



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS

CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**IMPLEMENTACIÓN DE LABORATORIO DE TELEVISIÓN EN LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI: PROPUESTAS PARA LA
UTILIZACIÓN DE LABORATORIO DE VIDEO, CINE Y
TELEVISIÓN. EN APEGO AL PROYECTO POLÍTICO
UNIVERSITARIO, A LA FORMACIÓN ACADÉMICA Y AL
FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL, BAJO CRITERIOS DE
SUSTENTABILIDAD**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de: LICENCIATURA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL.

Autoras: MARÍA CRISTINA CANCECO LESCANO
SILVIA ELISABETH SUÁREZ GUANO

Directora:

LIC. MSC. LORENA ÁLVAREZ GARZÓN

LATACUNGA - ECUADOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

AUTORIA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “IMPLEMENTACIÓN DE LABORATORIO DE TELEVISIÓN EN LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI: PROPUESTAS PARA LA UTILIZACIÓN DE LABORATORIO DE VIDEO, CINE Y TELEVISION. EN APEGO AL PROYECTO POLÍTICO UNIVERSITARIO, A LA FORMACIÓN ACADÉMICA Y AL FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL, BAJO CRITERIOS DE SUSTENTABILIDAD” de exclusiva responsabilidad de los autores.

.....

María Cristina Canceco Lescano

C.I 0503081861

.....

Suárez Guano Silvia Elisabeth

C.I 0503249120



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema:

“IMPLEMENTACIÓN DE LABORATORIO DE TELEVISIÓN EN LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI: PROPUESTAS PARA LA UTILIZACIÓN DE LABORATORIO DE VIDEO, CINE Y TELEVISION. EN APEGO AL PROYECTO POLÍTICO UNIVERSITARIO, A LA FORMACIÓN ACADÉMICA Y AL FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL, BAJO CRITERIOS DE SUSTENTABILIDAD”, de Canceco Lescano María Cristina y Suárez Guano Silvia Elisabeth de la carrera de Comunicación Social, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Julio 2012

La Directora

.....

Lic. Msc. Lorena Catherine Álvarez Garzón

C.I. 050218249-6

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica de Cotopaxi, La Carrera de Comunicación Social, por permitirnos ser parte de ella, a los docentes por habernos impartido todo su conocimiento.

A la Lic. Msc. Lorena Álvarez por haber confiado en nosotros, por la paciencia y por la dirección de este trabajo.

Cristina y Silvia

DEDICATORIA

A mi Señor, Jesús, quien me dio la fe, la fortaleza, la salud y la esperanza para terminar esta etapa.

A mi madre, a mi abuelita quienes me brindaron su amor, su cariño, su estímulo y su apoyo constante.

A mis tíos y tías en especial a Carmen quienes me enseñaron desde pequeña a luchar para alcanzar nuestras metas. Mi triunfo es el de ustedes, ¡los amo!

A Abraham que nunca dudo que lograría este triunfo.

Silvia

DEDICATORIA

A mi madre, porque creyó en mí y porque me sacó adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega, a Teresita por ser mi segunda madre, ya que siempre estuvo impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, a mis hermanos, Angélica y Juan a mi tía Marujita por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfar en la vida.

A mi esposo Fernando por estar en los momentos más difíciles de mi vida y por apoyarme con todo su amor incondicional.

Cristina



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

TEMA: “IMPLEMENTACIÓN DE LABORATORIO DE TELEVISIÓN EN LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI: PROPUESTAS PARA LA UTILIZACIÓN DE LABORATORIO DE VIDEO, CINE Y TELEVISION. EN APEGO AL PROYECTO POLÍTICO UNIVERSITARIO, A LA FORMACIÓN ACADÉMICA Y AL FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL, BAJO CRITERIOS DE SUSTENTABILIDAD”

Autoras: CANCECO LESCANO MARIA CRISTINA
SUAREZ GUANO SILVIA ELISABETH

RESUMEN

El Laboratorio de Televisión en la Universidad Técnica de Cotopaxi, representa un aporte significativo para la Carrera de Comunicación Social y las demás Carreras que hagan uso de todos los beneficios del mismo, para poder sustentar los materiales necesarios para la ejecución de trabajos referentes a la grabación, edición, y utilización de equipos es necesario crear un modelo operativo en donde se puedan incluir propuestas que ayuden a sustentar económicamente el Laboratorio, con fácil accesibilidad para los estudiantes y la sociedad en general.

Con estas propuestas se podrá determinar fuentes de financiamiento de los costos de operación en el laboratorio de televisión, lo que se puede realizar mediante un proceso de prestación de servicios, señalando que en las horas clase los estudiantes de la Carrera harán uso específico de los equipos como fuente de estudio y práctica en las áreas determinadas y bajo un estricto control del docente encargado.

Este propósito no tiene como finalidad obtener lucro, sino más bien obtener un laboratorio pedagógico para la realización de planes y proyectos de los estudiantes dentro de su programa de estudio, el enfoque principal de ejecución de estas propuestas hace referencia al público en general.



COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY

ACADEMIC UNIT OF ADMINISTRATIVE SCIENCES AND HUMANITIES

Latacunga – Ecuador

TOPIC: "IMPLEMENTATION OF TELEVISION LABORATORY IN THE COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY; PROPOSALS FOR THE USE OF THE VIDEO, FILM AND TELEVISION LABORATORY. ACCORDING TO THE POLITICAL UNIVERSITY PROJECT AND THE ACADEMIC INSTITUTION STRENGTHNESS WITH A CRITERIAL SUPPORT SUSTAINABILITY"

Authors: CANCECO LESCANO MARIA CRISTINA

SUAREZ GUANO SILVIA ELISABETH

ABSTRACT

The Television Laboratory in the Cotopaxi Technical University, represents a significant contribution to the Social Communication career and the other ones that make use of all its benefits, to support the necessary materials for the execution of works relating to the recording, editing, and use of equipment, which is necessary to create a business model where we can include proposals to help financially support the Laboratory, with an easily accessibility to students and society in general.

These proposals will identify sources of resources for operating costs in the laboratory of television that can be done through process of hiring equipment; taking account the time class to the students for a specific makes use of the equipment as a source of study and practice in different areas with a strict control of the teacher.

This purpose is doesn't have financial aims, so it will help to obtain the necessary material to control plans and projects of the students with in their program of study, with a main focus of these proposals make reference to the public in general.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

AVAL DEL DOCENTE DEL CENTRO DE IDIOMAS

En mi calidad de docente del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, CERTIFICO, haber revisado el resumen de la tesis de las señoritas, Canceco Lescano María Cristina y Suárez Guano Silvia Elisabeth, egresadas de la Carrera de Comunicación Social, cuyo tema es **“IMPLEMENTACIÓN DE LABORATORIO DE TELEVISIÓN EN LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI: Propuestas para la utilización de laboratorio de Video, Cine y Televisión. En apego al Proyecto Político Universitario, a la Formación Académica y al Fortalecimiento Institucional, bajo Criterios de Sustentabilidad”** en el periodo académico octubre 2011 – febrero 2012.

Latacunga, Julio del 2012

.....

Lic. Alison Mena Barthelotty

050180125-2

Docente del Centro de Idiomas



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

INTRODUCCION

A nivel mundial, la utilización de la tecnología ha promovido a hombres y mujeres a buscar nuevas formas de llegar a la conciencia de la población por medio de productos comunicacionales de tv, con mensajes que aporten al conocimiento, en muchos de los casos este proceso no se ha podido ejecutar por la falta de recursos económicos que demanda implementar un laboratorio en donde se pueda desarrollar estos productos.

En la provincia de Cotopaxi no existe una producción cinematográfica de calidad por la falta de material adecuado para la realización de mensajes a través de la tv.

En la Universidad Técnica de Cotopaxi los proyectos políticos, la formación académica, no han podido ser fortalecidos debido a la falta de un laboratorio de Cine, Video y Televisión, en donde los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social puedan desarrollar sus conocimientos y ayudar a instituciones por medio de los estudiantes universitarios. En la Universidad Técnica de Cotopaxi la producción cinematográfica, comprende un factor muy importante porque ayudara a la proyección de la formación académica y a contribuir al desarrollo de los proyectos políticos, todas estas necesidades se ven truncadas por la falta de recursos tanto materiales como físicos para crear un lugar específico y adecuado en donde los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social pongan en práctica la teoría aprendida durante su vida universitaria, con la implementación de un laboratorio de video, cine y tv, se logrará satisfacer estas necesidades e incluso brindar ayuda a todos los estudiantes para que desarrollen el fortalecimiento de la institución.

La universidad comprende un estado político activo por lo que es necesario apoyar a todas y cada una de las acciones que está presente, creando mensajes a través de elementos de cine, televisión.

