moxos" U.A.B. J.B.

* Pico más alto en la matrícula estudiantil nueva y la matrícula estudiantil total

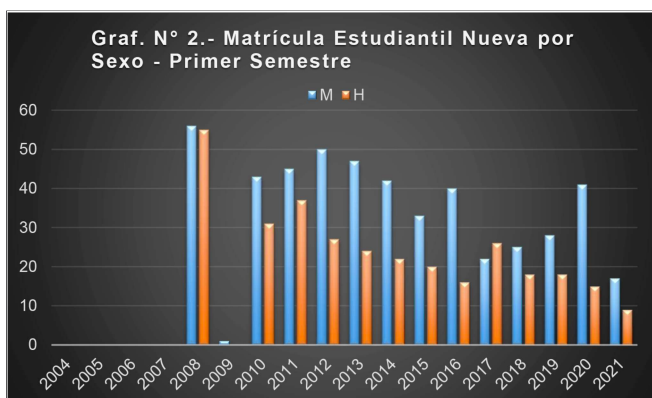


Fuente: Elaboración propia conforme a datos proporcionados por Jefatura de Estudios - SIIGAA "Moxos" U.A.B. J.B.

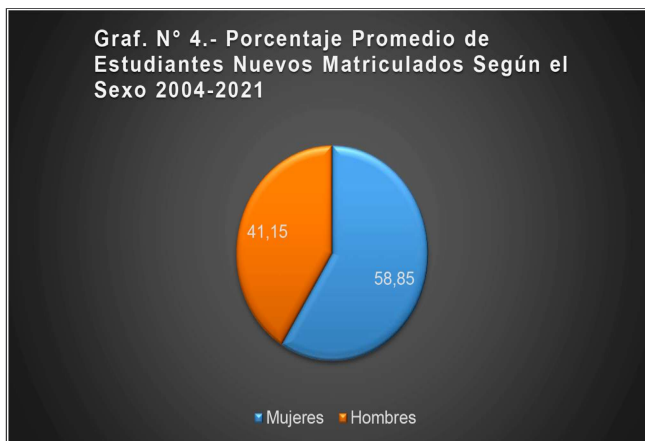
El Gráfico N° 3 nos muestra el comportamiento de la matrícula nueva desde la creación de la Carrera en el segundo semestre de la gestión 2004, registrando una alta cifra de 73 estudiantes en su inicio mediante el Programa Itinerante, manteniéndose sin nuevos ingresos hasta la gestión 2008 en la que logró su pico más alto en el primer semestre, sin embargo en los años posteriores ha tenido una fuerte tendencia decreciente, por otra parte el Gráfico N° 2 refleja las cifras de la matrícula estudiantil en los primeros semestres, notándose que ha existido una mayor afluencia de estudiantes en el primer semestre de cada año, por lo que sus cifras se han encontrado por encima de las que se exponen en el segundo semestre de cada gestión, asimismo podemos apreciar que al momento de su creación y hasta sus cuatro primeros años la población estudiantil fue predominantemente masculina, siendo una tendencia durante el periodo en el que estuvo vigente el Programa de Comunicación Social de manera Itinerante, posterior a la gestión 2008 los números de la matrícula de estudiantes mujeres incrementaron hasta superar a la de los hombres.



Fuente: Elaboración propia conforme a datos proporcionados por Jefatura de Estudios - SIIGAA "Moxos" U.A.B. J.B.



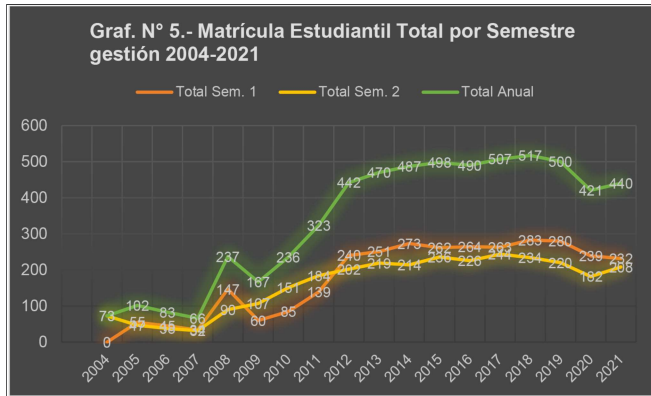
Fuente: Elaboración propia conforme a datos proporcionados por Jefatura de Estudios - SIIGAA "Moxos" U.A.B. J.B.



Fuente: Elaboración propia conforme a datos proporcionados por Jefatura de Estudios - SIIGAA "Moxos" U.A.B. J.B.



El Gráfico N° 4 refleja que en relación al sexo el porcentaje promedio de estudiantes nuevos matriculados a la Carrera está compuesto por un 58,85% de mujeres y un 41,15% de hombres, como se puede notar existe la diferencia de un 17,70% entre las cifras de los nuevos ingresos de estudiantes mujeres respecto a los hombres.

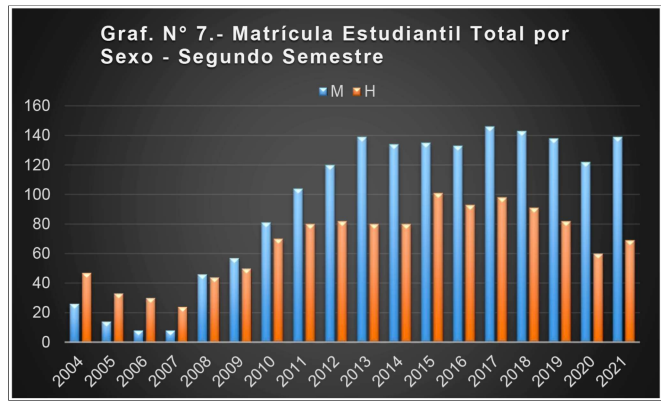
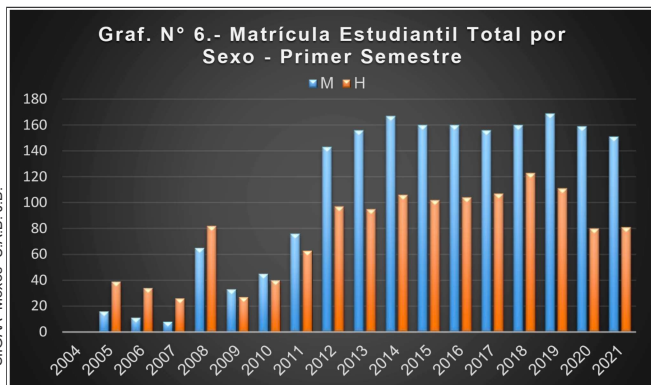


Fuente: Elaboración propia conforme a datos proporcionados por Jefatura de Estudios - SIIGAA "Moxos" U.A.B. J.B.

De acuerdo a lo expuesto en el Gráfico N° 5 la matrícula estudiantil total ha ido en aumento hasta lograr su pico más alto en el año 2018 contando con 517 estudiantes inscritos a la Carrera, aunque a partir de la siguiente gestión ha ido disminuyendo, sin embargo se puede notar que la tendencia histórica respecto a esta matrícula es el incremento.

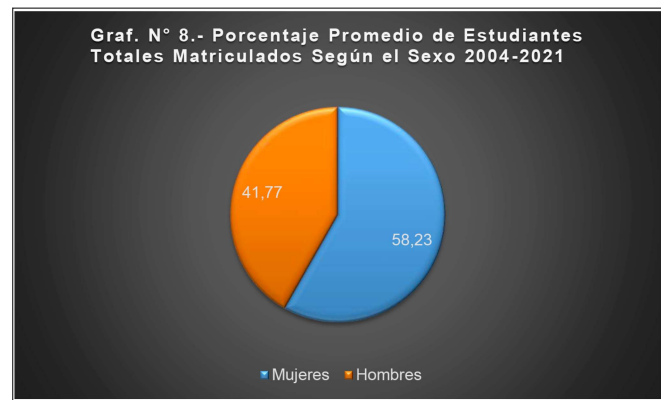
Al interpretar los datos estadísticos de estudiantes inscritos a la Carrera de Ciencias de la Comunicación y su evolución histórica desde su creación en el segundo periodo de la gestión 2004 hasta la gestión 2021, en el Gráfico N° 1 y el Gráfico N° 5 distinguimos comparativamente el comportamiento tanto de la matrícula nueva como la matrícula total por semestre y éstos nos muestran que las cifras de estudiantes nuevos en muchos casos cumplen con las cantidades mínimas requeridas para la apertura del semestre. Esto también se puede evidenciar tanto en el Gráfico N° 3 y el Gráfico N° 4.

Fuente: Elaboración con datos de Jefatura de Estudios - SIIGAA "Moxos" U.A.B. J.B.



Fuente: Elaboración propia conforme a datos proporcionados por Jefatura de Estudios - SIIGAA "Moxos" U.A.B. J.B.

En el Gráfico N° 6 y el Gráfico N° 7, observamos el comportamiento de la matrícula total en el primer y segundo semestre, respectivamente, notándose que las cantidades más bajas de inscripción de estudiantes corresponden a los segundos semestres los cuales en varios casos no contaron con una matrícula estudiantil mínima aceptable conforme a parámetros establecidos en la normativa universitaria vigente y en relación con los primeros semestres poseen una marcada diferencia decreciente, también se puede apreciar que la tendencia de la matrícula estudiantil total es de incremento con leves fluctuaciones en algunas gestiones existiendo un constante crecimiento en los números a partir de los años 2008 a 2019, observándose un leve descenso de las cifras de inscripciones en los dos años posteriores, sin embargo aunque estas cifras son favorablemente altas se debe tomar en cuenta que también representan que los estudiantes no están logrando titularse, razón por lo cual estas cantidades se mantienen prácticamente invariables.

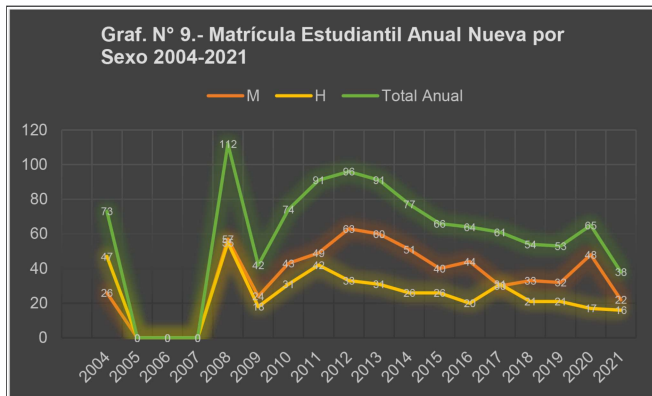


Fuente: Elaboración propia conforme a datos proporcionados por Jefatura de Estudios - SIIGAA "Moxos" U.A.B. J.B.

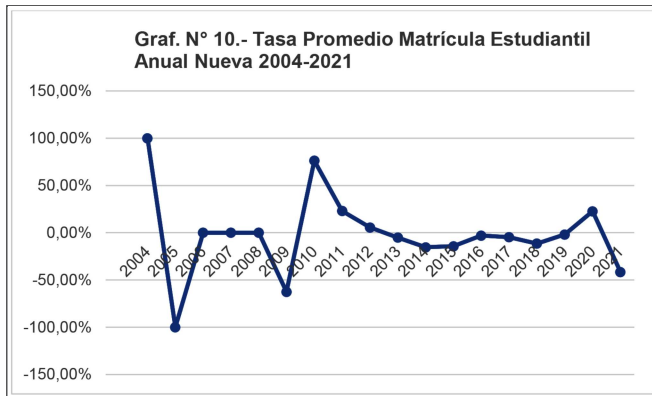
En el Gráfico N° 8 se puede notar que en relación al sexo el porcentaje promedio de estudiantes matriculados en



la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social respecto a la matrícula total es de un 58,23% de mujeres y de un 41,77% para los hombres, existiendo una diferencia de un 16,46% entre las cifras de las mujeres respecto a la de los hombres.



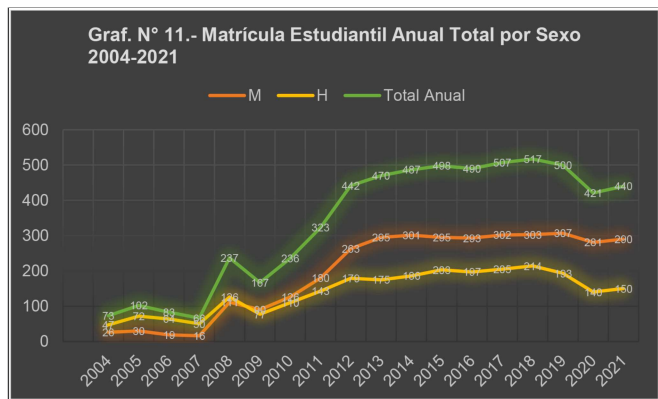
Fuente: Elaboración propia conforme a datos proporcionados por Jefatura de Estudios - SIIGAA "Moxos" U.A.B. J.B.



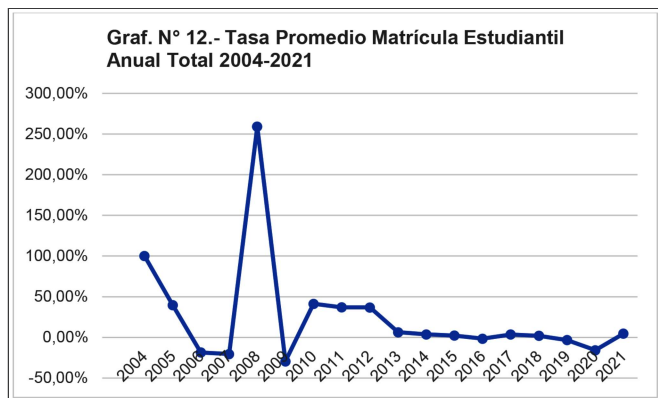
Fuente: Elaboración propia conforme a datos proporcionados por Jefatura de Estudios - SIIGAA "Moxos" U.A.B. J.B.

El Gráfico N° 9 expone el comportamiento de la matrícula nueva en relación al sexo durante el periodo 2004 al 2021, mostrando sus tendencias crecientes y decrecientes en el transcurso del tiempo y en el Gráfico N° 10 se exhiben los resultados de dichas tendencias en su expresión gráfica, las cuales permitieron establecer una tasa promedio (Extendoffice, 2021) de estudiantes matriculados nuevos en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social.

El Gráfico N° 11 nos muestra el comportamiento de la matrícula total en relación al sexo durante el periodo 2004 al 2021, expresando sus tendencias crecientes y decrecientes en el transcurso del tiempo y en el Gráfico N° 10 se observan gráficamente los resultados de estas tendencias, con las que se ha constituido la tasa promedio de estudiantes matriculados totales en la Carrera.



Fuente: Elaboración propia conforme a datos proporcionados por Jefatura de Estudios - SIIGAA "Moxos" U.A.B. J.B.



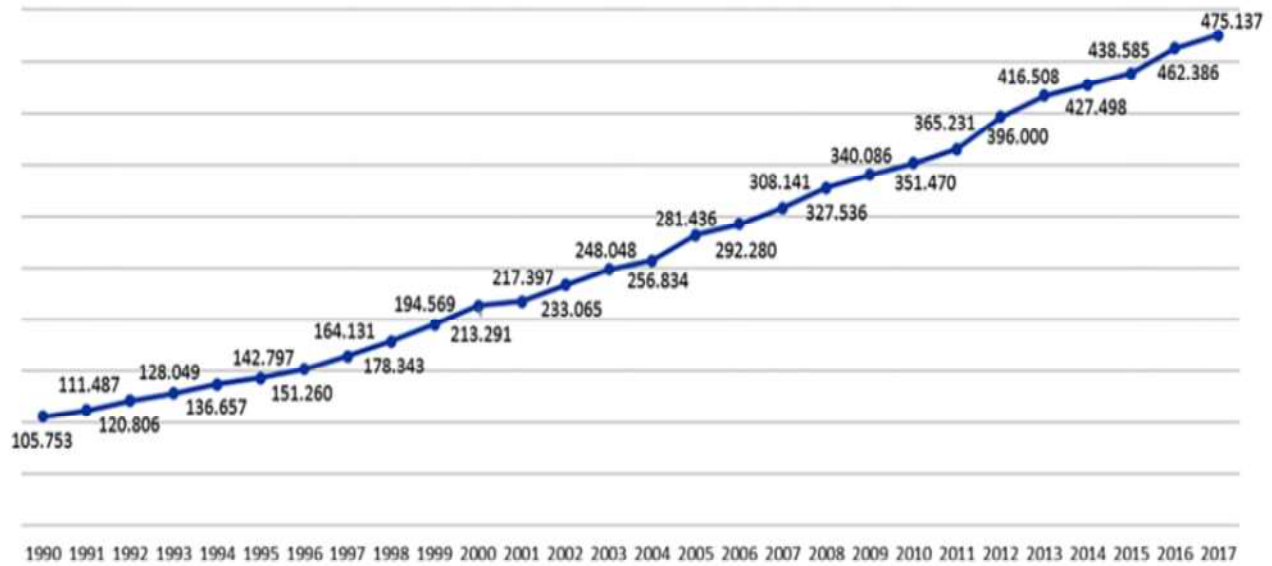
Fuente: Elaboración propia conforme a datos proporcionados por Jefatura de Estudios - SIIGAA "Moxos" U.A.B. J.B.

