

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Alfabetización mediática

Comprender y utilizar los medios de masas de forma segura o no firme, incluyendo un entendimiento informado y crítico de los medios y de las técnicas que los medios emplean y sus efectos. También la capacidad de leer, analizar, evaluar y producir comunicación en una variedad de formas (por Ej. televisión, imprenta, radio, computadoras, etc.) Otra forma de entender el término es la habilidad para decodificar, analizar, evaluar y producir comunicación en una variedad de formas.

Aldea global (Global Village)

Fue primero mencionado por Marshall McLuhan en su libro The Gutenberg Galaxy, este término describe como el mundo se ha contraído en un pueblo o aldea debido a la tecnología electrónica y el movimiento espontáneo de la información de cada rincón a cada punto al mismo tiempo. Se ha llegado a identificar con la World Wide Web.

Alfabetización digital

La habilidad de utilizar tecnología digital, herramientas de comunicación o redes para localizar, evaluar, usar y crear información. También se refiere a la habilidad para entender y usar la información en múltiples formatos de una gran gama de recursos que se presentan por medio de la computadora, o la habilidad de una persona para desempeñar tareas eficientemente en un ambiente digital. La alfabetización digital incluye la habilidad de leer e interpretar los medios, reproducir datos e imágenes a través de la manipulación digital y evaluar y aplicar el nuevo conocimiento obtenido en los ambientes digitales.

Alfabetización Informativa

Se refiere a la habilidad de reconocer la información cuando se la necesita y localizarla, evaluarla, usarla de una manera eficaz y comunicar la información en los diversos formatos.

AMI

AMI es el acrónimo de (media and information literacy) alfabetización mediática e informativa y se refiere a las competencias esenciales (conocimiento, destrezas y actitud) que permiten a los ciudadanos involucrarse eficazmente con los medios y otros proveedores de información y desarrollar un pensamiento crítico y un aprendizaje de destrezas a lo largo de toda la vida para socializar y convertirse en ciudadanos activos.

Análisis contextual

El enfoque pedagógico en la enseñanza de AMI que se enfoca en el estudio y el análisis de los contextos técnicos, narrativos y de la situación de los textos mediáticos.

Anuncios de bien público

Un tipo de anuncio que aborda algún aspecto del interés público, en lugar de un producto o una marca.

Aprendizaje a lo largo de toda la vida

Está conectado a la idea de la educación centrada en el estudiante. Reconoce que la vida no “inicia” o se “para” después de un programa de instrucción dentro de un tiempo y espacio específicos. Cada individuo está aprendiendo constantemente, lo que hace que los medios y las tecnologías de información sean vitales para mantener este tipo de aprendizaje. El desarrollo de la alfabetización mediática e informacional no está restringida a sólo completar un programa, sino que va más allá de los contextos de educación formal. Esto se da en varios ambientes (lugares de trabajo, actividades comunitarias, ambientes de educación no formal, etc.).

Aprendizaje auditivo

Aprendizaje a través del oído – a veces unido al aprendizaje visual y cinestésico (ver a continuación) como una de las tres distintas maneras de aprendizaje.

Aprendizaje cinestésico

Se refiere al enfoque del aprendizaje que involucra a la actividad física, en lugar de, por ejemplo, escuchar una conferencia.

Aprendizaje visual

Un tipo de aprendizaje basado en absorber las imágenes o mirar demostraciones.

Arquetipo

Un modelo o forma ideal de una persona u objeto que se utiliza para representar las versiones subsecuentes de esta persona u objeto.

Audiencia

Un grupo de consumidores para quien se construye un texto mediático así como cualquiera que esté expuesto a ese texto.

Audiencia seleccionada: Un grupo de personas al que se destina específicamente un texto mediático debido a un grupo de características que comparten, tales como edad, género, profesión, clase, etc.

Audiencia Activa: Un teoría que establece que las personas reciben e interpretan los mensajes mediáticos a la luz de su propia historia, experiencia y perspectiva, de manera que diferentes grupos de personas pueden interpretar el mismo mensaje de distinta manera

Auto-regulación

Reglas impuestas por actores políticos o económicos sobre sí mismos. Para los medios, la auto-regulación implica el respetar los códigos de ética y los códigos de práctica sin interferencia de ninguna fuente gobernante o institución.