Al crear propuestas de sustentabilidad se podrán generar ingresos que aporten al mantenimiento de los equipos y la adquisición de los materiales necesarios para una correcta producción de televisión.

Los tres capítulos que constituyen el presente trabajo investigativo se resumen a continuación:

El **capítulo primero** de esta tesis trata aspectos muy puntuales de la comunicación, producción televisiva, laboratorios de televisión y todo lo referente al Proyecto Político Universitario, La Formación Académica, El Fortalecimiento Institucional y la Sustentabilidad, este primer capítulo parte de la experiencia de cómo otros centros de educación superior implementaron sus laboratorios de televisión.

En el **capítulo segundo** se diseña la propuesta y se realiza una breve caracterización del objeto de estudio, se analiza e interpreta los resultados de la investigación de campo.

En el **capítulo tercero** se aplica y valida la propuesta, se da a conocer la propuesta de elaboración de una tabla de cotización de productos comunicacionales que se pueden ofertar a la sociedad y realizar por los estudiantes.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE OTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada.....	i
Autoría.....	ii
Aval del director de tesis.....	iii
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
Aval del docente de idiomas.....	x
Introducción.....	xi
Índice de contenidos.....	xiii

CAPITULO I

1.1 Antecedentes Investigativos.....	1
1.2 Categorías Fundamentales.....	5-6
1.3 Marco Teórico.....	7
1.3.1 Comunicación.....	7
1.3.2 Procesos de la Comunicación.....	8
	xii

1.3.3	Comunicación Social.....	11
1.3.4	Televisión.....	13
1.3.5	Historia de la televisión.....	16
1.3.6	Laboratorio de televisión.....	16
1.3.7	Utilización del laboratorio de video, cine y televisión.....	17
1.3.8	Laboratorio Universitario.....	17
1.3.9	Proyecto Político Universitario.....	18
1.3.10	Formación Académica en las universidades.....	19
1.3.11	Los laboratorios y la calidad de la educación universitaria.....	20
1.3.12	Fortalecimiento Institucional.....	21
1.3.13	Sustentabilidad.....	22

CAPITULO II

CARACTERIZACION E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

2.1	El laboratorio de televisión en la Universidad Técnica de Cotopaxi y su contribución a la carrear y la sociedad.....	24
2.2	Importancia de mantener políticas económicas y sociales de sustentabilidad del laboratorio.....	25
2.3	Beneficios de las políticas de sustentabilidad del laboratorio de televisión	26
1.3.1	Ejemplo sustentable del Colegio Hermano Miguel.....	26
1.3.2	Proyecciones de ingreso por actividad.....	26
1.3.3	Ejemplo sustentable de la Universidad Técnica de Ambato.....	27

1.3.4	Análisis e Interpretación.....	28
	Conclusiones.....	34
	Recomendaciones.....	35

CAPITULO III

PROPUESTA

3.1	Titulo.....	36
3.1.1	Institución Ejecutora.....	36
3.1.2	Beneficiarios.....	36
3.2	Antecedentes.....	36
3.3	Justificación.....	37
3.4	Objetivos.....	37
3.4.1	Objetivo General.....	37
3.4.2	Objetivos Específicos.....	37
3.5	Descripción general de la propuesta.....	38
3.6	Modelo Operativo.....	38
3.6.1	Fase de Planificación.....	38
3.6.2	Fase de Ejecución.....	38
	Glosario de Términos.....	40
	Referencias Bibliográficas.....	41
	Anexos.....	43

CAPITULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

La producción cinematográfica en muchos lugares del mundo ha creado grandes expectativas por lo que en muchas Instituciones de Educación Superior se han implementado lugares específicos en donde los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social y otras relacionadas al estudio, manejo y realización de productos cinematográficos aplican los conocimientos teóricos en prácticos llegando a superar sus expectativas. Pero no solo la Producción cinematográfica es su objetivo, más bien buscan crear estudiantes capaces de desempeñarse en muchas áreas que requiere la Comunicación.

Un ejemplo muy amplio y digno de rescatar es el de la Universidad de Palermo (Argentina), que por medio de su página web (www.palermo.edu) señala a todo el mundo que cuenta con un amplio y adecuado Laboratorio de Televisión con equipos altamente calificados en donde los estudiantes se convierten en comunicadores audiovisuales son realizadores y productores integrales de Cine y Televisión. La continua práctica que los estudiantes realizan en la carrera creando, filmando, dirigiendo y editando programas documentales, publicitarios, institucionales y de ficción, entre otros, los capacita para poder armar su propia productora y responder a los diversos pedidos de los clientes.

La formación integral y abarcadora de la carrera, con énfasis en el dominio técnico y en una metodología de producción profesional, prepara al estudiante para integrarse adecuadamente a canales, productoras, agencias de publicidad en Argentina y Latinoamérica.

Todas las carreras del Área Audiovisual (las asignaturas técnicas y de producción) se cursan en los dos centros tecnológicos de la Facultad de Diseño y Comunicación: Palermo TV (estudios de televisión, salas de grabación, laboratorios, islas de edición y equipamiento para la realización audiovisual integral) y Palermo Digital (laboratorios Mac y PC e islas de edición para la producción y postproducción).

Las instalaciones pueden, asimismo, ser utilizadas por los estudiantes para las producciones audiovisuales y/o digitales que requieran sus asignaturas. En ambos centros tecnológicos se dictan permanentemente cursos de capacitación libres y gratuitos para los estudiantes quienes cuentan, además, con asesoramiento profesional para sus creaciones.

La Facultad de Diseño y Comunicación presenta la oferta más completa, en Argentina y Latinoamérica, de carreras universitarias para incorporarse creativa y profesionalmente al mundo audiovisual contemporáneo.

Por un lado ofrece tres carreras especializadas en diferentes abordajes creativos al cine y la televisión: Dirección de Arte de Cine y TV, Guión de Cine y TV y Dirección de Actores de Cine y TV. Estas tres carreras confluyen en un ciclo de Licenciatura en Dirección Cinematográfica focalizado en el desarrollo de proyectos artísticos de autor de gran escala.

Por otro lado ofrece la Licenciatura en Comunicación Audiovisual para quienes desean una mayor práctica, un mejor dominio del equipamiento tecnológico y una orientación hacia la realización y producción integral capacitándose para armar su propia productora y dirigir los pedidos publicitarios, documentales, institucionales y otros que soliciten sus clientes.

Esta riqueza en la oferta responde a la continua expansión y especialización de la industria audiovisual en el mundo y a la personalidad, estilo e intereses de cada uno de los estudiantes que quieren formarse en este campo. Con la utilización del Laboratorio que tiene la Universidad de Palermo los estudiantes han sido reconocidos por su gran talento en la utilización y practica que requieren estos equipos.

Pero no solo en Argentina se puede descubrir este tipo de Laboratorios también la Universidad de Santiago de Chile (Chile) señala en su portal web (www.usach.cl) que el 17 de agosto de 1995, inauguro el Laboratorio de Televisión que cuenta actualmente con un moderno equipamiento a cargo de la administración académica

El laboratorio audiovisual posee un Estudio de Televisión análogo con equipamiento completo (3 cámaras, unidades de control de cámaras, parrilla de luces, mesa de luces con dimmer, mesa de sonido de 8x2 entradas, switch, monitores b/n y color, A/B Roll conectada a TBC y 2 S-VHS players y 1 S-VHS recorder para apoyos y grabación de programas, GC y locutorio) y un adecuado equipamiento de cámaras para trabajo en terreno del tipo ENG (9 cámaras portátiles digitales, de las cuales, 4 Panasonic MiniDV PV-GS200PP-S 3CCD y 5 Canon MiniDV GL-2 con micrófono incorporado). Respecto de la Post Producción, el área pone a disposición 3 islas de Edición No Lineal (2 Matrox X-10 y 1 Matrox X-100) dotadas con los softwares Adobe Pro y Adobe Audition.

De otra parte, este laboratorio cuenta con una videoteca con más de 200 títulos - cintas clásicas y destacadas de producción mundial ficción y documental, los que están disponibles para los alumnos de la Escuela y de la Universidad en general.

En el área audiovisual se desarrollan las cátedras de Televisión I, II, Producción de Televisión, Seminarios de Título Audiovisual I y II, del programa diurno, y Periodismo Transmedial I y II, de los programas vespertinos.

La Universidad de Santiago de Chile tiene como Misión que la Escuela de Periodismo busque el cultivo de las disciplinas que estudian los fenómenos de comunicación, sean éstos interpersonales, grupales, organizacionales y/o mediales. Del mismo modo, esta Unidad Académica desarrolla una docencia de pre y posgrado de excelencia, abocándose a la investigación de procesos comunicativos, y a la creación y producción de mensajes mediales.

