



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS

COMUNICACIÓN SOCIAL
TESIS DE GRADO

TEMA:

“ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS MEDIOS IMPRESOS FRENTE A OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA EL PROCESO EDUCATIVO DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI DURANTE EL PERIODO 2011-2012”

Tesis Presentada Previa la Obtención del Título de Licenciatura en Comunicación Social.

Autores:

Ugsha Toaquiza Celso Germán

Pilatasig Pilaguano Luis Geovany

Director de tesis:

Lic. Franklin Eduardo Falconí Suárez

Latacunga- Ecuador

Octubre 2012

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “**ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS MEDIOS IMPRESOS FRENTE A OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA EL PROCESO EDUCATIVO DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI DURANTE EL PERIODO 2011-2012**”, son de exclusiva responsabilidad de los autores.

.....
Celso Germán Ugsha Toaquiza
N° C.C. 050340772-8

.....
Luis Geovany Pilatasig Pilaguano
N° C.C. 050268429-3

AVAL AL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director del trabajo de investigación sobre el tema: **“Análisis COMPARATIVO DE LOS MEDIOS IMPRESOS FRENTE A OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA EL PROCESO EDUCATIVO DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI DURANTE EL PERIODO 2011-2012”**, de Celso Germán Ugsha Toaquiza, y Luís Geovany Pilatasig Pilaguano, postulantes de la Carrera de Comunicación Social, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológico y aportes científicos técnicos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, noviembre de 2012

El Director

Lic. Franklin Eduardo Falconí Suárez

C.I.: 1802454387

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE 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: Celso Germán Ugsha Toaquiza, Luis Geovany Pilatasig Pilaguano con el título de tesis: **“ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS MEDIOS IMPRESOS FRENTE A OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA EL PROCESO EDUCATIVO DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI DURANTE EL PERIODO 2011-2012”**, 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 06 de noviembre del 2012

Para constancia firman:

.....
Lic. Lorena Álvarez
PRESIDENTE

.....
Lic. Tania Villalva
MIEMBRO

.....
Lic. Jessenia Cabrera
OPOSITOR

DEDICATORIA

Este trabajo investigativo lo dedico a mi madre, María Olga Toaquiza Ugsha, quien ha sido mi ejemplo al enseñarme a ser una buena persona, respetuoso, responsable y honesto con los demás.

También a mi padre, José Eduardo Ugsha Vega, quien constantemente me brinda su colaboración, motivación y apoyo facilitándome recursos económicos y aliento para luchar en la vida por alcanzar un propósito y cumplir la meta soñada.

Celso Germán Ugsha Toaquiza

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica de Cotopaxi por la enseñanza brindada durante el proceso de mi formación académica en la Carrera de Comunicación. Un agradecimiento especial al Director de Tesis Lic. Franklin Falconí y a los docentes de la carrera de comunicación social por haber sembrado en mí la inquietud por la investigación y el trabajo académico.

Gracias a dios por darme la vida para seguir estudiando y a toda mi familia por su constante ayuda y aporte tanto en el ámbito económico, y sobre todo moral.

Celso Germán Ugsha Toaquiza

ÍNDICE

CONTENIDO	PÁGINA
Portada.....	i
Autoría.....	ii
Aval al director de tesis.....	iii
Aprobación del tribunal de grado.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice.....	vii
Resumen.....	x
Abstract.....	xi
Aval de revisión del abstract.....	xii
Introducción.....	xiii

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	1
1.1. Antecedentes de la investigación.....	1
2. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....	2
3. MARCO TEÓRICO.....	3
3.1.1 Desarrollo práctico de los estudiantes.....	3
3.1.2Asignatura de redacción periodística.....	9
3.1.3Asignatura de impresos.....	12
3.1.4Características de los medios televisivos.....	16
3.1.4.1 Las principales características del medio.....	18
3.1.4.2 La inmediatez.....	18
3.1.4.3 Sensación de realidad.....	18
3.1.4.4 Diversidad de discursos.....	18
3.1.4.5 Facilidad de lectura.....	18
3.1.4.6 Predominio de la imagen.....	18
3.2 Características de los medios radiales.....	20

3.2.1 La radio como medio de comunicación.....	20
3.2.2 Características generales.....	20
3.3 Características de los medios impresos.....	23
3.3.1 La evolución del diseño periodístico.....	24

CAPÍTULO II

3.4 Breve caracterización del objeto de estudio.....	30
3.5 Diseño Metodológico.....	34
3.5.1 Tipo de investigación.....	34
3.5.2 Unidad de estudio.....	34
3.5.3 Metodología.....	37
3.5.4 Métodos y técnicas.....	38
3.5.4.1 Métodos.....	38
3.5.4.2 Método analítico.....	38
3.5.4.3 Método sintético.....	38
3.5.5 Técnicas.....	38
3.5.5.1 Observación.....	38
3.5.5.2 Encuesta.....	39
3.5.5.3 Cuestionario.....	39
3.6. Análisis e interpretación de resultados.....	40
3.6.1 Análisis e interpretación de resultados de la encuesta en Tv.....	40
3.6.2 Análisis e interpretación de resultados de la encuesta en prensa.....	48
3.6.3 Análisis e interpretación de resultados de la encuesta en radio.....	56
3.6.4 Análisis e interpretación de resultados de la entrevista en Tv.....	62
3.7 Conclusiones.....	66
3.8 Recomendaciones.....	67

CAPÍTULO III

3.9 Diseño de la propuesta.....	68
3.9.1 Datos informativo.....	68
3.9.2 TÍTULO DE LA PROPUESTA.....	68

3.9.3INSTITUCIÓN EJECUTORA.....	68
3.9.4BENEFICIARIOS.....	68
3.9.5 Ubicación.....	68
3.9.6 Tiempo estimado para la ejecución.....	68
3.9.7 Equipos responsable.....	68
3.9.8 Antecedentes.....	69
3.9.9Justificación.....	70
4Objetivos.....	71
4.1.1Objetivo general.....	71
4.1.2 Objetivos específicos.....	71
5 Descripción de la propuesta.....	71
6 Bibliografía.....	74
7 Anexos.....	76



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

Tema: “ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS MEDIOS IMPRESOS FRENTE A OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA EL PROCESO EDUCATIVO DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI DURANTE EL PERIODO 2011-2012”.