El Gráfico N° 9 y el Gráfico N° 11 exhiben los resultados del comportamiento de la matrícula histórica estudiantil de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social tanto de los estudiantes matriculados nuevos como de los estudiantes matriculados totales, cuyas tendencias crecientes y decrecientes nos permitieron determinar una tasa promedio para cada una de las matrículas identificadas en la presente investigación, las mismas que pueden verse expresadas tanto en el Gráfico N° 10 y el Gráfico N° 12.

“La tasa anual promedio de crecimiento entre 1990 y 2017 de los inscritos en las universidades públicas y privadas fue de 12,1%, el crecimiento anual de ingresos nuevos de 10%..” (Ministerio de Educación Estado Plurinacional de Bolivia, 2019, pp.149)

Conforme a lo expuesto en el Gráfico N° 11 y el Gráfico N° 12 en relación con el crecimiento de la población estudiantil en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social se ha establecido una tasa anual promedio del 24,81% respecto a la matrícula total de estudiantes, por lo que efectuando una comparación con la tasa anual

Fig. N°1 Bolivia: Ingreso de los alumnos nuevos en el sistema universitario (1990-2017)



Dirección Comité Ejecutivo de la Universidad Boliviana (CEUB) – Dirección General de Educación Superior Universitaria (DGESU)
Elaboración: Equipo de Investigación Sectorial, Indicadores y Análisis Educativo (EISlyAE)

promedio establecida por el Ministerio de Educación del 12,10%, podemos concluir que la Carrera se encuentra por encima del promedio de crecimiento nacional.

En relación a lo observado en la Figura N° 1, la tendencia de ingresos de alumnos nuevos en el sistema universitario en el periodo comprendido entre los años 1990 a 2017 cuenta con una tasa anual promedio de un 10%, por otra parte la tasa anual promedio de la matrícula de estudiantes nuevos establecida para la Carrera en el periodo de estudio correspondiente a los años 2004 a 2021 es de un -1,81%, se encuentra en cifras negativas y muy por debajo de la tasa promedio nacional, debido a que al haberse creado como una Programa Itinerante no permitió el ingreso de estudiantes nuevos hasta la gestión 2008, aunque a partir de la gestión 2009 continuó fluctuando de manera decreciente hasta el año 2021, por lo que este panorama debe constituir un motivo de considerable atención para las autoridades de la Carrera.

“En los últimos cinco años el incremento promedio de estudiantes en el Sistema de la Universidad Boliviana ha sido de aproximadamente el 3,82% por año, incremento menor al experimentado en la década pasada; pero que significa cerca de medio millón de estudiantes nuevos en

el periodo 2010-2015. Por su parte las Universidades Privadas tuvieron un incremento en la matrícula nueva en un promedio anual de 5,66%, que significa cerca de doscientos cincuenta mil nuevos estudiantes en el mismo periodo. En todas las Universidades de Bolivia se tuvieron 727.691 nuevos estudiantes en el periodo 2010 al 2015.” (CINDA - UNIVERSIA, 2016:9). Pero si bien, el mencionado Informe revela un porcentaje promedio (3,82%) mucho menor al que señala el Ministerio de Educación (10%), aun así el resultado obtenido por la Carrera se encuentra en cifras negativas y muy por debajo de ambos (-1.81%).

IV. CONCLUSIONES

La Carrera de Ciencias de la Comunicación Social inicia con cifras aceptables en la matrícula estudiantil nueva, las mismas encontraron el pico más alto en la gestión 2008 con 112 estudiantes nuevos inscritos, para descender la siguiente gestión de forma permanente hasta la gestión 2021, por el contrario la matrícula estudiantil total recién tuvo su pico más alto el año 2018 con 517 estudiantes inscritos a la Carrera, manteniendo una matrícula de estudiantes en constante ascenso a partir de los años 2008 a 2019, pero que a partir de los años 2020 y 2021 puede observarse un leve descenso en las cifras de inscripciones totales.



Los resultados expresan que en el primer año de su creación la Carrera registró una cifra de 73 estudiantes nuevos inscritos; con una fuerte tendencia decreciente puesto que funcionaba como Programa Itinerante, logrando en la gestión 2008 la mayor cifra en la matrícula nueva, que posteriormente volvió a decaer, por lo que esta situación merece la debida atención de las autoridades de la Carrera, puesto que de continuar con esta situación se pone en riesgo su vida institucional, asimismo si bien se puede apreciar una tendencia constante favorable en las cifras de la matrícula estudiantil total, las mismas también representan que los estudiantes no están logrando titularse, razón por la cual los números se muestran prácticamente invariables.

Los números más bajos de estudiantes matriculados nuevos corresponden a los segundos semestres, en relación con los primeros semestres de cada gestión académica que cuentan con una matrícula estudiantil aceptable conforme a parámetros establecidos en la normativa universitaria vigente.

En los primeros años de existencia de la Carrera los estudiantes varones mostraron cifras más altas de inscripción en relación a las mujeres, situación que cambió en el transcurso del tiempo, siendo las mujeres quienes han predominado en la matrícula sobre los varones, situación que se ha dado tanto para la matrícula estudiantil nueva como para la matrícula estudiantil total.

Efectuando una comparación con la tasa anual promedio nacional del 12,10% que manifiesta el Ministerio de Educación, la población estudiantil total en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social cuenta con una tasa promedio del 24,81%, la misma que se encuentra por encima del promedio de crecimiento nacional, sin embargo para la matrícula de estudiantes nuevos existe una tasa promedio negativa decreciente del -1,81%, que se encuentra muy por debajo del 10% de la tasa promedio a nivel nacional, que a su vez también se halla por debajo del promedio del 3,82% establecido en el Informe CINDA 2016.

Para finalizar, la Carrera Ciencias de la Comunicación Social dependiente de la Facultad de Ciencias Jurídicas Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián" cuenta con 17 años de vida institucional y es preciso que se preocupe por tomar acciones como la de mejorar la promoción de su oferta académica que permita la captación de mayores cifras de estudiantes que se matriculen a la misma, además de ello también se sugiere efectuar una estricta aplicación de su rediseño

curricular en la modalidad presencial como en la modalidad a distancia o virtual.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- 1 CINDA - UNIVERSIA. (2016). Informe Nacional: Bolivia, pp.9.
- 2 Comité Ejecutivo de la Universidad Boliviana. (2015 - 2019). Modelo Académico del Sistema de la Universidad Boliviana. La Paz – Bolivia, pp.37.
- 3 Extendoffice (2021) ¿Cómo calcular la tasa de crecimiento anual promedio/compuesto en Excel? Extraído el 10/12/2021 de: extendoffice.com/documents/excel/202596-excel-average-compound-growth-rate.html#cagr1
- 4 Ley de 18 de noviembre de 1967. Crea la Universidad Técnica del Beni, con la denominación de "General José Ballivián".
- 5 Ministerio de Educación Estado Plurinacional de Bolivia, Revolución Educativa en Bolivia: La Democratización del Sistema Educativo Plurinacional y sus posibles efectos sociales, 2019, pp. 140-149.
- 6 Jefatura de Estudios - SIIGAA "Moxos" U.A.B. J.B. (2021). Trinidad. Beni. Bolivia.
- 7 Paz Rada, E. (2017). Crisis y Desafíos de la Universidad Autónoma en el marco de los procesos de Inclusión/Exclusión en la Universidad en Bolivia (2001-2012) Temas Sociales, número 40, 2017, ISSN 0040-2915. pp. 73-112.
- 8 Tórrez, M. M. (2004). La Investigación Científica: Cómo abordarla. ISBN: 968-7731-38-7. QA 180.78.2004. pp. 44-45.
- 9 Vásquez Pérez, R. y Hurtado García, P. (2021). Historia de la Carrera Ciencias de la Comunicación Social. Ciencia y Comunicación. Revista Científica - Carrera Ciencias de la Comunicación Social. Año 1, Vol.1, N°1. pp. 8.

Integración de las TIC en el proceso formativo del comunicador social de la UABJB

Nathaly Francis Luna Pozo*

*Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social y Docente de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián”
Av. 27 de mayo s/n Trinidad, Beni. Bolivia.
e-mail: nflunap@uabjb.edu.bo

RESUMEN

El propósito del trabajo de investigación es determinar la integración de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en el proceso formativo que genere competencias digitales en los profesionales de Ciencias de la Comunicación Social (CCS) de la Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián” (UABJB), con esta intención se realizó un diagnóstico sobre competencias digitales en profesionales formados en CCS, analizando la integración de las TIC en la malla curricular e identificando las competencias digitales de los profesionales, producto de la integración en la formación. La integración de las competencias digitales son concebidas como el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes requeridas para identificar, acceder, manejar, analizar, integrar y evaluar recursos digitales; construir nuevos conocimientos sobre la base de diferentes medios y fuentes de información; y comunicarse y colaborar con otros, de manera efectiva, crítica, creativa y ética, en el contexto de situaciones específicas (trabajo, desarrollo personal y profesional, aprendizaje, ocio, participación en la sociedad, etc.) para ello, se abordan distintos conceptos y lineamientos enfocados en los beneficios de la formación profesionales teniendo como transversalidad una generación de competencias enmarcadas en la actual digitalización. En conclusión, la integración de las TIC durante el Proceso Formativo generó competencias digitales “básicas” en los nuevos profesionales de Ciencias de la Comunicación Social de la UABJB.

Palabras clave: *Integración, TIC, formación, competencias digitales, profesionales, plataformas, capacidades y habilidades.*

ABSTRACT

The purpose of this research work is to establish the integration of the Information and Communication Technologies (ICT) in the formation process that generates digital skills in the “José Ballivián” Autonomous University of Beni, Social Communications Sciences (SCS) professionals. With this purpose, a diagnosis was made about digital skills in professionals trained in SCS, analyzing the integration of the ICT in the curriculum and identifying the digital skill on professionals as a product of integration in training. This integration is conceived as the set of knowledge, skills and attitudes required in order to identify, to access, manage, analyze, integrate and evaluate digital resources; to build new knowledge based on different media an information sources, and to communicate an collaborate with other professionals, in an effective, critical, creative an ethical way, in the context of specific situations (work, personal and professional development, learning, leisure, participation in society, etc.). In order to achieve this target, different concepts and guidelines are discussed, focused on the benefits of professional training having as a transversality a generation of skills framed in the current digitalization. In conclusion, the integration of ICT during the Training Process has generated “basic” digital skills in the new professionals of Social Communication Sciences at UABJB.

Keywords: *Integration, ICT, training, digital skills, professionals, platforms, capability and abilities.*



I. INTRODUCCIÓN

El mundo está en constantes cambios, actualmente se afirma que vivimos en la “sociedad de la información”, realidad que se puede constatar con el uso diario de las tecnologías como computadoras, laptop, teléfonos celulares, Tablet y demás equipos que proporcionan servicios basados con la internet.

Según la Real Academia Española, la internet es considerada como “Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación” (RAE, 2022)

Considerando que esta red tiene un rol fundamental en la actualidad con la educación superior, mediada por Tecnologías de Información y Comunicación, conocidas como TIC, que proporcionan a la misma, nuevas modalidades de atención y aumento de la interacción digital para la formación de los profesionales del siglo XXI.

Las TIC se consideran en un conglomerado de definiciones su diversidad y ambigüedad de conceptos, expuestas por Julio Cabero en su artículo científico Nuevas tecnologías, comunicación y educación, que cita a “Gilbert y otros (1992), refiriéndose a un “Conjunto de herramientas, soportes y canales para el tratamiento y acceso a la información” (Cabero, 1994). Como también, a Castells y otros (1986) que indican que las TIC, “Comprenden una serie de aplicaciones de descubrimiento científico cuyo núcleo central consiste en una capacidad cada vez mayor de tratamiento de la información” (Cabero, 1994).

Por eso, “Las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) son de suma importancia para el proceso enseñanza-aprendizaje, y se deben considerar un elemento clave para el desarrollo de la educación, además de ser un elemento que influye en los docentes, alumnos, comunidad educativa y sociedad en general” (Martínez, Ceceñas, & Martínez, 2014)

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura y varios gobiernos coinciden en la importancia de las TIC en el ámbito educativo, puesto que pueden contribuir al acceso universal a la educación, reducir las diferencias en el aprendizaje, apoyar el desarrollo de los docentes, mejorar la calidad y la pertinencia del aprendizaje, reforzar la integración y perfeccionar la gestión y

administración de la educación.

Así mismo, en el ámbito y desarrollando profesional las TIC, en la productividad y la competitividad de las organizaciones trae indudables beneficios y ventajas, ya que permiten obtener más datos, organizar mejor los procesos y automatizar muchas actividades.

Por tanto, la investigación plantea el **problema científico** ¿De qué manera se realiza la integración de las TIC en la formación académica que genere competencias digitales en el profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la UABJB?; para resolver este problema nos planteamos el siguiente **Objetivo general**: Determinar la integración de las TIC en el Proceso Formativo; que genere competencias digitales en los nuevos profesionales de Ciencias de la Comunicación Social de la UABJB; con esta intención se concretó tres **Objetivos específicos**, que parten desde: Realizar un diagnóstico sobre competencias digitales en profesionales formados en CCS, Analizar la integración de las TIC en la malla curricular como parte de la formación académica del profesional en CCS e Identificar las competencias digitales de los profesionales en CCS, producto de la integración de las TIC en la formación.

Nuestra posible solución se describe en la siguiente hipótesis, que es, Sí, determinamos la integración de las TIC en el Proceso Formativo; entonces podemos contribuir a generar competencias digitales en los nuevos profesionales de Ciencias de la Comunicación Social de la UABJB.

Integración de las TIC en la educación superior.- Las distintas universidades consideradas “Instituciones de educación superior han entendido que el uso pertinente de las TIC y los procesos de innovación que las incorporan les permiten alcanzar sus principales objetivos formativos: promover que los estudiantes desarrollen conocimientos científicos rigurosos, integrados y aplicados en su desempeño profesional; fomentar en los alumnos la capacidad de ser aprendices autónomos y autorregulados; y participar en la consolidación de ciudadanos críticos, reflexivos, creativos y responsables” (Monereo, 2003)

La integración de esos conocimientos se aplica en el desempeño profesional, producto de la formación que reciben cada uno de los futuros profesionistas en distintas áreas del conocimiento, como en este caso, en Ciencias de la Comunicación Social, en donde las competencias digitales son concebidas como el

conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes requeridas para identificar, acceder, manejar, analizar, integrar y evaluar recursos digitales; construir nuevos conocimientos sobre la base de diferentes medios y fuentes de información; y comunicarse y colaborar con otros, de manera efectiva, crítica, creativa y ética, en el contexto de situaciones específicas (trabajo, desarrollo personal y profesional, aprendizaje, ocio, participación en la sociedad, etc.)