Blog

Un sitio en la red, que usualmente mantiene una persona, dónde él o ella ponen un comentario, descripciones de eventos, fotos o videos. Otros usuarios pueden dejar comentarios en las entradas del blog pero sólo el propietario puede editar el blog. A menudo se habla de los blogs como “diarios en línea”.

<u>Bloqueo</u>	Se refiere a la forma técnica de obstruir el acceso al contenido digital al prevenir el acceso a la dirección de una pieza de información – localizador uniforme de recursos o URL (ver World Wide Web a continuación).
<u>Centrado en el alumno</u>	Un enfoque en la educación que pone al estudiante en el corazón del proceso de aprendizaje. Aquí las necesidades y aspiraciones de los individuos se ponen en el centro del cualquier proceso de aprendizaje o programa, enfocándose mucho en las experiencias de aquellos que traen o aportan a la situación de aprendizaje. Abarca la noción de participación y valora la contribución de los estudiantes a la comunidad de aprendizaje.
<u>Ciudadanía activa</u>	Un miembro de una comunidad definida (política, nacional o social). Generalmente se entiende que la ciudadanía comprende un conjunto de derechos (por Ej. voto y el acceso al bienestar) y responsabilidades (por Ej. participación). Una Ciudadanía activa es la filosofía en la que los ciudadanos deben trabajar para mejorar su comunidad a través de la participación económica, el trabajo público y de voluntariado, y otros esfuerzos para mejorar la vida de todos los ciudadanos.
<u>Ciudadanía/ Responsabilidad cívica</u>	El estado de ser miembro de una comunidad particular social, política o nacional. Estatus de ciudadanía, bajo la teoría del contrato social, que conlleva tanto derechos y responsabilidades.
<u>Código de ética/Código de práctica/Código de diversidad</u>	Un conjunto de principios de conducta para los periodistas, que describe el comportamiento apropiado para alcanzar los estándares profesionales más altos. La Federación Internacional de Periodistas (IFJ en Inglés) estableció ejemplos de dichos códigos. A pesar de que hay diferencias entre los distintos códigos existentes, la mayoría comparten principios comunes, incluyendo la verdad, la exactitud, la objetividad, la imparcialidad, la equidad y la responsabilidad pública, ya que estos se aplican en la adquisición de información de noticias de interés periodístico y su subsecuente disseminación al público.
<u>Comunicación</u>	Un proceso en el cual se empaca la información y es canalizada e impartida por un emisor a un receptor a través de algún medio. Todas las formas de comunicación requieren de un emisor, un mensaje y un receptor esperado. Sin embargo, no es necesario que el receptor esté presente o consciente del objetivo del emisor de transmitir al momento del mensaje a fin de que ocurra un acto de comunicación.
<u>Conocimiento</u>	El hecho o la condición de tener información o de ser aprendido.
<u>Contenido generado por el usuario</u>	La libertad profesional dada a los editores para que tomen decisiones editoriales sin la interferencia del propietario del medio o de ningún otro actor del estado o independiente.

También se lo conoce como medios generados por consumidores (CGM) y contenido generado por los usuarios, el UGC se refiere a los diversos tipos de contenidos de medios que están públicamente disponibles y que pueden ser producidos por los usuarios de los medios digitales. Por lo tanto, aquellos que consumen el contenido también producen el contenido.

Contenido mediático o de los medios

Producido por los medios y entregado a las audiencias.

Contexto

Conjunto de hechos y circunstancias alrededor de un texto mediático que influyen en su interpretación.

Convención

En el contexto mediático, se refiere al estándar o norma que actúa como la regla de comportamiento.

Convergencia

Se refiere a la habilidad de transformar distintos tipos de información, ya sea de voz, sonido, imagen o texto a un código digital, el cual luego es accesible por medio de un rango de dispositivos, desde la computadora personal hasta el teléfono móvil, por lo tanto esto posibilita un ambiente de comunicación digital.