Autores:

Celso Germán Ugsha Toaquiza

Luis Geovanny Pilatasig Pilaguano

RESUMEN

En el presente trabajo el tema de investigación es el análisis comparativo de los medios impresos frente a otros medios de comunicación para el proceso educativo de los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Cotopaxi. Se abordan los temas o categorías fundamentales, el desarrollo práctico de los estudiantes, las asignaturas de redacción periodística e impresos. Características de los medios televisivos, radiales e impresos. El proyecto tiene el propósito de prestar múltiples servicios a los estudiantes y docentes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, en la Carrera de Comunicación Social especialmente en la materia de redacción periodística como aporte al nivel de conocimiento en sus respectivas prácticas.



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

THEME: “COMPARATIVE ANALYSIS OF THE PRINTERS AGAINST OF OTHER COMMUNICATION MEDIA IN THE EDUCATIVE PROCESS AT THE SOCIAL COMMUNICATION CAREER OF COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY DURING 2011 – 2012 ACADEMIC PERIOD”.

AUTHORS:

Celso Germán Ugsha Toaquiza

Luis Geovanny Pilatasig Pilaguano

ABSTRACT

In this work the subject of research is the comparative analysis about the printer media of other media for the educative process at the media career students of the Technical University of Cotopaxi which we have the following topics or fundamental categories, students' practical development, subject of journalistic writing and printing subject. Characteristics of the television media, radio media features and printing media' the characteristics of this macro project has the ability to provide multiple services to the students and teachers at the technical University of Cotopaxi in the Social Communication career especially in the raising journalistic writing field that has a high level of knowledge in their respective practices.

AVAL DEL DOCENTE DEL CENTRO DE IDIOMAS

A solicitud de Ugsha Toaquiza Celso Germán y Pilatasig Pilaguano Luis Geovany, postulantes al Título de Licenciados en Comunicación Social, pertenecientes 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: **“COMPARATIVE ANALYSIS OF THE PRINTERS AGAINST OF OTHER COMMUNICATION MEDIA IN THE EDUCATIVE PROCESS AT THE SOCIAL COMMUNICATION CAREER OF COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY DURING 2011 – 2012 ACADEMIC PERIOD”**.

Latacunga, Septiembre, del 2012

El Profesor

.....
Lic. Lidia Rebeca Yugla Lema
C.I. 050265234-0
Docente de Ingles

INTRODUCCIÓN

Partiendo de la ejecución, la primera parte del trabajo da cuenta de la implementación de un laboratorio de impresos en la Universidad Técnica de Cotopaxi orientado a mejorar el aprendizaje de los estudiantes y docentes y como una forma de contribuir al desarrollo sociocultural a través de ejemplares de trípticos que se entregaron a la ciudadanía.

El laboratorio pretende ser un espacio donde se sienten las bases prácticas de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social para influir en el desarrollo de capacidades y habilidades en el manejo de un medio impreso.

Se hará un análisis social de los medios impresos de modo comparativo frente a otros medios de comunicación y su aporte en el proceso educativo de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi durante el periodo 2011-2012.

Al análisis se sumará el propósito de conocer el nivel de aceptación que se dará al medio impreso en la carrera, a través de un diagnóstico mediante el nivel de preferencia de los estudiantes de la Carrera de Comunicación hacia los medios, y proponer un folleto explicativo para producción de impresos.

Esta propuesta investigativa busca dar una visión más clara sobre el aprendizaje de los estudiantes de la materia de Redacción Periodística, cuyo dominio significará desempeñar la labor de comunicador con mayor eficacia en el manejo de un medio impreso. Nuestro propósito es sugerir que las nuevas generaciones de estudiantes no solo deben adquirir conocimientos teóricos sino compaginarlos con sus capacidades en el conocimiento práctico.

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. Antecedentes de la investigación

La forma y la política de los medios de comunicación local como la radio, prensa y televisión desde hace varios años atrás hasta la actualidad es la que se conoce como medios públicos, privadas y comunitarias, generalmente que no se ha podido contar con la colaboración de los medios hacia los estudiantes en su totalidad como en la parte práctica, ya que surge la necesidad de emprender y desempeñar no solamente en lo académico; sino también más allá de la teoría buscar las formas y maneras de dar su servicio a la ciudadanía cumpliendo el eje principal y las funciones correspondientes de los medios que tiene sus principios en los diferentes ámbitos de programación.

Por ello el trabajo práctico representa un periodo crítico en la formación profesional que convierte al estudiante en el sujeto de relación hacia la institución de los diferentes medios, profundizando básicamente en los estudiantes para que pueda realizar sus actividades correspondientes se ha visto dificultoso aunque basando en las teorías pero no ha llegado a la práctica como lo desea la institución superior como educación de calidad, por medio de esto como es la implementación de impresos es un logro para el bien de los estudiantes de perfil educativo como los docentes que nos puedan facilitar dentro de la carrera que se realicen con sus estudiantes en lo académico; y por ende esto nos conmueve como accesos difíciles, distantes de los servicios más necesarios.

Lo anterior es sintetizado como exclusión de los mecanismos institucionales educativos, como de la universidad y las políticas públicas de otras instituciones para acceder a condiciones académicas para los trabajos adecuados en las pasantías y prácticas en el laboratorio de impreso.

Por medio de las autoridades se ha discutido en los foros, dentro y fuera de la universidad que es indiscutiblemente analizar en nuestro alrededor como, conferencias, talleres y cursos, etc.

2. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.



3. MARCO TEÓRICO

3.1.1 Desarrollo práctico de los estudiantes

“La calidad de la capacitación profesional que logren los estudiantes en el estudio de la carrera va a depender no sólo de la formación teórica sino también los propios alumnos de las prácticas realizadas que les permitan, realmente transformar el conocimiento académico al ser humano en intuición profesional. La Universidad tiene la misión de formar profesionales capacitados para desempeñar una función social y el componente práctico del currículum que juega un papel de primer orden. La Práctica desempeña un papel clave en el desarrollo de competencias, que permitan la transferencia y movilización de conocimientos a situaciones de trabajo, en oportunidad con el enfoque del Proceso de Convergencia Europea de Educación Superior.” (Fernández Clemente 1982, pág. 15-16.)

Para Fernández Clemente, los efectos positivos que se le reconoce, son numerosos, así, se indica que hace posible dar una visión del mundo del trabajo, desarrollar habilidades profesionales y de interrelación social, incrementar las posibilidades de empleo, incrementar el conocimiento de los estudiantes, desarrollar actitudes positivas hacia la supervisión, autoconfianza, razonamiento práctico, etc. No obstante, también se ha destacado los aspectos negativos de algunos programas señalado como la falta de superación en la integración teoría-práctica, dificultad en organizar experiencias apropiadas de formación y centrarlos en habilidades técnicas a expensas de una comprensión más amplia de las organizaciones, falta de preparación de los supervisores, experiencias de campo no conjuntadas bien con los programas, “explotación” de los estudiantes en la práctica a expensas de su mejor aprendizaje, etc.