Ventajas de las TIC en la educación superior.- La instalación de las TIC en las aulas de las diferentes universidades, ya sea por motivaciones de los profesores o financiadas mediante adjudicación de proyectos, son iniciativas que han permitido, según Ferro, Martínez & Otero (2009) “la creación de nuevos entornos comunicativos y expresivos que permiten desarrollar nuevas experiencias formativas, expresivas y educativas, que dan cabida a la realización de diferentes actividades innovadoras para el proceso de enseñanza y aprendizaje” (Díaz, 2014)

Bajo esta postura, a idea de aprovechar la potencialidad del internet o web, radica en que permite el desarrollo de estrategias didácticas y de alfabetización de las TIC en los profesionales universitarios en formación.

En el proceso de formación la principal ventaja de estas tecnologías recae sobre la “posibilidad de romper las barreras espacio-temporales que han influido sobre las actividades formativas en los sistemas educativos universitarios convencionales. El ciberespacio ha creado entornos virtuales de aprendizaje donde el espacio educativo no reside en ningún lugar concreto, la educación es posible sin límites temporales y la interactividad entre los agentes implicados tiene lugar sin limitaciones de espacio ni de tiempo” (Ferro, 2009)

Dicha interactividad, se forma a partir de actividades formativas en donde los estudiantes generan competencias digitales formadas por la relación del proceso enseñanza aprendizaje en donde el profesor es la guía generadora de habilidades enfocadas en las TIC.

Desventajas de las TIC en la educación superior.- Los resultados negativos de la aplicación de las TIC en los procesos formativos, parten desde el “aumento de informaciones no fiables; las dificultades para localizar, seleccionar y analizar la información; los riesgos de ansiedad o adicción en los estudiantes por la continua interacción con el ordenador; los problemas de falta de sociabilidad o la aparición de dolencias (cansancio visual y otros problemas físicos provocados por malas

posturas ocasionadas por un exceso de tiempo trabajando ante el ordenador)” (Ferro, 2009), son algunos ejemplos de la otra cara de la moneda que deben conducirnos a reflexionar detenidamente y hacer un balance responsable de la situación, para que el resultado neto de su generalización en el contexto educativo resulte positivo.

Estos parámetros, son los que nos conducen a poder identificar la formación de competencias digitales, que recae en cierta medida desde el desarrollo de las TIC en el proceso formativo del profesional en Ciencias de la Comunicación Social.

En cuanto a los estudios similares, Alburquenque (2016), en su investigación referida a la integración curricular de TIC en la formación inicial docente: uso y percepción de académicos universitarios demuestra que “La importancia de trabajar la integración curricular de tecnologías educativas a nivel de estudiantes universitarios de pregrado, significa poder modernizar procesos que hasta hoy se encuentran desfasados u obsoletos. Permite, también, generar instancias de trabajo realmente colaborativas, innovadoras y motivadoras para los estudiantes” (Alburquenque, 2016) Generar las instancias de trabajos colaborativos e innovadores para los estudiantes significa según Castillo y Comelin, de acuerdo a su investigación “Comprender la importancia de la incorporación de las TIC en el proceso enseñanza aprendizaje dentro del sistema de Educación Superior que se relaciona directamente con el concepto de calidad en la formación, lo cual responde claramente al contexto que hoy presentan estos sistemas a nivel mundial” (Castillo & Comelin, 2016)

Ambos estudios académicos, demuestran que la integración de las TIC en los procesos de enseñanza aprendizaje, son vitales para la formación académica de los profesionales quienes requieren generar competencias digitales para el desenvolvimiento laboral.

II. MATERIALES Y MÉTODOS UTILIZADOS

La referida investigación, realiza un estudio social, reforzado desde el punto de vista teórico y metodológico en la literatura científica, basándose en un “proceso cualitativo que consiste en que la muestra, la recolección y el análisis son fases que se realizan prácticamente de manera simultánea y van influyéndose entre sí” (Hernández & Mendoza, 2018).

Métodos.- De acuerdo a la realización de la investigación se utilizó los siguientes métodos:

Analítico y Sintético.- El método analítico durante la



investigación, se utilizó en la redacción de la introducción y en el análisis de los resultados como parte del diagnóstico y conclusiones. Además, el método sintético se utilizó en la interpretación de los resultados y conclusiones.

Deductivo e Inductivo.- Deductivo es un método que se utilizó en la exploración bibliográfica de la introducción hasta las conclusiones, del presente estudio. Por otra parte, el método inductivo fue utilizado en la aplicación de la metodología, hasta el trabajo de campo con la realización de las técnicas de recolección de información.

Técnicas.- De complementación a los métodos, se utilizó las siguientes técnicas de recolección de información:

Encuestas.- Se aplicó a profesionales en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián” y docentes de la misma unidad académica.

Análisis documental.- Se aplicó en la Unidad académica CCS de la UABJB, mediante la documentación del diseño curricular vigente.

Metodología.- En la investigación se utilizó el tipo de diseño no experimental que es definido como “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (Hernández & Mendoza, 2018). En este caso como procedimiento se diseñó un cuestionario online usando Google Forms, y el enlace se distribuyó por Redes Sociales (WhatsApp y Facebook) a contactos profesionales en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián”. La recogida de datos se realizó desde enero a febrero 2022.

Población.- En las ciencias sociales la población “es el conjunto de individuos o personas o instituciones que son motivo de investigación” (Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagómez, 2014). Se tiene una población conformada por profesionales en Ciencias de la Comunicación Social carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián (UABJB) y Docentes de la misma unidad académica, durante la gestión 2022.

Muestra.- Se define a la muestra “como un conjunto de objetos y sujetos procedentes de una población; es decir un subgrupo de la población, cuando esta es definida

como un conjunto de elementos que cumplen con unas determinadas especificaciones” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). Por ello, la muestra aplicada en la investigación fue representativa, considerando que este tipo de muestra es “cuando reflejan o representan las características de la población de donde provienen, por tanto, los resultados son aplicables o inferibles a dicha población” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

A continuación, se detalla la población y muestra utilizada en el proyecto de investigación ejecutado durante la gestión 2022:

N°	Población intervenida	N°	%	Muestra representativa	%
1	Docentes CCS	40	100%	20	50%
2	Profesionales en CCS	110	100%	55	50%

Fuente: Elaboración propia 2022, con base en datos de Jefatura de estudios CCS 2022 y Sección Trámites de la UABJB 2022

III. RESULTADOS

Los resultados de la investigación se reflejan en los gráficos N° 1 a N° 14 y en las figuras N° 1 a N° 3, desarrolladas en encuestas a profesionales y docentes CCS UABJB, durante la gestión 2022 que presentamos a continuación:

3.1. Resultado de encuestas a profesionales CCS-UABJB.- El gráfico N° 1 expone que se tomó como muestra a todos los profesionales en CCS, con título académico proporcionado de la UABJB, desde la gestión 2012 hasta la actualidad. Distribuyendo la participación en un 38% durante el período 2014 al 2016.



Fuente: Enc. Profesionales CCS-UABJB 2022

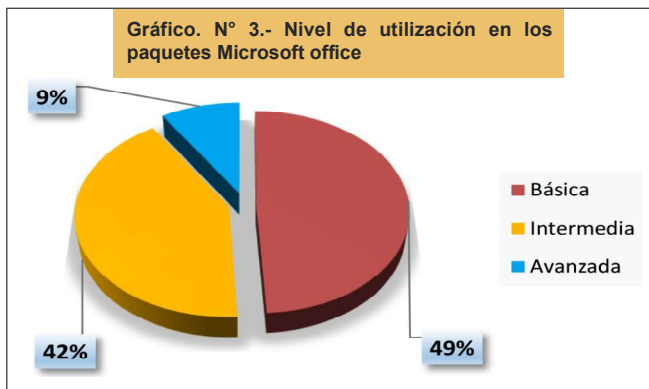
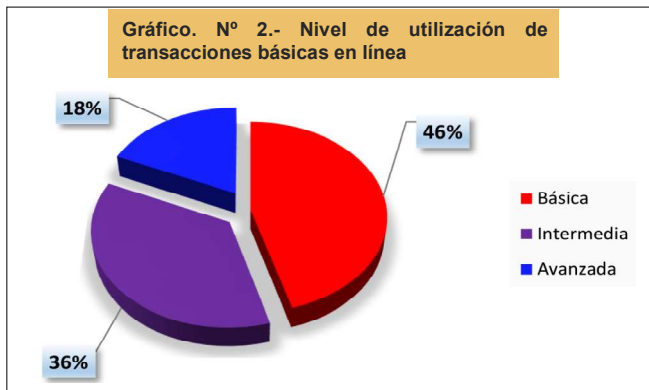
La mitad de los profesionales encuestados, en la figura N° 1, indicaron aproximadamente que manejan la computadora u ordenador de escritorio, como equipo

necesario para tareas digitales, teniendo como segunda opción los ordenadores portátiles o laptop para su manejo digital.



Fuente: Enc. Profesionales CCS-UABJB 2022

Entorno a los niveles de utilización enfocados en las TIC, los profesionales en CCS, categorizaron en “básica” con un 46% en el gráfico n° 2 y 49% en el gráfico n° 3, el nivel de utilización de transacciones básicas en línea como hacer búsquedas en internet, enviar y recibir correos electrónicos o rellenar formularios digitales. Además de utilizar los paquetes de Microsoft office entre Word, Power point, Excel, Access y Publisher.



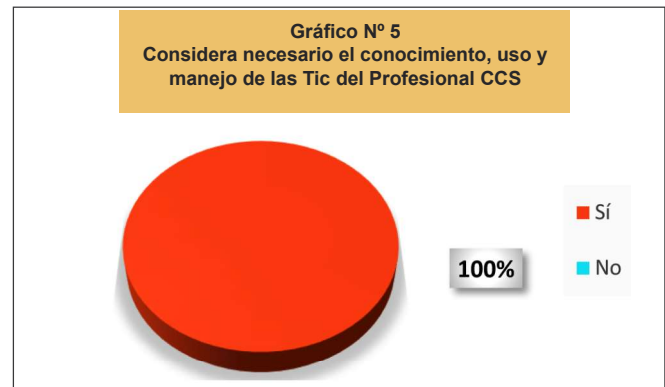
Fuente: Enc. Profesionales CCS-UABJB 2022

Los profesionales durante la encuesta afirmaron haber recibido capacitación sobre el conocimiento y uso de las TIC (programas de Microsoft, plataformas virtuales, aplicaciones, entre otras), durante sus estudios universitarios en la Carrera Ciencias de la Comunicación Social UABJB, calificando el nivel de capacitación recibida de “básica” en un 75%.



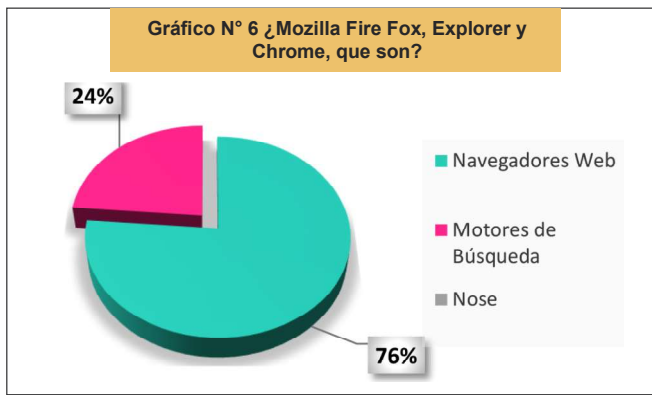
Fuente: Enc. Profesionales CCS-UABJB 2022

La opinión general de los profesionales, al 100%, en el gráfico n° 5, afirmó que consideran necesario el conocimiento, uso y manejo de las TIC en el ejercicio de su profesión como en su formación académica.

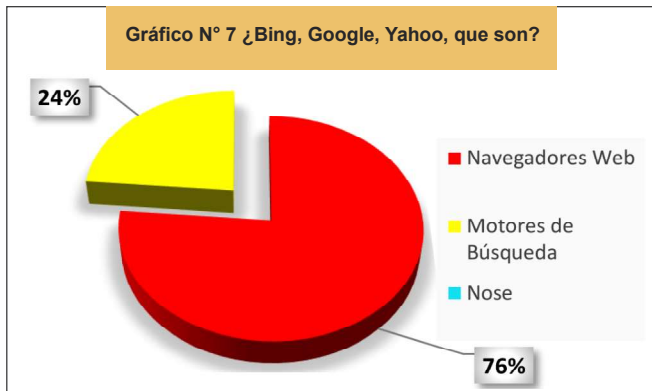


Fuente: Enc. Profesionales CCS-UABJB 2022

Entre tanto, los gráficos N° 6 y 7, aclaran que el nivel básico de calificación en el uso y manejo de las TIC de los profesionales, quienes han recibido una capacitación básica en la universidad, se enfoca desde la identificación de herramientas digitales de mayor utilización para sus tareas cotidiana con el uso de la internet. Demostrando la diferencia concreta de los navegadores web y motores de búsquedas como una de las competencias digitales de obligatoriedad en el desarrollo profesional.

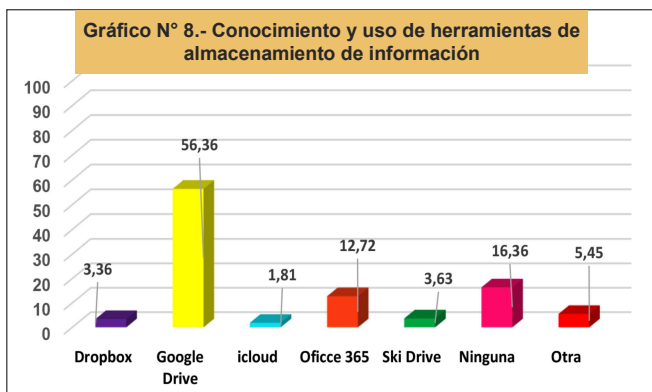


Fuente: Enc. Profesionales CCS-UABJB 2022



Fuente: Enc. Profesionales CCS-UABJB 2022

Así mismo, el gráfico N° 8, consiste en que el conocimiento de la nube como receptora digital, no es extraña para el profesional de Ciencias de la Comunicación Social, sin embargo, se evidenció que, de todas las herramientas de almacenamiento de información en la nube, solo conocen y usan en un 56% Google Drive, dejando de lado el resto de herramientas con gran ventaja para la organización y almacenamiento de información de manera segura.



Fuente: Enc. Profesionales CCS-UABJB 2022

3.2. Resultado de encuestas a Docentes CCS-

UABJB.- La siguiente postura a considerar dentro de la investigación, es la de los Docentes encuestados de la Carrera Ciencias de la Comunicación Social, quienes en el gráfico N° 9, expresaron en un 100% que la unidad académica está trabajando en la integración de las TIC, en la formación de los profesionales.



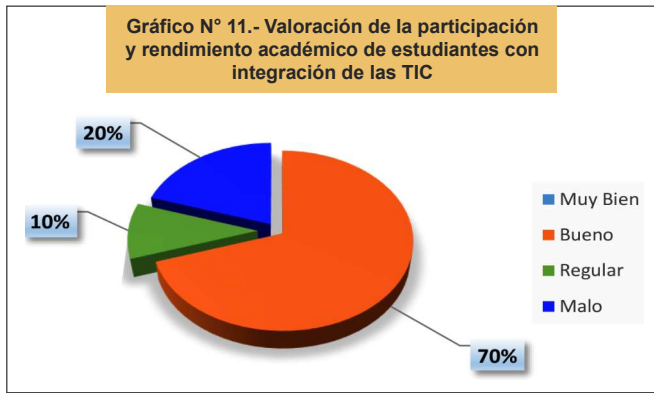
Fuente: Enc. Profesionales CCS-UABJB 2022

El gráfico N° 10, reflejó la opinión del profesorado encuestado, sobre la importancia de formar profesionales en Comunicación Social con competencias digitales, en donde un 85%, considera que es importante para que los profesionales generen conocimientos o habilidades que contribuyen a la transformación cultural y digitalización de una compañía, además permiten utilizar de manera segura, todas aquellas herramientas y tecnología que permitan agilizar y mejorar la consecución de objetivos, que coadyuven a desenvolverse bien en el entorno digital.

