



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL
DE TESIS DE GRADO

TEMA

**“ANÁLISIS DE LOS PROYECTOS QUE TIENEN QUE VER CON LA
IMPLEMENTACIÓN DE TALLERES DE PRODUCCIÓN DE IMPRESOS EN LAS
UNIVERSIDADES DEL SECTOR PÚBLICO EN LA REGIÓN CENTRAL DEL
PAÍS”.**

Tesis Presentada Previa La Obtención Del Título De Licenciatura En
Comunicación Social.

AUTORES:

TIPÁNCHICAIZA XIMENA MARIBEL
TOAPANTA GUANOQUIZA MERY ELSA

DIRECTOR:

LIC. FRANKLIN FALCONÍ

Latacunga – Ecuador

Octubre-2012



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

AUTORIA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “ANÁLISIS DE LOS PROYECTOS QUE TIENEN QUE VER CON LA IMPLEMENTACIÓN DE TALLERES DE PRODUCCIÓN DE IMPRESOS EN LAS UNIVERSIDADES DEL SECTOR PÚBLICO EN LA REGIÓN CENTRAL DEL PAÍS.”, son de exclusiva responsabilidad de los autores.

.....
TipánChicaiza Ximena Maribel

C.I.050301058-9

.....
ToapantaGuanquiza Mery Elsa

C.I. 050338493-5



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director de Tesis bajo el título:

ANÁLISIS DE LOS PROYECTOS QUE TIENEN QUE VER CON LA IMPLEMENTACIÓN DE TALLERES DE PRODUCCIÓN DE IMPRESOS EN LAS UNIVERSIDADES DEL SECTOR PÚBLICO EN LA REGIÓN CENTRAL DEL PAÍS, de **TIPÁN CHICAIZA XIMENA MARIBEL Y TOAPANTA GUANOQUIZA MERY ELSA**, postulantes de **COMUNICACIÓN SOCIAL**, consideramos que la siguiente tesis cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio.

Latacunga, Septiembre, 2012

EL DIRECTOR

EL DIRECTOR

Lic. Franklin Falconí

C.C. 180245438-7



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DEL GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, los postulantes: **TIPÁN CHICAIZA XIMENA MARIBEL Y TOAPANTA GUANOQUIZA MERY ELSA**, con el título de tesis: **“ANÁLISIS DE LOS PROYECTOS QUE TIENEN QUE VER CON LA IMPLEMENTACIÓN DE TALLERES DE PRODUCCIÓN DE IMPRESOS EN LAS UNIVERSIDADES DEL SECTOR PÚBLICO EN LA REGIÓN CENTRAL DEL PAÍS.”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, **25 de Octubre 2012**

Para constancia firman:

Lic. Tania Villalva
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Lic. Jessenia Cabrera
MIEMBRO

Lic. Lorena Álvarez
OPOSITOR

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mis padres, quienes han sido un ejemplo de superación, y mi apoyo fundamental para la finalización de mi carrera universitaria, a mi esposo quien con su amor y comprensión supo alentarme cuando más lo necesite, a la personita que cambió mi vida a mi hijo Cristófer quien fue, es y será mi inspiración para seguir adelante.

Autor: Ximena Tipán

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico en especial a mí querida madre, a mi hermano Marco quien siempre me están alentándome con palabras sabias para seguir adelante, además fueron un ejemplo en mi vida y apoyo fundamental para llegar a la finalización de mi carrera universitaria.

Autora:Mery Toapanta

AGRADECIMIENTO

En esta etapa final, reitero mis sinceros agradecimientos a mis padres por brindarme la oportunidad de estudiar y por ser un eje fundamental en mi vida. A la universidad Técnica de Cotopaxi por haberme abierto sus puertas para emprender una carrera, a mis docentes quienes me impartieron todos sus conocimientos, en especial al Licenciado Franklin Falconí por ayudarme a finalizar mi trabajo de investigación.

Autora: Ximena Tipán

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi madre y a mi querida familia por estar alentándome a superarme cada día más en mi vida futura. A la Alma Mater como es la Universidad Técnica de Cotopaxi por haberme abierto las puertas para poder obtener una carrera; a mis queridas licenciadas quienes me transmitieron sus conocimientos, pero agradezco en especial a mi tutor de tesis Lic. Franklin Falconí por el apoyo brindado en la finalización de este proyecto de investigación.

Autor. Mery Toapanta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

“ANÁLISIS DE LOS PROYECTOS QUE TIENEN QUE VER CON LA IMPLEMENTACIÓN DE TALLERES DE PRODUCCIÓN DE IMPRESOS EN LAS UNIVERSIDADES DEL SECTOR PÚBLICO EN LA REGIÓN CENTRAL DEL PAÍS.”

Autoras:

TipánChicaiza Ximena Maribel

ToapantaGuanoquiza Mery Elsa

RESUMEN

Esta investigación se ha realizado con el propósito de conocer los talleres de impresos que existen dentro de otras universidades, ya que puede ser de gran ayuda, para un mejor funcionamiento del laboratorio de impresos de la Universidad Técnica de Cotopaxi. Para esta investigación nos hemos basado en la Universidad Técnica de Ambato (UTA), porque ésta cuenta con taller de impresos propios, lo cual le ha permitido vincularse con otras redes de editoriales. También nos basamos en el taller de impresos que existe en la Universidad Central del Ecuador, en Quito, que de igual manera cuenta con un periódico denominado “Latitud Cero” y a vez ha realizado varias ferias del libros gracias a los convenios que tiene con algunas redes de editoriales. Con esta investigación, y con los datos recogidos, hemos notado que un taller de impresos es necesario para el desarrollo de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi. Por ello es que en esta investigación se ha planteado como objetivo principal Identificar qué recursos técnicos y científicos son utilizados en las editoriales de las distintas universidades del sector público, para efectos de la difusión académica. Por medio de este objetivo se logró identificar qué técnicas son utilizadas dentro de las editoriales investigad



TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

ACADEMIC UNIT OF ADMINISTRATIVE SCIENCES AND HUMANITIES

“ANALYSIS OF PROJECTS ABOUT THE IMPLEMENTATION OF PRINT SHOPS PRODUCTION IN PUBLIC UNIVERSITIES OF THE CENTRAL REGION OF ECUADOR ”

Authors:

TipánChicaiza Ximena Maribel

ToapantaGuanquizaMery Elsa

Abstract

The purpose of this research was to know about the print shops in other universities because it may be helpful as a reference for the functioning of the print shop at Technical University of Cotopaxi.

This research is based on the Technical University of Ambato since it has a print shop, which has allowed it to be linked to other editorials.

The print shop of the Central University of Ecuador has also been referenced because it publishes a newspaper called “Latitude Zero” and it has organized several fairs of books thanks to agreements with some publishers networks. With this research and through the data collection, we have noticed that a print workshop is necessary for the development of the Social Communication career at the Technical University of Cotopaxi. Therefore, the main objective of this research has been to identify the technical and scientific resources which are used in the editorials of the different universities in the public sector, for academic webcasting, purpose.

Through this objective the main techniques used by the research editorials were identified.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

AVAL DE REVISIÓN DEL ABSTRACT

A solicitud de **TipánChicaiza Ximena Maribel y ToapantaGuanokuizaMery Elsa**, postulantes al Título de Licenciadas en Comunicación Social, perteneciente a La Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de La Universidad Técnica de Cotopaxi. Certifico haber realizado la revisión y las correcciones necesarias en el “ **Abstract**”, del tema: “**ANALYSIS OF PROJECTS ABOUT THE IMPLEMENTATION OF PRINT SHOPS PRODUCTION IN PUBLIC UNIVERSITIES OF THE CENTRAL REGION OF ECUADOR** ”

Latacunga, Julio , del 2012

EL PROFESOR

Lic. Msc. Edgar Encalada T.

C.I. 050182417-1

Docente –Investigador UTC

INTRODUCCIÓN

A lo largo de los tiempos, algunas universidades han necesitado siempre de algo fundamental, como es un taller de impresos, sobre todo dentro de las carreras de Comunicación Social. En Ecuador no todas las universidades cuentan con un taller de impresos, el cual elevaría más el nivel académico de los estudiantes, porque se combinaría lo práctico con lo teórico.

En la región central del país, o en la zona más cercana a la UTC, se ha identificado que existen solo dos universidades públicas, como son la Universidad Técnica de Ambato y la Universidad Central del Ecuador de la ciudad de Quito, que cuentan con un taller de impresos, lo cual les ha permitido que se eleve su imagen institucional.

En la provincia de Cotopaxi solo existe una sola universidad pública, la UTC, y en ella no existe un taller de impresos dentro de la carrera de Comunicación Social, razón por la cual, a lo largo de este tiempo, ha sido más difícil el mejoramiento de la imagen institucional.

Se superarán estos inconvenientes a través de una implementación de una primera fase de taller de impresos dentro de la Carrera de Comunicación Social, lo cual permitirá integrar a toda la universidad con la información pertinente, a través del material impresos que proporcione este taller y así todos tendremos un solo criterio de la universidad.

Esta investigación titulada: “Análisis de los proyectos que tienen que ver con la implementación de talleres de producción de impresos en las universidades del sector público en la región central del país.”, es enfocada en tres capítulos; en cada uno de los cuales se abordan temas que son. Desarrollados con el soporte de fuentes bibliográficas que confiere al documento la respectiva credibilidad y originalidad.

En el Capítulo I. Se desarrolla la temática del Marco Teórico, comenzando con los antecedentes de la investigación. En éstos se destaca toda la información recolectada de las universidades visitadas, y como los talleres de impresos han aportado a la prominencia institucional de las universidades.

El Capítulo II. Contiene el análisis e interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas a los docentes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato, y entrevistas aplicadas al Vicerrector Académico de la Universidad Técnica de Ambato, y el encargado de la editorial de la Universidad Central del Ecuador.

El Capítulo III. Este capítulo de la tesis explica el diseño de la propuesta que ha de contribuir al desarrollo de la implementación. Además se describe detalladamente la propuesta de la difusión del taller de impresos dentro de la Carrera de Comunicación Social.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada	
Autoría	ii
Aval del director de tesis	iii
Aprobación del tribunal de grado	iv
Dedicatoria	v - vi
Agradecimiento	vii-viii
Resumen	ix
Abstract	x
Aval del docente del centro de idiomas	xi
Introducción	xii-xiii
Índice	xiv

CAPÍTULO I

1. Antecedentes de la investigación	1- 4
1.1 Categorías fundamentales	5
1.2 Marco teórico	6
1.2.1 Difusión Académica	6 -7
1.2.2 Universidades	7 - 8
1.2.3 Responsables de Publicaciones	9 - 11

1.2.4 Reglamentos para Publicaciones	11 -15
1.2.5 Medios Masivos	16 - 23
1.2.6 Tecnologías de la Comunicación	23 - 26
1.2.7. Productos Impresos	26 - 31
1.2.8 Taller Básico de Impresos	31 - 32

CAPÍTULO II

2. Análisis e interpretación de resultados	33
2.1. Breve caracterización del objeto de estudio	33 - 36
2.2. Caracterización de la metodología empleada	37
2.2.1 Tipo de investigación	37
2.2.2 Metodología	37 - 38
2.2.3 Unidad de estudio	38
2.2.4 Métodos y técnicas	39
2.3 Caracterización de las variables utilizadas	40 - 42
(Operalización de variables)	
2.4 Análisis e interpretación de resultados	43
2.4.1 Análisis e interpretación de resultados de los criterios de los docentes de la carrera de Comunicación Social de la U.T.A.	43 - 50
2.4.2 .Análisis de los criterios de los encargados de las editoriales universitarias de la uta y de la universidad central del ecuador .	51 - 58
2.4.3 Conclusiones	59

2.4.4. Recomendaciones	59
------------------------	----

CAPITULO III

2.5 Datos informativos	60
2.5.1 Título de la propuesta	60
2.5.2 Antecedentes	60 - 61
2.5.3 Justificación	61
2.5.4 Objetivos de la propuesta	61 - 62
2.5.5 Propuesta	62
2.5.6 Descripción de la propuesta	62 - 68
Bibliografía	
Anexos	

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Las Universidad Central del Ecuador cuenta con Taller De Impresos y a la vez con periódico universitario la cual se llama Latitud Central fruto de es te taller de impresos.

Taller De Impresos De La Universidad Central Del Ecuador

Perfil

La Editorial Universitaria, tiene como objetivo, editar libros, revistas, periódicos, folletos y demás material impreso, dentro del ámbito universitario de producción científica e información.

Misión

Es una dependencia universitaria de apoyo a las actividades administrativas y académicas, encargada de la realización de trabajos de imprenta para la institución. Así también, posibilita la difusión del pensamiento, la cultura, el arte y la investigación por medio de la publicación de libros en diferentes disciplinas del conocimiento.

Visión

Ser una organización eficiente, con capital humano competente y tecnología moderna en sus diferentes áreas, reconocida por la calidad de los trabajos que aquí se realizan; que logra la satisfacción del cliente que requiere nuestros servicios. Aspiramos que nos vean como una Editorial confiable, así como un soporte eficaz en la solución de las inquietudes de nuestros usuarios en la rama gráfica.

Periódico Universitario LATITUD CENTRAL.