La Escuela de Periodismo declara su preocupación fundamental por la formación académica y profesional de los jóvenes que acceden a sus aulas, en un clima de tolerancia, pluralismo y de análisis crítico de la realidad. El desarrollo intelectual de los estudiantes está en estrecha relación con el compromiso ético de contribuir

a mejorar la convivencia social, a través de la comunicación integral destinada a promover el bien común.

Su visión es alcanzar una comunidad de reflexión, libertad, tolerancia y pluralismo en la cual se estimula el constante mejoramiento de la convivencia, en un clima de diálogo intelectual respetuoso, de desarrollo valórico y compromiso social. Es un espacio académico consolidado y reconocido a nivel nacional e internacional, en los ámbitos de docencia de pre y posgrado, investigación y extensión.

Realiza un quehacer integrado y proactivo orientado a fomentar y extender el conocimiento y la comprensión del periodismo y de los fenómenos de comunicación, en estrecha vinculación con el universo cambiante de los procesos socioculturales, políticos, económicos, mediales y tecnológicos.

Contribuye a que sus futuros profesionales -sobre la base del desarrollo de competencias intelectuales y valóricas que puedan responder con eficiencia, inteligencia y compromiso social, a los nuevos desafíos que impone el mundo actual, fortaleciendo -además- la democratización, a través del mejoramiento de la calidad de la comunicación, la información y el periodismo.

Otra de las universidades con alto desempeño práctico en la carrera de Comunicación es La Universidad Tecnológica de San Juan del Río Querétaro, cuya página web (www.utsjr.edu.mx/) señala que cuenta con laboratorios de radio y televisión, en el cual los estudiantes conocen las técnicas que se utilizan en los programas de radio y televisión, sus estudios los plasman en avances prácticos lo que genera profesionales con conocimiento sobre manejo de equipos calificados en la producción cinematográfica.

En el Ecuador muy pocas Universidades cuentan con un espacio físico en donde se pueda generar producción audiovisual es así el caso de la universidad Santiago de Guayaquil que en su página web (www2.ucsg.edu.ec/) informa que cuenta con un centro de producción audiovisual (cpa).

1.2 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

Figura 1: CATEGORIAS FUNDAMENTALES

VARIABLE DEPENDIENTE



Elaborado por las Tesistas:

Cristina Canceco

Silvia Suárez

Figura 2:

VARIABLE INDEPENDIENTE



Elaborado por las Tesistas:

Cristina Canceco

Silvia Suárez

1.3 MARCO TEÓRICO

1.3.1 COMUNICACIÓN

Según Víctor Solano Franco en una recopilación de varias páginas web señala que la comunicación tiene su raíz en la palabra latina “comunicare”, que significa “poner en común”. Concepto del que se sirve una gran variedad de ciencias para definir, cada cual en su campo, una infinidad de fenómenos distintos aunque todos ellos de naturaleza similar que se explica en su raíz etimológica.

Transmisión y recepción, dinámicas de mensajes, contenidos de ideas. Medio principal para llevar a cabo la interacción entre dos individuos, ya sea través del lenguaje o por otros medios. Es un comportamiento mediante el cual el emisor busca despertar una reacción a través de un mensaje dirigido a un receptor. El acto de expresar y compartir ideas, deseos y sentimientos. Transferencia de información comprendida de una a otra persona. Proceso por el cual se muestran unos resultados y son conocidos por otras personas, permitiendo compartir e intercambiar ideas y opiniones con el objeto de mejorar la ejecución de una actividad que sea juzgada y evaluada.

Para María del Socorro Fonseca, comunicar es “llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes”.

Según Stanton, Etzel y Walker, la comunicación es “la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte”.

Para Lamb, Hair y McDaniel, la comunicación es “el proceso por el cual intercambiamos o compartimos significados mediante un conjunto común de símbolos”.

Según Idalberto Chiavenato, comunicación es “el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye

uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social”.

Robbins y Coulter brindan la siguiente definición: “Comunicación es la transferencia y la comprensión de significados”.

John Fiske (1982) define a la comunicación como una “interacción social por medio de mensajes”.

Por su parte, Antonio Pasquali (1978) afirma que “la comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse, justo como su esencial ingrediente estructural, y que donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social”.

Para Pasquali el término comunicación debe reservarse a la interrelación humana, al intercambio de mensajes entre hombres, sean cuales fueren los aparatos intermediarios utilizados para facilitar la interrelación a distancia.

Luego de analizar los conceptos de varios autores las tesis, consideramos que la Comunicación es un acto formal que los individuos realizamos para el intercambio de información, es decir que cada vivencia y proceso corresponde a una comunicación, la comunicación aparece en cada momento con cada señal, sonido, color, etc. Lo que genera en la memoria ideas, opiniones, conclusiones sobre lo que ocurre en el entorno.

1.3.2 Proceso de la Comunicación

Según (Berlo, 1979). La comunicación se manifiesta por etapas sucesivas y no simultáneas o sincrónicas, motivo por el cual, una vez definida, resulta procedente describirla en sus fases o elementos constitutivos como un proceso, esto es, como fenómeno que se descompone en etapas más o menos regulares y secuenciales, teniendo en cuenta la dinámica de movimiento que relaciona los elementos entre sí en todo proceso comunicacional. Es el acto que realizan dos o más personas donde existe un emisor y un receptor aquí necesariamente tienen que haber una respuesta, sino es un simple receptor. Proceso por el cual se crean condiciones estables para que los diferentes sentidos y formas de ver el mundo que producen

los diferentes grupos, sectores, comunidades de la sociedad puedan circular y competir en igualdad de condiciones.

En la antigüedad personalidades como Aristóteles afirmaban la presencia de tres elementos fundamentales en la comunicación, como lo son: orador, discurso y auditorio. Hoy día se habla de: emisor, mensaje y receptor.

Por ejemplo Gibson afirma en: su obra: comportamiento, estructura y procesos, 1996. p.650.El proceso de comunicación a través de un modelo general usualmente utilizado en la última década y que se deriva de los primeros trabajos de Shannon y Weaver, así como los de Schramm. Contiene elementos básicos que son:

Comunicador: La persona con ideas, intenciones, información y que tiene por objetivo el comunicarse.

Codificación: Es un proceso que convierte las ideas del comunicador en un conjunto sistemático de símbolos, en un idioma que exprese el objetivo que este persigue.

Mensaje: Es el resultado del proceso de codificación. Aquí se expresa el objetivo que persigue el comunicador y lo que espera comunicar a su destinatario.

Según Iván Thompson en términos generales, la Comunicación es un medio de conexión o de unión que tenemos las personas para transmitir o intercambiar mensajes. Es decir, que cada vez que nos comunicamos con nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo, socios, clientes, etc., lo que hacemos es establecer una conexión con ellos con el fin de dar, recibir o intercambiar ideas, información o algún significado.

Según el libro «Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica», Primera Edición, de Fonseca Yerena María del Socorro, la comunicación es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos.

Proceso.- La comunicación es un proceso que (en términos generales) incluye los siguientes pasos: Primero, un emisor desea transmitir, intercambiar o compartir un

mensaje con un receptor. Segundo, el emisor codifica ese mensaje para que sea comprensible para el receptor. Tercero, envía ese mensaje codificado mediante un canal (él mismo, un correo electrónico, un aviso en prensa escrita, un programa de televisión, etc...). Cuarto, el receptor recibe y decodifica ese mensaje. Quinto, el receptor responde a ese mensaje en función a su comprensión del mismo y da lugar a una retroalimentación. En este punto, cabe señalar que durante este proceso se producen ruidos o interferencias que afectan la comunicación, y que tanto el emisor como el receptor deben tratar de superar para entablar una buena comunicación.

Emisor y Receptor.- Para que se dé la comunicación deben existir dos partes, el emisor y el receptor, y ambos deben estar predispuestos a comunicarse; es decir, a emitir un mensaje y/o a recibirlo. En el momento en que una de las partes no está interesada en dar y/o recibir un mensaje se anula la comunicación.

Conexión.- Toda comunicación conecta o une a dos o más personas en un momento dado y en un espacio (físico o virtual) determinado. Sin embargo, cabe destacar que esa conexión puede tener diversas formas, es decir, que puede ser en persona (cara a cara), a distancia (por ejemplo, mediante el envío y recepción de correos electrónicos, mensajes instantáneos, etc...) o impersonal (mediante un programa de televisión o radio en la que el presentador transmite un mensaje a una audiencia compuesta por miles de personas).

Transmitir, Intercambiar o Compartir.- Cuando se entabla una comunicación se transmite, intercambia o comparte un mensaje, por tanto, puede ser un proceso dinámico de ida y vuelta entre el emisor y el receptor (en el que ambos intercambian ideas, información o significados), o, simplemente ser una transmisión del emisor al receptor (como sucede con los programas de televisión y radio).

Para las tesis, el proceso de la comunicación debe tener ideas, información o significados comprensibles, que ayuden a una correcta comprensión tanto para el emisor como para el receptor, los procesos comunicacionales se llevan a cabo en cada participación de varios elementos que pueden resultar ser un mensaje.