Los tesistas consideran que: es importante que los estudiantes puedan ser emprendedores y la unidad de tener una buena relación con la sociedad abordando los hechos, a que tengan las ventajas de aportar la práctica en la formación de los estudiantes para desarrollar habilidades profesionales y de interrelación social, incrementar las posibilidades de empleo, ampliar el conocimiento de los estudiantes y así de esa manera buscar una colectividad integrando y fortaleciendo para el progreso de la humanidad.

“Es preciso conocer cómo se está enseñando y aprendiendo en los prácticos, en relación con las enseñanzas teóricas y prácticas que se imparten en nuestras universidades, porque las práctica pueden constituir la clave que facilite a los estudiantes encontrar la íntima relación que existe entre la formación teórica y su aplicación a la práctica profesional, incrementando su capacitación profesional.” (Martínez 2001, pág.14-17.)

Los tesistas consideran que: los procesos mencionados se dan interrelacionadamente en el contexto universitario, con el propósito de garantizar la calidad en formación integral a los estudiantes y futuros profesionales que tendrán la responsabilidad de potenciar desde los diferentes ángulos el progreso del país.

De una parte para Martínez en el “conocimiento profesional”, referido al conjunto de significaciones, destrezas y disposiciones que un profesional necesita para comportarse de manera eficaz en una situación de enseñanza determinada. Son muchos los estudios en los que se reclaman la naturaleza práctica del proceso de construcción de conocimiento profesional. Nos interesan los “Programas de práctica”. Bajo nuestro criterio, el interés intrínseco de los programas de prácticas universitarias para la formación de profesionales reside en los siguientes:

1.- El práctico representa un período crítico en la socialización profesional, que convierte al estudiante en el sujeto de la relación ambivalente entre la institución formativa y la empresa.

2.- El práctico es una modalidad de formación cuya ubicación estratégica entre la formación inicial y la formación continua le otorga el doble valor de funcionalidad que alcanza para ambas en la medida en que determina buena parte de las interpretaciones que el futuro profesional realice tanto sobre el sentido de la formación como sobre el sentido de la propia profesionalidad.

3.- El práctico es un episodio de inducción profesional que afecta tanto a la evaluación del sí-mismo profesional del estudiante como a la evaluación que de él realiza el propio colectivo profesional.

Durante el práctico se juegan las opciones reales de interesarse al futuro profesional para su propio desarrollo profesional.

4.- Finalmente en un “modelo evolutivo de desarrollo del conocimiento profesional que comienza con el práctico”. Los estudios de comparación entre la estructura de Profesorado, revista de currículum y formación del profesorado, 8 (2) 2004 conocimiento profesional y las habilidades para la intervención de los profesionales expertos frente a los profesionales principiantes han permitido generalizar una serie de tópicos que afectan a la misma estructura conceptual de la profesionalización.

Primero, porque las diferencias evidenciadas no permiten mantener una idea de la profesionalidad estable a lo largo del tiempo.

Segundo, porque se constata la idea de que la formación inicial no concluye con el objetivo de haber enseñado las herramientas básicas de la profesión, sino que estas se adquieren durante los primeros años de intervención en el contexto de las prácticas.

Tercero, porque los esquemas de actuación profesional no aparecen de la nada con el inicio de la intervención, sino que se van conformando a través de las experiencias pre formativas y de formación inicial.

Cuarto, porque el proceso de socialización profesional, como condicionamiento social de los esquemas de actuación profesional se configura, preferentemente, durante la etapa de formación práctica.

El problema de la formación práctica y las consecuencias que su buen desarrollo y funcionamiento adecuado puede tener en la preparación de futuros profesionales, ha sido puesto de manifiesto en numerosas ocasiones y actividades.

En ellas, la presencia de Escuelas de Magisterio y Facultades de Educación es patente exponiendo problemas, buscando explicaciones lógicas a determinadas situaciones, presentando actuaciones y haciendo aportaciones dirigidas siempre a mejorar la formación derivada del componente práctico de los planes de estudios. Dichos encuentros constituyen una fuente de información que orientan hacia dónde van las preocupaciones y las actuaciones en este campo.

Por nuestra parte, el tema de la formación práctica ha sido objeto de especial atención, prueba de ello son los varios estudios y compromisos adquiridos respecto al práctico. Así, en el contexto amplio de la Facultad venimos implicándonos en tareas de gestión, supervisión y coordinación de práctico. En tal sentido, algunos miembros han desempeñado tareas de gestión realizando variadas

actividades como, organización de Jornadas sobre Itinerarios y Salidas Profesionales de los estudiantes de Pedagogía dentro del marco del práctico de la Licenciatura de Pedagogía; Edición de libros de actas; Intercambios, contactos y relaciones con centros e instituciones profesionales a fin de establecer lazos y conseguir ayuda y colaboración con la Facultad en su tarea formadora.

La formación de los profesionales de nivel superior es el proceso que, de modo consciente y sobre base científicas, se desarrolla en las instituciones de educación superior para garantizar la preparación integral de los estudiantes universitarios, que se concreta en una sólida formación científico técnica, humanística y de altos valores ideológicos, políticos, éticos y estéticos, con el fin de lograr profesionales revolucionarios, culto, competentes, independientes y creadores, para que puedan desempeñarse exitosamente en los diversos sectores de la economía y de la sociedad en general.

La formación de los profesionales se desarrolla de forma curricular y extracurricular. El modelo de formación de la educación superior cubana es de perfil amplio y se sustenta en la idea rectora del vínculo del estudio con el trabajo, que consiste en asegurar desde el currículo el dominio de los modos de actuación del profesional, en vínculo directo con su actividad. El profesional de perfil amplio es aquel que posee una profunda formación básica que le permita resolver, con independencia y creatividad, los problemas más generales y frecuentes que se presentan en su campo de trabajo.

La vinculación del estudio con el trabajo expresa la necesidad de formar al estudiante en contacto directo con su profesión, bien a través de un vínculo laboral estable durante toda la carrera, o a partir de un modelo de formación desarrollado desde el trabajo.

Para lograr su encargo social en la universidad se llevan a cabo diferentes procesos, entre los cuales pueden mencionarse: docente, investigativo y extensionista, entre otros.