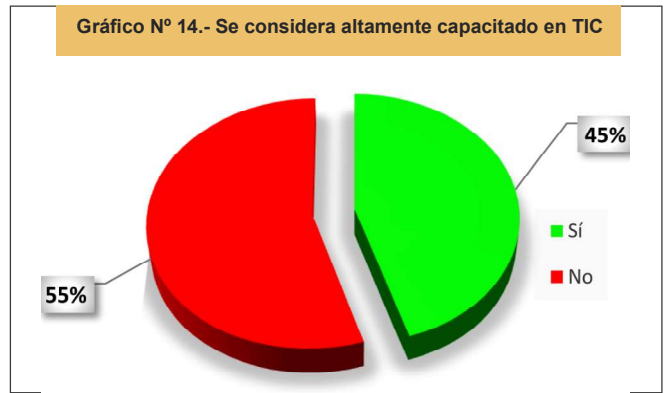


Fuente: Enc. Profesionales CCS-UABJB 2022

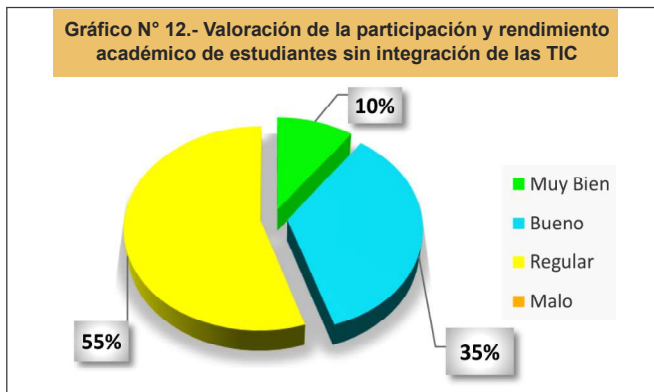
En los gráficos N° 11 y 12, los resultados de las encuestas aplicadas a docentes, exponen la valoración de la participación y rendimiento académico de los estudiantes y futuros profesionales con el 70% de integración y sin con el 55% de integración de las TIC en los procesos de enseñanza aprendizaje de las asignaturas.



Fuente: Enc. Profesionales CCS-UABJB 2022

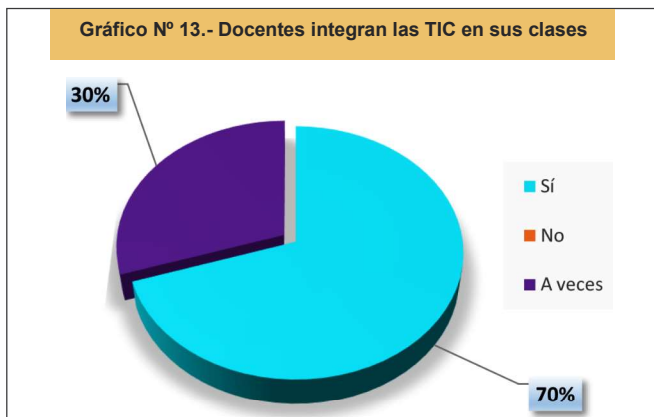


Fuente: Enc. Profesionales CCS-UABJB 2022



Fuente: Enc. Profesionales CCS-UABJB 2022

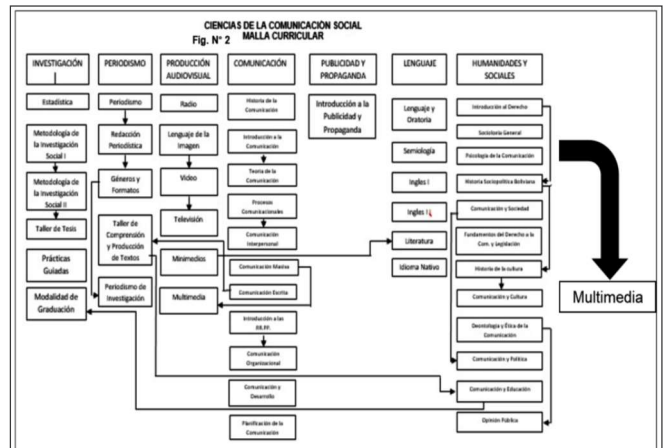
Para finalizar los resultados del diagnóstico en el profesorado, en el gráfico N° 13, explican que solo un 70% de los mismos integra las TIC, en sus clases que imparte con cada una de las asignaturas del plan curricular, así mismo estos docentes, en el gráfico n° 14 admiten en un 55% que no están altamente capacitados en el manejo de las tecnologías de información y comunicación, independientemente de las capacitaciones que se realizan en la unidad académica en donde son formadores de recursos humanos.



Fuente: Enc. Profesionales CCS-UABJB 2022

3.3. Resultado de análisis documental en la CCS-UABJB.- Como parte de la investigación, se realizó un análisis en cuanto a las asignaturas referidas a las TIC de ambas mallas curriculares de la carrera Ciencias de la Comunicación Social que se establecieron durante el período de graduación de los profesionales encuestados.

En la siguiente malla curricular que actualmente es “antigua” porque no se encuentra en vigencia, en la carrera Ciencias de la Comunicación Social, se identificó que tiene solo 1 asignatura en la que su contenido mínimo se enfoca de cierta manera en generar algunas competencias digitales para la formación del profesional comunicador.



Fuente: Elaboración propia en base a la malla curricular de la CCS-UABJB 2005

Sin embargo, en la malla curricular actual y vigente, son dos asignaturas las que se enfocan ciertamente en generar algunas competencias digitales a los futuros profesionales en Ciencias de la Comunicación Social de la UABJB, las asignaturas Multimedia y Periodismo digital, contienen en su contenido mínimo abordajes prácticos en el conocimiento y uso de las TIC.



Tal como señala Kustcher y St.Pierre, todos los elementos de las TIC, tienen impacto en la educación que es pieza fundamental en la formación y ejecución del proceso de enseñanza aprendizaje que el profesor ejecuta para generar competencias digitales.

Que de acuerdo a los docentes de la carrera Ciencias de la Comunicación Social, su importancia está reflejada en el gráfico N° 10, generación de conocimientos o habilidades que contribuyen a la transformación cultural y digitalización de una compañía, además permiten utilizar de manera segura, todas aquellas herramientas y tecnología que permitan agilizar y mejorar la consecución de objetivos, que coadyuven a desenvolverse bien en el entorno digital.

En cuanto a los currículos académicos, la carrera ha tenido hasta la actualidad dos mallas curriculares, que demuestran la incorporación de solo dos asignaturas enfocadas dentro de su contenido mínimo, la formación de algunas competencias digitales básicas al inicio y final de los estudios semestrales. Dejando de lado la transversalidad de las TIC en la enseñanza que amerita durante el desarrollo de estudios universitarios en busca de la profesionalidad.

En esa línea, Ocaña Fernández en su investigación sobre competencia digital en el docente universitario, plantea que “La incorporación en la enseñanza de las tecnologías de la información y las comunicación o TIC en las universidades dentro del plan de las mallas curriculares, como tema transversal de formación, es en sí un elevado desafío, de arduo difícil trabajo; pero muy necesario para preparar a los estudiantes para el éxito en el mercado laboral ya que los resultados indican que la formación informal en las Tic favorece el empleo y la formación en gestión informática, por lo que Ivars, Celdrán, Mazón y Perles (2017) lo remarcaron al mencionar la necesidad de gestionar y proporcionar canales de auto entrenamiento o entrenamiento personal formal, de preferencia, para ajustarse a las necesidades y disponibilidad laboral futura debido a los cambios continuos en las economías y los mercados globales” (Ocaña, Valenzuela, & Morillo, 2020).

Esto nos da a entender, que las competencias digitales, también llamadas habilidades o aptitudes digitales, abarcan los conocimientos y competencias necesarias para que un individuo pueda utilizar las TIC a fin de lograr objetivos personales y profesionales.

En cuanto, a las competencias digitales en profesionales, se considera importante que su nivel de conocimiento, manejo y utilización de las TIC, se enfoque en una categoría “Avanzada” y no simplemente “básica”, teniendo en cuenta que “Son aquellos dispositivos que capturan, transmiten y despliegan datos e información electrónica y que apoyan el crecimiento y desarrollo económico de la industria manufacturera y de servicios” (Buzón, Romero, & Verdú, 2021)

Cuando nos referimos al profesional en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Autónoma del Beni, se hace mención a que el perfil está orientado a “Que se desenvuelva con ética, responsabilidad, compromiso, pluralidad e integridad, fundamentales para:

- *Producir contenidos periodísticos en diferentes géneros y formatos, para medios escritos, audiovisuales e interactivos, utilizando las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTIC).*
- *Gestionar la comunicación interna y externa en entidades públicas y privadas.*
- *Diseñar estrategias y proyectos de comunicación que contribuyen al desarrollo departamental del Beni y de Bolivia.*
- *Administrar medios masivos de comunicación.*
- *Impulsar proyectos sociales para la solución de problemas comunicacionales que converjan con los intereses de la sociedad beniana.*
- *Realizar investigaciones periodísticas y científicas que partan de la realidad departamental y nacional, para el aporte de nuevos conocimientos.*
- *Impartir docencia universitaria para la formación de nuevos comunicadores” (CCS-UABJB, 2019)*

V. CONCLUSIONES

En conclusión se realizó un diagnóstico sobre las competencias digitales en los profesionales gestión 2012 a 2021 formados en la carrera Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián”, en donde se conoció el tipo de equipos multimedia que dominan mejor los profesionales para sus tareas digitales, demostrando así las habilidades, aptitudes y destrezas en cuanto a las herramientas, plataformas y/o aplicaciones virtuales de mayor uso para el desenvolvimiento laboral desde la perspectiva digital. En cuanto a la integración de las TIC en las mallas curriculares procedentes de la carrera, fue evidente, sobre todo en la aplicación de algunas asignaturas como en Multimedia y Periodismo digital



que tienen contenidos mínimos con abordajes de prácticas en busca de generar competencias digitales. Sin embargo, se logró puntualizar que estas habilidades no están enfocadas de manera transversal entorno a los planes de estudio, que se convierten en el eje fundamental para tener una excelente formación en los futuros profesionales.

Y, por último, la identificación de las competencias digitales en los Comunicadores Sociales se categorizó en el nivel de conocimiento y utilización "Básica", tanto para el desenvolvimiento profesional en el trabajo como durante su formación académica en la carrera. Esto nos lleva a afirmar nuestra hipótesis planteada, en donde se determinó la integración de las TIC en el Proceso Formativo, por medio de asignaturas enfocadas a generar competencias digitales en los nuevos profesionales de Ciencias de la Comunicación Social de la UABJB, con un nivel de conocimiento y utilización inicial o básica.

VI. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- 1 Buzón, G. O., Romero, G. C., & Verdú, V. A. (2021). Innovaciones metodológicas con TIC en educación. España: Dykinson S.L.
- 2 Cabero, A. J. (1994). Nuevas tecnologías, comunicación y educación. COMUNICAR.
- 3 CCS-UABJB. (2019). Proyecto académico curricular carrera Ciencias de la Comunicación Social UABJB. Trinidad Beni: CCS UABJB.
- 4 Díaz, L. D. (2014). TIC en Educación Superior: Ventajas y desventaja. Educación y Tecnología.
- 5 Ferro, S. C. (2009). Ventajas del uso de las TICs en el proceso de enseñanza-aprendizaje desde la óptica de los docentes universitarios españoles. . Revista Electrónica De Tecnología Educativa EDUTEC.
- 6 Gomez, B. S. (2012). Metodología de la investigación. México: Red Tercer Milenio S.C.
- 7 Gutiérrez, M. A., Pinedo, G. R., & Gil, P. C. (2022). Competencias TIC y mediáticas del profesorado. Convergencia hacia un modelo integrado AMI-TIC. Comunicar, 21-33. doi:<https://doi.org/10.3916/C70-2022-02>
- 8 Hernández, S. R., & Mendoza, T. C. (2018). Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas. México: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C. V.
- 9 Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. (2014). Selección de la muestra. Metodología de la investigación. México.
- 10 Kustcher, N.; St. Pierre, A.; (2001). Pedagogía e Internet Aprovechamiento. México D.F.: Editorial Trillas.
- 11 Lafuente, I. C., & Marín, E. A. (2008). Metodologías de la investigación en las ciencias sociales: fases, fuentes y selección de técnicas. Revista Escuela de Administración de Negocios. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2061298100>
- 12 Liniers, R. M. (2009). El análisis documental: Indización y Resumen en base de datos especializada.
- 13 Martínez, H. L., Ceceñas, T. P., & Martínez, L. D. (2014). ¿Qué son las TIC'S? México: Red Durango de Investigadores Educativos, A. C.
- 14 Monereo, C. &. (2003). La universidad ante la nueva cultura educativa: enseñar y aprender para la autonomía. Madrid:.
- 15 Ñaupas, P. H., Mejía, M. E., Novoa, R. E., & Villagómez, P. (2014). Metodología de la investigación Cuantitativa, Cualitativa y Redacción de la tesis. Colombia: Ediciones de la U.
- 16 Ocaña, F. Y., Valenzuela, F. L., & Morillo, F. J. (2020). La competencia digital en el docente universitario. Propósitos y Representaciones. Universidad San Ignacio de Loyola, Vicerrectorado de Investigación.
- 17 RAE. (2022). REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Obtenido de <https://www.rae.es/>

La falta de prácticas profesionales en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UAB

Carla Fanny Vásquez Flores*

*Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social y Docente de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián"
Av. 27 de mayo s/n Trinidad, Beni. Bolivia.
e-mail: cfvasquezf@uabjb.edu.bo

RESUMEN

El propósito del trabajo de investigación tiene como objetivo determinar de qué manera la falta de prácticas profesionales incide en el desempeño laboral de los titulados de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián" (UABJB), con esta intención se realizó un diagnóstico sobre las prácticas académicas que realizaron los estudiantes en los diferentes semestres de su formación profesional.

En primer lugar, se realizó un análisis del Sistema Académico Curricular de la carrera de Comunicación Social, donde se verificó que recién desde el 2020 se inserta la materia práctica pre profesionales en la malla curricular, luego se realizó las encuestas a los estudiantes para determinar si la falta de prácticas profesionales incide en el desempeño laboral de los titulados de Comunicación Social y también saber las experiencias que tuvieron en las prácticas pre profesionales y otras prácticas académicas.

Los resultados muestran que la falta de prácticas profesionales sí incide en el desempeño laboral de los titulados de Comunicación Social, porque las prácticas pre profesionales y otras prácticas que realizan en diferentes asignaturas no son suficientes, ni cumplen las expectativas de los estudiantes egresados. Por tanto, se recomienda rediseñar la Currícula de la Asignatura de la carrera de Comunicación Social e implementar las prácticas profesionales, designados tutores y se haga seguimiento pedagógico a cada practicante.

Palabras clave: *Comunicación Social, prácticas pre profesionales, practicantes, pasantía, prácticas profesionales.*

ABSTRACT

The purpose of the research work is to determine how the lack of professional practices affects the work performance of graduates of the Social Communication career of the Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián" (UABJB), with this intention a diagnosis was made on the academic practices that students carried out in the different semesters of their professional training.

First, an analysis of the Academic Curricular System of the Social Communication career was made, where it was verified that only since 2020 the pre-professional practice subject is inserted in the curriculum, then students were surveyed to determine if the lack of professional practices affects the job performance of Social Communication graduates and also to know the experiences they had in the pre-professional practices and other academic practices.

The results show that the lack of professional internships does affect the work performance of the Social Communication graduates, because the pre-professional internships and other internships that they perform in different subjects are not sufficient, nor do they meet the expectations of the graduating students. Therefore, it is recommended to redesign the curriculum of the subject of the Social Communication career and implement professional internships, designate tutors and provide pedagogical follow-up to each intern.

Keywords: *Social Communication, pre-professional practices, interns, internship, professional practices.*



I. INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes.

Las universidades tienen el encargo social de formar profesionales en las distintas ramas del saber, para contribuir a satisfacer las crecientes necesidades del desarrollo económico y social de cada región y de cada país. (Labrada, 2017).