Cultura

Un sistema de valores compartido, aprendido y simbólico. Creencias y actitudes que dan forma e influyen en la percepción y el comportamiento – un “diseño mental abstracto” o “código mental”. También se refiere a un patrón integrado de conocimiento humano, creencias y comportamiento que depende de la capacidad de pensamiento simbólico y aprendizaje social.

Cultura Popular

La totalidad de las ideas, perspectivas, actitudes, temas, imágenes y otros fenómenos que se prefieren por un consenso informal de la mayoría de una cierta cultura, especialmente en la cultura occidental de mediados del siglo XX y en la cultura popular emergente de finales del siglo XX e inicios del siglo XXI.

Curriculum

Un conjunto de cursos o materias cuyo contenido se ha diseñado para proveer un enfoque secuencial al aprendizaje.

Democracia

Un sistema de gobierno donde las personas tienen la autoridad final, la cual ejercen directa o indirectamente a través de sus agentes elegidos, que se eligen mediante un sistema libre de elecciones. También implica la libertad para poder hacer elecciones sobre decisiones que afectan la vida del individuo y a la protección de los derechos y las libertades fundamentales.

Derechos de autor

Un conjunto de derechos otorgados por el autor o creador de un trabajo para restringir la habilidad de los otros a copiar, redistribuir y volver a dar forma al contenido. Los derechos a menudo son de propiedad de las compañías que patrocinan el trabajo en lugar de ser de los creadores en sí, y se pueden comprar o vender en el mercado.

Derechos humanos

Un conjunto de derechos y protecciones que son vistas como necesarias para proteger la dignidad y el valor del ser humano. Tales derechos generalmente están plasmados en los documentos nacionales e internacionales que articulan estos derechos (por Ej. La Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Convención Europea de Derechos Humanos, y la Convención sobre los Derechos de los Niños, etc.). También los derechos de grupos o pueblos – que buscan proteger especialmente a los pobres y/o grupos marginados de la sociedad.

Destreza bibliotecaria

Capacidad en el uso de una biblioteca.

Discurso

El tratamiento de un tema o problema (hablado o escrito) que se discute a profundidad.

Discurso de odio

Cualquier comunicación que incita al odio en contra de un grupo definido de personas a causa de sus características de grupo (etnia, género, sexualidad, etc.).

Diversidad

Respeto genuino de las diferencias – próxima a la idea del pluralismo. Las sociedades democráticas o sistemas protegen y valoran la diversidad como parte de los derechos humanos y el respeto a la dignidad humana

Editor

La persona responsable del lado editorial de la publicación, que determina el contexto final del texto, especialmente en un periódico o revista. Este término debe claramente diferenciarse del propietario del medio, que se refiere a la persona o grupo de actores que son propietarios de la empresa mediática.

Esféra pública

La noción de un espacio público en el cual los miembros de una sociedad pueden intercambiar noticias, información y opiniones libremente – un lugar en el cual los individuos se reúnen e intercambian puntos de vista sobre temas de preocupación pública, en base a la igualdad y ser inclusivos-. El teórico más influyente de la esfera pública es Juergen Habermas.

Estereotipos

Una forma común de representación mediática que utiliza características que se pueden reconocer instantáneamente para etiquetar a miembros de un grupo social o cultural. Puede tener tanto connotaciones negativas como positivas.

Fuentes de Información

Las personas, grupos o documentos de quienes se obtienen la información.

Gatekeeper (Guardián)

Un término genérico aplicado a cualquiera que tenga el papel de filtrar las ideas y la información para la publicación o transmisión – el proceso interno de toma de decisiones para transmitir o retener la información de los medios para las masas. La guardianía ocurre en todos los niveles de la jerarquía de los medios – desde el reportero que decide qué fuentes va a incluir en una historia hasta los editores que deciden las historias que van a imprimir.

Género

Tipos específicos de contenido de los medios (por Ej. entretenimiento, información, noticias, publicidad, drama, etc.) cada uno tiene su propio objetivo en general y su propio diseño.