1.3.3 COMUNICACIÓN SOCIAL

Para Wilbur Schramm la Comunicación Social es el estudio de la comunicación que cobra valor científico cuando aparecen los Medios de Comunicación Masiva. La irrupción de los Medios de Comunicación Masiva o Medios de Comunicación Social (MCS), inició una nueva problemática que alentó la configuración del estudio de los MCS como una ciencia independiente.

La posición científica frente al fenómeno de los medios de comunicación sugiere que su estudio no puede ser abordado desde una sola ciencia, para lo cual es necesario recurrir al aporte de ciertas ciencias auxiliares tales como, entre otras, la antropología, la lingüística, la filosofía, la sociología, la historia y la psicología. Sin embargo, dada la dinámica funcional, las ciencias de la comunicación se enmarcan dentro de la psicología social, la Comunicación Social es también una comunicación interpersonal que menciona tres elementos esenciales que exige todo proceso comunicativo:

- ❖ La Fuente que puede ser una persona o una organización informativa.
- ❖ El Mensaje que puede tomar cualquier señal que pueda interpretarse.
- ❖ El Destino que puede ser cualquier persona que entienda las señales que la fuente emite.

Así mismo Schramm maneja un cuarto modelo que dice que si el receptor recibe el mensaje lo descifra y envía otro entonces da por resultado un Proceso Dialéctico, se refiere a la comunicación humana, ya sea interpersonal o de El estudio de la comunicación cobra valor científico cuando aparecen los Medios de Comunicación Masiva. La irrupción de los Medios de Comunicación Masiva o Medios de Comunicación Social (MCS), inició una nueva problemática que alentó la configuración del estudio de los MCS como una ciencia independiente.

La posición científica frente al fenómeno de los MCS sugiere que su estudio no puede ser abordado desde una sola ciencia, para lo cual es necesario recurrir al aporte de ciertas ciencias auxiliares tales como, entre otras, la antropología, la

lingüística, la filosofía, la sociología, la historia y la psicología. Sin embargo, dada la dinámica funcional, las ciencias de la comunicación se enmarcan dentro de la psicología social.

Y en el que aparece un factor muy importante que es la comunicación de retorno (feedback) que es la respuesta abierta e inmediata, que no se da en la comunicación de grupo.

En la comunicación de grupo “la fuente principal en la comunicación colectiva es un órgano de comunicación o una persona institucionalizada”. La comunicación social se da igual que la comunicación interpersonal la diferencia es el número de individuos y factores que intervienen en ella. Por esto la comunicación.

Según Álvarez Lorena en el Módulo Radio II (2007 Pág. 36) Es un campo de estudios interdisciplinarios que investigan la información y la expresión, los medios de difusión masivos y las industrias culturales. Sus conceptos teóricos provienen primordialmente de la sociología, la psicología social y la semiología o semiótica. En el campo de la práctica estos conocimientos se usan en el periodismo, la opinión pública, la publicidad, la mercadotecnia y las relaciones públicas e institucionales.

Según Antonio Menéndez, La comunicación social no se remite solo a ser periodista, esa es una visión un tanto “compartimentalizada” de la carrera y que dicho sea de paso proclaman las universidades privadas.

La carrera se llama “Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social”, y quien la estudia no solo se interesa por los medios sino también por todas las instancias sociales en las cuales los medios y la comunicación en general, porque la comunicación no es solo medios, sino que también se encuentra la comunicación directa -el cara a cara- o los gestos.

Como sabemos comunicar es el acto de expresarse, de decir lo que sentimos con palabras, gestos, sonidos, etc. Por lo tanto en todo momento de nuestras vidas estamos realizando el acto de comunicarnos con la sociedad.

Se ven distintas visiones que sobre los medios tienen algunas disciplinas y ciencias (la psicología, la sociología, la economía, la ciencia política, etc.) y se trata de construir un espacio para la conformación de una ciencia que trate específicamente lo comunicacional, es decir en la academia se dan espacios de construcción teórica. Por ejemplo las diferentes cátedras reclutan a sus alumnos destacados para que se desempeñen como docentes universitarios e investigadores. Si bien estas carreras ofrecen especializaciones en publicidad, periodismo, comunicación institucional (de las empresas e instituciones), comunicación comunitaria (proyectos de comunicación para la sociedad) no se circunscribe solo a una técnica sino que busca la reflexión y la investigación respecto del rol de los medios en la vida social, por eso lo de social en comunicación.

Luego de analizar los conceptos de varios autores, las tesis consideran que la comunicación social es el proceso comunicativo que se apega al sector social, político, económico, cultural, ya que son la base fundamental del desarrollo de un pueblo en donde la comunicación sea eficaz y real, que sus actores puedan expresar lo que piensan.

1.3.4 TELEVISIÓN

Para Francisco Utray Delgado, la televisión es un medio de comunicación muy importante que llega a todos los hogares y a las clases sociales por lo cual tiene gran influencia en el comportamiento de los individuos y más aún en los niños.

El fenómeno televisivo, típico de nuestros tiempos, presenta múltiples facetas de interés general para los individuos, la característica de la T.V. es la de ser un medio de comunicación de masa debido a lo cual se concentran en torno a ellos números y variados intereses como es la programación que transmite. Es el medio de comunicación que mayor influencia tiene dentro de los hogares, al colocarse como una organización social, como una cultura socializadora que lleva inmerso un estudio de vida, unida a necesidades, aspiraciones y formas de pensar y actuar con el propósito de crear una masa de usuarios que responde a los intereses de los grupos económicos dominantes.

Este es un medio de comunicación que distorsiona la realidad ya que está sustentado sobre la base de acciones que no se permiten en nuestros códigos sociales, pero sin embargo son permitidos en la televisión como son los crímenes y la violencia en general.

Por otra parte, demanda atención y presenta una realidad fragmentada y breve, un ejemplo de ello son los comerciales, produciendo en poco tiempo una serie de estímulos.

El tiempo ocupado en ver televisión representa la secuencia en los horarios en los diferentes días y distintos canales, un ejemplo de esto son las telenovelas, las comiquitas y las películas y otras cosas en general, que aparecen como un espacio de confrontación cotidiana entre el sentido de lo nacional, la sensibilidad, los personajes propios, modelos y formatos televisivos capaces de trascender la frontera nacional.

La televisión comparte algunas de estas características definitorias, pero es taxativamente distinta en varios aspectos. En cuanto al uso, sigue siendo un recurso más bien familiar que individual. En cuanto al uso, sigue siendo un recurso más bien familiar que individual, y sigue estando muy constreñida en el espacio y el tiempo. También en este caso la situación cambia rápidamente debido a la difusión de los videos y el aumento del número de televisores por familia. Políticamente, la televisión es muy sensible, está muy próxima a los centros de poder estatal y social y es objeto de control y regulación. No existe virtualmente noticia de que la televisión se haya utilizado para la acción o resistencia política de manera que debe ser el medio de comunicación menos revolucionario de la historia. La estrecha supervisión ha dejado su huella en la definición de la televisión con respecto a los valores culturales y morales.

Al igual que la radio, ocupa una posición intermedia atraída en dos direcciones: hacia lo real y lo serio por algunas de sus propiedades intrínsecas y por el objetivo social asignado, pero también atraída en la dirección contraria por las distintas demandas de sus públicos y por buena parte de la cultura que ha entresacado del cine, el teatro, el espectáculo, las novelas, el mundo de la música popular y la industria del deporte. En general no se reconoce que en lazos fuertes o profundos

con su audiencia, si bien se da una gran proyección e identificación con estrellas y personalidades concretas. En cuanto a su localización social, es menos localizada y más internacional que la radio, pero más nacional que el cine. Organizativamente, retiene una imagen de “alta tecnología”, que probablemente perdurará hasta que la televisión hecha en casa sea tan habitual como películas caseras. Es difícil localizar su “prioridad organizativa”, puesto que el mensaje, la producción y la distribución parecen reclamar igual importancia. McQUAIL, Denis, Introducción a la teoría de la comunicación de masas, Paidós Comunicación, Barcelona, 1983

Tanto la radio como la televisión representan parte de la historia reciente de los MCS. En ambos casos surgen como aplicaciones de tecnologías ya existentes: el teléfono, el telégrafo, la fotografía y las grabaciones sonoras. Aunque, naturalmente existen numerosas diferencias entre la radio y la TV, su origen permite, en este caso, analizarlas de modo conjunto.

Pero quizá la principal innovación formal común a la radio y a la televisión haya sido la descripción y presentación en directo de los acontecimientos mientras estos ocurren. Esto marca una diferencia fundamental entre los medios audiovisuales y los gráficos: mientras que los primeros enfatizan la inmediatez, los segundos predisponen a la evaluación y al análisis.