Las Universidades de Régimen Especial que forman parte del Sistema de la Universidad Boliviana, son aquellas Casas de Estudios Superiores de Nivel Universitario que, habiendo sido creadas por disposiciones legales superiores y, siendo de carácter público, pero de Gobierno no Autónomo, se rigen por Estatutos especiales. Su participación en el Sistema se centra en actividades relacionadas con el ámbito académico. MISIÓN: "Formar profesionales idóneos de reconocida calidad humana y excelencia científica, con conciencia crítica y capacidad de crear, adaptar y enriquecer la ciencia y tecnología universal para el desarrollo sostenible, impulsando el progreso y la integración nacional, la Interacción Social; promover la Investigación Científica y los estudios humanísticos, recuperando los saberes ancestrales; participar en los procesos sociales defendiendo los recursos y los derechos humanos; difundir y acrecentar el patrimonio cultural, así como contribuir a la defensa de la soberanía del país y el compromiso con la liberación nacional y social." (Plan Académico Curricular, 2019).

1.2. La UAB en el departamento de Beni.

La Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián" tiene como misión formar profesionales idóneos, competitivos, con calidad humana y excelencia científica, con conciencia crítica y capacidad de aplicar sus conocimientos, creatividad y recursos tecnológicos para resolver problemas de la base productiva y su entorno social. Promueve y desarrolla la investigación científica y los estudios humanísticos, recuperando los saberes ancestrales de la región. Impulsa y desarrolla políticas de extensión e interacción social, participando en los procesos sociales junto a su pueblo, contribuyendo a su desarrollo y acrecentando el patrimonio cultural, regional y nacional. (UAB, revisado 16-02-2022).

1.3. Carrera de Comunicación Social de la UAB.

La Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UAB inició sus actividades académicas en el segundo semestre de 2004, en principio bajo la modalidad itinerante y dedicada a la profesionalización de un grupo cerrado de personas. No es hasta 2011 que comienza

a operar con semestres permanentes y de forma abierta a estudiantes bachilleres y personas interesadas. De acuerdo con estadísticas oficiales, desde 2004 hasta el segundo semestre de 2018 se ha presentado un crecimiento variante en cuanto a personas que se matriculan a la carrera de Comunicación Social de la UAB-JB.

Según encuestas realizadas en la carrera de Comunicación Social de la UAB el año (2019) para el rediseño del Proyecto Académico Curricular. Los encuestados identificaron el nivel de frecuencia con que se presentan cinco tipos de problemas que emergen en el ejercicio de la profesión: a) Falta de conocimiento en la elaboración de mensajes en los medios de comunicación b) Manejo del flujo comunicacional (interno-externo) c) Interpretación de información institucional o mediática d) Investigación en Comunicación para el Desarrollo e) Manejo de imagen institucional. Las cuales han sido analizados para su posterior análisis y evaluación. (Plan Académico Curricular, 2019)

1.4. Prácticas de asignatura. - Las prácticas de asignatura son materias que brindan al alumno la oportunidad de adquirir el modo usual de actuación de los profesionales en la solución de los problemas concernientes a la carrera. Por ello, "el objetivo general de las prácticas de asignatura consiste en contribuir al desarrollo integral y perfil del egreso del alumno, procurando que este sea capaz de integrarse plenamente a las actividades cotidianas en el lugar que se desempeñe, apoyándose en los conocimientos adquiridos en su formación curricular". (Peña, 2017).

1.5. Prácticas de Pasantía. - La pasantía es una práctica laboral realizada por estudiantes avanzados o profesionales para obtener experiencia en el área en el que desarrollarán sus actividades. La persona encargada de guiarlos en esta tarea es conocida como tutor. La "Pasantía" es la continuación del proceso de enseñanza aprendizaje, en el cual los estudiantes de Universidades desempeñarán tareas laborales por un tiempo determinado, permitiendo vincular los conocimientos teóricos con situaciones reales. Estas pasantías estarán orientadas a la aplicación práctica de la formación académica de la especialización profesional recibida y se llevarán a cabo bajo la organización y control de la unidad a cargo, de acuerdo a las características y condiciones que se fijen en los acuerdos con las Universidades. (Economipedia, 2022). A través de una pasantía, un estudiante puede poner en práctica lo aprendido durante su carrera universitaria.



Es decir, puede aplicar su conocimiento académico en situaciones concretas del mundo real. La mayoría de las pasantías no son remuneradas, ya que se consideran como una capacitación para el pasante, quien quizá ejerza su profesión en otra empresa u organización diferente de la que recibe el entrenamiento. Muchas veces, por el buen desempeño en las prácticas, el pasante recibe una oferta laboral concreta por parte de la organización donde la realizó.

1.6. Tipos de pasantía.

Los principales tipos de pasantía son los siguientes:

- **Pasantías educativas:** Aquellas actividades que realizan estudiantes de una determinada carrera en empresas, instituciones u organismos del Estado, con el objetivo de adquirir experiencia en la actividad donde se desarrollarán. (Economipedia, 2022).

- **Pasantías remuneradas:** Por lo general obedecen a prácticas llevadas a cabo por estudiantes de diversas carreras en empresas privadas u organismos del Estado. Mediante un convenio de colaboración con la universidad, estas entidades se comprometen a pagar una renta a los participantes durante su período de vigencia. (Economipedia, 2022).

- **Pasantías para crédito:** Son realizadas por estudiantes que buscan robustecer su currículum académico. Por lo general necesitan de un patrocinador académico que avale y supervise las actividades que realizarán dentro del organismo o empresa. Los créditos se requieren para otorgar becas de posgrado o presentarse a concursos de cargos académicos, entre otros. (Economipedia, 2022)

- **Pasantías internacionales:** aquellas actividades realizadas en el extranjero a solicitud de una universidad nacional. También las puede promover alguna empresa nacional con filiales en el exterior o acuerdos con otras empresas internacionales afines al sector económico donde desarrolla sus actividades. (Economipedia, revisado 24-02-2022).

1.7. Diferencias entre pasantía y práctica profesional. - La principal diferencia se debe a que, en una práctica profesional, el practicante trabaja de manera temporal en una empresa u organización, percibiendo por lo general una compensación salarial. La intención de la empresa contratante es incluirlo

dentro de su plantel permanente luego de un período de prueba, durante el cual le paga un sueldo significativamente menor es considerado como (mano de obra barata).

Y la diferencia es que las pasantías, no suelen ser remuneradas. En caso de existir algún tipo de retribución, este se otorga tan solo con fines académicos. Otra diferencia consiste en que las prácticas laborales suelen ser una exigencia obligatoria para ejercer algunas profesiones (por ejemplo, medicina), mientras que las pasantías educativas por lo general son optativas. (Economipedia, 2022).

1.8. Prácticas pre profesionales. – Las prácticas pre profesionales según (DCI-PUCP, 2014). Es un tipo de modalidad formativa que permite a los/as estudiantes aplicar sus conocimientos, habilidades y aptitudes mediante el desempeño en una situación real de trabajo. Se realiza mediante un convenio de aprendizaje que se celebra entre: la empresa, el estudiante y la universidad. Las prácticas pre-profesionales contribuyen a la formación del estudiante, le permiten adquirir experiencia en el campo laboral, desarrollar criterios profesionales y sobre toma de decisiones.

La práctica pre profesional facilita el contacto con entidades sociales públicas y privadas. Estas prácticas permiten desarrollar habilidades y desempeños profesionales en escenarios laborales reales, constituye una forma organizativa que tiene como objetivo propiciar un adecuado dominio de los modos de actuación que caracterizan la actividad profesional de los estudiantes universitarios, sobre la base del desarrollo de conocimientos, habilidades y valores que aseguren su formación integral y su desempeño futuro en la sociedad. (Cedeño, 2017).

1.9. Prácticas profesionales. - Entre los significados de la noción de “práctica”, se encuentra la acepción como un entrenamiento o un ejercicio que se lleva a cabo para mejorar ciertas habilidades. Una práctica profesional, por lo tanto, consiste en el ejercicio temporal de una profesión bajo la tutela de algún tipo de entrenador o maestro. (Labrada, 2017).

La práctica profesional, es el primer paso de un estudiante o de un recién graduado en el mercado laboral. Se trata de una etapa que combina cuestiones típicas de un empleo (la necesidad de alcanzar un cierto grado de productividad, la obligación de acatar las órdenes de un superior, etc.) con elementos más vinculados a la formación y al aprendizaje. La práctica



profesional es esencial para que los estudiantes puedan desarrollar sus habilidades en un trabajo. (Universia, 2022).

Por tanto, los practicantes profesionales son aquellos recién egresados de una carrera universitaria o técnica, y requieren realizar prácticas en una empresa o institución para ejecutar lo aprendido. La importancia de las prácticas profesionales es lograr involucrarse más a fondo en el mundo laboral dentro del sector de su interés.

¿Por qué es esencial realizar una práctica profesional?

- Es una excelente oportunidad para entrar al mercado laboral y comenzar a aprender sobre el sector profesional que elegiste como carrera.
- La práctica profesional es una útil experiencia para conocer cómo funcionan las dinámicas laborales, qué se valora o no en la profesión y qué se puede aportar de nuevo en el sector.
- Es un valor agregado en tu currículum. No cuenta solo como experiencia laboral, sino también profesional y suma puntos al momento de postularte como candidato en una empresa.
- Es un buen medio para desarrollar competencias profesionales y empezar a aprender sobre hábitos de trabajo relacionados al área. (Universia, 2022).

1.10. Diferencia entre prácticas pre profesionales y profesionales. - Los practicantes pre profesionales, son estudiantes que realizan sus prácticas en una empresa o institución, mientras continúan estudiando. En las prácticas pre profesionales, se cuenta con el acuerdo de tres partes: el practicante, el centro de formación y la organización.

En consecuencia, las prácticas pre profesionales conjugan el aprendizaje académico y laboral acercando a los estudiantes por primera vez al mundo del trabajo relacionado con su profesión, a través de las funciones que desempeñen en la empresa que los contrate como practicantes. (Universia, 2022).

Sin embargo, las prácticas profesionales, suele constituirse como el primer paso de un estudiante o de un recién graduado en el mercado laboral. Se trata de una etapa que combina cuestiones típicas de un empleo (la necesidad de alcanzar un cierto grado de productividad, la obligación de acatar las órdenes de un

superior, etc.) con elementos más vinculados a la formación y al aprendizaje. (Universia, 2022).

Sin embargo, unas de las preocupaciones que nos hemos planteado durante el proceso de enseñanza – aprendizaje en la carrera de Comunicación Social es el siguiente problema científico ¿Cuál es la importancia de las prácticas profesionales en la formación del licenciado en Comunicación Social, tendiente a mejorar el desempeño laboral de los titulados en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UABJB? y para dar una respuesta a esta interrogante nos propusimos desarrollar el Objetivo General de Determinar la importancia de las prácticas profesionales en la formación del Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social; para sugerir su implementación y así mejorar el desempeño laboral de los titulados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UABJB. Nuestra Hipótesis es: Sí, determinamos la importancia de las prácticas profesionales en la formación del Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social; entonces podemos sugerir implementación y así mejorar el desempeño laboral de los titulados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UABJB.

II. METODOLOGÍA

El presente estudio de investigación es de carácter descriptivo, porque se ocupa de la descripción de las características que identifican los diferentes elementos, componentes y su interrelación.

Materiales y métodos. - El estudio se realizó en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social dependiente de la Facultad de Ciencias Jurídicas Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Beni con asiento en la ciudad de Trinidad, capital del departamento del Beni, durante la gestión académica 2022.

2.1. Métodos teóricos. – Estos métodos nos permitió descubrir cualidades y relaciones en el objeto de estudio de la investigación y las relaciones esenciales y las cualidades fundamentales, por tanto, se apoyan básicamente en los procesos de abstracción, análisis, síntesis, inducción y deducción. (Rodríguez, 1994).

❖ **Método Analítico - Sintético.** - Con el método de análisis se seleccionó la información para el analizar la información teórica a partir de ahí construir un marco referencial, interpretar los resultados, el diagnóstico y conclusiones de la



investigación; mientras que las teorías, explicaciones y el resumen ha sido elaborado en base al método sintético, así como para las conclusiones del trabajo de investigación.

❖ **Método inductivo – Deductivo.** – Este método se utilizó para la exploración bibliográfica de la introducción hasta las conclusiones del trabajo de investigación; mientras el método inductivo se aplicó a partir del problema nos inducimos a la generalidad de la información recogida.

2.2. Métodos empíricos.- Este método nos permitió observar, medir y experimentar la realidad que hemos determinado conocer. Dentro de estos métodos hemos empleado las siguientes:

❖ **Análisis documental.** – Con esta técnica hemos recopilado la información para enunciar las teorías que sustentan el estudio. Con este método revisamos la malla curricular y los programas analíticos de la carrera de Comunicación Social de la UAB y las teorías.

❖ **Encuestas.** – Esta técnica se aplicó en los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UAB. En nuestro trabajo se elaboró un instrumento para recoger los datos con preguntas cerradas y opcionales, las mismas que se aplicaron 60 % de estudiantes. Luego de la recogida esta información se interpretó estadísticamente como se puede apreciar en las figuras y gráficos de la investigación.

❖ **La entrevista.** - Esta técnica se aplicó a los docentes de la carrera de Comunicación Social para recoger y analizar varios elementos: la información y la opinión de los entrevistados las mismas que se aplicaron al 30% de los docentes.

2.3. Método estadístico. - Este método consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cuantitativos y cualitativos de la investigación (Hernández, 2007: 185). En este trabajo de investigación se utilizó estadísticas para la recolección, recuento, presentación, síntesis y análisis de graficas de los datos obtenidos de la encuesta.

2.4. Población y muestra. - En la presente investigación se tiene la población conformada por estudiantes regulares de octavo, noveno semestre, egresados, titulados y docentes designados por el Honorable Consejo Universitario, para la gestión 2022

de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián”.

Los tamaños de la muestra tienen un nivel de confianza del 95 %, un margen de error aceptado del 3,4 %, obteniéndose un tamaño de muestra de 60 personas y valor de la NR (No Respuesta) de 10%. La distribución de encuestas, será: 30 mujeres, 30 varones.

El tipo de muestreo que se utilizó fue el probabilístico aleatorio sistemático obteniendo a los estudiantes de octavo, noveno semestre y egresados y finalmente se segmentó a la población según la edad, considerando el intervalo de entre 18 a 40 años.