Gobierno

Se entiende mejor como el proceso de gobernar que implica la interacción entre las instituciones formales y aquellas de la sociedad civil. El gobierno tiene que ver con aquel que ostenta el poder, autoridad e influencia, cómo se usan y cómo se hacen las políticas y decisiones que se toman en relación a la vida social y pública. El gobierno abarca tanto las instituciones del gobierno como las prácticas y comportamiento que hay en ellas

Buen gobierno: se resume en políticas que sean predecibles, abiertas y acertadas, una burocracia llena de ética profesional que actúe por el bien público, el estado de la ley, los procesos transparentes, y una sociedad civil robusta que participe en los asuntos públicos

Mal gobierno: se caracteriza por políticas que son arbitrarias, burocracia que no rinde cuentas, sistemas legales que no se respetan o son injustos, el abuso del poder ejecutivo, una sociedad civil que no está comprometida con la vida pública y la corrupción generalizada

Ideología

Una doctrina, filosofía, conjunto de creencias o principios que pertenecen a un individuo o grupo. Puede ser visto como una visión integral, una forma de ver a las cosas (como de sentido común o varias tendencias filosóficas), o como un conjunto de ideas propuestas por la clase dominante de la sociedad para todos los miembros de dicha sociedad.

Igualdad

La idea de que a todos, independientemente de la edad, género, religión o etnia, les pertenecen los mismos derechos. Es un principio fundamental de la Declaración Universal de los Derechos Humanos captada en las siguientes palabras “el reconocimiento de la dignidad inherente y los derechos iguales e inalienables de todos los miembros de la familia humana que constituye la base de la libertad, justicia y paz para el mundo”. La idea de la ciudadanía acoge los temas de igualdad.

Imagen

Una representación mental icónica o dibujo.

Independencia editorial

La libertad profesional dada a los editores para que tomen decisiones editoriales sin la interferencia del propietario del medio o de ningún otro actor del estado o independiente.

Indígena o comunidad mediática

Cualquier tipo de medio que es creado y controlado por una comunidad – ya sea comunidad geográfica o una comunidad de identidad o interés. Los medios comunitarios están separados de los medios privados (comerciales), medios administrados por el estado y de los medios de difusión pública, y los medios comunitarios cada vez más son reconocidos como un elemento vital para un sistema mediático vibrante y democrático.

Información

Un término amplio que puede cubrir datos; conocimiento derivado del estudio, experiencia o instrucción; señales y símbolos. En el mundo mediático, la información a menudo se describe como el conocimiento de eventos específicos o situaciones que han sido recopiladas o recibidas a través de la comunicación, inteligencia o informes de noticias.

Información de dominio público

Un término que se aplica a los trabajos públicos creativos, incluyendo poesía, arte, libros, películas, diseño de productos y otras formas de propiedad intelectual, como programas de computación. Ser de dominio público significa que el trabajo creativo puede ser utilizado para cualquier fin que el usuario desee. Los productos de dominio público se consideran parte de la herencia cultural colectiva de una sociedad en general, lo que es opuesto a la propiedad de un individuo.

Interés público

El concepto de bienestar general o beneficio para el público como un todo, en contraste con los intereses particulares de una persona o grupo. No existen acuerdos sobre lo que constituye interés público, pero el término refleja el sentido que algunos intereses pertenecen a todos, independientemente de su estatus o posición, y que además requieren de acciones para protegerlos.

Internet

Un sistema global de redes de computación interconectadas que utilizan el Protocolo Estándar Suite de Internet (TCP/IP) para servir a billones de usuarios a nivel mundial. Es la red de redes que esta formada por millones de redes privadas, públicas, académicas, de negocios y de gobierno, de alcance local a global que están enlazadas por una gran gama de tecnologías electrónicas y ópticas de redes.

Lenguajes de los medios

Son las convenciones, formatos, símbolos y estructuras narrativas que indican el significado de los mensajes mediáticos dirigidos a una audiencia. Simbólicamente, el lenguaje de los medios electrónicos funciona de manera similar a la gramática en los medios impresos.