Otro elemento común para la radio y televisión es el alto grado de regulación que las autoridades han establecido sobre éstos, lo cual ha sido principalmente a causa de necesidades técnicas (limitaciones del espectro radioeléctrico, superposición de frecuencias).

Es un medio de comunicación que ha sido considerado por investigadores, así como la gente común como un interruptor de comunicación en la familia y en la comunidad, donde comparte características con otros entes de la industria audiovisual es un fenómeno particular que posee identidad por sí misma y que ha logrado cumplir más eficientemente el contenido logrando acercarse cada día más al público.

Según las tesis, la televisión es un sistema para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia. Esta transmisión puede ser

efectuado mediante ondas de radio o por redes especializadas de televisión por cable. El receptor de las señales es el televisor.

1.3.5 Historia de la Televisión

Según Francisco Utray Delgado. El concepto de televisión (visión a distancia) se puede rastrear hasta Galileo Galilei y su telescopio. Sin embargo, no es hasta 1884, con la invención del Disco de Nipkow de Paul Nipkow cuando se hiciera un avance relevante para crear un medio. El cambio que traería la televisión tal y como hoy la conocemos fue la invención del iconoscopio de Vladimir Zworykin y Philo Taylor Farnsworth. Esto daría paso a la televisión completamente electrónica, que disponía de una tasa de refresco mucho mejor, mayor definición de imagen e iluminación propia.

1.3.6 LABORATORIO de TELEVISIÓN

Para Robert W. Parry. El Laboratorio de TV. Es un espacio físico en donde se realizan productos comunicacionales utilizando altas tecnologías, con la ayuda de un grupo de trabajo, el cual tiene asignado varias actividades, posee, cámaras de estudio con sus respectivos trípodes que se utilizan, Además, éstas son facilitadas para que las usen realizando grabaciones y observando videos que puedan ser apoyo durante el tiempo, para que pueda ser eficaz y altamente calificado al menos debe contar con un moderno equipamiento.

Van desde la realización de cortos argumentales hasta notas periodísticas, reportajes y documentales.

Para las tesis un laboratorio de televisión es indispensable ya que la teoría va de la mano con la práctica, por lo que es necesario ejecutar los conocimientos adquiridos por medio de proyectos comunicacionales, que ayuden a promocionar y dar a conocer la Carrera de Comunicación Social a la sociedad del Cantón y la Provincia.

1.3.7 UTILIZACIÓN DE LABORATORIO DE VIDEO, CINE Y TELEVISIÓN

Para Manuel Delgado Ruiz, Rose K. Goldsen, María Jesús Buxó Rey, un laboratorio de video está diseñado como un lugar de creación científica, porque es necesario conocer cuál es manejo adecuado de cada uno de los elementos que lo conforman, además se puede emprender un proceso creativo que permita la reflexión filosófica a partir de dinámicas que se sirvan del juego con la experiencia cinematográfica. Dirigido a universitarios y adultos equipándonos con la última tecnología para poder ofrecer siempre soluciones a cualquier demanda de los clientes, un centro de creación y reflexión sobre teorías, técnicas y lenguaje audiovisual. Asimismo, proporcionan un espacio para sistematizar, profundizar y difundir el conocimiento que se genera en nuestra práctica productiva, política y cultural.

Para las tesistas, el laboratorio de cine, video y tv, en la universidad Técnica de Cotopaxi servirá para orientar a los estudiantes sobre el funcionamiento y características de cada equipo que forman parte del mismo, de esta forma los estudiantes podrán practicar y prestar servicios al mismo tiempo.

1.3.8 LABORATORIO UNIVERSITARIO

Según, Hirschfeld, Gerald, se pueden explicar los mecanismos y las técnicas que pueden utilizarse para crear una imagen inolvidable y efectista en una pantalla de televisión o de cine. Muestra cómo manipular la imagen que está delante de la cámara, en la cámara y en el laboratorio cinematográfico. En este libro descubrirá: información difícil de obtener sobre los filtros y sus efectos; explicaciones de los diferentes procesos de laboratorio; instrucciones paso a paso de cómo preparar, filmar y evaluar las pruebas de laboratorio y de objetivos; maneras de controlar la respuesta de color de los negativos; explicaciones sobre el trabajo de posproducción -trucajes, ópticos, duplicados, tele cines e intermediantes digitales, etc. Escrito en un estilo coloquial y fácil de leer aporta al lector los conocimientos adquiridos por el autor a través de su experiencia. Ejemplos reales ilustran cómo controlar la imagen en la pantalla a través de un conjunto de técnicas y estilos.

Razones que llevan a modificar el color original del negativo. El control de la respuesta de color del negativo. El control de la imagen en la cámara. El control de la imagen con filtros. Filtros especiales para efectos especiales. El control de la imagen en el laboratorio fotográfico. Reflexiones sobre posproducción. La prueba definitiva del laboratorio. El control de la imagen en la era digital. Una visión general. Los directores de fotografía comentan el control de la imagen. Otras aplicaciones del control de la imagen. Conclusión. Glosario. Índice alfabético.

Para las tesis, además de una correcta práctica sobre manejo y utilización de equipos, los alumnos de la Carrera de Comunicación Social podrán ampliar sus conocimientos y ser más prácticos al momento realizar tareas y trabajos relacionados a ser campo educativo, además podrán servir a la colectividad y estudiantes de las distintas carreras de la Universidad Técnica de Cotopaxi, demostrando así que el desarrollo institucional se está superando gracias a la participación colectiva de estudiantes y comunidad universitaria en general..

1.3.9 PROYECTO POLÍTICO UNIVERSITARIO

Según, Monoica Thompson. “Un proyecto es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear analizar en forma sistemática o conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados de gran importancia que nos permite organizar el entorno de trabajo está relacionado de acuerdo al ámbito de desarrollo y la perspectiva que adopte el proyectista en un determinado trabajo , en primera instancia debe saber qué tipo de estudio va a realizar ,si es proyecto de investigación ,proyecto de inversión privada, o un proyecto de inversión social”.

Según Jair Rodríguez Rodríguez. “Construir políticamente una ciudad es dotarla de procesos políticos y administrativos que permitan el auto gobierno y la participación. Construir socialmente la ciudad es algo que debe hacerse desde la sociedad local. Ello significa potenciar su capacidad de auto organización y movilización política. El proyecto político tiene como tarea el fortalecimiento del tejido social y una nueva forma de concebir y vivir lo político en la ciudad y su

región, apoyados en una propuesta ética y técnica con una decidida conducción política, una base social fuerte y un proyecto cultural que identifique la ciudad”.

Las ciudades se deben constituir en sí mismas proyectos políticos, dotarse para la acción política y para ejercer como verdaderas Polis. A este respecto el pensador chileno Sergio Boisier ha avanzado en diversas formulaciones para contextualizar la ciudad y la región en el marco y en la propuesta de un proyecto político.

Para las resistas, en la Universidad Técnica de Cotopaxi el principal proyecto político es la Vinculación con el Pueblo, por lo que su trabajo es más definido a las reacciones y necesidades que presente la colectividad aledaña, del cantón y la Provincia su participación con la extensión universitaria beneficia a varios sectores como educativos, religiosos, sociales y culturales, demostrando así que el verdadero proyecto universitario es ayudar a la colectividad.

1.3.10 FORMACIÓN ACADÉMICA

Iermoli Eugenia, Passadore Ma. Eugenia, Zapata Carolina afirman en su publicación en internet que: “La formación universitaria es uno de los factores claves a la hora de conseguir el primer empleo, cuando no se tiene ninguna experiencia ni referencia, serán los conocimientos que brinda la institución, los que determinen la inserción con mayor facilidad al mercado laboral”.

Es importante que las universidades se adapten a los constantes cambios del mercado, otorgando a los graduados las herramientas para desempeñarse y adaptarse cuando las reglas del juego sean otras.

También sería necesario que las empresas colaboren de manera estrecha con los diferentes departamentos universitarios o facultades, haciendo aportes no solo académicos y de formación mediante la implementación de pasantías rentadas, sino también ayudando económicamente y con gestión a que las universidades logren formar profesionales idóneos para la empresa y la industria.

Lo correcto sería la universalización de los convenios entre universidades y empresas, para que todos los profesionales que reciben su título puedan estar

preparados desde el primer día, para insertarse en el mundo del trabajo, sin sufrir ni desconocer realidades de la profesión.

El éxito de una carrera universitaria dependerá, de unificar los planteamientos personales (gusto, ambición, aptitudes; etc.) con el mundo empresarial y del acortamiento de la brecha entre lo que se aprende y lo que se practica en una profesión.