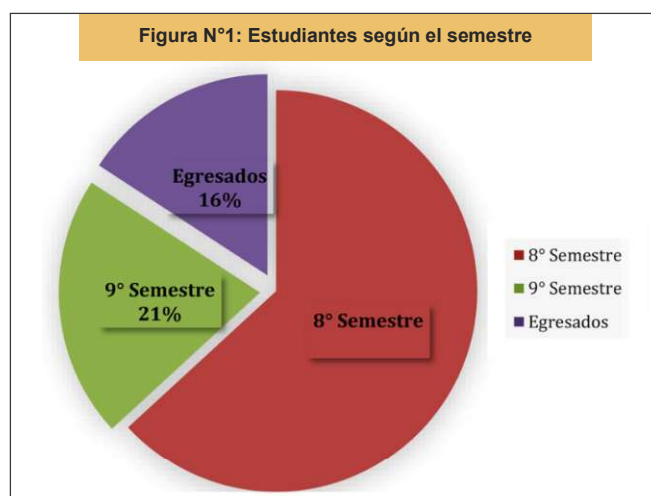
Cuadro Nº 1.- Número y porcentaje de la población intervenida					
Nº	Población intervenida	Nº	%	Muestra	%
1	Docentes	40	100 %	6	30%
2	Estudiantes	120	100%	60	60 %
3	Profesionales de la Asociación de Periodistas del Beni	29	100%	6	40%

Fuente: Elaboración propia 2022

III. RESULTADOS

Los resultados del presente estudio están expresados en las figuras Nº 1, hasta la Nº 8, cuyos resultados están de acuerdo a un diagnóstico que se realizó a dos grupos poblacionales intervinientes en la investigación a continuación se presentan los siguientes resultados:

3.1. Resultados de las encuestas a estudiantes. -

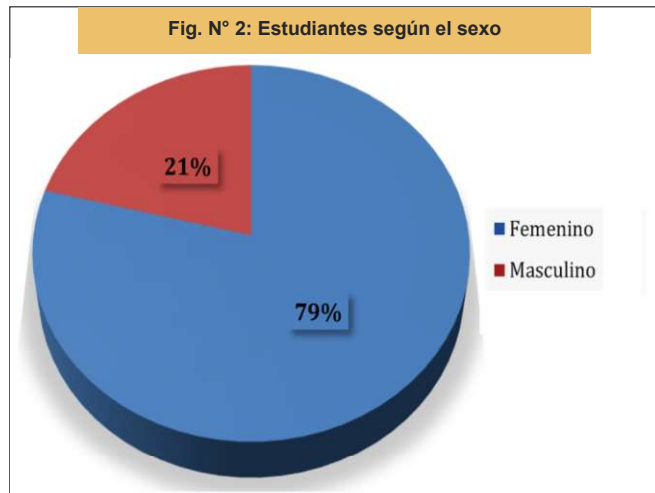


Fuente: Elaboración propia 2022

En la **Figura Nº1** se puede apreciar que el 63% de los encuestados corresponde al 8º semestre y el 21%

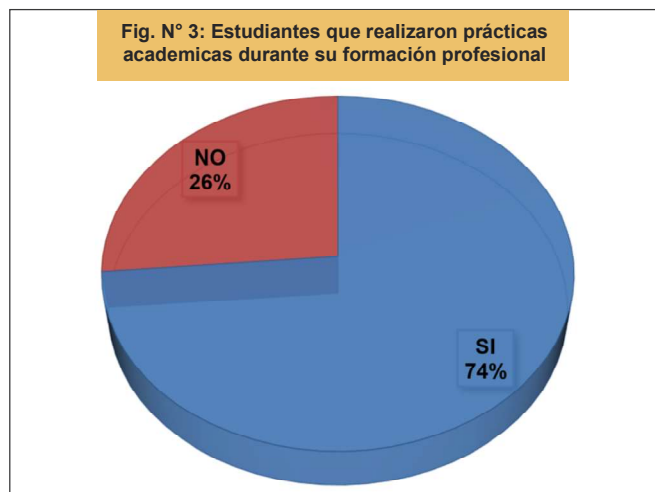


corresponde al 9° semestre y el 16% pertenece a los estudiantes egresados de la carrera de Comunicación Social, siendo la población adecuada para realizar el trabajo de investigación.



Fuente: Elaboración propia 2022

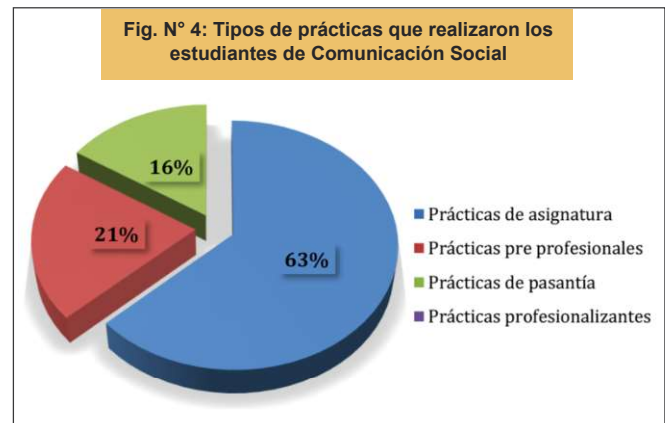
La **Figura N°2** muestra que del total de los encuestados el 79% corresponde al sexo femenino y el 21% corresponde al sexo masculino, estos resultados nos dan a entender que hay mayor cantidad de estudiantes del sexo femenino en los cursos octavo y noveno semestre y egresados.



Fuente: Elaboración propia 2022

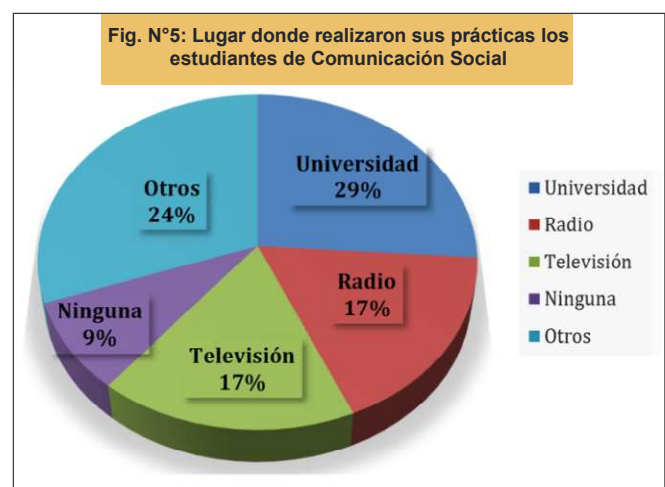
En la **Figura N° 3** se muestra la cantidad de estudiantes que realizaron sus prácticas en diferentes semestres. La pregunta que se realizó fue ¿Usted realizó prácticas en el transcurso de su formación en la carrera de Comunicación Social? las respuestas fueron que el 74% de los encuestados SI realizaron algunas prácticas y el 26% de los encuestados respondieron que NO

realizaron las prácticas. Sin embargo, del total de los encuestados que realizaron algunas prácticas manifiestan que fueron insuficientes y realizaron prácticas por cuenta propia en instituciones y medios de comunicación masivos (Radio, TV, Prensa Escrita). Asimismo, consideran que se debería dar mayor énfasis a las prácticas durante el proceso de formación. Cabe mencionar que la materia de prácticas pre profesionales se habilitó recién del año 2019.



Fuente: Elaboración propia 2022

En la **Figura N°4** se muestra los resultados obtenidos de los tipos de prácticas que realizan en diferentes áreas de la comunicación. La pregunta que se planteó fue ¿Qué tipo de prácticas realizaron durante su formación en Comunicación Social?, donde el 63% respondió que realizaron prácticas de asignatura en diferentes semestres; sin embargo, el 21% respondió que realizaron prácticas pre profesionales como materia de asignatura de octavo semestre y el 16% de los encuestados respondió que realizaron prácticas de pasantía.



Fuente: Elaboración propia 2022

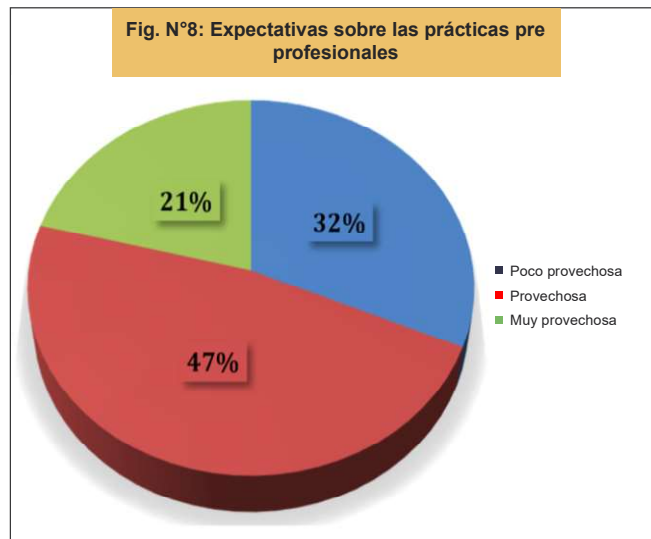
En la **Figura N°5**, se muestra los resultados del lugar donde realizaron sus prácticas durante su formación profesional como estudiantes de Comunicación Social. La pregunta que se planteo fue ¿Usted dónde realiza las prácticas durante su formación como estudiante de Comunicación Social?; las respuestas fueron que el 29% lo realizó en la Universidad es decir realizaron prácticas de asignatura en diferentes materias y en diferentes semestres; el 17% respondió que realizó sus prácticas en programas de televisión independientes; el otro 17% realizó sus prácticas en Radio Ibare y en otras emisoras radiales independientes; el 9% respondió que NO realizó ninguna prácticas y el 24% respondió que realizaron sus prácticas eventuales en otras instituciones y en municipios.

En la **Figura N° 7**, se muestra un contundente SI respecto al interés que tienen los estudiantes, en implementar un tipo de práctica como asignatura en diferentes áreas y semestres de Comunicación Social. Ya que consideran que estas prácticas les ayudaría bastante para que seas profesionales idóneos y puedan desenvolverse en el campo laboral con eficiencia. Del total de los encuestados el 100% respondió que SI están de acuerdo con implementar prácticas de asignatura en diferentes semestres y áreas y también se pueda designar tutores para que hagan un seguimiento riguroso durante las prácticas.



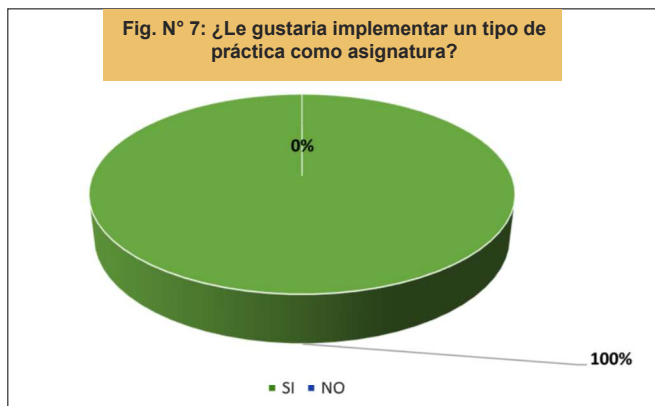
Fuente: Elaboración propia 2022

En la **Figura N° 6**, la respuesta es contundente respecto a la importancia de realizar prácticas durante su formación en instituciones públicas y privadas y que estén sean planificadas y que se haga un seguimiento riguroso en el proceso de las prácticas. Del total de los encuestados el 100% respondió que SI están de acuerdo con realizar prácticas en instituciones públicas, privadas y medios de comunicación durante su formación profesional.



Fuente: Elaboración propia 2022

En la **Figura N° 8**, se refleja las respuestas respecto a las expectativas que tuvieron en la asignatura prácticas pre profesionales. Del total de los encuestados el 47% respondió que fue provechosa las prácticas pre profesionales, es decir fue relativamente provechosa; el 32% respondió que fue poco provechosa la experiencia que tuvieron en las prácticas pre profesionales y el 21% manifiesta que las practicas pre profesionales fue muy provechosa.



Fuente: Elaboración propia 2022

Viendo estos resultados se refleja que hay una mediana satisfacción en relación a las prácticas que realizan en la asignatura pre profesionales de octavo semestre, donde los estudiantes están en puertas de concluir su formación profesional como Comunicadores Sociales.

Asimismo, se realizó las entrevistas a los profesionales titulados de la carrera de Comunicación Social que trabajan en diferentes instituciones públicas y de medios de comunicación social (Radio, TV, Prensa escrita). Los resultados se muestran en el Cuadro N°2.



Cuadro No. 2

IMPORTANCIA DE LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN, INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS	
<p>¿Las Prácticas Profesionales son importantes para los estudiantes de último semestre de Comunicación Social de la UABJB?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sí, es importante las prácticas profesionales para que los estudiantes de último semestre pongan en práctica todos los conocimientos teóricos – prácticos aprendidos durante los 5 años de formación y así vayan ganando experiencia en el ámbito laboral. - Sí, es importante porque de esa manera se conocerá los conocimientos adquiridos y ver si los estudiantes de último semestre están preparados para ejercer su profesión. - Sí, es importante realizar las prácticas profesionales, para que pongan en práctica todas las enseñanzas que aprendieron, también deberían realizar sus prácticas en medios de comunicación (Radio, TV, Prensa escrita). - Sí, es importante que puedan realizar sus prácticas profesionales en instituciones públicas y privadas, porque cuando salen tienen conocimiento teórico y no así práctica. Por tanto, la carrera de Comunicación Social debe gestionar espacios donde puedan realizar sus prácticas. - Sí, es importante realizar prácticas profesionales, inclusive deberían realizar prácticas en diferentes materias, áreas de la comunicación y semestres durante su formación profesional. Y más aún en los últimos semestres. Porque, se pudo evidenciar que muchos egresados no saben cómo realizar una entrevista.
<p>¿En su opinión los estudiantes egresados de Comunicación Social tienen suficientes habilidades y aptitudes como profesionales?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Consideramos que si están preparados para ejercer su profesión, porque han adquirido los conocimientos teóricos – prácticos, habilidades y aptitudes durante los 5 años de su formación. - Dependerá de las prácticas que realizaron cada estudiante y de los conocimientos prácticos - teóricos que han adquirido durante su formación profesional para que así puedan demostrar sus habilidades y aptitudes en su desempeño laboral. - No están preparados porque les falta conocimiento en el área de periodismo, esto se debe a la falta de prácticas que podían haber realizado durante su formación profesional. - Muchos egresados no están preparados y se ven truncados para encontrar trabajo, porque les falta experiencia. - Todo profesional que egresa de la carrera de Comunicación Social debería estar preparado para ejercer su profesión, siempre y cuando haya obtenido la capacidad y habilidad.

V. DISCUSIÓN

Según un estudio realizado sobre las prácticas profesionales en la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNICEN) (2019), este se constituye como requisito de graduación para los estudiantes. Estas prácticas tienen una duración de un año y se aborda teórica y metodológicamente el período de interconexión y diálogo entre el mundo académico de formación y el mundo laboral. En este proceso se plantea como desafío abordar la complejidad que reviste el acercamiento del estudiante al campo profesional. (Zamora, 2019).

Las Prácticas Pre Profesionales (PPP): según (Zamora, 2019) se las define como prácticas tutoriadas que tienen

como objetivo generar la integración de conocimiento teórico-práctico que doten al estudiante de un “saber-hacer” y le permita conocer las reglas de funcionamiento profesional. Se realiza con acompañamiento pedagógico que garantice no sólo la integración de conocimiento, sino además un desempeño que ponga en juego y fortalezca los aprendizajes. Sin embargo, (Cedeño y Santos, 2017) refiere que las Prácticas Pre Profesionales en las instituciones de educación superior fortalecen en la formación de los estudiantes, porque facilita el contacto con entidades sociales públicas y privadas, lo que permite el perfeccionamiento de habilidades relacionadas con la investigación de temas de interés local, nacional y sus referentes globales.

Por su parte, (Valencia, Macías, López, 2018), define

que las prácticas pre-profesionales permiten validar los aprendizajes que se obtienen en el proceso formativo del pregrado y adquirir nuevos conocimientos, habilidades y destrezas que se logran sólo en el contexto laboral. Sin embargo, en el Reglamento de Prácticas Pre Profesionales de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UAB, no conceptualiza que es una práctica pre profesional, solo hace mención en su Artículo 2, que la Práctica Pre Profesional es un requisito a la formación académica recibida, que debe cumplir los estudiantes por un periodo académico dentro de las instituciones anfitrionas, universitarias o extra universitarias, que cuenten con áreas relacionadas a la comunicación. Según los resultados obtenidos en las encuestas la materia de prácticas pre profesionales como asignatura no estaría cumpliendo con las expectativas de los estudiantes en la carrera de Comunicación Social porque No son suficientes y consideran que falta una mejor planificación académica y seguimiento pedagógico.

Sin embargo, en el XII Congreso Nacional de las Universidades (2014) mediante la RESOLUCIÓN No. 045/2014 menciona, que las prácticas profesionales deben formar parte del Proceso de Formación Académica de los estudiantes universitarios. Por tanto, las Universidades, Facultades, Carreras y Programas, deben suscribir convenios con instituciones públicas y privadas para que los estudiantes universitarios puedan integrarse al mercado laboral. POR TANTO, EL XII CONGRESO NACIONAL DE UNIVERSIDADES – SEGUNDA FASE, EN USO DE SUS ATRIBUCIONES RESUELVE: ARTÍCULO PRIMERO. Implementar en todas las Carreras y Programas de la Universidad Boliviana la “Práctica Profesional” en el Proceso de Formación Académica. ARTÍCULO SEGUNDO. La Práctica Profesional deberá ser incorporada en el Plan de Trabajo de las asignaturas en los últimos niveles del Plan de Estudios de la Carrera o Programa. ARTÍCULO TERCERO. Las direcciones de las Carreras y Programas deben concretar Convenios con las instituciones públicas, privadas y organizaciones sociales, según la competencia de cada Carrera y Programa. (DEUB, 2014).