Libertad de expresión

Un derecho humano fundamental. Se utiliza para indicar que no sólo implica la libertad de palabra sino el acto de buscar, recibir e impartir información. La libertad de prensa es un corolario de este derecho y es esencial para la construcción y el apoyo a las comunidades y a la sociedad civil.

Libertad de información

El derecho de los ciudadanos a tener acceso a la información que tienen las entidades públicas.

Libertad de palabra

La libertad de hablar libremente sin censura o limitación, o ambas. El término sinónimo libertad de expresión a veces se utiliza para indicar no sólo la libertad de palabra, sino el acto de buscar, recibir e impartir información o ideas, independientemente del medio que se utilice.

Libertad de prensa

Los medios en general (no sólo los medios impresos) que son libres de la censura o del control por parte del gobierno – no excluye la aplicación de leyes de competencia para prevenir los monopolios, o la asignación del estado de frecuencias de transmisión.

Marketing

Proceso a través del cual las empresas crean el interés del cliente en sus productos o servicios. El marketing genera la estrategia que sustenta las técnicas de venta, la comunicación en los negocios y el desarrollo del negocio.

Medios

Objetos físicos que se utilizan para comunicar, o comunicación de masas a través de objetos físicos como radios, televisión, computadoras, películas, etc. También se refiere a cualquier objeto físico que se utiliza para comunicar los mensajes mediáticos. Los medios son una fuente de información creíble donde los contenidos se proveen a través de procesos editoriales determinados por valores periodísticos, y por lo tanto la responsabilidad editorial puede ser atribuida a una organización o a una personal legal. En años recientes el término medios a menudo se utiliza para incluir a los nuevos medios en línea.

Medios de

Medios consistentes de papel y tinta – reproducidos en un proceso de impresión que tradicionalmente es mecánico.

Comunicación

Los medios que reciben fondos públicos a menudo deben tener un papel de apoyo al interés público para dar un balance y una programación diversificada que es representativa de la comunidad como un todo.

Impresos

Medios consistentes de papel y tinta – reproducidos en un proceso de impresión que tradicionalmente es mecánico.

Medios de bien público

Los medios que reciben fondos públicos a menudo deben tener un papel de apoyo al interés público para dar un balance y una programación diversificada que es representativa de la comunidad como un todo.

Medios de noticia

La sección de medios de masas que se enfoca en presentar las noticias de actualidad al público. Esto incluye medios impresos (por Ej. periódicos y revistas) medios de difusión (radios y televisión) y cada vez más los medios basados en Internet (por Ej. las páginas del World Wide Web y los blogs).

Medios Masivos

Medios dirigidos a grandes audiencias utilizando la acción de las tecnologías. Los medios de comunicación masiva son canales de comunicación a través de los cuales circulan los mensajes.

Medios principales

Los medios que se difunden a través de los canales más grandes de distribución, lo cual es representativo de lo que la mayoría de consumidores de medios van a encontrar. El término también denota los medios que generalmente reflejan las corrientes de pensamiento que prevalecen, influencia o actividad.

Medios Visuales

Los medios que dependen de las imágenes para comunicar un significado (por Ej. televisión, películas, Internet, etc.)

Mensaje

La información que se envía de una fuente al receptor.

Mercadeo

Actividades dirigidas a la rápida venta al detalle de bienes utilizando agrupaciones, técnicas de exhibición, muestras gratis, demostraciones en el sitio, precios, ofertas especiales y otros métodos de venta en puntos.

Mito

Los mitos representan sistemas de creencias implícitos que expresan miedos, deseos y aspiraciones de una cultura, como el mito del “viaje heroico”. En estas historias, el héroe – que desconoce su destino – es llamado a emprender una gran búsqueda o hazaña. Generalmente el héroe atraviesa una serie de etapas como parte de su búsqueda, incluyendo: su “nacimiento” o inicio, el ser consciente de su “llamado” o destino, experimentar el romance, luchar contra enemigos, recibir consejos de un anciano sabio, y finalmente el regreso a casa.