El proceso docente se lleva a cabo mediante el desarrollo de los contenidos de las diferentes disciplinas y asignaturas que conforman el plan de estudio de cada carrera, y que propicia que los estudiantes se apropien de conocimientos, habilidades y valores de cada profesión para desempeñarse en el mundo laboral.

La investigación constituye un proceso central de la universidad, no es posible concebir en la actualidad una universidad sin investigación; en ella el proceso docente ha de realizarse por medio de la investigación. La investigación en la universidad está dirigida a ampliar los conocimientos teóricos y dar soluciones a problemas prácticos en las esferas de la producción y los servicios.

El proceso de extensión universitaria tiene como objetivo promover la cultura en la comunidad interuniversitaria y extrauniversitaria, para contribuir al desarrollo cultural de la población, lo cual constituye una misión social de la universidad. A través de la extensión se promueve la cultura que preserva y desarrolla la universidad. La extensión universitaria se caracteriza también por ser una función integradora y dinamizadora que expresa el vínculo social más amplio de esta institución.

3.1.2 Asignatura de redacción periodística

“La Asignatura Redacción Periodística está pensada para dar el mejor servicio a los estudiantes que tienen que producir textos en el ámbito de la comunicación pero que no son específicamente periodísticos. Podríamos llamarla también Redacción periodística para no periodistas en el sentido en que se pretende que los textos generados por los estudiantes que la cursen tengan la misma atracción que tienen los textos escritos por los periodistas para programas de televisión, para programas de radio y para otros medios escritos”. (Danto 1965, pág.53-55.)

Los tesisistas consideran para poder analizar los textos escritos se utilizan fundamentalmente textos periodísticos, lo que permitirá también hablar de géneros y usos periodísticos. Pero el uso de este tipo de textos no quiere decir que la realidad que analiza la asignatura se circunscriba al periodismo.

La asignatura para Danto, es deudora de las aportaciones de la Retórica y de la importancia que daban los sofistas en realizar la mejor comunicación posible para atraer al público y lograr de él los objetivos que se hubieran propuesto.

Los comunicadores, herederos directos de aquellos sofistas, recogen el testigo que ellos pasaron y lo aplican a los nuevos medios y a las nuevas situaciones de comunicación.

Esta asignatura quiere hacer al estudiante más consciente de la necesidad de escribir textos muy atractivos, hablen de lo que hablen y vayan dirigidos al público al que vayan dirigidos.

“Es una exigencia del nuevo currículo del programa de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad del Quindío, adoptada como crédito académico dentro de las actividades que hace el Programa de Comunicación y la Facultad de Humanidades. Todo enmarcado dentro de los parámetros del Decreto 2566 y la

normatividad expedida por la Universidad para hacer de los programas de formación el pilar de la excelencia académica en este claustro universitario superior.” (García y Ramos, 1998, pág. 232-234.)

Los tesistas consideran que: esta la nueva malla curricular para comunicación social está encuadrada dentro del parámetro para cumplir la eje fundamental para los textos escritos como claro preciso y concisa para el buen desarrollo de la información.

Aprender a conocer y comprender los conceptos y teorías de la redacción periodística, la información, el periodismo, la gramática y las tipologías textuales. Adquirir competencias para redactar textos cortos muy claros, con todos los elementos gramaticales de uso, en principio. Y textos más largos entre los que se incluyen noticias para radios, televisión y prensa.

Estimular la autonomía personal, la capacidad de juicio, de crítica, de investigación y de responsabilidad entre los estudiantes, para que asuman el reto de comunicar e informar con el sentido de contribuir a construir una sociedad tolerante, dialógica, participativa y democrática. Así mismo estimular todas las formas de convivencia alrededor de la justicia y el bienestar colectivo. Enseñar el poder de las palabras y cómo es la creación lingüística.

Explicar parte de los conceptos teóricos y prácticos de la semántica, la sintaxis y la ortografía comprendidos en la gramática del idioma Español.

Introducir al estudiante en la identificación de los diferentes tipos de textos y su forma más sencilla de escribirlos (tipología textual).

Centrar conceptualmente al estudiante sobre lo que significa el periodismo.

Estimular la comprensión de los conceptos de redacción periodística, información y periodismo.

Explicar con amplitud la oración determinativa sin comas como principio de la redacción clara de textos y la trascendencia de los conectores.

La redacción periodística es la escritura correcta de textos a través del estudio de unos determinados signos ordenados en una unidad de pensamiento con el fin de transmitir información de interés general. Es una materia esencial para el comunicador social-periodista. El profesional de la comunicación social debe poseer los elementos fundamentales de redacción periodística, elaborar textos sencillos y complejos. La asignatura se aborda desde la gramática, la teoría lingüística, el concepto de las tipologías textuales y el periodismo.

“La asignatura redacción periodística, situada en el primer semestre del Grado en Periodismo, aporta al estudiante los principios básicos de la profesión. Se persigue aproximar al alumno, desde el comienzo de sus estudios, a la profesión periodística como transmisora de actualidad, con arreglo a sus normas éticas y dominio del instrumental de comunicación específico. Los periodistas y los comunicadores se pretenden instruir a los estudiantes en la adecuada comprensión del mensaje periodístico e inculcar el hábito de lectura crítica de los periódicos. El fin último de la materia es lograr que los alumnos dominen competencias y conocimientos fundamentales para el aprendizaje en materias impartidas en semestres posteriores (especialmente, materias como periodismo cultural, científico, económico, deportivo, etc.-, sin dejar de lado otras, como Ética y deontología profesional) o incluso en el mismo semestre por ejemplo, Habilidades comunicativas”. (Álvarez, y García 1995 pág. 113-117).

Los tesistas consideran el propósito es que el estudiante sea capaz, al finalizar el ciclo, de elaborar con solvencia de la información periodística básica, cumplido todas las actividades que ellos conllevan en la carrera de comunicación: obteniendo los datos e informaciones las fuentes que sean pertinentes y redacción del texto.

3.1.3 Asignatura de impresos

“La asignatura Comunicación en medios impresos tiene como objetivo ofrecer una visión global sobre la misión, los procesos, las funciones y la producción de la comunicación escrita. A lo largo de 10 unidades, el alumno verá la dinámica y el alcance la comunicación escrita que todavía lidera los usos y las formas periodísticas, publicitarias y comunicativas.” (Durán, 2009, pág. 251-52).

Según los tesistas definen tampoco los estudiantes se debe dedicar en la parte teórico sino también en la práctica que puede ir conociendo la labor cotidiana que realizan en los tres medios de comunicación en los diferentes ámbitos que se encuentre su correspondiente función.