Por tanto, la falta de prácticas profesionales sí incide en el desempeño laboral de los titulados de Comunicación Social. Porque las prácticas pre profesionales y otras prácticas que realizan en diferentes asignaturas no son suficientes ni cumplen las expectativas. Los estudiantes en la asignatura prácticas pre profesionales de octavo semestre realizan prácticas en diferentes instituciones donde cumplen funciones de acuerdo a su formación

académica y sólo se les asigna un responsable de la institución. Cuando las Prácticas Pre Profesionales deberían ser tutoriadas, guiadas y con acompañamiento pedagógico que garantice no sólo la integración de conocimiento, sino además un desempeño que ponga en juego y fortalezca los aprendizajes.

Asimismo, la hipótesis que nos hemos planteado fue comprobada porque se determinó la importancia de las prácticas profesionales sí incide en el desempeño laboral de los titulados de la carrera de Comunicación Social. Por tanto, se sugiere implementar y así mejorar el desempeño laboral de los Licenciados de Comunicación Social de la Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián”.

V. CONCLUSIONES

Después de realizar el análisis y discusión sobre las prácticas académicas y prácticas pre profesionales que realizan en la carrera de comunicación se llegó a las siguientes conclusiones:

- Se concluye que la falta de prácticas profesionales Sí incide en el desempeño laboral de los titulados de Comunicación Social de la UAB, porque se pudo evidenciar que “falta la formación práctica” ya que muchos titulados tropiezan con el problema de tener un buen dominio de las herramientas de edición audiovisual y de las herramientas de producción periodística. Asimismo, se visibiliza que No tienen una especialización en un área determinada, esos factores inciden en el buen desempeño laboral. También hay una dicotomía desequilibrada entre la teoría y la práctica (es decir dominan más la teoría que la práctica), es decir los titulados de Comunicación Social tienen un perfil más de comunicólogos (opinan sobre la comunicación y manejan un gran número de teorías), que de comunicadores (hacer comunicación).
- Se determina la importancia de implementar las prácticas profesionales, porque este sí incide en el desempeño laboral de los titulados de Comunicación Social, porque las prácticas pre profesionales y otras prácticas que realizan en diferentes asignaturas no son suficientes, tampoco cumplen las expectativas de los estudiantes egresados.
- Se recomienda reestructurar el Sistema



- Académico Curricular de la carrera de Comunicación Social e implementar las Prácticas Profesionales, designados tutores para que se haga seguimiento pedagógico a cada practicante.
- El 74% de los encuestados que realizaron sus prácticas en diferentes instituciones y medios de comunicación (Radio, Televisión y otros) consideran que no son suficientes las prácticas que realizan actualmente. Por tanto, consideran que se debe mejorar a través de una planificación académica para los diferentes semestres y reestructurar la asignatura de prácticas pre profesionales.
 - Los estudiantes de Comunicación Social consideran que las prácticas pre profesionales que realizan durante un semestre en una institución no son suficientes, por lo que consideran aumentar la carga horaria y que se les designe un tutor pedagógico para que haga el seguimiento correspondiente del practicante.
 - El 100% de los estudiantes de Comunicación Social de la UAB consideran que es muy importante realizar prácticas profesionales en instituciones públicas, privadas y medios de comunicación (Radio, TV, Prensa escrita).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- 1 CEDEÑO Sánchez Viviana, SANTOS Naranjo Josefina. (2016). "La práctica pre profesional: Vía para la formación profesional integral desde sus incidencias en la investigación. Universidad de Guayaquil. República del Ecuador. Revista Universidad y Sociedad. Versión On-line ISSN 2218-3620
- 2 CEUB. (2014). XII Congreso de Universidades de Bolivia.
- 3 INSTITUTO NACIONAL DE EDUCACIÓN TECNOLÓGICA. (2022). Prácticas profesionalizantes. Ministerio de Educación. Buenos Aires - Argentina.
- 4 HERNÁNDEZ, Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos y Baptista Pilar Lucio (1991). "Metodología de la Investigación". Editorial Mc Graw Hill, Segunda Edición 1991.
- 5 FERREYRA Gallo y Zecchini A. (2007). "Educar en la acción para aprender a emprender. Organización y gestión de proyectos socio-productivos y cooperativos". Noveduc. Argentina.
- 6 FRIGERIO G. Diker G (comps.). (2017). "La transmisión en las sociedades, las instituciones y los sujetos. Un concepto de educación en acción". Noveduc. Argentina
- 7 LABRADA Díaz Rafael (2017). Práctica profesional en la carrera de comunicación Social de la Universidad de las Tunas. Cuba. file:///C:/Users/usuario/Downloads/Dialnet-LaPracticaProfesionalEnLaCarreraDeComunicacionSoci-6132031.pdf
- 8 ROMERO, F. y URDANETA E. (2009). Desempeño Laboral y calidad de servicio del personal administrativo en las Universidades Privadas. Maracaibo. Estado Zulia. Venezuela.
- 9 PEÑA Torbay Gustavo. (2017). Una taxonomía académica de las asignaturas universitarias. Mayo 2017. Universidad Católica Andrés Bello
- 10 UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL BENI. (2019). Proyecto Académico Curricular carrera Ciencias de la Comunicación Social de la UAB.
- 11 UNIVERSIA. (2012). ¿Qué son las prácticas profesionales y por qué es importante realizarlas? <http://noticias.universia.net.mx/consejosprofesionales/noticia/2015>. México.
- 12 ZAMORA, Pablo. (2015). Espacio de Prácticas Pre-profesionales (PPP) y Trabajo Final de Integración (TFI). Plan de estudios 2015. Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales. Buenos Aires, Argentina.
- 13 DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL (DCI-PUCP). (2014). Procedimiento para realizar prácticas pre profesionales. Pontificia Universidad Católica del Perú. Extraído el 21/02/2022: <https://facultad.pucp.edu.pe/servicios-en-el-campus>.
- 14 INTERNET <http://definicion.de/practica-profesional/> (Revisado 16-02-2022).

Conocimiento de las fake news en la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UAB JB

Kenneth Mollinedo Romero*

*Ingeniero Informático y Docente de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián"
Av. 27 de Mayo s/n Trinidad, Beni. Bolivia.
e-mail: kmollinedor@uabjb.edu.bo

RESUMEN

La proliferación de las fake news ha tenido un gran auge con la aparición de las Redes Sociales (Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, etc.), la facilidad con la que se comparte contenido en las mencionadas redes es que se da el fenómeno de la desinformación a través de las fake news. Con el objetivo de determinar el conocimiento de las fake news en la carrera de Ciencias de la Comunicación Social es que se realizó la presente investigación. El problema es que muchos no tienen conocimiento de las fake news y no saben verificar las fuentes de origen de la noticia y se comparten sólo porque son "virales" o tienen un titular impactante (que, de hecho, es lo que utilizan los creadores de fake news para captar la atención del público). El compartir estas noticias falsas crea mucha desinformación en la población receptora de estos "mensajes" compartidos en las redes sociales tanto de jóvenes, adultos y personas mayores de la 3ra edad. El estudiante de Ciencias de la Comunicación Social debe saber que antes de compartir alguna noticia tiene que verificar la veracidad y la fuente origen de la información. Los resultados de la presente investigación revelan que un 61.4% de los estudiantes tiene conocimiento sobre las fake news, y un 74% verifica la veracidad de alguna noticia de último momento antes de compartirla por sus redes sociales. Tenemos cerca de un 40% de estudiantes que no tienen dicho conocimiento, que es principalmente entre los alumnos de los primeros semestres lo cual es comprensible porque recién están empezando la carrera.

Palabras clave: Fake news, desinformación, noticias falsas, redes sociales, verificar.

ABSTRACT

The proliferation of fake news has had a great boom with the emergence of Social Networks (Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, etc.), the ease with which content is shared in the mentioned networks is that the phenomenon of disinformation through fake news occurs. With the objective of determining the knowledge of fake news in the Social Communication Sciences career is that the present research was conducted. The problem is that many are not aware of fake news and do not know how to verify the sources of origin of the news and are shared only because they are "viral" or have a shocking headline (which, in fact, is what the creators of fake news use to capture the public's attention). The sharing of these fake news creates a lot of misinformation in the receiving population of these "messages" shared on social networks both young people, adults and elderly people of the 3rd age. The student of Social Communication Sciences should know that before sharing any news he/she has to verify the veracity and the source of the information.

The results of the present research reveal that 61.4% of the students have knowledge about fake news, and 74% verify the veracity of some breaking news before sharing it through their social networks. We have about 40% of students who do not have such knowledge, which is mainly among students in the first semesters, which is understandable because they are just starting their careers.

Keywords: Fake News, disinformation, fake news, social media, check.



I. INTRODUCCIÓN

La comunicación ha sido siempre la base para la difusión de noticias. Hagamos un poco de historia: expertos señalan al año 1440, con la invención de la imprenta por Johannes Gutenberg, como el periodo de nacimiento de los medios de comunicación social, que habría dado inicio a una larga historia que continúa hasta nuestro tiempo. Pero, algunos historiadores apuntan como uno de los primeros diarios al de la Roma Republicana: el **Acta Diurna**, que consistía en una serie de tablones en los cuales se recogían los **acontecimientos** más importantes que ocurrían en el Imperio, estos se colgaban en los muros del palacio imperial y también se encontraba presente en el supremo Foro Romano a instancias del emperador Julio César alrededor del 59 a.c. De manera similar, ya por el año 413 d.c., en el lejano Oriente, el gobierno la China Imperial publicaría **Noticias Mezcladas**. Ambas no tuvieron gran éxito entre la población y tampoco en su distribución, dando pie a otorgarle el mérito al invento de Gutenberg en lo que a difusión masiva se refiere. (Bernabéu, 2006).

El afán humanístico de registrar todo aquello cuanto acontecía dio origen a cuatro bloques de documentos que bien podrían considerarse el “germen” de los medios de comunicación social. Surgieron así las crónicas, herederas de los Annali de la antigua Roma, las cuales se trataban de un compendio de todas aquellas aventuras de los monarcas, así como de los acontecimientos ciudadanos de la época, con un claro tinte propagandístico. Por su parte, las llamadas cartas-diario comenzarían a añadir informaciones de corte político o militar a la correspondencia mercantil. En tercer lugar, se situarían los almanaques, considerados el vehículo de alfabetización de la ingente masa desfavorecida, los cuales incluían desde predicciones del tiempo a consejos y proverbios moralizantes.

En tiempos más recientes, los “avissi” “fogli a mano” “gazzettas” o “nouvelles à la main” se alzarían con un mercado previo al del periodismo de acontecimientos. Estos no eran más que folios plegados en los cuales los autores se hacían eco de todas aquellas noticias útiles relacionadas con la circulación de mercancías e incluso, aquellas sobre hechos de interés público. La relación que este último tipo de publicación tiene con el concepto de periódico que conocemos hoy en día es evidente. No en vano, cabe mencionar que el término gazzetta sigue estando vigente en la mayor parte de Italia. (Díaz, 2013).

El Siglo de las Luces (como se suele llamar al siglo

XVIII) dio paso a una nueva mentalidad en Europa, cuyo objetivo era sacar a la población de las sombras de la ignorancia en la cual vivían a diario. Es en tierras inglesas donde aparece el primer diario entendido como tal: The Daily Courant (1702) de Samuel Buckeley, que apostó a la independencia y la objetividad informativa. Por su parte, el clima ideológico de la época motivó un periodismo de opinión, más creativo, dando lugar a la fundación de: The Weekly Review por parte de Daniel Defoe (1704-13).

Durante la Segunda Guerra Mundial, la prensa fue utilizada por los ejércitos beligerantes de manera que no mostrase en ningún momento la realidad que les rodeaba con el único fin de mantener viva la esperanza de la población. Sin embargo, este **falseamiento** de la información fue desenmascarado por los europeos, quienes entraron en conflicto con la prensa escrita. Así se llega al convulso periodo de entreguerras, y al establecimiento de dos modelos de información: de un lado se establecería aquel propio de los totalitarismos, los cuales convirtieron a los medios en su principal arma, mientras que, por otro lado, países de tradición liberal, como es el caso de Inglaterra, mantuvieron vigente la libertad de expresión. Al igual que había sucedido previamente, los combatientes en la II Guerra Mundial tomaron los medios de comunicación disponibles. El mejor ejemplo se encuentra en la propaganda que utilizó el nazismo, denominada propaganda nazi.

Ahora, esto nos lleva a la pregunta: ¿Cuál fue la primera **Fake News**? La primera **fake news** de la Historia Contemporánea fue publicada por el periódico neoyorquino The Sun en 1835 e informaba de seres que habitaban la Luna. La noticia causó un enorme impacto en EEUU gracias a tres factores: la aparición de las prensas de alta capacidad, la caída del precio de los periódicos (la penny press), y la llegada de los nuevos medios de transporte que superaban la velocidad de los caballos por primera vez en la historia: los trenes y los barcos de vapor. Esos factores ayudaron a difundir a gran escala una información falsa y sensacionalista bajo el disfraz de una noticia verdadera. (Salas, 2019).

Para entender mejor el tema que tratamos en este artículo vayamos con la definición de Fake News: “Una información falsa y a veces sensacionalista que se presenta como un hecho y que se publica y se extiende por internet” (Quin, 2017).

Para Marc Amorós (2018: 35) el concepto es más extenso pues no habla exclusivamente de internet:

Las fake news son informaciones falsas diseñadas para hacerse pasar por noticias con el objeto de difundir un engaño o una desinformación deliberada para obtener un fin político o financiero.

Para la Comisión Europea, una fake news es “información falsa, inexacta o engañosa diseñada, presentada y promovida para causar daño público o con fines de lucro” (Grupo de Expertos de Alto Nivel, 2018: 3). Lo que convierte a una noticia en fake news es, por tanto, algo que es falso en origen, que se hace con la intención de ganar dinero o influir en política, y que se difunde rápidamente a través de medios de masas. La misma tecnología en la que se basa el progreso, es la que puede causar un enorme daño (Grupo de Expertos de Alto Nivel, 2018: 13).

En nuestro país las fake news se han dado en distintos ámbitos, pero el principal ha sido el político y que ha tenido su caldo de cultivo en los procesos electorales. Durante la pandemia también ha circulado bastante desinformación, tanto a nivel nacional como departamental, puntualmente en un caso en nuestra ciudad de la Santísima Trinidad referente al primer paciente infectado con Coronavirus. Para contrarrestar en cierta manera la proliferación de fake news en nuestro país existen 2 iniciativas que resaltan en la verificación de hechos noticiosos: <https://www.boliviaverifica.bo/> y <https://www.chegueabolivia.bo/>, ambos constantemente hacen la verificación y seguimiento a las fake news y comparten los resultados obtenidos en sus redes sociales y en su portal web.

Pregunta científica ¿Cómo determinar el conocimiento de las fake news, para proponer su previa verificación en los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social?

Objetivo: Determinar el conocimiento de las fake news, para proponer su verificación previa en los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social.

Hipótesis.- Sí, determinamos el conocimiento de las fake news, ¿entonces podemos proponer su verificación previa en los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social?

Con la llegada de las Redes Sociales, se da lugar al entorno propicio para la proliferación de las Fake News, esta premisa da lugar al título del presente artículo: “CONOCIMIENTO DE LAS FAKE NEWS EN LA

CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UAB JB”, que incluye una investigación sobre si los discentes de todos los semestres conocen o saben diferenciar las fake news y qué medidas deben tomar antes de compartirlas por sus redes sociales.

II. METODOLOGÍA

Métodos empleados.- En la redacción del presente artículo se emplearon métodos teóricos, empíricos y estadísticos.

Métodos teóricos.- Estos métodos permiten descubrir en el objeto de investigación las relaciones esenciales y las cualidades fundamentales no detectables de manera sensoperceptiva, por tanto, se apoyan básicamente en los procesos de abstracción, análisis, síntesis, inducción y deducción (Del Sol, Tejeda y Mirabal, 2017).

Dentro de los métodos teóricos se emplearon los siguientes:

Método Histórico - lógico.- El método histórico estudia la trayectoria real de los fenómenos y acontecimientos en el decursar de su historia. Quesada y Medina, (2020). Con este método se estudió el acontecer histórico del proceso de evolución de la Comunicación. Mientras que el método lógico investiga las leyes generales del funcionamiento y desarrollo de los fenómenos (Del Sol, Tejeda y Mirabal, 2017). Este método se empleó para describir los fundamentos filosóficos del proceso comunicacional.