Descripción general del servicio:	
Nombre	: Periódico Universitario LATITUD CENTRAL.
Descripción Corta	: En la Editorial Universitaria, se publica mensualmente el periódico universitario LATITUD CENTRAL.
Descripción	: <p>Se encuentran en proceso de publicación las siguientes obras:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ANALES año 2011 • LA LÓGICA Y LA DIALÉCTICA.- Dra. Ximeña Núñez • LA VIDA DE LAS PLANTAS.- Dr. Francisco Latorre • CINCHONIA No. 10 (revista).- Herbario Alfredo Paredes.- Escuela de Biología de la Facultad de Filosofía • JURISPRUDENCIA (revista).- Facultad de Jurisprudencia • 10 CLAVES PARA QUEDARSE EN UNA INSTITUCIÓN POR MUCHO TIEMPO (folleto).- Vicerrectorado Administrativo y Financiero • Retoque digital del LIBRO DE ORO.- Archivo General. <p>Además, se realiza toda clase de trabajos para las facultades y dependencias universitarias como son: afiches (full color), trípticos, gigantografías, invitaciones, diplomas, títulos y papelería en general</p> <p>Contamos con un procesador de placas metálicas finalizadas, para las prensas offset: GTO 52, GTO 46 y KORS, el mismo que sirve para dar servicio a la comunidad universitaria.</p>

Se ha encontrado que en la Universidad Técnica De Cotopaxi existe una propuesta de implementar un taller de editoriales de impresos, en base a la necesidad encontrada en la carrera de Comunicación Social, consideramos que es importante

implementar una editorial de impresos que proporcione una mejor oferta académica.

La implementación de talleres de producción de impresos actividad editorial que está íntimamente ligado a la vida universitaria. Un objetivo central de las instituciones universitarias es la difusión del conocimiento y durante los últimos años, y seguramente en el futuro, el libro ha sido el vehículo más adecuado para ello.

En los últimos años los talleres de producción de impresos ha estado sufriendo grandes transformaciones tanto en la incorporación de nuevas tecnologías como en la concentración de editoriales por grandes corporaciones.

En la actualidad, existen universidades que no cuentan con una editorial de impresos ya que en la Universidad Técnica de Ambato y la Universidad Central Del Ecuador hay por lo menos una editorial de impresos, lo que ha beneficiado en gran parte al desarrollo académico de los estudiantes y sobre todo las materias que están relacionadas.

Si la universidad, contara con este taller de impresos podría, afrontar algunos desafíos es decir tendría un modelo de convalidación y sus docentes e investigadores aparentemente, se dieran cuenta de la calidad de sus trabajadores intelectuales y de los productos académicos que son producidos por los estudiantes.

La implementación de talleres de producción de impresos editoriales contribuirá a la difusión y promoción de un libro universitario entre profesores, estudiantes, investigadores y lectores en general. Ya que desde el servicio de publicaciones de una universidad se ofrece un lugar donde los profesores e investigadores pueden mostrar los resultados de sus investigaciones, de sus tesis doctorales, de sus estudios realizados dentro de la misma.

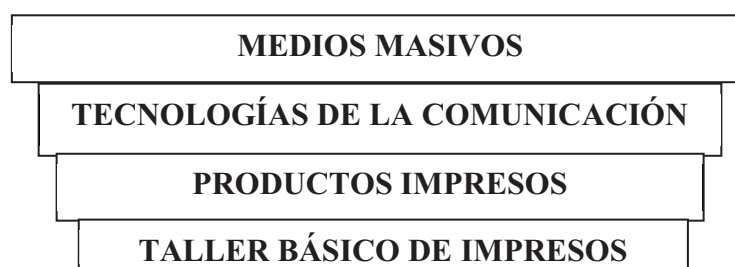
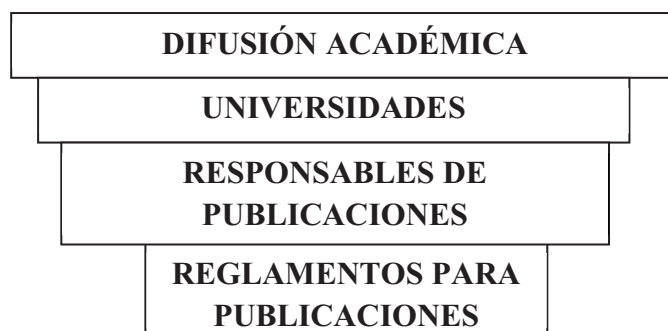
Los talleres de impresos contribuyen a la difusión y promoción de un libro universitario entre profesores, estudiantes, investigadores y lectores en general.

Desde el servicio de publicaciones de una universidad que ofrece un lugar donde los profesores e investigadores pueden mostrar los resultados de sus investigaciones, de sus tesis doctorales, de sus estudios.

En este sentido, los talleres de impresos contribuyen a la difusión del conocimiento y su posición de cara al mercado del libro se sitúa en términos de igualdad en relación con las editoriales no universitarias.

En este sentido, la implementación de talleres de producción de impresos contribuyen a la difusión del conocimiento y su posición de cara dentro de la provincia se sitúa en términos de igualdad en relación con las editoriales que existen en otras universidades.

1.1 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES



Elaborado por:

Tipán Ximena

Toapanta Mery

1.2 MARCO TEÓRICO

1.2.1 Difusión Académica

“Defiende la enseñanza un proceso que facilita la transformación permanente del pensamiento, las actitudes y los comportamientos de los alumnos/as, provocando el contraste de sus adquisiciones más o menos espontaneas en sus vida cotidiana con las proposiciones de las disciplinas científicas, artísticas y especulativas y también estimulando su experimentación en la realidad”

(GÓMEZ, 1992 Pág.80)

“Propone una teoría de procesamiento de la información, y define la enseñanza como una actividad interpersonal dirigida hacia el aprendizaje de una o más personas. es una actividad, y por lo tanto puede ser efectiva o no. Lo propio de la enseñanza es ser un medio facilitador del aprendizaje. ”

(KLAUER, 1985 Pág. 81.)

Según Manuel Calvo Hernando.-“Se entiende por difusión el envío de mensajes elaborados en códigos o lenguajes universalmente comprensibles, a la totalidad del universo receptor disponible en una unidad geográfica, sociopolítica, cultural, etc.

Para el conocido divulgador mexicano Luis Estrada, “es frecuente emplear la palabra difusión cuando se hace referencia a la comunicación entre personas que conocen un campo, es decir, el intercambio de conocimientos entre personas

agrupadas por motivos profesionales o por intereses específicos. Este es el caso de la difusión de las investigaciones entre biólogos, sociólogos, etc. Lo que caracteriza a este tipo de difusión es que presupone que el destinatario de un mensaje conoce el tema, aunque no sea un experto. Por ello, muchos califican este tipo de comunicación como horizontal.”

(Pág.<http://www.manuelcalvohernando.es/articulo.php?id=8>)

Según las tesis de todo proceso de comunicación tiene un propósito que es el de comunicar y de dar a conocer lo requerido la difusión académica permitirá el desarrollo académico de los estudiantes así también mejorara la forma de transmitir información entre docentes y estudiantes. Pues este es un aspecto fundamental en el proceso de enseñanza aprendizaje en las universidades y en especial en la carrera de comunicación social.

1.2.2 Universidades

Una Universidad es una institución de enseñanza superior, dividida en facultades según las especialidades de estudio que la misma pueda ofrecer. El término, además, se aplica para el edificio destinado a la enseñanza superior. La Universidad moderna nació en Europa occidental en el siglo XIII como una comunidad autónoma de maestros y discípulos que se reunían para compartir instalaciones académicas y alojamiento. La palabra universidad constituía una abreviatura de la expresión latina *universitas magistrorum et scholarium* (gremio o unión de maestros y estudiantes), organizada para el beneficio mutuo y la protección legal de este colectivo.

(Pág. <http://www.abconceptodefinicion.de/universidad/>)

La palabra universidad deriva etimológicamente del vocablo latino “universitas”, donde uno significa uno o algo único e indiviso, y “verto” es girado, o sea “girado hacia uno”. En el Medioevo cualquier asociación o comunidad, con intereses o fines comunes, siendo una de ellas las destinadas a la enseñanza.

Universidades, históricamente hablando, como institución, datan de la Europa medieval, aunque tiene antecedentes en las culturas Griega, Romana y Árabe, las primeras instituciones con una organización formal nacieron en Europa Occidental; Bolonia y París representan los prototipos de universidades medievales, tanto por su antigüedad como por su forma de organización, Se considera que, aunque evolucionaron paulatinamente, para el siglo XII ya estaban constituidas como tales; a lo largo del tiempo, como se señaló precedentemente, evolucionaron hasta lo que hoy vivimos como Universidad, intentando siempre estar a la vanguardia del acontecer de la sociedad.

“Para analizar el concepto de Universidad es conveniente revisar brevemente el desarrollo histórico de las instituciones que reciben este nombre. Estas instituciones no fueron diseñadas de acuerdo a alguna idea o concepto predeterminado, sino que fueron evolucionando a lo largo del tiempo y definiendo, en este proceso, sus características, sus valores, sus principios y sus objetivos.”

(GÓNZALEZ1992)

Las tesis, toda universidad debe estar creada de acuerdo como vaya evolucionando el tiempo y así ir definiendo sus características y sus propios objetivos sobre todo sus propios principios.

1.2.3 Responsables De Publicaciones

La labor editorial de las universidades constituye un espacio particular dentro del campo de la edición, fundamentalmente porque se ve sometida a la presión de dos lógicas. Por un lado, se desarrolla en el marco de instituciones académicas cuyas funciones primordiales son la docencia, la investigación y la extensión, y en las que la publicación es pensada como el correlato natural de esas funciones. Por otro, la editorial universitaria enfrenta los problemas propios de organizar (y sostener en el tiempo) una empresa de cultura, es decir, un emprendimiento que debe disponer de presupuesto, administración y políticas eficaces para hacer libros y para lograr que esos libros lleguen a sus lectores.

“hay investigadores que se comportan como si el periódico solo fuera una publicación profesional con una circulación muy amplia o una especie de oficina de relaciones públicas de su laboratorio o de su universidad”

(HERNANDO, Pág. 23)

Quiénes publican en las universidades.

Un aspecto relevante en este estudio exploratorio sobre las publicaciones universitarias era identificar quienes publican en las ediciones universitarias.Cuál es la relación del docente y los investigadores universitarios con las diferentes publicaciones que realizan las instituciones de educación superior. Las informaciones recogidas revelan una variación considerable en relación con el número de docentes e investigadores que publican y el tipo de materiales que publican.

Respecto al número de docentes y de investigadores que publican en las universidades dominicanas, el mismo es significativamente reducido.

Cabe esperar que con la creación de la Secretaría de Estado de Educación Superior, Ciencia y Tecnología este último aspecto adquiriera la relevancia que se le confiere en la producción del conocimiento que demanda el desarrollo del país.

Los datos relativos al número de docentes e investigadores que publican en las diferentes universidades se encuentran muy disperso y en algunos casos no se encuentra registrado. Al respecto las informaciones obtenidas reflejan que solo el Instituto Tecnológico de Santo Domingo (INTEC) cuenta con un registro que da cuenta de 87 investigadores y 163 docentes que publican. Universidad Iberoamericana el número es 30 docentes y 8 investigadores. En la Universidad Tecnológica del Cibao (UCATECI) la proporción es 14 docentes y 8 investigadores. En la Universidad de la Tercera Edad dan cuenta de 5 profesores. En la Universidad del Caribe se registran 20 docentes mientras en la Universidad Experimental Felix Adam 26 docentes y 6 investigadores han publicado.

Tipos de publicaciones universitarias.

En el desarrollo del estudio se pudo identificar cuatro tipos de ediciones realizadas por las instituciones de educación superior.

1. En primer lugar se sitúan las publicaciones formales. Así llamaremos a los libros que sean de texto, de consulta o publicaciones de interés general para un mercado no universitario.
2. En segundo lugar, los materiales de apoyo a la docencia. Está constituida por una producción permanente con una frecuencia hasta de tres reimpressiones al año.
3. En tercer lugar se encuentran las publicaciones periódicas, revistas en las que se divulgan resultados de investigación, ensayos y artículos de opinión y boletines internos que difunde las actividades de la institución de educación superior.
4. En cuarto lugar, podemos incluir la papelería y materiales impresos requeridos para el desenvolvimiento de la tarea docente, administrativa y de extensión de las universidades.

5. En quinto y último lugar se puede identificar los documentos oficiales de la universidad.

En lo que se refiere a las publicaciones periódicas o revistas el estudio destaca el interés de las instituciones de educación superior por establecer un medio permanente de divulgación de ensayos, artículos y resultados de investigación o tesis que sirva de puente entre la universidad y la sociedad. En los últimos años el número de revistas universitarias se ha diversificado de la misma manera en que se han establecido nuevas instituciones de educación superior.

(Pág. <http://www.iesalc.unesco.org.ve/dmdocuments/biblioteca/libros/2.pdf>)

Según las tesis, con el pasar del tiempo nos hemos podido dar cuenta que no todas las universidades cuentan con personas responsables para las editoriales pues muchas de esta tan poco cuentan con un taller de impresos que les permita elaborar libros, revista, etc. a pesar de este retraso que se ha dado ya sea por la falta de presupuesto o por la mala administración o por la falta de organización. Pocas han sido las universidades que han logrado dar este gran paso el mismo que ha beneficiado a estudiantes y docentes ya que estas universidades son las que cuentan con un cierto número de docentes e investigadores que les permiten publicar libros para otras universidades así mismo estas cuentan con diferentes tipos de publicaciones que aportan al desarrollo de los estudiantes y docentes académicamente.