Es por esta razón las tesis argumentan que en la Universidad Técnica de Cotopaxi los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social buscan desempeñarse apropiadamente en la teoría y la práctica de sus funciones y los requerimientos que su profesión lo ameriten, con la implementación de un laboratorio de cine, video y televisión se lograra alcanzar un alto nivel de rendimiento profesional en cualquier campo de la comunicación, además los estudiantes podrán seguir incrementando los conocimientos adecuados para el manejo y utilización de cada equipo.

1.3.11 Los Laboratorios y la calidad de la Educación Universitaria

Juan Casassus: afirma que “El Laboratorio estará orientado no sólo a producir cambios en la Educación, sino también hacia la comprensión y explicación de las variables que inciden en dichos cambios, de sus efectos en los alumnos y de sus consecuencias a largo plazo para la sociedad. Un instrumento crucial para el cambio efectivo surge de la experimentación de nuevas soluciones a los problemas del aula.

El Laboratorio diseñará y desarrollará investigaciones en las variables más influyentes sobre la calidad y el nivel de la Educación y que sean más relevantes para el diseño de políticas educacionales, sea cual sea el campo o carrera educacional puesto que en toda profesión se debe incluir una práctica adecuada para obtener estudiantes de calidad.

Al servicio del primer objetivo y también de éste, el segundo, surge la necesidad de establecer un sistema de entrega y uso de la información para las distintas audiencias de los sistemas escolares de la región. Este sistema incluirá la difusión de los productos de la experimentación, como fuente para la innovación.

Para las tesis, los laboratorios son indispensables para la realización de las prácticas pre profesionales, ya que los estudiantes deben tener bases tanto teóricas como prácticas para su buen desempeño profesional, la calidad de la educación se refleja en el desarrollo de los conocimientos adquiridos en el proceso de aprendizaje.

1.3.12 FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

Según la página web <http://www.gtz.de/en/weltweit/lateinamerika-karibik/el-salvador/18861.htm> el fortalecimiento institucional consiste en la generación o desarrollo de capacidades organizativas y operativas para mejorar el cumplimiento de las funciones de una institución. Incluye el desarrollo de formas de comunicación interna y externa, desarrollo de procedimientos, estructuración organizacional y aprendizaje de técnicas y métodos de trabajo para funciones específicas.

Para Miguel Ángel Cortés el Fortalecimiento institucional es una expresión que durante las últimas décadas ha alcanzado en nuestro país un amplio renombre en el ámbito de los proyectos de la cooperación internacional para el desarrollo, coincidiendo al mismo tiempo con un uso abusivo y una precisión escasa en su aplicación práctica a las intervenciones en terreno.

Según Gerardo Alatorre el Fortalecimiento Institucional está diseñado en base a tres conceptos fundamentales como:

- Una Institución, lejos de definirse como algo estático, preestablecido e inamovible, comprende tres planos o momentos dinámicos:
- Un Proyecto, es decir, una misión, una apuesta política; finalmente, una utopía capaz de convocar a un determinado grupo de personas para organizarse en función del logro de un conjunto de objetivos con los que se identifican. Este plano de la institución constituye su base ideológica y conceptual.
- Una Organización, es decir, un conjunto de relaciones sociales que posibilitan (o no) avanzar en la realización del proyecto. Se trata aquí de las

relaciones internas del grupo, su estructura organizativa, las jerarquías, los procedimientos e instancias de toma de decisión, la división del trabajo, etc. También comprende las relaciones que el grupo establece con su entorno, con otras asociaciones, con los sujetos sociales con quienes colabora, etc. Este plano de la institución constituye su base social.

- Un conjunto de Recursos, tanto humanos como materiales y financieros, que viabilizan (o no) la realización del proyecto. Este plano de la institución constituye su base material.

Para las tesis, en la Universidad Técnica de Cotopaxi, el fortalecimiento Institucional es ejecutado por la realización de grandes proyectos, que benefician a todas las carreras de la Institución, así como a la colectividad, ya que su participación es indispensable para la formación de grupos de trabajo en estuantes y sociedad participativa de planes y programas Institucionales de Desarrollo.

1.3.13 SUSTENTABILIDAD

Según, la pág. web <http://consultorajprossi.wordpress.com/concepto/>, sustentable es algo que se puede sustentar o defender con razones.

El desarrollo sustentable, es un concepto macroeconómico y la responsabilidad social empresaria, lo es en términos microeconómicos, es mucho más que un concepto ecológico, ya que plantea el reto fundamental de combinar una economía dinámica con una sociedad que ofrezca oportunidades para todos, al tiempo que se mejora la productividad de los recursos y se desliga el crecimiento de la degradación del medio ambiente.

La sustentabilidad para una sociedad, significa la existencia de condiciones económicas, ecológicas, sociales y políticas, que permitan su funcionamiento en forma armónica en el tiempo y en el espacio. En el tiempo, la armonía debe darse entre esta generación y las venideras; en el espacio, la armonía debe darse entre los diferentes sectores sociales, entre mujeres y hombres y entre la población con su ambiente.

No puede haber sustentabilidad en una sociedad cuando se están destruyendo o terminando los bienes de la naturaleza, o cuando la riqueza de un sector se logra a costa de la pobreza de otro, o cuando unos grupos reprimen a otros, o con la destrucción de culturas o razas, o cuando el hombre ejerce diversos grados de explotación, violencia y marginación contra la mujer. Tampoco podrá haber sustentabilidad en un mundo que tenga comunidades, países o regiones que no son sustentables. La sustentabilidad debe ser global, regional, local e individual y en los campos ecológico, económico, social y político.

Para las tesis, un sistema sustentable es muy importante para solventar las necesidades básicas para mantener el Laboratorio de cine, video y televisión en la Universidad Técnica de Cotopaxi, ya que los estudiantes no pueden solventar personalmente los gastos que genera conservar tanto equipos como elementos materiales para la pre producción y producción de material televisivo, con este sistema sustentable se busca generar ingresos por medio de la producción que brinden todos los equipos que forman el laboratorio.

Los estudiantes deben ser completamente responsables del sostenimiento económico del laboratorio con la realización de los diferentes productos comunicacionales y así lograr el aporte económico y voluntario de la comunidad, es decir de empresas públicas y privadas.

Esta producción será considerada como una autogestión y promoción de la carrera así como de sus productos para obtener beneficio en el aprendizaje de las generaciones actuales y futuras.

CAPITULO II

CARACTERIZACION DEL ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

2.1 EL LABORATORIO DE TELEVISIÓN EN LA UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI Y SU CONTRIBUCIÓN A LA CARRERA Y LA SOCIEDAD.

A inicios de la Carrera de Comunicación Social en la Universidad Técnica de Cotopaxi, se hizo notoria la falta de un Laboratorio adecuado de televisión en donde los alumnos puedan realizar las prácticas necesarias y así aplicar los conocimientos adquiridos durante sus clases teóricas, la falta de un espacio físico, presupuesto obligaron a que los alumnos busquen auto educarse por sus propios medios llegando así a alquilar equipos para poder conocer cómo funcionan, cuáles son sus ventajas y desventajas, como se los puede dar uso y bajo qué circunstancias.

Con la implementación del Laboratorio de televisión, se generará un cambio en la Carrera de Comunicación Social, ya que con él, los estudiantes tendrán mayor acceso a información y sobre todo a realizar prácticas que ayudarán a que los estudiantes de la Carrera a que se puedan concluir con proyectos relacionados a la cinematografía que están inconclusos por la falta de recursos técnicos, del mismo modo mediante prácticas se podrá brindar un mejor desempeño y podrán llenar las expectativas de los profesionales de esta Carrera, y aplicar los conocimientos adquiridos en su vida profesional.

2.2 IMPORTANCIA DE MANTENER POLÍTICAS ECONÓMICAS Y SOCIALES DE SUSTENTABILIDAD DEL LABORATORIO.

Para poder mantener el Laboratorio de televisión en la Universidad Técnica de Cotopaxi es muy importante crear políticas que sustenten la utilización de los equipos y sus posibles necesidades en lo que se refiere al mantenimiento.

Con la implantación de políticas sustentables para el laboratorio se podrá generar una relación con la sociedad y al ves un aporte económico significativo, por esto, es muy importante definirla a medida que se preste servicios, para que se consigan obtener los recursos materiales necesarios para la práctica de los alumnos, así también se podrá brindar servicios exclusivos a la sociedad en los campos comunicacionales que lo requieran.

2.3 BENEFICIOS DE LAS POLITICAS DE SUSTENTABILIDAD DEL LABORATORIO DE TELEVISION.

Con las políticas de sustentabilidad del laboratorio se podrán obtener beneficios tales como:

- ❖ Fomentar mayor interés por los estudiantes en practicar lo aprendido en la teoría, pues tanto la teoría como la práctica van de la mano.
- ❖ Realizar trabajos de calidad que sea propuestos y ejecutados por los estudiantes.
- ❖ Generar negocios que aporten a la sustentabilidad del laboratorio mediante el alquiler de los equipos.
- ❖ Crear mayor responsabilidad y decisión de cómo y cuándo utilizar los equipos.