Método analítico - sintético.- Este método se refiere a dos procesos intelectuales inversos que operan en unidad: como es el análisis y la síntesis. El análisis es un procedimiento lógico que posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones, propiedades y componentes (Raúl, 2009). Este método empleamos para analizar las partes de la bibliografía consultada y construir el soporte teórico de la investigación y la bibliografía consultada.

Por su parte el método sintético, se refiere a la síntesis de los fenómenos; es la composición de un todo mediante la unión de sus partes (Raúl, 2009). Con este método relacionamos los hechos aparentemente aislados y formulamos una síntesis de conclusiones fehacientes del objeto de estudio.

Métodos empíricos.- Este método está basado en la experiencia, que permite al investigador descubrir características y relaciones del fenómeno estudiado,



consiste en observar, medir y experimentar la realidad que queremos conocer que permitan ver y analizar las variables (Empírico, 2020). Dentro de estos métodos empleamos los siguientes:

* **La Encuesta.-** Este método de investigación y recopilación de datos utilizados para obtener información de personas sobre diversos temas, esta técnica se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas, las encuestas proporcionan información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de las personas (Anguitaa, Labrador, Repullo y Camposb, 2003). En nuestro trabajo se elaboró un instrumento de recojo de datos con preguntas cerradas las mismas que se aplicaron al 100% de los estudiantes de todos los semestres en el semestre 2/2021 de la carrera Ciencias de la Comunicación Social de la UABJB.

* **Análisis documental.-** El análisis documental es un proceso de interpretación y análisis de la información de los documentos; luego, sintetizarlo da lugar a un documento secundario que actúa como intermediario de búsqueda obligada entre el documento original y el usuario que solicita información; es la base de la investigación histórica y el fundamento de toda investigación que pretenda estar incluida en la realidad del momento en que se desarrolla, es el primer paso después de plantearse el problema de investigación (Castillo, 2005). Con este método revisamos cuales fueron las primeras noticias falsas (fake news).

Método estadístico.- Es una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación, busca de forma precisa y exacta, la elaboración, desarrollo y organización de todos y cada uno de los datos numéricos del problema planteado, para entender e interpretar estadísticamente, sean cuadros, figuras, etc. (Definista, 2016). En este artículo se utilizó las estadísticas para la recolección, recuento, presentación, síntesis y análisis de gráficas de los datos obtenidos en las encuestas.

Población y muestra. El universo de población finita fue de 219 estudiantes, conformada por estudiantes regulares inscritos en el periodo 1/2022.

Se aplicó un muestreo probabilístico simple en el que cada uno de los individuos de la población objetivo tienen la misma probabilidad de ser seleccionados para formar parte de la muestra y, por consiguiente, todas las posibles muestras de tamaño tienen la misma

probabilidad de ser seleccionadas, (González, 2014).

Estudiantes:

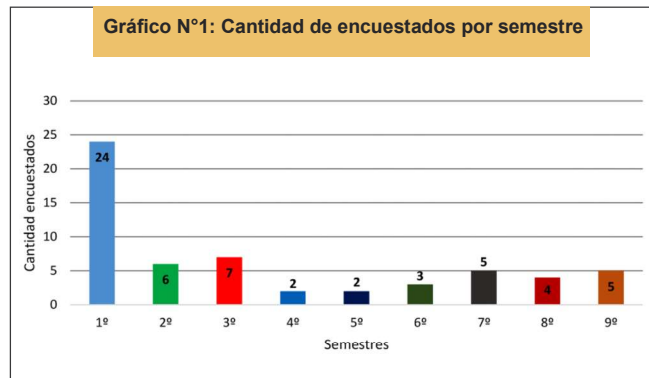
Cuadro No 1.- Número y porcentaje de la población intervenida								
Semestres	No. Matriculados		No. Encuestados		% Encuestados		Total	
	V	M	V	M	V	M	No.	%
1º	30	39	12	12	5,48	5,48	24	10,96
2º	6	12	1	5	0,46	2,28	6	2,74
3º	16	20	1	6	0,46	2,74	7	3,20
4º	7	9	0	2	0,00	0,91	2	0,91
5º	10	15	1	1	0,46	0,46	2	0,91
6º	8	13	1	2	0,46	0,91	3	1,37
7º	2	14	1	4	0,46	1,83	5	2,28
8º	3	6	3	1	1,37	0,46	4	1,83
9º	3	6	1	4	0,46	1,83	5	2,28
TOTALES	85	134	21	37	9,59	16,89	58	26,48

Fuente: Elaboración propia 2022

III. RESULTADOS

Los resultados de la presente investigación revelan que un 61.4% de los estudiantes tiene conocimiento sobre las Fake News, y un 74% verifica la veracidad de alguna noticia de último momento antes de compartirla por sus redes sociales. Tenemos cerca de un 40% de estudiantes que no tienen dicho conocimiento, que es principalmente entre los alumnos de los primeros semestres lo cual es comprensible porque recién están empezando la carrera.

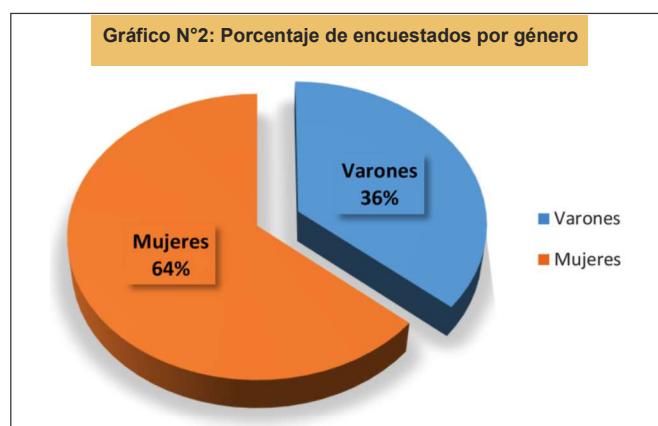
Los resultados de este estudio se muestran en los cuadros siguientes.



Fuente: Elaboración propia, encuesta a estudiantes de la carrera.

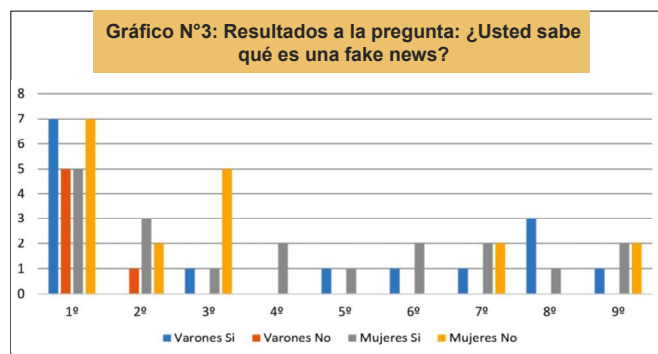
El **gráfico 1** nos muestra que la mayor participación se dio en los estudiantes del 1er semestre, siendo este el grupo más numeroso en cuanto a alumnos matriculados; con un rango de edades entre los 17 y 50 años, cabe mencionar que entre los alumnos del 1er semestre hay personas mayores que son comunicadores empíricos y trabajan en provincia, ellos pasan clases virtuales en concordancia con el proyecto de adecuación de la modalidad de atención de la carrera, que permite a los estudiantes de provincia recibir la educación a distancia.

A continuación, el **gráfico 2** nos muestra una mayor participación por parte de las mujeres en la encuesta realizada, con un 64% y el restante 36% fueron los varones que respondieron al formulario que se les compartió para realizar el presente trabajo.



Fuente: Elaboración propia, encuesta a estudiantes de la carrera.

A todos ellos se les realizó la siguiente pregunta: *¿Usted sabe qué es una Fake News?* El **gráfico 3** nos muestra los resultados arrojados a la respuesta dada por los participantes.



Fuente: Elaboración propia, encuesta a estudiantes de la carrera.

En el 1er semestre la mayoría de los varones afirman saber qué es una fake news y entre las mujeres lo

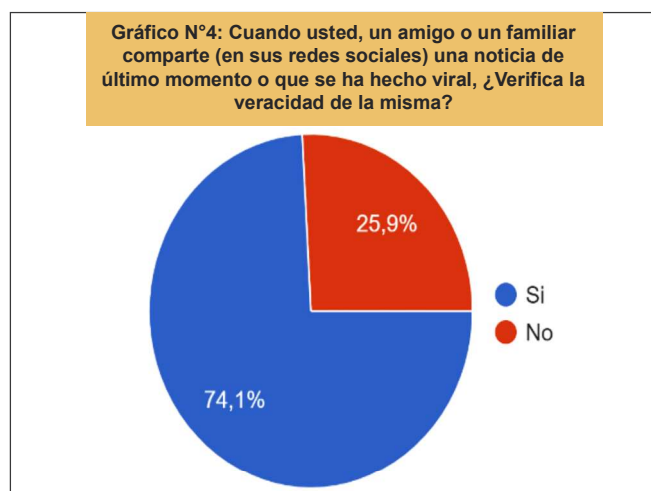
opuesto, la mayoría no sabe qué es una fake news. Y esa tendencia se repite en los primeros tres semestres, a partir del 4to semestre los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social van adquiriendo conocimiento sobre qué son las fake news. No obstante, observamos que los alumnos del 9no semestre en similar porcentaje tienen poco conocimiento o ninguno sobre lo que son las Fake News.

La segunda pregunta que se hizo en el formulario de encuesta fue: *Si su respuesta anterior fue positiva (Si), ¿Cómo define a las Fake News?*

Las definiciones dadas por los que respondieron de manera afirmativa, son similares siendo la más común la de Noticia Falsa y son pocos los que dieron una definición más acertada en concordancia a las mencionadas en la introducción del presente artículo.

La tercera pregunta realizada fue: *Cuando usted, un amigo o un familiar comparte (en sus redes sociales) una noticia de último momento o que se ha hecho viral, ¿Verifica la veracidad de la misma?*

La intención de esta pregunta es saber que comportamiento tienen los estudiantes al compartir información en sus redes sociales, los resultados a esta pregunta se reflejan en el **gráfico 4**:



Fuente: Elaboración propia, encuesta a estudiantes de la carrera.

El estudio nos arroja que un 74.1% de los encuestados verifica la autenticidad de una noticia de último momento o viral que ha sido compartida en algún grupo de WhatsApp o en sus redes sociales por algún familiar o amigo antes de reenviar a otras personas. El 25.9% replica la información recibida sin constatar la veracidad de la misma.



Es en este aspecto que se debe trabajar para reducir la proliferación de las fake news en los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social, las redes sociales son el caldo de cultivo para la difusión de Fake News, y entre las premisas de todo buen comunicador están verificar la fuente y la veracidad de las noticias.

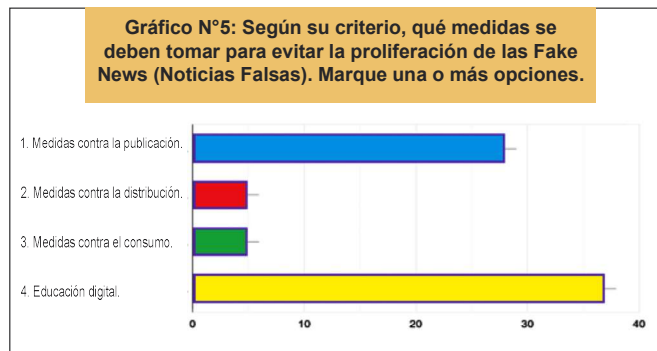
En nuestro país existen algunos portales o sitios web que hacen el trabajo periodístico de analizar las fake news, indicando si son reales, falsas, fotoromaje, o son noticias antiguas y que talvez hayan sido modificadas al contexto actual.

Esto nos llevó a realizar la cuarta pregunta: *¿Conoce de algún sitio web en Bolivia que haga verificación de fake news? Si su respuesta es positiva (Si), ¿Qué sitio web conoce?*

La encuesta realizada nos arroja que un 29% de los estudiantes desconoce la existencia de alguno de estos sitios web. Entre los encuestados que respondieron de manera afirmativa, entre los sitios que conocían para constatar la veracidad de alguna noticia mencionaron a: Periódico El Deber, Unitel, Bolivia TV y Bolivia Verifica, el cual es uno de los sitios web que hace el seguimiento a las fake news. Otro sitio al cual hacemos mención en el resumen del presente artículo es: Chequea Bolivia que puede ser consultado para este cometido.

En este aspecto se debe dar a conocer al estudiante de la carrera las opciones que tiene para consultar y confirmar si un hecho noticioso es cierto o falso.

Ante la proliferación de las fake news, es necesario tomar medidas para reducir esta situación, lo cual nos llevó a realizar la 5ta pregunta: *Según su criterio, qué medidas se deben tomar para evitar la proliferación de las fake news (noticias falsas). Marque una o más opciones.*



Fuente: Elaboración propia, encuesta a estudiantes de la carrera.

Respecto a las medidas que se deben tomar para reducir el impacto de las fake news, el 50% indicó que se deben tomar medidas contra la publicación, es decir: los contenidos creados por usuarios en páginas web propias sólo pueden ser censurados si el acceso por internet a la página web misma se bloquea; un 8.9% ve que es necesario tomar medidas contra la distribución en este caso en lugar de eliminar contenidos, las redes sociales pueden también “ocultar” o “enterrar” determinados contenidos. Al programar los algoritmos de búsqueda de manera que estos contenidos se queden en posiciones muy por debajo de los primeros resultados, muy pocos usuarios llegarán a encontrarlos; el 8.9% se inclina por tomar Medidas contra el consumo marcando las noticias dudosas con una determinada señal de alerta. La idea es que el usuario lea con mayor recelo el artículo en cuestión y que se lo piense dos veces antes de compartirlo; y el 66.1% cree que la mejor opción es la **educación digital** que consiste en seguir los pasos para verificar si una noticia es falsa: estudiando la fuente, identificar al autor, consultar fuentes adicionales, comprobar la fecha y/o consultar a los expertos pudiendo ser algún sitio web de verificación.

IV. CONCLUSIONES

Podemos apreciar que el estudiante de Ciencias de la Comunicación en más del 75% está consciente que antes de compartir, replicar o difundir alguna fake news tiene que hacer la verificación de la veracidad de la misma, pero aún nos queda un 25% de estudiantes a quienes se les debe enseñar a ser más intuitivos y cautos antes de compartir noticias de último momento o que se han hecho virales en redes sociales o sitios web, como podemos ver la mayor proliferación de fake news se da entre los alumnos del primer semestre, lo cual es comprensible porque recién se están formando en la carrera.

Es en ese sentido que se debe inculcar al estudiante de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social a realizar la verificación de los hechos informativos que llegan a sus redes sociales, y esto se debe dar a lo largo de los nueve semestres.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco en primer lugar a Dios por mi familia, la salud y sus bendiciones.

Agradecimiento a la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián” por la oportunidad para crecer como profesional.

Agradecer al Ph.D. René Vásquez Pérez, por hacer seguimiento y dar las pautas para la elaboración del artículo científico.

A los estudiantes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social que participaron en las encuestas para esta investigación.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- 1 Bernabeu Morón, Natalia (2006). «Breve historia de la prensa». Proyecto Quadra Quintal.
- 2 Díaz Noci, Javier (2013). «Aparición del periodismo en el mundo». MCR Castañeda - Boletín del Instituto de Investigaciones.
- 3 Salas Abad, C. (2019). La primera 'fake news' de la historia. *Historia y Comunicación Social*, 24(2), pp. 411-431.
- 4 Amoros García, Marc. *Fake News: La verdad de las noticias falsas*, Plataforma Editorial 2018.
- 5 Grupo de Expertos de Alto Nivel (2018). "A multi-dimensional approach to disinformation". Comisión Europea. Bruselas. ISBN 978-92-79-80420-5 doi:10.2759/739290.
- 6 Bolivia Verifica, obtenido de: <https://www.boliviaverifica.bo/>
- 7 Chequea Bolivia, obtenido de: <https://www.chequeabolivia.bo/>