1.2.4 Reglamentos Para Publicaciones

Según Gabriela Castañeda y Nicolás Pradilla.- “El taller es un acercamiento a las posibilidades y recursos en la generación de contenido, así como una introducción a las herramientas y técnicas necesarias para la elaboración de publicaciones impresas bajo un modelo experimental de baja escala. En el taller se busca generar contenidos para el soporte impreso y a su vez experimentar con la edición no ortodoxa con el propósito de especular acerca de lo que un libro puede ser.

Revisaremos algunos ejemplos de prácticas editoriales actuales que cuestionan el quehacer editorial.”

(CASTAÑEDA y PRADILLA, Pág. 1)

Las tesis, la creación de un taller de impresos nos permitirá generar nuevas posibilidades de aprendizaje y así poder desarrollar nuestros conocimientos de una manera menor ya que se busca demostrar la capacidad que tiene el estudiante con la ayuda del taller de impresos.

Para que sus trabajos puedan ser publicados es necesario que cumplan los siguientes requisitos:

Se recibirán para considerar su publicación en la revista trabajos que cumplan con uno de los siguientes tipos:

1. Reseñas De Tesis
2. Reseñas De Congresos, Jornadas, Eventos
3. Reseñas De Libros
4. Artículos Originales Inéditos, Artículos De Revisión, Estados Del Arte

- 1) Las reseñas de tesis deben dar cuenta de un trabajo de investigación realizado en forma individual, especificando el ámbito en el que fue desarrollado y el nivel de formación obtenido a partir de ella. Se debe exponer el marco teórico abordado, la metodología utilizada, los resultados obtenidos y las conclusiones arribadas.

Extensión máxima: 10.500 caracteres con espacio

- 2) Las reseñas de congresos, jornadas y/o eventos deben comentar, dar cuenta de las temáticas abordadas y exponer las posturas presentadas en algún encuentro, jornada o congreso de realización reciente y orientada a dar espacios de discusión y reflexión a quienes dedican su quehacer profesional a pensar el campo educativo. En la reseña deben constar los datos del encuentro (título, fecha y lugar

de realización, mención de la institución encargada de su organización, temática central del evento).

Extensión máxima: 7.000 caracteres con espacio

3) Las reseñas de libros deben comentar y abordar crítica y reflexivamente algún libro dedicado al campo de la educación que constituya una novedad, es decir, una publicación reciente en esta área del conocimiento. Es necesario que en el encabezado de la reseña consten los datos del libro (Título, Nombre del/los autor/es, Año, Editorial, Lugar de Edición y Número de páginas). Extensión máxima: 10.500 caracteres con espacio

4) Los artículos deben presentar la elaboración de los resultados de una investigación en curso o ya finalizada, o bien pueden ser artículos de revisión que planteen una nueva propuesta de tratamiento o abordaje de un tema/problemática. Se considerarán para su publicación a aquellos que sean trabajos académicos originales, en su temática y abordaje; que den cuenta de un tratamiento metodológico pertinente para el tipo de problemática o tema de estudio que aborden, y que respeten las reglas del campo académico, especialmente el rigor teórico. Los estados del arte deben ser exhaustivos en la exposición del tratamiento académico que ha recibido algún tema de relevancia para la investigación social. Extensión máxima: entre 35.000 y 40.000 caracteres con espacio, incluyendo notas, referencias bibliográficas, gráficos y cuadros. Estos trabajos deben incluir un resumen de 200 palabras, en español y en inglés. Si el idioma original del trabajo es distinto a estos dos idiomas debe acompañarse un tercer resumen en su idioma original. También deben constar por lo menos 4 (cuatro) palabras clave en español y en inglés, que sinteticen el contenido del trabajo condensando el área de conocimiento de referencia y los principales ejes temáticos abordados.

Condiciones de presentación comunes a todos los trabajos

- El/Los nombre/s del/los autor/es debe/n figurar debajo del título del trabajo refiriendo con un asterisco al final del documento, donde debe incluirse un breve CV que especifique títulos, académicos, obtenidos, lugar donde se desempeña profesionalmente (pertenencia institucional) y cargo que ocupa. Consignar también una dirección de e-mail del/los/las autor/es para publicar.
- Las citas textuales deben aparecer entre comillas y en letra bastardilla (por ejemplo: “Nuestra crisis actual ha sido atribuida tanto a la abrumadora celeridad del cambio. Al igual que cuando se hace alusión a una idea que no es propia pero utilizando palabras distintas a las usadas por el autor de referencia, en el caso anterior se debe dar a conocer el texto citado.

Las notas deben ubicarse al final del documento (inmediatamente antes que las referencias bibliográficas) y numerarse cronológicamente en números (1, 2, 3...). Las notas no pueden tener como contenido exclusivo referencias bibliográficas.

Evaluación

Los trabajos que se enmarquen dentro de la categoría artículos originales inéditos, artículos de revisión o estados del arte, se someterán a dos etapas de evaluación:

- a. Una primera lectura por parte del Comité de Redacción con el objeto de verificar si cubre los requisitos del perfil de la revista
- b. En caso de ser aceptado por dicho Comité, se enviará a dos evaluadores especialistas en el tema, de los cuales al menos uno será externo a la Institución editora.
- c. En caso de dictámenes polarizados, se discutirá en el seno del Comité de Redacción la resolución sobre su publicación y eventualmente se enviará a un tercer evaluador.

d. El proceso de evaluación demorará un plazo no menor de 60 días. Finalizado dicho proceso se comunicará al autor la resolución sobre la publicación de su artículo. En los casos que los artículos sean aceptados para su publicación con la condición de incluir modificaciones, las sugerencias de los evaluadores serán enviadas al autor del trabajo quien deberá remitir el mismo con los cambios requeridos en un plazo máximo de dos semanas.

e. En todo el proceso se conservará el anonimato de árbitros y autores.

- La publicación de las reseñas será definida por el Comité de Redacción de la revista. Éste podrá objetar su publicación de forma definitiva.

- Asimismo, es este Comité el que decidirá en qué número de la revista se incluirán los artículos y reseñas aceptados para su publicación, en virtud de la pertinencia de las temáticas y el espacio disponible.

- Todos los trabajos aceptados para su publicación en la revista estarán sujetos a la edición posterior por parte de los editores y diseñadores de la revista, con el propósito de ajustar el material a las pautas editoriales que rigen la publicación.

- La recepción de un trabajo no implica ningún compromiso de la revista para su publicación.

- Los autores ceden, al aceptarse su artículo, el derecho de su publicación

(Pág. http://www.semip.org/?page_id=115)

Según las tesis de cada universidad que cuenta con este proceso de edición tiende a cumplir con ciertas reglas que les permitirá elaborar adecuadamente sus libros los mismos que deben contar con ciertas presentaciones en los textos (nombre de los autores, citas textuales, etc.) cada uno de estas condiciones mejorar su presentación, así también estas ediciones tendrán que someterse a un tipo de evaluación por un comité el mismo que les aprobará su publicación. A todo este proceso se deben someter las universidades que cuenten con editoriales ya que

este sistema ayudara de mucho para que los estudiantes y docentes desarrollen más sus capacidades intelectuales al momento de producir un libro.

1.2.5 MEDIOS MASIVOS

“El ser humano desarrolla la capacidad de comunicar en grado máximo, como instrumento de interacción, de descubrimiento de la presencia del “otro”, de “consaber”, de saber con alguien. La comunicación así entendida es bivalente, de modo de quien transmite puede recibir y quien recibe de poder transmitir”

(PASCUALI. Pág. 33)

“En épocas actuales están atravesando, por las tecnologías los medios masivos de comunicación y las articulaciones con la economía y la política. Muy pocas esferas de la vida pública escapan a la influencia de los medios particularmente de la televisión la modernidad cuenta con ellos para irrigarse en el conjunto social y producir fenómenos de globalización, como consecuencia de su gran impacto los medios masivos definen la manera de estar ante los medios y con los medios en la sociedad de participar en su potencialidad y compartir la información que estos generan”

(VIZCAÍNO GUTIÉRREZ Pág. 11)

Medios de comunicación masivos o de masas (término también muy utilizado directamente en inglés: mass media) son los medios de comunicación recibidos simultáneamente por una gran audiencia, equivalente al concepto sociológico de masas o al concepto comunicativo de público. La finalidad de estos medios de comunicación es, según la fórmula acuñada específicamente para la televisión, formar, informar y entretener al público que tiene acceso a ellos. Atendiendo a los intereses que defienden, buscan el beneficio económico del empresario o grupo empresarial que los dirige, habitualmente concentrado en grandes grupos de

comunicación multimedia, e influir en su público ideológicamente y mediante la publicidad. La comunicación de masas es el nombre que recibe la interacción entre un emisor único (o comunicador) y un receptor masivo (o audiencia), un grupo numeroso de personas que cumpla simultáneamente con tres condiciones: ser grande, ser heterogéneo y ser anónimo. Los medios de comunicación de masas son sólo instrumentos de la comunicación de masas y no el acto comunicativo en sí.

(Pág. www.wikipedia.com)

Según las tesis las medias masivas están agrupadas en grandes grupos de comunicación es decir de forma constante entre el emisor y el receptor desarrollándose cada día más en nuevas tecnologías que sea de gran utilidad para el mundo.

Tipos de medios masivos

Televisión

Es un medio audiovisual masivo que permite a los publicistas desplegar toda su creatividad porque pueden combinar imagen, sonido y movimiento.

Según Lamb, Hair y McDaniel.- “Las emisoras de televisión abarcan la televisión de cadena o red (ABC, CBS, NBC y Fox Network), las estaciones independientes, la televisión por cable y un relativo recién llegado, la televisión satelital de emisión directa”

Ventajas

- La televisión posee un gran auge, poder; además hoy en día, prácticamente en todas las casas existe un televisor.
- La línea de productos es bastante variada, ya que hay programas distintos. Tales como matinales, teleseries, programas infantiles, noticiarios, estelares, programas informativos y especiales, películas y series.

- La televisión por otro lado otorga a sus televidentes buena información, de manera rápida. Al ser un medio masivo, abarca una gran frecuencia, la que permite una mejor recordación para los productos que en este medio se publiciten, generando un gran impacto entre los televidentes.
- Este medio es muy eficiente debido a la gran cobertura que abarca, ya que la mayoría de los canales transmite señales a lo largo de todo el país, en un horario continuado.

Desventajas

- En la actualidad, la televisión por cable se podría llegar a nombrar como un tipo específico de competidor potencial.
- La televisión es de costos muy altos en cuanto a su producción ya que la tecnología aquí ocupada es muy avanzada.
- En cuanto a lo que es competencia en general, la televisión se ve afectada por la enorme cantidad de sustitutos existentes en el mercado, que van desde escuchar radio hasta ver a los amigos.

Limitaciones

Costos absolutos elevados; saturación alta; exposición efímera, menor selectividad de público

Radio

Es un medio solo audio que en la actualidad está recobrando su popularidad. “Es uno de los medios de comunicación más usado debido a su rapidez para emitir el mensaje, a su gran alcance, a su selectividad geográfica (existen emisoras de ámbito local, regional o nacional) y a su bajo coste, pero aunque las cuñas son baratas es necesario repetir las muchas veces para que surtan el efecto deseado”

(Profesores de Enseñanza Secundaria, Pág. 47)

Ventajas

- Rapidez de la comunicación
- Incentiva de la imaginación
- Programación personalizada
- Fuerza noticiosa
- Medio amigable
- Medio frecuencial (durante el día)
- Permite realizar otras actividades.

Desventajas

- Alta movilidad (distracción)
- Compromete un sólo sentido
- Fidelidad relativa
- Sólo sugiere, no muestra

Limitaciones

Solo audio; exposición efímera; baja atención (es el medio escuchado a medias); audiencias fragmentadas.

Periódicos

Son medios visuales masivos, ideales para anunciantes locales.

Ventajas

Flexibilidad; actualidad; buena cobertura de mercados locales; aceptabilidad amplia; credibilidad alta. Además, son accesibles a pequeños comerciantes que deseen anunciarse.

Limitaciones Y Desventajas

Vida corta; calidad baja de reproducción; pocos lectores del mismo ejemplar físico y no es selectivo con relación a los grupos socioeconómicos.

Revistas

Es una publicación periódica por cuadernos, con escritos sobre varias materias o sobre una determinada. (Computación, mecánica, moda, videojuegos, artistas, etc.). Son un medio visual "masivo-selectivo" porque se dirigen a públicos especializados pero de forma masiva, lo que les permite llegar a más clientes potenciales.

“Son de lectura confortable además de que permiten la realización de gran variedad de anuncios”:

(FISCHER y ESPEJO, Págs. 360 al 376)

- ❖ **Desplegados:** Anuncios que se desdoblán en 3 o 4 páginas.
- ❖ **Gate Folder:** Parecido al anterior pero este es desprendible.
- ❖ **Booklets:** Anuncios desprendibles en forma de folleto.
- ❖ **Cuponeo:** Cupón desprendible, además del anuncio impreso.
- ❖ **Muestreo:** Cuando en el anuncio va una pequeña muestra del producto.

Ventajas

- Medio selectivo
- Especialización temática
- Alta calidad de impresión
- Alta permanencia
- Entrega información adicional
- Alta probabilidad de lectores por ejemplar.

Desventajas

- Muy baja cobertura
- Lenta propagación del mensaje
- Alto costo por contacto.

Limitaciones

Larga anticipación para comprar un anuncio; costo elevado; no hay garantía de posición.