Para Duran, los aspectos fundamentales, se destaca la producción informativa para los medios impresos, que consiste en explicar cómo se “fabrican” las noticias y las informaciones de interés. De esta manera, conoceremos la función de las fuentes, los gabinetes y las agencias de comunicación. Por otro lado, detallaremos la estructura de la empresa de medios en papel, ya que es fundamental comprender el modelo de negocio. Ingresos, gastos, personal o inversiones determinan el producto en papel.

Las nuevas tendencias en géneros y formatos, tales como el nuevo periodismo anglosajón y su desarrollo en Europa, las dimensiones del periodismo de servicio o el periodismo de investigación, así como las singularidades de la especialización en prensa. Un espacio a la comprensión del impacto que han tenido internet, los nuevos medios y la proliferación del ADSL en los periódicos, así como los retos a los que se enfrenta la industria periodística tradicional.

Dentro del Pensum general del programa de Comunicación y Periodismo de la Corporación, se plantea una práctica o taller de cada uno de los medios relacionados con la carrera. El de medios impresos tendrá como finalidad acercar

al estudiante a los procesos de producción de impresos, adquiriendo las competencias necesarias para coordinar la producción de los mismos. Los medios impresos son un importante canal de comunicación en la sociedad: los periódicos, revistas, boletines, folletos, entre otros, son medios que pueden comunicar un mensaje en tiempos diversos. Es por esto que el comunicador periodista necesita conocer las características fundamentales para la producción de impresos que le permita utilizar este canal efectivamente. Así, a través de esta asignatura el estudiante tendrá la oportunidad de conocer el funcionamiento de las empresas que se dedican a la realización de medios impresos.

Objetivo es que desde el principio se entre en contacto con los espacios que serán absolutamente conocidos una vez concluya su formación académica. Desde esta asignatura se pretende apoyar la producción del periódico de la Institución y atender a las demás publicaciones que se considere pertinente, así como responsabilizarse de la red de carteleras de la institución.

“La producción de medios impresos y al reconocimiento de cada uno de ellos y de las posibilidades que éstos pueden ofrecer en términos comunicativos al profesional de la comunicación e información. La dinámica del trabajo estará orientada a la realización de trabajos dentro y fuera de clase, con el acompañamiento del docente. Se realizarán lecturas y visitas a empresas periodísticas y empresas de impresión con el objetivo de conocer el funcionamiento de las mismas. Los estudiantes deberán elegir entre uno de los tres periódicos de mayor circulación del departamento (El Colombiano, El Tiempo y El Mundo) para comparar permanente cada uno de los conceptos vistos en las sesiones presenciales, de tal manera que puedan confrontarlos con la realidad. Así mismo deberán elegir un periódico alternativo que les sirva de análisis en algunas de las sesiones de clase y al cual puedan ellos aportar desde sus aprendizajes en el curso. Los estudiantes, por grupos, serán encargados de la administración de algunas de las carteleras institucionales, de tal manera que

puedan mantener un adecuado flujo informativo en ellas y así apoyar la labor de la Dirección de Comunicaciones de la Corporación, la cual les dará algunos lineamientos de acuerdo al manual de carteleras de la Institución. Además, en un trabajo conjunto con los docentes de las asignaturas de Periodismo Informativo II y Reportaría Gráfica se pretende unir acciones y prácticas para producir el periódico de Corporación, para ello en el curso de Taller de Medios Impresos se delegarán las responsabilidades para la producción del mismo.” (Bonilla, 1995, pág. 234-236).

Los tesisistas consideran que este autor en esta asignatura nos compete tratar todos los recursos comunicativos que ha implementado el hombre para conseguir llevar un mensaje, información o idea, haciendo hincapié en la comunicación masiva o más media que se caracteriza por ser pública, rápida y transitoria.

Para Bonilla, la producción de medios impresos conforma un sistema único de comunicaciones, en forma armónica y combinada que están dirigidos al mismo auditorio, cumpliendo funciones que no son opuestas sino paralelas y complementarias a la asignatura de impresos de manera amplia, enfocamos cada medio desde sus orígenes hasta la actualidad.

“Tal como este proceso de impreso determina con la finalidad de emprender en los acontecimientos laborales que se origina dentro de la materia basando en las características que se desarrolla, por ende los orígenes de los medios impresos el periódico, tal como hoy lo conocemos, nació en Inglaterra, en el siglo XVIII. Con anterioridad a esta fecha, existieron ciertas formas de comunicación social.

Al principio eran impresos por editores privados, pero enseguida quedaron bajo la protección de los Estados Absolutos que las utilizaron como medio de propaganda de la monarquía.

Estado actual de los medios actuales en España, el profesor se detuvo un instante en tratar de mostrar las distintas denominaciones que tienen los medios de comunicación digitales a través de la literatura. De este modo, indicó que en un principio se utilizó la denominación de medios electrónicos para pasar después al más aceptado medios digitales, aunque también se aceptan los términos medios on-line en los países anglosajones, además de medios en Internet o web de prensa de una forma más genérica, o portales periodísticos y cibermedios en ámbitos académicos.

En la actualidad nos hallamos inmersos en un modelo digital multimedia donde se da una evolución de los contenidos y los formatos que los medios ofrecen a sus lectores apareciendo el audio, el vídeo y las animaciones gráficas en Flash. Este desarrollo nos lleva a considerar que en un primer momento los medios de comunicación simplemente trataron de llevar el modelo que conocían en formato papel a la Red, aunque los medios han sabido aclimatar sus modelos hacia la web aprovechando todas las posibilidades que esta tecnología les puede ofrecer. Es la posibilidad de incorporar nuevos hechos noticiosos lo que ataca la periodicidad que define la publicación de los medios impresos.” (Klapper, 1972, pág. 237-239)

Los tesisas determinan los procesos de impresos en los estudiantes parte de un proceso, continúa en función de cambiar la política de los medios impresos aplicando en los esfuerzos y aprovechamiento eficaz y eficientemente aportando más a la colectividad.

3.1.4 Características de los medios televisivos

“La televisión es un medio audiovisual (combina sonido e imagen) en el que el destinatario recibe el mensaje en el instante en que se emite. Como ocurre en la radio, ese mensaje puede crearse en el momento en que se emite (emisión en directo) o puede haberse creado previamente (emisión en diferido). Aunque el medio permite la participación de los espectadores, lo cierto es que hay pocos programas que ofrezcan esa posibilidad, a diferencia de lo que ocurre con la radio.