2.4 EJEMPLO SUSTENTABLE DEL COLEGIO HERMANO MIGUEL

La participación de los estudiantes miguelinos en los medios de comunicación, ha servido como un importante medio de práctica real en diversos campos de la comunicación social, pero no ha contribuido a que se difundan valores humanos y problemáticas sociales juveniles. Ha sido, con honrosas excepciones, una dinámica de repetición de las mismas prácticas comunicacionales con rostros y voces juveniles.

El estudio puso especial énfasis a tres pilares:

- a) Lo Cristiano Marianista: para darle al proyecto su misión evangelizadora;
- b) Lo Social: debido a que es una propuesta que pretende utilizar la comunicación social como herramienta para orientar sobre los hechos y problemas sociales;
- c) Lo cooperativo: para garantizarle políticas de sostenibilidad administrativa y económica en base al bien común. Todo esto complementado con las propuestas de estudio de equipos, recursos tecnológicos e ideas adicionales de las áreas académicas en función a su capacidad de crear.

PROYECCIONES DE INGRESO POR ACTIVIDAD

Nº	PROPUESTA	INGRESOS	EGRESOS	UTILIDAD
1	Grabaciones de los festivales	825	99,5	725,5
2	Video Anuario	7500	1580	5920
3	Audio video, Multimedia, F.digital, Diseño Grafico	5282,81	4226,25	1056,56
4	Cine foro	325	206,25	118,75
5	Grabaciones de CD	2400	1720	680
	Bono de gerente (si es docente)		2400	-2400
	Salario de técnico		3600	-3600
	TOTAL	18597,81	9033,75	9564,06

Según el Lic. Pablo Lomas encargado del Taller de Comunicación Social del Colegio Hermano Miguel, este taller produjo cerca de \$6000.00 el año anterior, que permitió la recuperación de la inversión.

2.5 EJEMPLO SUSTENTABLE DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

En la Universidad Técnica de Ambato, los gastos de mantenimiento y recuperación de equipos, además de la adquisición de materiales es realizada por los estudiantes.

Según el Laboratorista de la Universidad cada estudiante debe cancelar un valor económico por la utilización de cada equipo del Laboratorio. Lo que demuestra que el mantenimiento del Laboratorio se lo hace con gastos de cada alumno más no con proyectos sustentables.

Entrevista realizada: Ing.Msc. Hernán Yáñez (Rector de la Universidad Técnica de Cotopaxi)

1.- ¿Cómo se debería dar el mantenimiento y sustentabilidad del Laboratorio de televisión?

Esto le corresponde directamente a la Universidad, la Unidad Académica, cuenta con profesionales de Comunicación Social, los mismos deben crear una propuesta de mantenimiento y actualización del Laboratorio como tal, se debería poner en consideración de las autoridades para que se pueda realizar las actividades que corresponden al mantenimiento.

2.- ¿Se debería cobrar por el uso del laboratorio?

No sería factible y si se lo hace sería una cantidad muy módica, porque no estamos de acuerdo que el laboratorio pase a ser un negocio, si bien es cierto el esfuerzo hecho por los alumnos que han implementado el laboratorio servirá para los estudiantes que vienen en los ciclos inferiores, por lo que la universidad debe asumir el mantenimiento del laboratorio porque este ya constituye un patrimonio de la universidad.

3.- ¿Se debería alquilar los equipos a externos para sustentar las necesidades del laboratorio?

No, de ninguna manera la implementación del laboratorio constituye estrictamente el uso de los equipos por parte de los estudiantes, lo que se pudiera es ofrecer algún servicio en el que los estudiantes puedan realizar su práctica bajo la dirección del docente.

4.- ¿La Universidad está dispuesta a contratar un laboratorista y a asumir los gastos que requiere el mantenimiento del Laboratorio?

Por supuesto, se debe plantear la necesidad de recursos humanos, económicos y materiales, se realizara el análisis adecuado y la universidad tendrá que contratar el recurso humano necesario, no habría inconveniente en realizar los justificativos

respectivos al Ministerio de Economía y Finanzas, lo que garantizara que el laboratorio funcione eficientemente.

Análisis e Interpretación

En la Universidad Técnica de Cotopaxi existe la disponibilidad por parte de las autoridades para asumir el mantenimiento del laboratorio con el factor económico y humano, lo que ayudara a que los estudiantes de la carrera de Comunicación Social no utilicen sus recursos para el mantenimiento de los equipos, así se está ayudando a realizar la práctica preprofesional sin ningún costo adicional.

El objetivo principal del laboratorio es ayudar a sus estudiantes a obtener mayor conocimiento en cuanto al manejo y utilización de equipos los mismos que podrán ser utilizados en la realización de proyectos y programas que tanto las distintas carreras como la universidad y las entidades públicas y privadas lo requieran.

De esta manera se estará prestando servicios y los estudiantes mejoraran sus conocimientos por medio del manejo, utilización de los equipos.

Encuesta realizada: Estudiantes de la Carrera de Comunicación Social (Universidad Técnica de Cotopaxi)

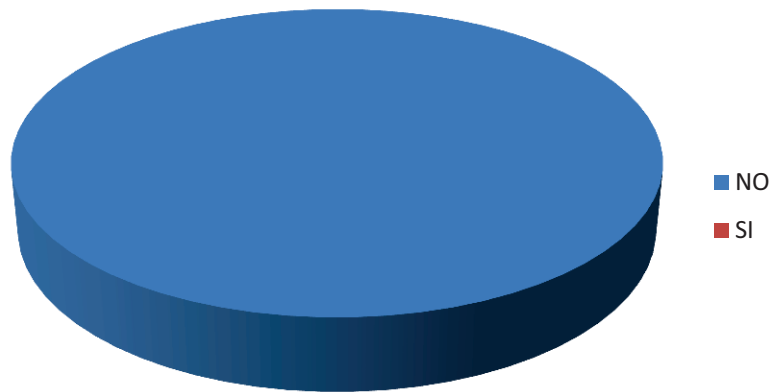
1.- ¿Cree que el funcionamiento del Laboratorio de cine, video y televisión en la Universidad Técnica de Cotopaxi, ayudara a mejorar la calidad académica en los estudiantes de Comunicación Social?



- De los 36 estudiantes encuestados 34 indicaron que con la implementación del Laboratorio se ayudara a mejorar la calidad académica, puesto que podrán realizar sus prácticas y a la vez podrán conocer sobre el uso, manejo y utilidad que tiene cada equipo que forma el laboratorio de cine, video y televisión, por otro lado dos estudiantes dijeron que el laboratorio no será un aporte para la Carrera de Comunicación Social.

2.- ¿Estaría dispuesto a pagar por la utilización del laboratorio por hora?

PAGO POR LA UTILIZACION DEL LABORATORIO



- Todos los estudiantes no están dispuestos a pagar por la utilización del laboratorio pues si bien es cierto la Universidad brinda sus servicios a toda la comunidad incluyendo a los de bajos recursos económicos de la Provincia, de este modo se cumple con lo estipulado en el proyecto político de la universidad que propone trabajar con la comunidad.

3.- ¿Para el mantenimiento del laboratorio considera pertinente que la UTC alquile los equipos para la utilización fuera?



- 30 estudiantes suponen que el alquiler de equipos a externos no se debe tomar como una opción ya que podrían sufrir daños y producirían malestar al momento de realizar sus prácticas, 6 estudiantes consideran que si se debe alquilar los equipos.

4.- ¿Quién debería dar el mantenimiento a los equipos?



- 30 de los estudiantes encuestados creen que el mantenimiento del laboratorio y sus equipos es muy importante por lo que se debería contratar un técnico externo que sea especialista en el manejo y uso de equipos comunicacionales, para que sea el encargado de vigilar el trato y uso que se dé a los equipos.
- 3 estudiantes consideran que el mantenimiento de los equipos del laboratorio lo deben realizar los docentes.
- 2 estudiantes dijeron que quien debe realizar el mantenimiento de los equipos deben ser los mismos estudiantes.
- 1 estudiante considera que quien debe dar el mantenimiento a los equipos es una persona responsable del laboratorio.

CONCLUSIONES

- Mediante la investigación realizada se concluye que la Universidad Técnica de Cotopaxi bajo la dirección del Ing. Hernán Yánez (Rector) está dispuesta a asumir todos los gastos de sustentabilidad y mantenimiento de los equipos que se encuentran en el Laboratorio.

- Los equipos no deben ser alquilados puesto que son para uso exclusivo de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social.

- Se concluye también que al implementarse un laboratorio de televisión se beneficiara a los estudiantes de la carrera, ya que ellos harán posible la realización de productos comunicacionales que impartan información de la labor que presta la universidad a la sociedad, además que podrán generar mayor conocimiento sobre la utilidad, manejo, uso de cada uno de los equipos.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que los docentes de la carrera de comunicación se encarguen de buscar una persona técnica adecuada para que sea quien se encargue del laboratorio.