Internet

“Internet es el nombre genérico que recibe la unión de todas las redes de comunicación a nivel mundial. Se podría definir como una red global en la que se conjuntan todas las redes que utilizan protocolo TSP/IP y que son compatibles entre sí la red de internet se compone de una cantidad ilimitada de ordenadores interconectadas entre sí”

(FERNANDEZ, Pag.35)

Hoy en día, el internet es un medio audiovisual interactivo y selectivo, que dependiendo del tipo de producto y la audiencia al que va dirigido, puede llegar a una buena parte de los clientes potenciales. Para emplear este medio, los anunciantes necesitan colocar un sitio web en la red para presentar sus productos y servicios. Luego, deben promocionarlo (para atraer a la mayor cantidad de visitantes interesados en lo que ofrecen), primero, posicionándolo entre los primeros resultados de búsqueda de los principales buscadores (Google, Yahoo, Altavista, MSN) para llegar al 85% de personas que utilizan esos recursos para encontrar lo que buscan en internet; y segundo, colocando en otros sitios web (relacionados directa o indirectamente con sus productos o servicios), uno o más de los siguientes elementos publicitarios: banners, botones, pop-ups y pop-unders, mensajes de texto y otros, con la finalidad de atraer a la mayor cantidad de personas interesadas.

Ventajas

- Más 260 millones de posibles contactos
- Disponible cuando el contacto lo desee
- Puede entregar gran cantidad de información, a través de sistemas informáticos avanzados.
- Dependiendo de la página se puede lograr gran interactividad usuario-empresa, a través de Email, chats y otros
- Es el único medio que permite integrar Imagen, sonido, fotografías, texto, vídeo, imágenes virtuales en 3D, entre otros

Desventajas

- El usuario debe buscar la información que desee, a excepción de los banners, que serían el equivalente de los comerciales televisivos.
- Los usuarios se pierden entre tanta información.
- No es fácil encontrar lo que uno busca en la red
- Por la gran cantidad de páginas presentes en la red, la calidad de nuestra propia página debe ser excelente.

Limitaciones

Público pequeño; impacto relativamente bajo; el público controla la exposición.

Cine

“Es un medio audiovisual masivo que permite llegar a un amplio grupo de personas "cautivas" pero con baja selectividad.”

Sus ventajas son: Audiencia cautiva y mayor nitidez de los anuncios de color

Entre sus desventajas se encuentran: Poco selectivo en cuanto a sexo, edad y nivel socioeconómico, y es bastante caro

(Fischer y Espejo, Mc Graw Hill, Págs. 360 al 376.)

Ventajas

Audiencia cautiva y mayor nitidez de los anuncios de color.

Desventajas

Poco selectivo en cuanto a sexo, edad y nivel socioeconómico, y es bastante caro.

(Pág.<http://www.promonegocios.net/publicidad/tipos-medios-comunicacion.html>)

Según las investigadoras, cada medio masivo tienen una gran acogida por su información y por el entretenimiento que ofrece cada uno de estos, a pesar de esto cada uno tiene su propia forma de aportar en una mínima parte al desarrollo académico de los estudiantes. Todo medio masivo busca su propio porvenir y su beneficio, a pesar de esto ellos son los más acogidos por la sociedad en muchos de los casos sin importarles su elevado costo. Pues el propósito de estos medios es el de solo informar, a ellos no les importa si el espectador capta o no la información.

1.2.6 Tecnologías De La Comunicación

Las tecnologías de comunicación crean una estructura dentro de la cual se expresen las culturas humanas. El modo de la comunicación influye el tipo de expresión que ocurre en el espacio ese él ha creado. La mayoría de los acontecimientos significativos de la vida ocurren en encuentro físico entre los seres humanos por medio de discurso. En sociedades civilizadas, las tecnologías de comunicación fijaron la etapa para otras clases de experiencia. La escritura ideográfica creó y preservó cierta clase de experiencia. Hizo tan la escritura alfabética, impresión, difusión de la radio y de la televisión, y comunicación vía el Internet.

La tecnología de comunicación permite a comunicador que puede ser separado físicamente de las audiencias para comunicarse con un número potencialmente ilimitado de personas. Platón, absolutamente por veintitrés cientos años, todavía puede compartir sus pensamientos con humanidad con lengua escrita. Sus

palabras, traducidas del griego, se pueden leer en una página impresa. Millones de gente alrededor de la tierra pueden participar en esa experiencia comunicativa.

(Pág. <http://worldhistorysite.com/c/communicationc.htm>)l

La tecnología de la comunicación proporciona el acceso a la información y los mercados. Conecta a gente con las varias oportunidades educativas. Así, las tecnologías de la comunicación ayudan a causar la transformación en economías. De la comunicación por computadora la tecnología incluye de las tecnologías de la comunicación y los sistemas de la mensajería. Esta tecnología también facilita el trabajo del grupo.

“La Tecnologías de la Comunicación o exactamente las tecnologías de la telecomunicación, estudian las técnicas y procesos que permiten el envío y la recepción de información a distancia. La teoría de la comunicación define a esta como la forma de transmisión de información, la puesta en contacto con los pares, es decir el proceso por el cual se transmite un mensaje por el canal, entre el emisor y un receptor, dentro de un contexto y mediante un código conocido por ambos.“

(SUAREZ y ALONSO,Pág.3)

Ayudas de la tecnología de la comunicación a:

- Desarrolle las habilidades del pensamiento
- Disminuye la necesidad de la memorización de los hechos
- Evalúa la información actual
- Desarrolla habilidades que tienen acceso

Las tecnologías de la comunicación también ayudan en el entrenamiento de los estudiantes. Promueve una comprensión mejor y coordinación. Las tecnologías populares de la comunicación son:

- Teléfono
- E-mail

- Fax
- Internet
- Comunicación video

La videoconferencia permite cara hacer frente a la interacción entre a la los empleados y su jefe. Permite la comunicación eficaz de ideas. La videoconferencia motiva a empleados. Los estudiantes y los profesores pueden también comunicarse a través de cara para hacer frente a la interacción. La videoconferencia aumenta intimidad y promueve la interacción.

Informática

La informática promueve independencia y autovaloración. Estimula el interés de los estudiantes. Los varios programas en el sistema ayudan a estudiantes en la autovaloración. Los programas del procesador de textos ayudan a estudiantes en letras de la organización. Las computadoras interactivas también ayudan a estudiantes con su pronunciación. La informática asiste a la gente en idiomas el aprender. Los profesores pueden reevaluar sus métodos de la enseñanza con la ayuda de las computadoras. Los profesores pueden también utilizar con eficacia la informática para realzar sus habilidades de la enseñanza. La informática asiste a la gente con inhabilidades el aprender. La gente lisiada puede los gráficos utilizar software y procesador de textos de expresarse. Estudiantes de la ayuda de las computadoras para mejorar sus deletreos. Las informáticas también benefician a gente con inhabilidad del discurso. Los estudiantes pueden filmar los clips de su discurso y jugarlos de nuevo. La informática les asiste en practicar sus habilidades del discurso.

Las investigadoras la mayoría de las personas han logrado desarrollar muchas cosas atreves de la tecnología pues este sistema ha proporcionado un gran aporte a los medios de comunicación para su avance tecnológicos. Este proceso ha ayudado mucho a elevar el nivel académico de los estudiantes pues es una fuente importante para obtener información de una manera más rápida. Atreves de este sistema muchas personas con discapacidad han salido beneficiadas ya que el

avance de la tecnología les ha permitido acceder a fuentes de trabajo a través de la información, así también ha permitido que los estudiantes de comunicación manejen programas que son de mucha ayuda para formación académica en todo esto ha aportado la tecnología para el bien del estudiante y la sociedad por así decirlo.

1.2.7 Productos Impresos

La Imprenta

- Diario y Periódico (inicio de la prensa escrita, la imprenta cambió todo, periódicos sensacionalistas, periódicos modernos)
- El libro (el papiro, el pergamino, antecedentes del libro actual, libros medievales europeos, el libro en oriente, libros impresos, libros del renacimiento, libros contemporáneos).

Las carteleras

- Guía para la elaboración de carteleras (Qué es una cartelera, cuáles son sus objetivos, para quién se elaboran, funciones, materiales, caligrafía, los textos, elementos visuales, composición, uso de las carteleras, recomendaciones finales).

La Prensa

Según: José Javier Muños Conjunto de medios informativos periodísticos, tanto escritos como audiovisuales. Se dice la prensa para referirse a los periodistas en general a los que cubren un determinado tema o acontecimiento en particular.

(MUÑOZ, 2004, Pág. 259)

La producción periodística: detectar el objetivo y establecer los medios-

-El periódico ayuda a la reflexión.

-No todos los periódicos son iguales (el diario de prestigio y el modelo de masas)

Producción De Impresos

- Frente al lector (segmentación de públicos, tendencias modernas - publicaciones especializadas y servicios al lector-).
- Tendencias del periodismo actual (sensacionalismo y periodismo ligero, periodismo visual, informes breves).
- Tendencias alternativas en el periodismo escrito (periodismo alternativo, periodismo cívico, periodismo urbano, periodismo electrónico, periodismo literario, infografía, la figura del defensor del lector).
- Estructura de la empresa periodística (departamento de producción, departamento de mercadeo y ventas, departamento de distribución, departamento de redacción).
- Funciones de: el director, subdirector, jefe de redacción o de información, editores, redactores, corresponsales, fotógrafos, diagramadores, infógrafos.
- Los manuales de estilo y redacción.

El Periódico

- Características y funciones.
- Definición.
- ¿Quiénes hacen el periódico?
- Las formas de expresión.
- Las agencias de información.
- Cómo se debe leer.
- Importancia permanente del periódico.

Producción de impresos (periódicos, revistas y otros).

- Clasificación del material.
- Selección del material.
- Diagramación.
- Circulación.
- Comercialización: publicidad, suscripción y ventas

Otros impresos.

- Boletines de prensa.
- Periódicos, revistas y boletines institucionales (internos y externos).
- El portafolio de servicio.
- El volante.
- El plegable.
- Otros medios impresos.

(Pág.http://www.lasallista.edu.co/Prog_Academicos/ProgramasAcademicos.aspx?Mat=407&Prg=18)

Anuncio Impreso

Habilidad

- 1.-Identificar las partes que componen un anuncio impreso
- 2.- Elaborar anuncios impresos.

La aplicación de la comunicación gráfica se cristaliza de diversas formas y el anuncio impreso es un ejemplo. Para su diseño es necesario conocer y comprender que elementos lo integran, cuáles son los pasos a seguir para lograr cumplir con las cualidades que permitan asegurar que sea funcional, atractivo, práctico y reproducible.

El anuncio impreso es todo mensaje de publicidad o propaganda destinado a promover productos, servicios, instituciones, etcétera.

Los anuncios se clasifican en:

Según la ubicación y el contenido del anuncio:

a.Aviso: Es colocado en sitio o local distinto al destinado para el negocio o industria, profesión o actividad, que en él se desarrolla.

Comunicación Gráfica

b. Letrero: Anuncio colocado en el mismo local del comercio, industria o profesión y que se refiere exclusivamente a dicha actividad.

c. Combinado: Anuncio colocado en el mismo local del comercio, industria o profesión y que publicita simultáneamente dicha actividad y a productos o servicios que se expenden o prestan en dicho local.

d. Letrero ocasional: El anuncio que corresponde a remate, venta, locación de inmuebles, cambio de domicilio o sede, liquidación de mercaderías, y eventos temporales de no más de noventa días de duración.

e. Columna publicitaria: El anuncio publicitario consistente en pantallas o elementos similares, sostenidos por columnas portantes.

Según sus características:

a. Afiches: Anuncio pintado o impreso en papel para ser fijado en pantalla o cartelera.

b. Volante: Anuncio impreso en papel para ser distribuido en mano.

c. Iluminado: Recibe luz artificial mediante fuentes luminosas externas, instaladas ex profeso delante, atrás, o a un costado del anuncio.

d. Luminoso: Emite luz propia porque el mensaje publicitario, texto y/o imagen está formado por elementos luminosos (tubos de gas de neón o similares, lámparas, etcétera).

e. Animado: Produce sensación de movimiento por articulación de sus partes o por efectos de luces.

f. Sonoro: Que se realiza mediante la voz humana u otro sonido audible, reproducido electrónicamente usando micrófono, altavoces, cintas o alambres eléctricos, discos fonográficos y otros sistemas.

g. Móvil: Puede trasladarse, circulando por medio humano, animal, mecánico o cualquier otro.

h. Mixto: Reúne más de una de las características anunciadas en los incisos c) hasta g).

i. Simple: No es animado, móvil, iluminado, mixto o sonoro. Se incluye en esta clasificación al material fotográfico que se expone en las salas de espectáculos públicos.

j. Estructuras representativas: El tipo de anuncio que posee o no las formas geométricas comunes o consistentes en esqueleto o armazón de cualquier material, simple, luminoso, iluminado o animado, con inscripciones o figuras.

k. Exhibidor: El artefacto especial que incluye leyendas publicitarias, desplegadas o no, de formas diversas que contiene o no mercaderías para colocar en vidrieras, mostradores, etcétera.

(Pág. <http://www.cih.edu.mx/lgarcia/dgrafico/IMPRESOSgraficos.pdf>)

Las investigadoras, consideran que se debe tener en cuenta que a pesar del paso de los años sigue existiendo la práctica empírica de editoriales ya que no todos cuentan con talleres de impresos que les permita mejorar le forma de realizar o producir libros, debemos tomar muy en cuenta que es necesario implementar lo más pronto posible talleres que permitan mejorar la forma de producir estos productos y con el propósito de dejar atrás el estilo primitivo o de la práctica empírica que todavía se practica en la actualidad.