Multimedia

El uso combinado de varios medios, especialmente para propósitos de educación o entretenimiento. También puede implicar la integración de texto, sonido, movimiento completo –o parcial – video o gráficos en formato digital.

Narrativa

El contar una historia o una trama a través de una secuencia de eventos. En el contexto de un texto mediático, es la secuencia coherente de eventos en tiempo y espacio.

Noticias

La comunicación de información sobre los eventos de actualidad a través de la impresión, transmisión, Internet de boca en boca a una tercera persona o a una audiencia masiva.

Nuevos medioa

Contenidos organizados y distribuidos sobre plataformas digitales.

Participación (participación cívica)

La participación es el corazón de la democracia, y su principal objetivo es asegurar que cada individuo puede asumir su sitio en la sociedad y realizar su contribución para su desarrollo. Es un elemento importante de la práctica democrática y crucial para el proceso de toma de decisiones, considerado la piedra angular de los derechos humanos básicos.

Película

Una forma de entretenimiento que representa una historia a través de una secuencia de imágenes y sonido, que da la ilusión de un movimiento continuo.

Pensamiento crítico

La habilidad de examinar y analizar la información e ideas con el fin de entender y evaluar sus valores y supuestos, en lugar de simplemente aceptar las propuestas por su valor nominal.

Periódicos

Una publicación que tiene un cronograma regular y contiene noticias, información y publicidad, generalmente impresa en papel relativamente barato, de bajo grado como es el papel periódico.

<u>Periodismo</u>	La recolección, escritura, edición y presentación de las noticias en periódicos, revistas, transmisiones de radio y televisión o Internet.
<u>Periodismo Ciudadano</u>	Se refiere a la habilidad de las personas, que utilizan los medios digitales, de interactuar y dar forma a las noticias y contenido al proveer su propia información, comentario o perspectiva.
<u>Periodista</u>	Una persona que recolecta y difunde información sobre eventos de actualidad, personas, tendencias y temas. El trabajo de esta persona es reconocido como periodismo.
<u>Pluralismo (pluralismo de los medios)</u>	Se caracteriza por una diversidad de canales de medios, tanto en términos de propiedad (privados, públicos y comunitarios) y los tipos de medios (impresos, radio, televisión e Internet). Más ampliamente, el pluralismo en la sociedad se caracteriza por una situación en la cual los miembros de diversos grupos étnicos, raciales, religiosos o sociales mantienen una participación autónoma en el desarrollo de su cultura tradicional o intereses especiales dentro de los confines de una civilización común.
<u>Podcasts</u>	Archivos de audio y video que se producen periódicamente. Los podcasts pueden ser escuchados o vistos a través de dispositivos como las computadoras o teléfonos inteligentes.
<u>Prensa</u>	Medios de comunicación impresos responsables de recopilar y publicar noticias en forma de periódicos o revistas.
<u>Producción</u>	El proceso de poner junto todo el contenido mediático para hacer un producto mediático terminado. También se puede referir al proceso de crear textos mediáticos así como personas involucradas en este proceso.
<u>Propaganda</u>	Una forma de comunicación dirigida a influir en la actitud de una comunidad hacia alguna causa o posición.
<u>Publicidad</u>	Un conjunto de prácticas y técnicas que atraen la atención del consumidor a productos o servicios con el objeto de persuadirlos para comprar el producto o servicio que se anuncia.
<u>Racismo</u>	La creencia que los factores genéticos que constituyen la raza son los principales determinantes de los rasgos humanos y sus capacidades y que las diferencias raciales producen una superioridad inherente de una raza particular.
<u>Radio</u>	Comunicación de señales audibles codificadas en ondas electromagnéticas – transmisión de programas para el público a través del espectro de transmisión radial.

Redes sociales

Las conexiones en línea con las personas en la redes alrededor de un interés común o actividad. La actividad de las redes sociales incluye a personas que publican sus perfiles que proveen información sobre sí mismos. Facebook es un ejemplo de una red social popular..

Regulación (medios)

Se refiere a los intentos de controlar o afectar el comportamiento de las organizaciones mediáticas y los actores de los medios al desarrollar y hacer cumplir las reglas y códigos de comportamiento.