Esto hace que la televisión tenga un grado bajo de interactividad: los espectadores solo influyen a través de las cuotas de pantalla que consigue cada programa. La televisión tiene los mismos fines que la radio: informar, orientar, formar y entretener. Los distintos géneros se adaptan a una u otra función: los telediarios y ciertos reportajes de actualidad tienen por función informar. Los documentales y los espacios educativos tienen por función formar. Los programas de debate y muchas entrevistas tienen por objeto orientar. Los programas de ficción (cine, telecomedias, seriales televisivos, los concursos, los magazines, los musicales, los espacios de humor, tienen como función entretener. Esta es la función dominante en la televisión y a la que se dedican la mayor parte de los espacios y de los recursos del medio.

El fenómeno televisivo, típico de nuestros tiempos, presenta múltiples facetas de interés general para los individuos, la característica de la T.V. es la de ser un medio de comunicación de masa debido a lo cual se concentran en torno a ellos números y variados intereses como es la programación que transmite. Es el medio de comunicación que mayor influencia tiene dentro de los hogares, al colocarse como una organización social, como una cultura socializadora que lleva inmerso un estudio de vida, unida a necesidades, aspiraciones y formas de pensar y actuar con el propósito de crear una masa de usuarios que responde a los intereses de los grupos económicos dominantes. Este es un medio de comunicación que distorsiona la realidad ya que está sustentado sobre la base de acciones que no se

permiten en nuestros códigos sociales, pero sin embargo son permitidos en la televisión como son los crímenes y la violencia en general. Por otra parte, demanda atención y presenta una realidad fragmentada y breve, un ejemplo de ello son los comerciales, produciendo en poco tiempo una serie de estímulos. El tiempo ocupado en ver televisión representa la secuencia en los horarios en los diferentes días y distintos canales, un ejemplo de esto son las telenovelas, las comiquitas y las películas y otras cosas en general, que aparecen como un espacio de confrontación cotidiana entre el sentido de lo nacional, la sensibilidad, los personajes propios, modelos y formatos televisivos capaces de trascender la frontera nacional. Es un medio de comunicación que ha sido considerado por investigadores, así como la gente común como un interruptor de comunicación en la familia y en la comunidad, donde comparte características con otros entes de la industria audiovisual es un fenómeno particular que posee identidad por sí misma y que ha logrado cumplir más eficientemente el contenido logrando acercarse cada día más al público.

La imagen de televisión se ubica dentro de las imágenes proyectadas y en movimiento. Es el medio de comunicación auténticamente de masas que impregna nuestras vidas de modo indiscutible en las sociedades desarrolladas.

Es un sistema de telecomunicación para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia. Esta transmisión puede ser efectuada mediante ondas de radio o por redes especializadas de televisión por cable. El receptor de las señales es el televisor.

Ha habido cambios en los procesos de difusión (esencialmente por la integración de la televisión vía satélite y la televisión por cable) y cambios en los televisores con crecientes posibilidades por parte del receptor de modificar las imágenes.

3.1.4.1 *Las principales características del medio son:*

La inmediatez, la sensación de realidad, diversidad de discursos, facilidad de lectura, predominio de la imagen y un enorme poder social.

3.1.4.2 *Inmediatez.* La imagen nos llega a tiempo real, el flujo de información puede ser constante y rápido.

3.1.4.3 *Sensación de realidad.* Nos sentimos identificados con lo que vemos en la pantalla.

3.1.4.4 *Diversidad de discursos.* Encontramos gran variedad de programación, de todos los tipos, distintas cadenas con distintas perspectivas.

3.1.4.5 *Facilidad de lectura.* Ver la televisión no supone un esfuerzo adicional.

3.1.4.6 *Predominio de la imagen.* La imagen en movimiento es la base de la televisión, junto con el sonido.

Todo el mundo tiene un televisor (o más de uno) en su casa: por lo tanto, fácil acceso.

Todo el mundo se sienta ante el televisor en algún momento del día: una media de casi cuatro horas al día.

Es un medio gratuito, aunque con matices: no olvidemos que TVE la pagamos entre todos.

Para nosotros como investigadores, la televisión desde una perspectiva evolucionista aporta a los estudiantes conocimientos, explica y demuestra actividades que los estudiantes deben hacer, sintetiza la información, cambiar

actividades mediante la actividad presentada, y facilita la aplicación de lo aprendido.” (Saítta, 1998, pág. 88-90).

Los tesisistas consideran que: en un canal de televisión en cualquier programa que sea parte educativo dirigido hacia los hogares o la sociedad evitando la influencia en el comportamiento de los individuos y más aún en los niños para que así puedan educarse los medios televisivos a la comunidad.

3.2 Características de los medios radiales

“En relación con otros medios de comunicación, la radio genera una situación comunicativa muy particular, en la que emisor y receptor se ven sin ser vistos, en la que se descubren espacios sin ser percibidos, en la que sobre la nada, se dibujan mares, ríos, montañas, animales, rostros, sonrisas, tristezas. La radio, como muchas veces se ha dicho, es un medio ciego pero también es al mismo tiempo, un mundo a todo color.

La radio es todo eso porque, en aquel que la escucha, genera constantemente imágenes mentales. La capacidad de generar imágenes mentales en los oyentes es sin duda, la principal especificidad de la radio como medio de comunicación, aunque tradicionalmente también se le han atribuido otras propiedades: su inmediatez, la variedad de su audiencia, su accesibilidad o la credibilidad de sus mensajes. Además, la radio, en comparación con la prensa o la televisión, es barata y técnicamente sencilla. No hace falta disponer de grandes infraestructuras para emitir.

3.2.1 La radio como medio de comunicación:

3.2.2 Características generales.

- 1.- Es un medio de comunicación masivo.
- 2.- Llega al oyente de forma personal “de tú a tú”.
- 3.- Ofrece un cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia.
- 4.- Es el medio de mayor alcance, ya que llega a todas las clases sociales.

5.- Es un medio selectivo y flexible.

6.- El receptor de la radio suele ser menos culto y más sugestionable.

7. El costo de producción es relativamente bajo respecto a otros medios.

8.- la audiencia potencial es mayor a otros medios.

9.- El mensaje necesita persuadir al consumidor con sentimientos positivos con respecto al producto.” (Núñez, 1991, pág. 104-107).

Loa tesistas consideran que: la radio debe aplicarse en su igualdad de servir con la mayor cobertura y la accesibilidad para que todos y todas puedan dar su opinión ante la comunidad sin duda la radio que orientede carácter muy amplia hacia a los oyentes.