1.2.8 Taller Básico De Impresos

El desarrollo de las nuevas tecnologías ha permitido el avance de las comunicaciones, al igual que la producción de los medios de comunicación. La globalización ha desarrollado una nueva forma de crear material editorial: se escribe en Nueva York, se diseña en Londres, se imprime en China y se distribuye por todo el planeta. Esta inmediatez y eficiencia en la producción de productos editoriales es parte del nuevo siglo, que implica estar más informado, obtener el conocimiento de forma directa y en algunos casos hasta gratuita. Los tiempos en que el conocimiento yacía en manos de unos pocos y que la producción de libros era una labor artística y artesanal, son apenas reminiscencias históricas del que hacer editorial, tipográfico y del diseño. Son tan sólo quinientos años de avances que permitieron masificar la información, pero los adelantos significativos en materia de sistemas de impresión y tecnologías informáticas se remiten al pasado reciente siglo XX. Sin duda que la labor de aquellos que ofrecieron su trabajo y su dedicación al desarrollo de teorías, reglas, propuestas y prácticas a favor de todo lo que tiene que ver con el material editorial forman parte del compendio de conocimiento con el que diseñamos hoy tanto en las escuelas y cursos de especialización de diseño y que de alguna manera se espera que supere las prácticas empíricas y permita ofrecer un punto de partida para todos aquellos que trabajan en el medio editorial, Evolución de los medios impresos.

(Pág. http://www.palermo.edu/dyc/encuentro-virtual/pdf/ghinaglia_daniel.pdf)

Según las tesis las tecnologías han mejorado la forma de dar a conocer los productos impresos en todo el mundo es decir mejorando las editoriales las mismas que buscan mejorar los conocimientos adquiridos de los estudiantes en las distintas universidades con esto el avance de la tecnología es uno de los aspectos fundamentales en el desarrollo de los talleres de impresos.

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

2.1 Breve Caracterización Del Objeto De Estudio

Editorial De Impresos De La Universidad Central Del Ecuador

Perfil

La Editorial Universitaria, tiene como objetivo, editar libros, revistas, periódicos, folletos y demás material impreso, dentro del ámbito universitario de producción científica e información.

Misión

Es una dependencia universitaria de apoyo a las actividades administrativas y académicas, encargada de la realización de trabajos de imprenta para la institución. Así también, posibilita la difusión del pensamiento, la cultura, el arte y la investigación por medio de la publicación de libros en diferentes disciplinas del conocimiento.

Visión

Ser una organización eficiente, con capital humano competente y tecnología moderna en sus diferentes áreas, reconocida por la calidad de los trabajos que aquí se realizan; que logra la satisfacción del cliente que requiere nuestros servicios.

Aspiramos que nos vean como una Editorial confiable, así como un soporte eficaz en la solución de las inquietudes de nuestros usuarios en la rama gráfica.

Editorial Universidad Técnica De Ambato

Los datos de esta editorial son generales es decir; no tiene una visión, misión propia sino son datos compartidos con toda la unidad: la biblioteca, la vinculación, la imprenta. Estos tres forman una dirección para lo cual no tienen lineamientos independientes sino de todo lo que se realiza en general.

Misión

Administrar y ofrecer servicios de información y gestión en cualquier campo del conocimiento y ámbito cultural, en apoyo a la docencia, investigación y vinculación.

Visión

Constituirse en un eje dinamizador de los medios informativos, brindando atención oportuna y permanente a la actividad de las diferentes dependencias de la Universidad Técnica de Ambato, bajo un esquema de innovación continua que permita alcanzar niveles de eficiencia y calidad.

Objetivo General:

Difundir la producción intelectual por medio de publicaciones que mantiene la Institución y procurar el fortalecimiento de las bibliotecas, a fin de que la actividad en su conjunto constituya un fondo de recursos para el aprendizaje y la investigación.

Objetivos Específicos:

Responder a las demandas de información relativas a la actividad docente, de investigación y de formación integral, de acuerdo con los lineamientos de la Institución.

Recopilar y difundir información generada en la permanente actividad de la UTA. Mantener y actualizar convenios para la utilización de bases de datos a través de la biblioteca virtual, acorde con los avances tecnológicos

Actividades generales:

Coordinación de varias actividades internas generadas por la colectividad universitaria interesada en publicar y difundir su pensamiento.

Encaminar las actividades hacia un perfil representativo de la institución vinculado con la colectividad.

Brindar espacios para el desarrollo del pensamiento crítico de docentes y funcionarios.

Actividades específicas:

- Organización de eventos de capacitación y actualización técnica para el personal que labora en las Bibliotecas.
- Actividades que posibiliten la integración en redes y sistemas de información que potencien el cumplimiento de los objetivos propuestos.
- Mantener informada a la comunidad universitaria a través de una red interna de monitores
- Modernizar el uso de bibliotecas y la consulta bibliográfica, teniendo en cuenta la satisfacción del usuario.
- Presentación de informe anual de actividades

Servicios y productos:

- Recopilación de información y publicación oportuna en los medios de información colectiva
- Todos los servicios que brinda la Imprenta Universitaria.
- Presencia en los eventos universitarios a fin de mantener un archivo de fotografía y filmación
- Publicación periódica de la Revista “Visión Universitaria”
- Articulación de los diferentes informes y asesoramiento para publicación del informe anual de actividades del Rectorado a la comunidad universitaria.
- Producción y selección de información para difundir a través de monitores ubicados en sitios estratégicos de los campus universitarios.
- Servicio de Internet y acceso a biblioteca virtual.

2.2 Caracterización De La Metodología Empleada

Se han empleados diferentes metodologías como: investigación, métodos aplicados, población o muestras recogidas de las encuestas y entrevistas así como, técnicas utilizadas, instrumentos aplicados y procedimiento que sirvieron para analizar cada una de las muestras adquiridas.

2.2.1 Tipo De Investigación

La presente investigación es explicativa porque analiza los proyectos que tienen que ver con la implementación de talleres de producción de impresos en la región central del país, teniendo en cuenta que a través de los datos disponibles se encontró que dos universidades del país cuentan con un taller de impresos el mismo que ayuda al desenvolvimiento académico entre los docentes y estudiantes.

Por medios de estos talleres de impresos conoceremos el proceso y elaboración y a la vez su distribución ya sea dentro de la institución o fuera de ella al público.

Por estas razones hemos considerado nuestro anteproyecto como una metodología explicativa puesto que esto dará a conocer y explicar el manejo y el funcionamiento de los talleres de impresos que existen en las diferentes universidades de la región central.

2.2.2 Metodología.

la presente tesis es de carácter no experimental, porque solo se está tomando en cuenta que se está realizando un análisis de la implementación de los talleres impresos en la región central del país y por lo tanto no se podrá realizar un diseño de experimentación en el presente tesis.

Es de carácter no experimental puesto que ya existen en dos universidades en la que 1 tanto estudiantes y docentes ya han cursado por estos talleres y han sido participes en la elaboración de cada material impreso.

Razones por las cuales se lo ha de reflexionar con una propuesta significativa para realización de otras investigaciones dentro de la universidad.

2.2.3 Unidad De Estudio

Editorial Universitaria de la Universidad Técnica de Ambato

1	Vicerrector Académico
1	Coordinador de Bibliotecas e Imprentas
1	Regente
1	Fotomecánico
1	Operador de Máquina
1	Operador de Guillotina
1	Encuadernador
24	Docentes de la Carrera de Comunicación Social

Editorial de la Universidad Central del Ecuador

1	Director de la Editorial Universitaria
1	Asistente Administrativo
1	Secretaria
2	Conserjes
1	Guardalmacén
1	Corrector de pruebas
1	Prensista
3	Encuadernadores
4	Diseñadores gráficos

TOTAL = 51

2.2.4 Métodos Y Técnicas

Métodos

Se emplearán los métodos de análisis y síntesis a largo de toda la investigación, el análisis porque se necesita descomponer el objeto de estudio en todas sus partes constitutivas y estudiarlas profundamente, la síntesis se producirá a partir de los resultados obtenidos del análisis previo.

El método de inducción porque se generalizarán los resultados de la recolección de información a toda la población, a partir de la muestra estudiada.

La deducción porque a través de este estudio se fundamentará en la evolución histórica - cultural de la evaluación y la conformación e implementación de un taller de impresos dentro de la carrera.

El método científico porque a través de la investigación se llevará a cabo en base a un conjunto de procedimientos lógicamente sistematizados que permitirá conocer el objeto de estudio.

Técnicas

Se utilizara la entrevista a expertos en temas relacionados con el fenómeno en estudio: es decir en sistemas operativos para la implementación de un taller de impresos; para ello se empleará una guía de entrevista.

También se utilizara la encuesta aplicada a profesionales expertos en el tema, para ello se realizará un cuestionario de la encuesta.

2.3. Caracterización De Las Variables Utilizadas Operacionalización De Las Variables)

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	VARIABLES	INDICADORES	ÍNDICES	INSTRUMENTOS
<p>¿De qué manera se dan los procesos de difusión académica en las universidades del sector público con la presencia de talleres de productos impresos en la región central del país?</p>	<p>VARIABLE DEPENDIENTE DIFUSIÓN ACADÉMICA</p>	<p>Desarrollo en :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Docencia • Investigación 	<ul style="list-style-type: none"> • Innovaciones académicas • Planificación curricular y extracurricular. • Proyectos en marcha • Proyectos aplicados 	<p>Encuestas</p> <p>Encuestas</p>

	<p style="text-align: center;">VARIABLE INDEPENDIENTE TALLER DE MEDIOS IMPRESOS EN LAS UNIVERSIDADES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vinculación • Prácticas de lo aprendido • Actividades culturales, académicas, sociales, académicas • Producción • Formación Académica 	<ul style="list-style-type: none"> • Proyectos desarrollados • Proyectos en marcha • Mejoramiento académico de los estudiantes. • Organización por áreas • Productos impresos • Elaboración • Distribución • Redacción periodística 	<p>Entrevistas</p> <p>Encuestas</p> <p>Entrevistas</p> <p>Encuestas</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • Productos 	<ul style="list-style-type: none"> • Impresos • Diseño gráfico • Revistas • Periódicos • Folletos • Afiches, etc. 	
--	--	---	---	--

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los autores

2.4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

2.4.1 Análisis De Los Criterios De Los Docentes De La Carrera De Comunicación Social De La Uta.

ÍTEM:¿Con que frecuencia su institución realiza la planificación académica?

Cuadro De Frecuencias N° 1

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	20	95%
A veces	1	5%
Nunca	0	
TOTAL	21	100%

Fuente: investigación

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 1



Fuente: investigación

Elaboración: La autoras

Análisis E Interpretación De Datos

En el ítem N.- 1 que tiene que ver con la pregunta ¿Con que frecuencia su institución realiza la planificación académica? Los docentes optaron por la alternativa siempre, que representa el 95% mientras que el 5% de docentes respondió que a veces; y finalmente el 0% de los docentes responden que nunca.

Se puede evidenciar que la mayor parte de docentes planifican sus actividades académicas dentro de la Universidad Técnica de Ambato, y unos pocos no lo hacen así.

ÍTEM: ¿Con que frecuencia su institución realiza la planificación extracurricular a nivel docente?

Cuadro De Frecuencias N° 2

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	13	62 %
A veces	8	38%
Nunca	0	
TOTAL	21	100%

Fuente: investigación

Elaboración: La autoras

Gráfico N° 2



Fuente: investigación

Elaboración: La autoras

Análisis E Interpretación De Datos

En el ítem N.- 2 que tiene que ver con la pregunta ¿Con que frecuencia su institución realiza la planificación extracurricular a nivel docente? Los docentes optaron por la alternativa siempre, que representa un 62%, mientras que el 38% de docentes respondió que a veces, y finalmente el 0% de los docentes responden que nunca.

Con esto se puede decir que la mayoría de docentes elabora una planificación extracurricular dentro de la institución, mientras que son pocos los docentes que no realizan dicha planificación dentro de la institución.

ÍTEM:¿Cuántos proyectos de investigación están en marcha dentro de la institución?

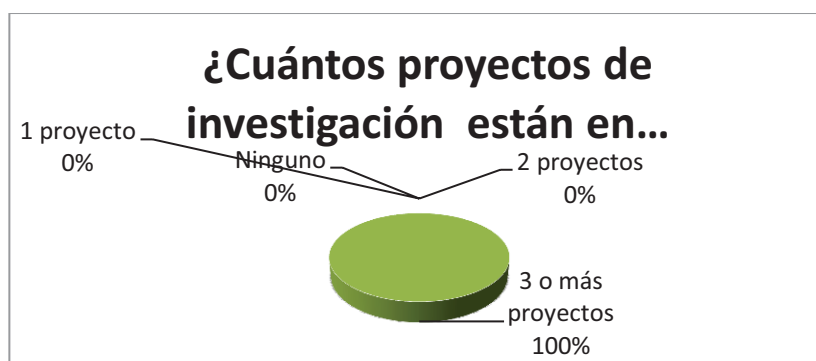
Cuadro De Frecuencias N° 3

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 proyecto	0	
2 proyectos	0	
3 o más proyectos	21	100%
Ninguno	0	
TOTAL	21	100%

Fuente: investigación

Elaboración: La autoras

Grafico n° 3



Fuente: investigación

Elaboración: La autoras

Análisis E Interpretación De Datos

En el ítem N; 3 que tiene que ver con la pregunta ¿Cuántos proyectos de investigación están en marcha dentro de la institución? Los docentes optaron por la alternativa 3 o más proyectos que es un 100% mientras que ningún docente opto por las demás alternativas, esto quiere decir que la universidad realiza constante mente proyectos para mejorar su nivel académico.