- Se recomienda también realizar el mantenimiento de los equipos con la ayuda de los estudiantes ya que esto ayudará a que mejoren sus conocimientos y puedan realizar esta actividad en su futuro profesional.

- Es recomendable crear productos comunicacionales que llamen la atención al público en general con el fin de obtener beneficios que ayudaran a la sustentabilidad del laboratorio.

CAPITULO III

DISEÑO DE LA PROPUESTA

3.1 Título

3.1.1 Institución Ejecutora

Universidad Técnica de Cotopaxi.

Estudiantes del séptimo ciclo del periodo abril 2010.

3.1.2 Beneficiarios

Universidad Técnica de Cotopaxi.

Carrera de comunicación social.

Estudiantes de promociones inferiores.

Postulantes o tesistas.

3.2 ANTECEDENTES

El laboratorio se está implementando para los estudiantes de los ciclos inferiores, para que tengan la facilidad de poner en práctica lo aprendido en la teoría, además que podrán conocer todo lo relacionado con el manejo, uso, elementos y métodos para mantener bien estructurado el laboratorio. También se incrementara el conocimiento sobre todos los equipos y su funcionalidad.

El Laboratorio estará orientado para producir cambios en la Educación, y también hacia la comprensión de los alumnos y de sus consecuencias a largo plazo para la sociedad, en el ejercicio de su profesión. Un instrumento crucial como es el equipamiento del laboratorio de tv, para el cambio efectivo que surge de la experimentación de nuevas soluciones a los problemas cotidianos.

3.3 JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de sustentabilidad en el laboratorio ayudara a los estudiantes a mantener un sistema económico por medio de pequeños ingresos que serán aportaciones por servicios de utilidad tanto del laboratorio como de los equipos, estos beneficios serán expuestos a los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de cada Unidad Académica, Instituciones públicas y privadas que requieran de la utilización del mismo, la sociedad en general, además se podrá ayudar con un previo asesoramiento a de la utilización, manejo, producción de productos comunicacionales, de este modo estaremos realizando una adecuada vinculación con la Sociedad, como es característica de la U.T.C.

3.4 OBJETIVOS

3.4.1 Objetivo General

- Plantear propuestas que brinden sustentabilidad al Laboratorio de televisión en la Universidad Técnica de Cotopaxi.

3.4.2 Objetivos Específicos

- Crear propuestas que ayuden a sustentar económicamente el Laboratorio, con fácil accesibilidad para los estudiantes y la sociedad en general.
- Elaborar un presupuesto anual del laboratorio de televisión.
- Determinar las áreas de producción de tv y cine en las que el laboratorio pueda funcionar en horas y fuera de clases.
- Identificar las fuentes de financiamiento de los costos de operación en el laboratorio de televisión.

3.5 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA PROPUESTA

El laboratorio será muy útil para los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social, puesto que le servirá de mucha ayuda para el aprendizaje de cada estudiante, obtener conocimiento de equipos, utilización, mantenimiento, que es muy indispensable para mantener un desempeño profesional adecuado, además con el proyecto de sustentabilidad podremos mantener el laboratorio con los recursos necesarios para su funcionamiento.

3.6 MODELO OPERATIVO

3.6.1 Fase de planificación

Para generar ingresos en el laboratorio realizaremos propuestas con bajos costos para que se pueda utilizar el espacio físico y los materiales del laboratorio.

Se plantean posibles valores para el cobro de la realización de productos comunicacionales

Con estas propuestas además de tratar de sustentar económicamente el Laboratorio se buscara también crear responsabilidad bajo la utilización de cada equipo y las instalaciones.

3.6.2 Fase de ejecución

La ejecución de estas propuestas se realizara en inicio del ciclo académico correspondiente, además se contara con un estricto control de cada uno de los ingresos que genere el Laboratorio, con la ayuda de docentes y estudiantes de la Carrera, para lo cual se ha creado una tabla de productos comunicacionales con sus respectivos valores y ofertarlos al público en general con el fin de generar un ingreso que aportara a la sustentabilidad del Laboratorio de Cine, Video y Televisión en la Universidad Técnica de Cotopaxi.

TABLA DE PRODUCTOS COMUNICACIONALES A OFERTAR

<i>PROPUESTA</i>	<i>VALOR</i>
• REVISTA O BOLETÍN	25.00
• LOGOTIPOS	25.00
• VIDEOS	50.00
• PUBLICIDADES	100.00
• ESPOTS	50.00
• EDICION DE VIDEO	100.00
• OTROS

La cotización que se presenta ha sido tomada en relación a los servicios que prestan externos, pudiendo ser cambiada a criterio de responsable, docentes y estudiantes que hagan uso del Laboratorio.

Los estudiantes por ser de bajos recursos económicos y al considerar al Laboratorio como patrimonio exclusivo de la Universidad Técnica de Cotopaxi solo se podrán brindar servicios con el fin de sustentar la utilización del Laboratorio.

GLOSARIO DE TERMINOS

Criterio.- Regla o norma conforme a la cual se establece un juicio o se toma una determinación.

Formación.- Sinónimo de educación (El proceso multidireccional mediante el cual se transmiten conocimientos, valores, costumbres y formas de actuar)

Laboratorio.- es un lugar dotado de los medios necesarios para realizar investigaciones, experimentos, prácticas y trabajos de carácter científico, tecnológico o técnico; está equipado con instrumentos de medida o equipos con que se realizan experimentos, investigaciones o prácticas diversas, según la rama de la ciencia a la que se dedique

Proyecto.- Es el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo.

Político.- Es el proceso por el cual el uso de la fuerza coercitiva es legitimado. Este se orienta ideológicamente hacia la toma de decisiones para la consecución de los objetivos de un grupo en asuntos públicos. La ciencia política es una ciencia social que estudia dicha conducta de una forma académica utilizando técnicas de análisis político.

Propuesta.- Ofrecimiento o invitación para hacer una cosa determinada. Oferta, proposición

Sustentabilidad.- Es un término que se puede utilizar en diferentes contextos, pero en general se refiere a la cualidad de poderse mantener por sí mismo, sin ayuda exterior y sin agotar los recursos disponibles.

REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA

- UNIVERSIDAD de Palermo, disponible en <http://www.palermo.edu>(Consultado el 12/6/2011/ 17:00)
- UNIVERSIDAD Santiago de Chile, disponible en <http://www.usach.cl>(Consultado el 12/6/2011/ 17:00)
- UNIVERSIDAD Tecnológica de San Juan del Rio Querétaro, disponible en <http://www.utsjr.edu.mx>(Consultado el 12/6/2011/ 17:00)
- UNIVERSIDAD Santiago de Guayaquil, disponible en <http://www2.ucsg.edu.ec/>(Consultado el 12/6/2011/ 17:00)
- SOLANO Víctor, disponible en <http://www.victorsolano.com>(Consultado el 14/6/2011/ 17:00)
- FONSECA María, Comunicación Oral, disponible en http://books.google.com.ec/books/about/COMUNICACION_ORAL_FUNDAmentos_Y_PRACTICA.html?id=Xp2R2xDrT0EC&redir_esc=y(Consultado el 14/6/2011/ 17:00)
- STANTON, ETZEL Y WALKER, Definición de Comunicación, disponible en <http://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>(Consultado el 14/6/2011/ 17:00)
- LAMB, HAIR Y MCDANIEL, Definición de Comunicación, disponible en <http://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>(Consultado el 14/6/2011/ 17:00)
- ROBBINS Y COULTER, Definición de Comunicación, disponible en <http://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>(Consultado el 14/6/2011/ 17:00)

- BERLO David, disponible en <http://html.rincondelvago.com/modelo-de-comunicacion-de-berlo.html>(Consultado el 14/6/2011/ 17:00)
- GIBSON, Comportamiento, estructura y procesos, 1996. p.650.(Consultado el 14/6/2011/ 17:00)
- WILBUR Schramm, disponible en <http://www.infoamerica.org/teoria/schramm1.htm> (Consultado el 14/6/2011/ 17:00)
- ÁLVAREZ Lorena, Módulo Radio II (2007 Pág. 36)(Consultado el 14/6/2011/ 17:00)

ANEXOS

ANEXO 1

Tabla de control de propuestas de Sustentabilidad.

LABORATORIO UTC										
FECHA:										
Implementación de laboratorio de televisión en la universidad técnica de Cotopaxi: propuestas para la utilización de laboratorio de video, cine y televisión. En apego al proyecto político universitario, a la formación académica y al fortalecimiento institucional, bajo criterios de sustentabilidad.	Trabaja con fondos propios		Genera ingresos productivos		Atención al cliente		Maneja un presupuesto		Auto gestiona miento y operación	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO

ANEXO 2