“Para conocer las características de la radio, a partir de sus diferentes aspectos, y así poder valorar su importancia en el sistema de comunicación pública, conviene referirnos a los antecedentes de la radio. De ahí que, en principio, debamos enfocar nuestra atención sobre la necesidad y determinación de buscar un medio de comunicación instantánea que fuera capaz de cruzar los océanos y recorrer los continentes.

Los descubrimientos científicos y técnicos se fueron acumulando a medida que los inventos se sucedían unos a otros. Todos pretendían solucionar el planteamiento central: lograr un medio de comunicación que fuera lo suficientemente práctico para responder a las necesidades políticas, económicas y militares de la época. La necesidad de disponer de los medios idóneos de comunicación rápidos y seguros que cubrieran largas distancias, se incrementó considerablemente en la medida en que la sociedad se tornaba más compleja. Sin embargo, la inventiva humana es tal, que a través del tiempo y del espacio, el

hombre ha mostrado una extraordinaria y novedosa forma para solucionar los problemas que le aquejan.

Ya en el siglo XIX, la necesidad de disponer de un medio de comunicación que fuera capaz de atravesar rápidamente los océanos, era urgente para la sociedad occidental. La Revolución Industrial trajo consigo un ritmo acelerado. El intercambio comercial, el maquinismo, la aceleración de los procesos sociales y culturales, el cambio de los valores, etc., fueron factores que demandaban la búsqueda de los medios de comunicación a distancia.” (Belez, 1977, pág. 45-47).

Los tesisistas consideran que: la radio surgió como una necesidad de comunicar a la sociedad con la mentalidad clara y así poder lograr satisfacer las necesidades políticas, culturales y económicas alrededor de la comunidad.

“La cadena de descubrimientos que hicieron posible la aparición de la radio como la conocemos hoy en día comienza, desde luego con el descubrimiento de la electricidad, que es la madre de todos los demás. Descubrió que a través del fenómeno físico de la inducción era posible transmitir señales), por su parte.

Darían al mundo el invento de mayor relevancia en esa época: el teléfono, capaz de transmitir la voz humana. El teléfono se dio a conocer en una exposición que conmemoraba el centenario del nacimiento de Estados Unidos.

En 1887, el físico alemán Henrich Hertz pudo comprobar experimentalmente los resultados teóricos de Maxwell. Además, demostró la existencia de las ondas electromagnéticas, lo cual le permitió crear un equipo con el que logró transmitir y recibir; de ahí que éstas se conozcan como ondas hertzianas (la conducción de las ondas electromagnéticas o hertzianas fue perfeccionada por el ruso Popoff en 1985).

Empero, los físicos concibieron a los principios de la radiofonía, más como un juguete que como un dispositivo susceptible de aplicación industrial.”

(Graham Alexandre 1865. 103-106).

Los tesisistas consideran que: la radio como medios masivos y comprometedor con la colectividad tiene un gran futuro pese al aplastante desarrollo de la televisión la cual nos da todo la apertura mas amplia más que estar de espectadores pasivos, pero que esto cambie y que exista en cuanto a la realización de programas hacia los oyentes en el mundo, ya que sin duda la radio debe dar a lo máximo.

3.3 Características de los medios impresos

“La imprenta marcó el principio de lo que se define como comunicación masiva. Johann Gutenberg, inventó la imprenta en 1440. En el siglo V los chinos utilizaban un novedoso sistema de imprimir, conocido como xilografía.

La Imprenta Xilografía: planchas de madera donde se grababa al revés el texto a imprimirse. Con la imprenta Gutenberg logró revolucionar la vida cultural, política, social e incluso religiosa.

Efectos de la Revolución de Gutenberg Desarrollo de lenguas vulgares. Aceleró la publicación de las investigaciones científicas. Tuvo un gran efecto en el avance del saber y el conocimiento. Fue el origen de las noticias. La imprenta fue el disparador de todas las repercusiones posteriores.

Los medios impresos son muy antiguos, los pueblos de la antigüedad utilizaban papiros, manuscritos, etc. Los principales medios impresos son: los periódicos, las revistas, los libros. Inicios de la prensa escrita: antes de la aparición de la imprenta, se difundían las noticias por vía oral.

Medios Impresos Frecuencia de la publicación Tipos de periódicos Tamaño de periódico Diarios Semanales Matutino Meridiano Vespertino Estándar (Universo, Comercio, El Expreso) Tabloide (Diario La Hora) Chico 4 a 5 columnas (Crónica de la tarde).

Medios Impresos Tamaño del mercado Nacional Regional Local Publicidad (75 a 80%) Circulación (20ª 25%) Ingreso de los periódicos clientes de la revista, Lectores, Suscriptores, Anunciantes, Fuentes de ingreso, Las suscripciones, Las ventas de ejemplares por separado, la publicidad y libros. Es una publicación impresa no periódica que consta como mínimo de 49 páginas, sin contar las de la cubierta.

Principales estilos tipográficos Christopher Perfecto: Humanístico: Letras anchas, peso y color intenso, remates gruesos. Antiguo: Letras redondas, peso y color medio. Transicionales: modulación vertical, contraste grueso y fino. Moderno: Acentuada modulación vertical. Egipcios: Los trazos son generalmente rectangulares. Palo Seco: Helvética Rotulación: se utilizan en publicidad y ornamenta.

3.3.1 La evolución del diseño periodístico

Los primeros diseños eran: Formatos grandes tipo sábana Retícula de seis columnas separadas por cordeles Tipografía pequeña Páginas verticales Se mezclaba varios tipos de letras.

Nuevos Diseños Unificaban criterios Empleo de nueva tipografía Diseño modular: noticia con titular, texto y elementos gráficos. Normativizar la jerarquización de los contenidos Aumento de blancos: mejorar la legibilidad de los textos. Mayor empleo de ilustraciones Aparición del color.

El Mundo y La Vanguardia El Mundo fue uno de los primeros diarios en introducir el contraste tipográfico en la titulación, empleando dos caracteres: helvética y times. Fueron los dos primeros diarios en incluir infografías (dibujos hechos a computadora).

La división del periódico: secciones, páginas especiales. La retícula o maqueta es entonces la división geométrica de un área en columnas, espacios y márgenes medios con precisión. La maqueta presenta las siguientes características: refleja claramente las líneas del texto Utiliza columnas Conseguir proporción atractiva en los blancos.

Maquetas Simétrica: Es aquella en la que el peso visual de los elementos introducidos en el lado izquierdo, coincide casi simétrica con los de su lado derecho. Asimétrica: Es aquella que no mantiene un igual peso de sus lados y que está más preocupada de mostrar la noticia más importante del día para ubicarla, sin preocuparse si hay equilibrio. En la actualidad la mayoría de periódicos utilizan esta maqueta.” (Ulanovsky, 1996, pág.331-133).