La universidad técnica de Ambato tiene en marcha más de 3 proyectos, los mismos que son realizados por las diferentes unidades académicas y que serán aplicados en las diferentes ares de la institución y fuera de ella.

ÍTEM: ¿De los proyectos que están en marcha a que sector dan mayor prioridad?

Cuadro De Frecuencias N° 4

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Docencia	1	5%
Vinculación con la colectividad	19	90%
Investigación Científica	1	5%
TOTAL	21	100%

Fuente: investigación

Elaboración: La autoras

Gráfico N° 4



Fuente: investigación

Elaboración: La autoras

Análisis E Interpretación De Datos

En el ítem N 4 que tiene que ver con la pregunta ¿De los proyectos que están en marcha a qué sector dan mayor prioridad? Los docentes optaron por la alternativa docentes 5%, mientras que el 90% de docentes responde que vinculación con la colectividad y finalmente un 5% optó por la alternativa, investigación científica.

Se puede constatar que en la Universidad Técnica de Ambato se da prioridad a los proyectos que tienen que ver con la vinculación con la colectividad, mientras que muy poco se da prioridad a los de docentes e investigación científica.

ÍTEM:¿Con que frecuencia se da la participación de los estudiantes dentro del taller de impresos?

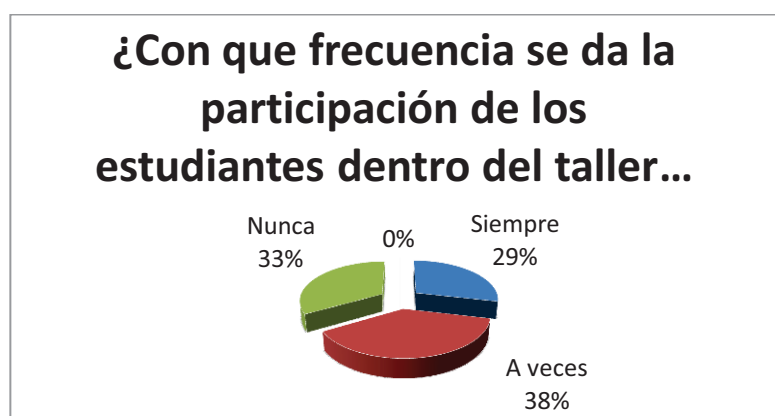
Cuadro De Frecuencias N° 5

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	6	29%
A veces	8	38%
Nunca	7	33%
TOTAL	21	100%

Fuente: investigación

Elaboración: La autoras

Gráfico N° 5



Fuente: investigación

Elaboración: La autoras

Análisis E Interpretación De Datos

En el ítem N.- 5 que tiene que ver con la pregunta ¿Con que frecuencia se da la participación de los estudiantes dentro del taller de impresos? Donde el 29% de docentes optaron por la alternativa siempre, mientras que el 38% de docentes respondió que a veces y, finalmente, el 33% de los docentes responden a nunca.

Se puede evidenciar que la mayoría de los estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato no participan en el taller de impresos.

ÍTEM: ¿Cuál de los siguientes productos impresos es el que más se ha publicado dentro de la universidad?

Cuadro De Frecuencias N° 6

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Revistas	11	52%
Periódicos	1	5%
Folletos	3	14%
Afiches	1	5%
Trípticos	0	0%
Otros	1	5%
No contesta	4	19%
TOTAL	21	100%

Fuente: investigación

Elaboración: La autoras

Gráfico N° 6



Fuente: investigación

Elaboración: La autoras

Análisis E Interpretación De Datos

En el ítem N.- 6 que tiene que ver con la pregunta ¿Cuál de los siguientes productos impresos es el que más se ha publicado dentro de la universidad? el 52% docentes optaron por la alternativa revistas, mientras que el 5 % de docentes respondió por la alternativa periódicos y el 14% optó por la alternativa folletos, el 5% respondió a la alternativa afiches, el 5% a la alternativa otros y, finalmente, un 19% no contestó.

De esta manera se puede constatar que la revistas y folletos son el principal producto impreso que se publica dentro de la Universidad Técnica de Ambato. Mientras que los demás productos impresos no tienen tanta prioridad para ser publicados.

ÍTEM: ¿Quiénes han publicado más productos impresos?

Cuadro De Frecuencias N° 7

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Autoridades	12	57%
Estudiantes	1	5%
Docentes	4	19%
Trabajadores y empleados	0	0%
No contestan	4	19%
TOTAL	21	100%

Fuente: investigación

Elaboración: La autoras

Gráfico N° 7



Fuente: investigación

Elaboración: La autoras

Análisis E Interpretación De Datos

En el ítem N.- 7 que tiene que ver con la pregunta ¿Quiénes han publicado más productos impresos? el 57% optó por la alternativa, autoridades, mientras que el 5% de docentes respondió que los estudiantes, y un 19% optó por la alternativa docente y finalmente el 19% no contestó.

Se puede evidenciar que dentro de la Universidad Técnica de Ambato se da prioridad a la publicación de productos impresos de las autoridades, mientras que los docentes y estudiantes no realizan muchas publicaciones, esto quiere decir que en la universidad se da paso a las publicaciones de las autoridades y no a los de los docentes y estudiantes.

2.4.2 Análisis De Los Criterios De Los Encargados De Las Editoriales Universitarias De La Uta Y De La Universidad Central Del Ecuador

Entrevistado: Galo Naranjo Vicerrector Académico

Entrevistador: Tipán Ximena, Toapanta Mery

1. ¿Qué proyectos se ha desarrollado dentro de la universidad y cuáles son?

La universidad desarrolla un sin número de proyectos, proyectos académicos, proyectos de investigación, proyectos con la vinculación con la colectividad, proyectos de innovación, proyectos de emprendimiento es decir hay una gama muy grandes de proyectos.

Si son proyectos de vinculación con la sociedad , la universidad trabaja con políticas de vinculación con la colectividad con líneas de acción en relación con la vinculación con la colectividad y para evitar el asistencialismo solamente se puede trabajar con proyectos con organizaciones establecidas, en primer lugar por ejemplo con el gobierno provincial de Tungurahua, porque el gobierno provincial de Tungurahua agrupa a más de 600 organizaciones en donde están todos los municipios, colegios profesionales, universidades, sectores artesanales, indígenas, sectores de la producción es un modelo único que tiene el país un modelo eminentemente participativo, entonces la universidad trabaja con proyectos con vinculación con la sociedad. Hace pocos días me dieron el informe del centro de formación ciudadana el cual procura capacitar a los sectores que más necesiten en la metodología de proyectos en formación ciudadana, en problemas de organización de liderazgo etc. una serie de temáticas mediante documentos que han sido elaborados en conjunto con varias instituciones; quien dirige el centro de formación ciudadana, con el gobierno provincial y otras instituciones es un representante de la universidad. Los resultados han sido muy satisfactorios

porque se llega a todos los sectores de la sociedad con respuestas absolutamente concretas, pero para que la labor se realice nuestras unidades académicas no sean una labor asistencialista es decir un conjunto de actividades sueltas que no tienen seguimiento la universidad estableció mecanismos completamente se trabaja con proyectos con estructura de marco lógico en donde existen los indicadores correspondientes que nos permiten verificar si los proyectos se cumplieron y a qué resultados se alcanzaron y si en algún momento con el paso del tiempo realizar una evaluación de impacto hay más de 100 proyectos que se realizan periódicamente de manera continua dentro de la universidad; porque todos los estudiantes tienen que dedicarse por lo menos 80 horas a realizar proyectos de vinculación con la sociedad, además de las prácticas pre-profesionales que ellos tienen que realizar. La cátedra universitaria implica docencia, investigación vinculación con la sociedad, implica gestión, implica innovación entre los distributivos de trabajos de los docentes existen docentes que tienen como labor orientar a los estudiantes en la vinculación con la sociedad pero con organizaciones perfectamente estructuradas, porque cada unidad académica tiene sus propios proyectos pero la aprobación y evaluación de las mismas las realiza el centro de vinculación con la colectividad.

2. ¿Cómo se han sido medidos los resultados de los proyectos aplicados dentro de la institución?

Existe toda una estructura que permite eso en primer lugar están estructuradas por carreras están estructuradas por unidades académicas están estructuradas por facultades y existe un centro que controla todo eso previo circuitación de proyecto tiene que haber pasado por la vinculación con la colectividad para examinar que todo tenga una estructura de un proyecto que puede presentarse aquí en cualquier lugar del mundo porque obedece a la metodología de marco lógico con esa metodología se presenta al banco de desarrollo se presenta a la comunidad internacional o la comunidad europea y eso garantiza el éxito de esos proyectos; de igual manera hay están indicadores o metas que posibilitan hacer la evaluación correspondiente una vez que se concluyen los proyectos son enviados al centro de

vinculación con la colectividad se hace los informes y el consejo de investigación y de vinculación con la colectividad da el visto para que sean aprobados finalmente por consejo universitarios los resultados de esos proyectos.

3. ¿De qué manera se han dado a conocer los beneficios y resultados de los proyectos a la comunidad universitaria y de la ciudad en general?

Básicamente los resultados los tienen las comunidades ellos son los beneficiarios directos y el interés es llegar a ellos de alguna manera hay publicaciones hay revistas se ocupan como algo puntual de este tipos de acontecimientos pero lo que interesa es llegar a la ciudadanía con respuestas absolutamente claras de acuerdo a sus necesidades y a la universidad que regentan.

4. ¿Cómo calificaría la percepción de la ciudadanía a los proyectos difundidos por la universidad?

Excelente. La ciudadanía les agradece continuamente por este tipos de proyectos, la semana pasada tuvo visita de los gobiernos descentralizados para hacer todo un estudio con ellos y con la IGZ básicamente a establecer una línea de base sobre las necesidades más urgentes de la población en todos los cantones, parroquias de la provincia y comenzar a dar soluciones mediante trabajos de investigación de los estudiantes y trabajos de vinculación con la sociedad, mediante pasantías que soluciones problemas concretos y permitan generación de artefactos tecnológicos en el caso de carreras técnicas. Es decir la vinculación es permanente con la sociedad y ellos les buscan y tienen un convenio la dirección de la niñez y adolescencia a nivel general con quien realizan proyectos específicos durante todo el tiempo.

5. ¿Conoce Ud. De experiencias de otras universidades que pueden tomarse como referente en cuanto a la colaboración de proyectos.

hace poco participe como oponente en el encuentro internacional convocado por la Universidad Técnica Particular De Loja donde les invitaron a expresar cual es la relación con la colectividad sobre todo a nivel de posgrados y eso ha sido una

experiencia positiva para la universidad y conocieron experiencias de cuatro universidades como la universidad técnica de Ambato , la particular de Loja, Escuela Politécnica Del Litoral, la Universidad De Cuenca y una serie de experiencias tanto de Europa, Estado unidos, Alemania, Brasil, México, Colombia, Venezuela, incluso estuvo presente el director de la UNESCO que está radicado en Venezuela.

Análisis e Interpretación

La Universidad Técnica de Ambato cuenta con un número de proyectos que son clasificados por carrera cuenta con sus propios proyectos, ya sea de investigación científica, vinculación con la colectividad, entre otros, además tiene vinculación con el Gobierno Provincial de Tungurahua, en cuyo proyecto se agrupa a más de 600 organizaciones. Tanto alumnos como autoridades participan en conjunto para llegar hacia los sectores que necesiten de una formación, en donde los estudiantes ejercen una vinculación con la sociedad. Para todo proyecto se necesita una estructura, que debe ser revisada por una autoridad, y una vez aprobado se lo debe aplicar los proyectos que realiza la Universidad Técnica de Ambato tienen resultados favorables con todas las personas que participan de cada uno de ellos.

De esta manera se puede evidenciar que la Universidad Técnica de Ambato ha tenido muy buenos resultados con los proyectos que se realizan con cada facultad y, a la vez, han tenido experiencias gratas, ya que tiene vinculación, ya que tienen vinculación con algunas instituciones públicas, lo que ha servido de mucho para que los estudiantes participen con cada uno de los proyectos aprobados por el Honorable Consejo Universitario de la institución y por el área de investigación.

Entrevistado: Edison Benavides Director De La Editorial De La Universidad Central Del Ecuador.

Entrevistador: Ximena Tipán, Mery Toapanta

1. ¿Qué proyectos se han desarrollado dentro de la editorial y cuáles son?

El primer proyecto fue la parte administrativa, donde había muchas personas que no cumplían con el perfil del puesto, un caso de una compañera que no era diseñadora, pero que tenía una MAG y trabajaba como diseñadora, solo lo único que hacía diagramar y levantar textos que no es como un diseñador que opera todo.