Representación

Los procesos por los cuales un texto mediático desarrollado representa, simboliza, describe o representa a personas, lugares, eventos o ideas que son reales y que existen fuera del texto. También puede significar la relación entre sitios actuales, personas, eventos e ideas y el contenido de los medios.

Sexismo

Prejuicio o discriminación basada en el sexo, especialmente la discriminación en contra de las mujeres – comportamiento, condiciones o actitudes que fomentan los estereotipos de los roles sociales basados en el sexo.

Simbolismo

El uso de símbolos, incluyendo imágenes, conceptos y arquetipos, para representar aspectos de la realidad (por Ej. los vaqueros malos que utilizan sombreros negros y los vaqueros buenos que utilizan sombreros blancos)..

Sitio en la red

Una colección de páginas de la red, imágenes y datos con un común localizador de recursos uniformes (URL) (ver World Wide Web a continuación)..

Software

Los programas y datos que dan instrucciones a una computadora sobre cómo manejar los datos u operaciones de varios tipos. Los ejemplos van desde software para oficinas que producen y manipulan la información hasta software que controla la forma y la edición de las imágenes.

Storyboard (Tablero donde se cuenta una historia)

La representación pictórica de una secuencia de una película a menudo representada como una serie de dibujos de historietas – parte de la preparación del editor para las tomas de una película.

Technología

Hardware que se utiliza para crear y comunicar con los medios (por Ej. radios, computadoras, teléfonos, satélites, impresos, etc.

Televisión

La transmisión de imágenes dinámicas y a veces estáticas, generalmente acompañadas de sonido, a través señales eléctricas o electromagnéticas; el contenido visual y auditivo de dichas señales, y las organizaciones que producen y transmiten los programas de televisión.

Texto

Los textos mediáticos usualmente se refieren a los resultados individuales de la producción de los medios, tanto escritos, auditivos o de video (por Ej. un episodio de TV, un libro, un tema en una revista o un periódico, un anuncio, etc.).

TICs

Tecnologías de la Información y la Comunicación son todos los medios técnicos que se utilizan para manejar la información y facilitar la comunicación, incluyendo hardware de computadoras y redes, así como también todo el software necesario. En otras palabras, las TICs abarcan la tecnología de la información así como la telefonía, medios de transmisión y todos los tipos de procesamiento y transmisión de audio y video. Enfatiza el papel de las comunicaciones (líneas telefónicas y señales inalámbricas) en la moderna tecnología de la información.

Valor noticioso

A veces se lo denomina criterio de noticias, esto determina la importancia que se le da a una historia noticiosa en un medio y la atención que la audiencia le presta. Algunos de los más importantes valores noticiosos incluyen la frecuencia, lo imprevisto, la personalización, la relevancia o que sean generadas en un conflicto.

Web 2.0

Aplicaciones que facilitan la interactividad y permiten a los usuarios diseñar las características de su propio software. Las aplicaciones de la Web 2.0 enfatizan la importancia de la colaboración y comparti.

Wiki

Un sitio en la red que usualmente más de una persona lo mantiene, donde los usuarios colaboran con el contenido. A menudo tienen múltiples páginas interconectadas y contenido incluyendo comentarios, descripciones de eventos, documentos, etc. Un Wiki se diferencia de un blog ya que sus contenidos generalmente son actualizados por múltiples usuarios y una gran variedad de materiales pueden ser subidos en él.

World Wide Web

Un servicio que opera en Internet que permite que un inmenso volumen de contenido esté disponible al proveer tres funciones: un formato de publicaciones Hyper Text Markup Language (Lenguaje de Marcado de Hipertexto) (HTML); una dirección para cada pieza de información (conocido como el Uniform Resource Locator (Localizador Uniforme de Recursos) o URL y un medio para transferir la información, a través del Hyper Text Transfer Protocol (Protocolo de Transferencia de Hipertexto) (http).

YouTube

Un sitio en la red en el que se puede compartir videos y donde los usuarios suben los videos sobre cualquier tema que les interese.