Entonces el primer proyecto fue de restaurar la parte administrativa, restablecer una hoja de costos para hacer los presupuestos de los trabajos que se hacen en la editorial, según la ley hay que manejarse con una hoja de costos. El segundo proyecto fue observar que maquinaria se podría actualizar y si se justificaba o no el adquirir unas maquina inmensas, de acuerdo a nuestra demanda de trabajo y de nuestros horarios de trabajo el proyecto se optó por actualizar el servicio de foto mecánica que en ese tiempo se llamaba así ahora se llama procesadora de placas de metal, el primer proyecto fue adquirir una procesadora de placas por que se terciaba ese servicio, todo trabajo que se realizaba se diagramaba se diseñaba se mandaba afuera para que nos entreguen las placas para imprimir, el primer proyecto fue eso detener nuestra propia procesadora de placas, ganar tiempo y capacitar a las personas para que puedan una vez que acaben de hacer su diseño, elaborar las placas.

En ese proyecto estaba también abierto una pequeña parte para ver si se podía abrir el servicio como un cerviz de placas para la comunidad universitaria o a la parte particular, pero para eso se necesitaría yo gente contable una caja, entonces queda solo para servicio de la comunidad universitaria el tercer proyecto fue que nunca se a tomado en cuenta la era digital está el adquirir dos plotter para hacer gigantografías el tercer proyecto fue el más grande es el de actualizar o remplazar la parte de ófset no podemos remplazar a las 3 máquinas que teníamos se pudo

actualizar y remplazar a una sola máquina y se la actualizo con una máquina de 2 cuerpos en el proyecto que se levantó para la adquisición de ese equipo, se dio la justificación que la máquina que teníamos tenía 40 años de uso imprimía a una vellosidad de 4500 kilos por hora y que a veces tenía problemas en su registro, lo mejor era actualizar ese equipo se optó por comprar una máquina de 2 cuerpos del mismo formato que imprime 1300 kilos por hora superior en todas las características, esa máquina iba a quedar obsoleta, hay cuatro operadores , cuatro máquinas y no se iba hacer más trabajos, dependiendo de pronto de alguna emergencia pero la máquina que venía a remplazar a esta corsé, es superior y no hay necesidad todos los trabajos se direccionan a esta máquina, por lo que se optó a la maquina corsé darles de baja junto con otras máquinas como una plegadora vieja de papel y una tipiadora con el fin de que con ese dinero se crea o se haga una base, para adquirir una plegadora de papel actual, con eso todo este proyecto de procesos gráficos, con esto se cerraría y no habría ningún bache existente por que ya tendríamos, pre prensa, prensa y post prensa, también se hizo el proyecto de adquirir una maquina encoladora, pero tenemos un bache, teníamos bien la pre prensa, prensa, pero en la post prensa todavía tenemos un vacío, aunque tengamos la encoladora e que nos sirve colar un libro en un minuto si en la doblada de pliegos me demoro tres semanas, hay que analizar eso y luego optaron un proyecto que era de revisar la parte integral, la parte administrativa, si se puede generar si se justifica los turnos en la parte de ófset, En la parte de diseño, en la parte post prensa, podríamos empezar n al parte prensa pero si hay el tiempo y la exigencias y la demanda nos da a que tenemos que habilitar dos turnos en la área de diseño, y si ya tenemos más exigencias tendríamos que habilitar las tres ares que sería diseño, prensa, post prensa.

Tengo que plantear un folleto que está en idea, que no está en proyecto plantear un folleto para difundir las obras que se publican, pero hasta que se apruebe eso, nosotros tenemos un periódico mensual, que se imprime de la universidad, en ese periódico hay una sección en el que salen, los libros que salieron y que están para salir en estos meses, en el portal de la universidad central.

También hay una sección donde está la parte administrativa donde está ubicado la editorial universitaria ahí se está planteando difundir las obras que han salido para que se difundan, nosotros no vendemos las obras, las obras que son vendidas para los estudiantes lo realiza un concejo económico para ver el costo de esa revista o libro, devolver el dinero que se gastó a la editorial y dar el dinero al almacén universitario por la vitrina, por la venta y otra, el dinero de la ganancia se lo da a la facultad, proyectarnos más de pronto con el almacén universitario para ser nosotros los proveedores de libros y revistas.

Lo primero que hay que superar es lo de maquinarias de talento humano, porque las persona aquí tienen una base de 60 a 55 años y tenemos que tomar en cuenta que la tecnología está apegada a la juventud, las persona que teniendo 50 años para arriba tienen una resistencia de la nueva tecnología, realizar una capacitación o hacer un sistema de jubilación, y optar por gente nueva, profesionales si hubiera el caso para tener una entrega más óptima.

El departamento de comunicación y cultura debe generar estos proyectos para que nosotros imprimamos aquí, nosotros trabajamos para toda la universidad, pero las máximas autoridades también mandan trabajos de proyectos, por ejemplo va a ver un seminario de criminología en la facultad de jurisprudencia, le piden al señor vicerrector, y al jefe financiero que se elabore en la editorial, afiches, trípticos, casi todo el material gráfico para ese evento, somos parte en la elaboración impresión de esos proyectos ahora también el senasit está pidiendo, para calificar a las universidades tener un control de los estudiantes que egresaron y los que se graduaron desde el 2006 entonces hay que hacer un seguimiento, esos estudiantes que egresaron y se graduaron, tiene que inscribirse en un correo de la universidad central con el fin de saber cuántos de los estudiantes están ejerciendo su profesión para allí calificar a la universidad como buena o mala entonces este es un proyecto grande en el cual estamos participando en la parte de imagen, en la parte de difusión , en el sentido de trabajar hojas volantes, afiches, trípticos, gigantografías, estiques, creo que indirectamente somos parte de estos proyectos.

2. ¿Cómo se han sido medidos los resultados de los proyectos aplicados dentro de la institución?

En términos legales nunca hemos contratado a una empresa para que haga esta medición y nunca nos hemos preocupado de pronto con algunos empleados de crear un departamento para evaluar o medir no solo lo que la editorial produce sino los proyectos que la universidad ha hecho.

3. ¿De qué manera se han dado a conocer los beneficios y los resultados de los proyectos a la comunidad universitaria y a la ciudadanía en general?

Cada 18 de marzo son las fiestas de la universidad central por los años de fundación republicana y allí el señor rector hace un informe de labores, se imprime y eso se difunde a todas las universidades, ministerios, embajadas donde informa todas las labores que se ha hecho, la aparte administrativa, económica, científica, académica y del periódico central que también se va difundiendo mensualmente con una cantidad de cuatro mil ejemplares para toda la universidad indicando todos los eventos, problemática que ha tenido que superar la universidad.

4. ¿Cómo calificaría la percepción de la ciudadanía a los proyectos difundidos por la universidad?

Están en este trabajo, recién se adquirió en un canal de tv y una radio universitaria, tenemos un espacio en el canal 29, se difunden los proyectos, las investigaciones, la parte académica. También hay una radio de la universidad, donde se informa todos los avances que tiene la universidad.

5. ¿Conoce usted de experiencias de otras universidades que puedan tomarse como referencia en cuanto a la elaboración de proyectos?

De la universidad de Manabí la de Guayaquil la misma que tiene el departamento editorial y la imprenta, la universidad laica Eloy Alfaro con su editorial mar abierto

Análisis E Interpretación

El primer proyecto que tuvo la editorial de la universidad central fue el de restaurar la parte administrativa, restablecer una hoja de costos para hacer los presupuestos de los trabajos que se hacen en la editorial, según la ley hay que manejarse con una hoja de costos, además tuvieron que observar que maquinaria se podría actualizar y si se justificaba o no el adquirir unas maquina inmensa, optaron por actualizar el servicio de foto mecánica. Adquirir dos plotter para hacer gigantografías el tercer proyecto fue el más grande es el de actualizar o remplazar la parte de ófset el mismo que no podían remplazar a las 3 máquinas, solo la actualizar y remplazar a una sola máquina y se la actualizo con una máquina de 2 cuerpos.

También hay una sección donde está la parte administrativa donde está ubicado la editorial universitaria ahí se está planteando difundir las obras que han salido para que se difundan, recién la universidad adquirió un espacio en un canal de tv y una radio universitaria, donde se difunden los proyectos, las investigaciones, la parte académica. También hay una radio de la universidad, donde se informa todos los avances que tiene la universidad.

De esta manera se puede evidenciar que la universidad central para poder realizar un mejor trabajo tuvo que remplazar maquinas viejas por unas nuevas, además esta editorial forma parte de los distintos proyectos que realiza la universidad, los trabajos que cada una de las autoridades requiera para las distintas facultades.

La editorial ha preferido cambiar el personal por uno más joven y que está acorde a las nuevas tecnologías, para difundir las actividades que la universidad realiza lo hacen por medio de un periódico en el cual informan de las cosas que pasan durante todo el mes a pesar de tener todo esto la editorial también cuenta con espacios vacíos que llenar como es la parte de post prensa pues tiene la maquina encoladora con la cual realizan diferentes.

2.4.3 Conclusiones

Al concluir este trabajo de investigación las tesistas consideramos las siguientes conclusiones:

- La Universidad Técnica de Ambato posee varios proyectos, los mismos que son desarrollados por autoridades y estudiantes, y una vez culminados se los ejecuta junto con la colectividad.
- En cuanto al taller de impresos que existe dentro de la UTA los alumnos no tienen mucha accesibilidad al taller de impresos, ya que solo se da prioridad a publicaciones de las autoridades.
- Así mismo la UTA no da mucha prioridad a las publicaciones de otros productos impresos ya que solo se centran en la publicación de revistas.
- Para la implementación de la editorial de la Universidad Central Del Ecuador tuvieron que cambiar todos los equipos técnicos con los que contaban además de la capacita citación del personal para dar un mejor servicio a la institución.

2.4.4. Recomendaciones

- Se recomienda que se continúe vinculando a la universidad con la sociedad y con sectores aledaños a la ciudad, para poder mejorar sus capacidades y experiencias.
- Se recomienda que los estudiantes de comunicación social tengan participación dentro del taller de impresos, y si cuentan con la materia de impresos, ya que eso impulsará su desarrollo académico.
- Se recomienda que aparte de la publicación de revistas, también se produzcan otros materiales impresos, tales como periódicos, afiches, entre otros, los mismos que pueden ser elaborados por el taller de impresos que existen en la misma.
- Se recomienda que debería existir un personal adecuado para que realice el análisis de los resultados de los proyectos que realiza dentro de la editorial para la universidad.

CAPÍTULO III

2.5 DATOS INFORMATIVOS

2.5.1 Título de propuesta

- Mecanismos de difusión sobre la importancia que tiene un laboratorio de impresos en la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Institución ejecutora:

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI, a través de la carrera de comunicación social.

Beneficiarios: carrera de comunicación social

Ubicación: avenida Simón Rodríguez s/n barrio el ejido, sector San Felipe

Tiempo estimado para la ejecución:

“para la implementación de la primera fase del laboratorio de impresos en la universidad técnica de Cotopaxi las fechas consideradas son: Inicio 20 de marzo del 2012 y se finalizara el 28 de julio del 2012.”

Equipo responsable: Ximena Maribel Tipán CHicaiza y Mery Elsa Toapanta Guanoquiza, así como por el Lic. Franklin Falconí docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

2.5.2 Antecedentes

En la Universidad Técnica de Cotopaxi no ha existido un laboratorio de impresos, dentro de la carrera de comunicación social, lo cual no ha permitido que estudiantes y docentes puedan poner en práctica todos los conocimientos que se

requieren para poder realizar un producto impreso, lo cual sería de mucha ayuda para la colectividad. Razón por la cual la Carrera de comunicación se avisto en la necesidad de implementar la primera fase de un taller de impresos.

Lo que les permitirá combinar la practica con la teoría para así poder elevar su nivel de conocimiento y tener una mejor calidad de aprendizaje, además las autoridades de la universidad también podrán dar a conocer a la ciudadanía de las actividades que realice la institución, además se podrá ayudar a la colectividad con la elaboración de algunos de los productos impresos que realice este taller.

2.5.3 Justificación

La realización de esta propuesta es dar a conocer acerca de la Implementación de un laboratorio de impresos que es de suma importancia, para lo cual se planteará la siguiente propuesta dentro de la Carrera de Comunicación Social, por medio de docentes hacia los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

A su vez, que se establece que un convenio con algunas redes editoriales el que ayudará a difundir más acerca del funcionamiento de la editorial de forma adecuada. Todo esto bajo la misión de difundir el conocimiento académico, y sobre todo del estudiante ya, que cada uno que conformamos la universidad, así como, la presentación de varios productos impresos como lo creyeran conveniente la editorial.

Por último, se propone realizar hojas volantes y trípticos para la difusión de la primera fase del taller de impresos dentro de la Carrera de Comunicación Social, dentro y fuera de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

2.5.4 Objetivos

Objetivos Generales

- Conocer que recursos serán utilizados para la difusión del taller de impresos con la que contara la carrear de comunicación social, de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Objetivos Específicos

- Identificar cada uno de los recursos que serán utilizados para dar a conocer a los estudiantes y docentes del taller de impresos dentro de la carrera de comunicación social.
- Elaboración de diferentes materiales para dar a conocer como funcionara el taller de impresos y su importancia.

2.5.5 Propuesta

La investigación propone que la editorial universitaria que se instaure dentro de la Carrera de Comunicación Social se una a la REUPDE (Red de Editoriales Universitarias y Politécnicas del Ecuador), ya que por medio de esta red se puede dar a conocer todo lo que el taller de impresos realiza mediante un feria de libros, en donde se podría conocer nuevas experiencias tanto para docente como alumnos.

2.5.6 Descripción De La Propuesta

Se propone realizar una campaña de socialización la misma que será apoyada por las autoridades; para que dentro de la institución se den a conocer el funcionamiento del Laboratorio de Impresos de la Carrera de Comunicación Social y de los productos que se realizaran dentro de este taller, la cual será de gran ayuda para la colectividad universitaria.

Para la difusión de este taller de impresos se realizó un cronograma de actividades en donde los docentes y estudiantes del macro proyecto serán los encargados de dar a conocer sobre el funcionamiento y el beneficio que traerá este taller a la carrera de Comunicación Social, además para estas charlas se utilizaran trípticos, afiches y hojas volantes.

El cronograma de actividades tendrá el siguiente contenido:

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES						
ACTIVIDADES	OBJETIVOS	FECHA	HORA	RESPONSABLES	LUGAR DE REALIZACIÓN	
Visita de la coordinadora de la carrera junto al director del laboratorio a las aulas de Comunicación Social de la sección diurna – nocturna.	<ul style="list-style-type: none"> Explicación del macro proyecto. Invitar a la socializar sobre este macro proyecto. 	Del 15 al 17 de octubre del 2012.	En la mañana de 10:00h a 11:00h. En la noche de 17:00h a 18:00h.	Coordinadora de la carrera y director del laboratorio de impresos.	Aulas del bloque "A"	
Encuentro entre los estudiantes de Comunicación Social con los autores del macro proyecto del laboratorio de impresos.	<ul style="list-style-type: none"> Contribuir a que los estudiantes de la carrera conozcan sobre la utilización del material de impresos. 	18/10/2012	DE 8:00h a 11:00h AM	Estudiantes del macro proyecto.	Sala de Educación Continua	
Una reunión general con los profesores de la Unidad Administrativa para socializar sobre el macro proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> Socializar sobre la creación del macro proyecto de Carrera de Comunicación Social. 	19/10/2012	De 8:00h A 8:30h Am	Coordinadora de carrera junto a estudiantes del macro proyecto.	Salón Luis Felipe Chávez	
Elaboración de 500 afiches, 2000 trípticos y 2000 hojas volantes.	<ul style="list-style-type: none"> Dar a conocer la existencia del laboratorio de impresos y promover su utilización. 	Del 22 al 26 de octubre del 2012.		Ximena Tipán afiches y Mery Toapanta tríptico y hojas volantes.	Laboratorio de impresos de la Carrera de Comunicación Social	
Colocación de afiches en el campus universitario.	<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento general y que se genere un interés en la colectividad universitaria. 	29/10/2012	De 9:00h a 10:00h Am	Presidentes de cada aula de la Carrera de Comunicación Social junto a Ximena y Mery.	Campus Universitario	
Distribución de trípticos en el campus universitario.	<ul style="list-style-type: none"> Informar cómo funciona el laboratorio y en que consiste. 	30/10/2012	De 13:00h a 14:00h Pm	Presidentes de cada aula de la Carrera de Comunicación Social junto a Ximena y Mery.	Campus Universitario	
Distribución de hojas volantes en el campus universitario.	<ul style="list-style-type: none"> Estimular a estudiantes y profesores para que emprendan una elaboración de proyectos impresos. 	31/10/2012	De 11:00h a 12:00h Pm	Presidentes de cada aula de la Carrera de Comunicación Social junto a Ximena y Mery.	Campus Universitario	

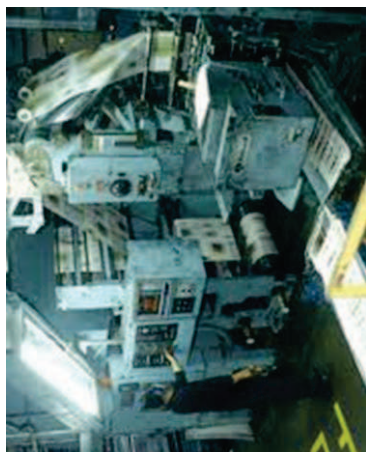
Los trípticos el cual tendrá el siguiente modelo y contenido:



- *Elevar el nivel académico de los estudiantes*
- *Participación de los estudiantes y docentes dentro del taller de impresos.*
- *Elaboración y distribución de sus propios proyectos.*

SÉPTIMO COMUNICACIÓN SOCIAL

Implantación de una primera fase de un taller de impresos dentro de la Carrera de Comunicación Social



Dirección y Contactos

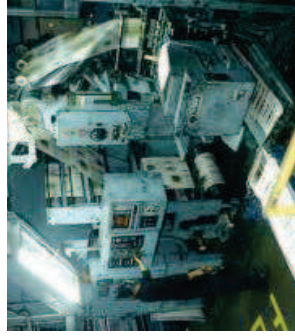
Latacunga, Barrio El Ejido Sector San Felipe.

Teléfonos: 593 (03) 2810-296 / 893
(03) 2813-157 Fax: 2810-295

Email: webmaster@utc.edu.ec,

SOCIAL

IMPLEMENTARÁ



IMPLEMENTOS

El taller será estructurado de la siguiente manera.

- ✓ Máquinas para la elaboración de diferentes productos impresos.
- ✓ Procesador de placas.
- ✓ 3 computadoras PC para redacción.
- ✓ 1 computadora MAC que servirá para el diseñador gráfico

VENTAJAS:

- Diseño y elaboración de varios productos impresos.
- Aportar al desarrollo institucional de la universidad.
- Vincularse con la colectividad a través de publicaciones realizadas por los estudiantes.

Información General de la Carrera

La Carrera de Comunicación Social promueve un profesional con alto nivel de formación científica, humanística y técnica, capacitado para dirigir y ejecutar procesos comunicacionales de calidad, apegado a los principios éticos y con amplio sentido democrático, no excluyente. Se basa en un periodismo que no le tema a la relación cercana con las artes literarias, pero que hace de la objetividad su principal propósito, y de la búsqueda de la verdad su razón de ser. Desde la perspectiva de la investigación, domina y trabaja por desarrollar las teorías de la comunicación social y el periodismo, así como el emprendimiento en proyectos específicos para generar comunicación alternativa que contribuya al desarrollo social local y nacional.



De la misma manera se realiza hojas volantes y afiches las cuales serán repartidas en toda la universidad, y se dé a conocer de qué manera funcionara los beneficios, y las ventajas que prestara el taller de impresos a la carrera de Comunicación Social, esta hoja volante tendrá la siguiente presentación.



Implementación de una primera fase de un taller de impresos dentro de la Carrera de Comunicación Social

BENEFICIOS:

- *Elevar el nivel académico de los estudiantes*
- *Participación de los estudiantes y docentes dentro del taller de impresos.*
- *Elaboración y distribución de sus propios proyectos.*

VENTAJAS:

- o *Diseñar y elaboración de varios productos impresos.*
- o *Aportar al desarrollo institucional de la universidad.*
- o *Vincularse con la colectividad a través de publicaciones realizadas por los estudiantes.*

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

DIRECCIÓN y CONTACTOS

Latacunga, Barrio El Ejido Sector San Felipe.

Teléfonos: 593 (03) 2810-296 / 593 (03) 2813-157 Fax:
2810-295 **Email:** webmaster@utc.edu.ec,



Implementación de una primera fase de un taller de impresos dentro de la Carrera de Comunicación Social

BENEFICIOS:

- *Elevar el nivel académico de los estudiantes*
- *Participación de los estudiantes y docentes dentro del taller de impresos.*
- *Elaboración y distribución de sus propios proyectos.*

VENTAJAS:

- o *Diseñar y elaboración de varios productos impresos.*
- o *Aportar al desarrollo institucional de la universidad.*
- o *Vincularse con la colectividad a través de publicaciones realizadas por los estudiantes.*

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

DIRECCIÓN y CONTACTOS

Latacunga, Barrio El Ejido Sector San Felipe.

Teléfonos: 593 (03) 2810-296 / 593 (03) 2813-157 Fax: 2810-295

Email: webmaster@utc.edu.ec,

PRESUPUESTO PARA ACTIVIDADES DE SOCIALIZACIÓN		
<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>V. UNITARIO</i>	<i>V.TOTAL</i>
Elaboración de 500 afiches.	0.125	\$250.00
Elaboración de 2000 trípticos.	0.067	\$133.93
Elaboración de 2000 hojas volantes.	0.23	\$116.07
Alquiler de infocus (4 Horas).	6.00	\$24.00
50 Gaseosas para los participantes.	0.30	\$31.50
TOTAL		\$615.00

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIBROS

- GÓMEZ (1992): Didáctica e Innovación Curricular - escrito por: ESTEBARANZ GARCÍA Araceli, 1999 Pág. 80
- KLAUER (1985): Didáctica e Innovación Curricular - escrito por: ESTEBARANZ GARCÍA Araceli, 1999 Pág. 81.
- GONZÁLEZ CUEVAS Oscar: Algunos Comentarios sobre Investigación y Docencia", Educación Química, Vol. 3. No. 1, 1992.
- HERNANDO: Divulgación y periodismo científico: Entre la claridad y la exactitud escrito por Calvo Hernando Manuel 2002 ,Pág. 23
- CASTAÑEDA Gabriela y PRADILLA Nicolás: trama centro especializado de artes restauraciónMorelos 1271 / Emerson y Atenas Americana, 44160 Guadalajara, Jalisco, México+52 33 3334 4350 www.tramacentro.org, Pág. 1
- PASCUALI: Comunicación y Construcción de Ciudadanía: Aportes para el Desarrollo Escrito por Laura Cárdenas Lorenzo 2009 Pág. 33
- VIZCAÍNO GUTIÉRREZ: Universidad y Medios Masivos: Del Estado de Bienestar Al Mercado Escrito por Milcíades Vizcaíno Gutiérrez Pág.11.
- Profesores de Enseñanza Secundaria. Administración de Empresas. Volumen Iv.e .escrita por: PARRAGA GARCIA Pilar, CARREÑO SANDOVAL Francisco, NIETO SALINAS Andrés, LOPEZ YEPES José Andrés, MADRID GARRE M^a Feliz, Pág. 47
- FISCHER y ESPEJO: Mercadotecnia, Tercera Edición, de Fischer Laura y Espejo Jorge, Mc Graw Hill, 2004, Págs. 360 al 376.
- FERNANDEZ: Producción y diseño gráfico para la World Wide Web Escrito por Antonio Fernández-Coca, Pag.35
- FISCHER y ESPEJO: Mercadotecnia, Tercera Edición, de Fischer Laura y Espejo Jorge, Mc Graw Hill, 2004, Págs. 360 al 376.

- SUAREZ y ALONSO: Tecnologías de la información y la comunicación: Introducción a los sistemas ; Escrito por Ramón Carlos Suárez y Alonso 2007 Pág.3
- MUÑOZ: Nuevo diccionario de Publicidad, Relaciones Públicas y Comunicación Corporativa; Escrito por José Javier Muñoz 2004, Pág. 259

LINKGRAFÍA

- Pág.http://www.palermo.edu/dyc/encuentrovirtual/pdf/ghinaglia_daniel.pdf
- Pág. <http://www.cih.edu.mx/lgarcia/dgrafico/IMPRESOSgraficos.pdf>
- Pág. <http://worldhistorysite.com/c/communicationc.htm>
- Pág.<http://www.promonegocios.net/publicidad/tipos-medios-comunicacion.html>
- Pág.www.wikipedia.com
- Pág. http://www.semlp.org/?page_id=115
- Pág. <http://www.iesalc.unesco.org.ve/dmdocuments/biblioteca/libros/2.pdf>

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ENCUESTA DIRIGIDA A DOCENTES DE LA UNIVERSIDAD

TÉCNICA DE AMBATO

Objetivo de la encuesta: Identificar qué recursos técnicos y científicos son utilizados en las editoriales de las distintas universidades del sector público para efectos de la difusión académica.

Se solicita responder con claridad

1. ¿Con que frecuencia su institución realiza la planificación académica?

Siempre

A veces

Nunca

2. ¿Con que frecuencia su institución realiza la planificación extracurricular a nivel docente?

Siempre

A veces

Nunca

3. ¿Cuántos proyectos de investigación están en marcha dentro de la institución?

1 proyecto

2 proyectos

3 o más proyectos

Ninguno

4. ¿De los proyectos que están en marcha a que sector dan mayor prioridad?

Docencia

Vinculación con la colectividad

Investigación científica

5. ¿Con que frecuencia se da la participación de los estudiantes dentro del taller de impresos?

Siempre

A veces

Nunca

6. ¿Cuál de los siguientes productos impresos es el que más se ha publicado dentro de la universidad?

Revistas

Periódicos

Folletos

Afiches

Trípticos

Otros

7. ¿Quiénes han publicado más productos impresos?

Autoridades

Estudiantes

Docentes

Trabajadores y empleados



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ENTREVISTA DIRIGIDA AL VICERRECTOR ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO Y AUTORIDAD DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR.

- **Objetivo De La Entrevista:** Identificar qué recursos técnicos y científicos son utilizados en las editoriales de las distintas universidades del sector público para efectos de la difusión académica.

- 3 **¿Qué proyectos se ha desarrollado dentro de la universidad y cuáles son?**
- 4 **¿Cómo se han sido medidos los resultados de los proyectos aplicados dentro de la institución?**
- 5 **¿De qué manera se han dado a conocer los beneficios y resultados de los proyectos a la comunidad universitaria y de la ciudad en general?**
- 6 **¿Cómo calificaría la percepción de la ciudadanía a los proyectos difundidos por la universidad?**
- 7 **¿Conoce Ud. De experiencias de otras universidades que pueden tomarse como referente en cuanto a la colaboración de proyectos.**

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