Los tesis consideran que las funciones y los ejes de la prensa deben marcarse a las alturas de se basan en las características para que sean publicados bajo el dominio de la prensa que se realice a la colectividad.

“Anteriormente se comentaba la hegemonía de la televisión en el negocio publicitario frente al resto de los medios de comunicación. En las décadas de los cincuenta y setenta se temió que la televisión haría desaparecer a lo impreso; sin embargo, dos factores incidieron, no solo en su mantenimiento si no, y esto es más importante, en la revitalización de su papel en el negocio.

El primero, lo permanente del mensaje publicitario impreso frente a la fugacidad del mensaje audiovisual. El segundo, la creciente complejidad del mercado. A partir de la década de los setenta, hemos asistido a la aparición de los más

insólitos grupos de presión, agremiaciones y asociaciones que requieren un tratamiento publicitario específico.

El papel de la prensa como medio publicitario se fundamenta en la gran diversidad de audiencias que proporciona, tanto en términos de tamaño como de características demográficas. Los periódicos nacionales ofrecen grandes tirajes, público masivo y, si hay suficiente competencia, públicos específicos.

En Venezuela, por ejemplo, el lector de El Nacional es generalmente diferente al de Últimas Noticias. Lo mismo podemos decir de sus status sociales. Mientras el primero está dirigido a un público de status alto, el segundo, a un público de status medio bajo y bajo.

A esto se agrega la posición regional de los diarios locales. Si un producto requiere promoción publicitaria nacional impresa no podrá obviar a Panorama, en el Estado Zulia, o a El Impulso, en el Estado Lara, por ejemplo.

Bajo costo por millar de lectores alcanzados. Se estima un promedio de cuatro lectores por ejemplar.

Permanencia física del mensaje impreso.

Oportunidad de la comunicación: requiere poco tiempo para la preparación e inserción de los anuncios.

Flexibilidad geográfica: alcance local, regional o nacional, según el público o mercado elegido.

Permite la presentación detallada del anuncio, facilitando la inclusión de toda la información requerida.

El periódico es individual e independiente del tiempo y del espacio dentro de unos límites, pero difiere de todos los demás puntos, en cuanto al uso, del libro. El contenido no es unitario sino múltiple (el modelo de supermercado) e históricamente muy concreto y perecedero, y el suministro está muy dirigido y organizado por otros (la organización de la prensa). Su situación con respecto a las dimensiones de la libertad y control es similar a la del libro, pero el periódico es mucho más relevante para el poder estatal, dada la preponderancia de los contenidos políticos. La norma dominante es que el periódico debe ser libre y la imagen que tiene de sí mismo es de potencial oposición a la autoridad, al margen de cuál sea la realidad cotidiana. Su definición en término de valores culturales y morales es ambigua prácticamente en el mismo grado que la del libro, lo que refleja los dos grandes modelos de periódicos: los de élite o de partido, por una parte, y la prensa popular o de bulevar, por otra. El primero se orienta hacia lo real, lo moral y serio, aunque no tiene la imagen de arte. Incluso los periódicos populares rinden pleitesía aparente a su orientación hacia la realidad, sin lo cual no podrían pretender crear su opinión ni ser auténticos diarios.” (Van Dijk, 1990, pág. 126-138).

Los tesistas consideran que las normas dominantes es que el periódico debe ser libre y la imagen y establecido mediante el reglamento requerido que tiene de sí mismo es de potencial oposición a la autoridad, al margen de cuál sea la realidad cotidiana.

“Los medios de comunicación impresos surgieron como consecuencia de la falta de la necesidad de comunicarse de los seres humanos. Estos han ido evolucionando con la tecnología y han servido para satisfacer las necesidades de comunicación del hombre. Estos recursos audiovisuales que intervienen en la

difusión de la comunicación y que llegan de manera directa, para el lector con mucha facilidad.

La definición de periódico en la dimensión de las relaciones sociales diverge curiosamente de la del libro. La lectura del periódico es una actividad individual, pero pública, que tiene lugar en cafés y lugares públicos tanto o más que en las casas, de modo que constituye una especie de puente entre lo privado y lo público. Por lo demás, es muy variable, según las distintas formas. Puede ser un pilar de la firme adhesión a la localidad, la región o la nación. Pero la imagen predominante es la de un vínculo laxo, en concordancia con el carácter de servicio funcional y "secular" del periódico moderno. Al igual que el libro, el periódico da prioridad al mensaje, por distinto que sea el contenido, y la actual tecnología avanzada que se utiliza en la producción de los periódicos en realidad no ha alterado su imagen de "baja tecnología", creada probablemente hace uno o dos siglos. El status profesional del periodista es bastante incierto, pero tiende a centrarse en la idea del reportero en busca de noticias. Lo borroso de la definición profesional tiene cierto fundamento en la realidad y también en la complejidad del mundo de la prensa., Denis, Introducción a la teoría de la comunicación de masas, Paidós Comunicación, Barcelona, 1983.

Desde el desarrollo de la imprenta en Europa, hasta el nacimiento de los periódicos tal como los concebimos en la actualidad, transcurrido más de dos siglos. En realidad, contrariamente a lo que naturalmente se supone, el libro no es considerado un antecesor directo del periódico, el principal precursor parece haber sido la carta: específicamente, las cartas informativas cuya misión era anunciar acontecimientos importantes para el tráfico y el comercio internacional, circulaban por un aún rudimentario servicio de correos.

De alguna manera, podríamos afirmar que el periódico ha sido más innovador que el libro impreso ya que produjo el nacimiento de una nueva forma literaria, social y cultural (el discurso periodístico) aun cuando en el momento en que este proceso se iniciaba no fuera percibido como algo tan diferenciado.

Los medios de comunicación impresos indudablemente influyen de manera directa en la formación de la identidad del usuario. La identidad es el conjunto de caracteres que diferencian a las personas entre sí. Por lo que si nos referimos a identidad nacional estamos apuntando a aquellos elementos interiores de las personas que nos caracterizan y nos diferencian de otros países, tales como nuestros símbolos patrios, la música y la cultura popular, ya que los medios de comunicación impresos difunden las costumbres y las tradiciones que se manifiestan en la actualidad.” (Núñez, 1991, pág. 41-42.)

Los tesisistas consideran que este autor pronuncia que la prensa debe comprometerse al status capacitado dentro del medio que se encuentre realizando ya que se ha visto por el avance de la tecnología algunas notas periodísticas surge inciertos por eso debe centrarse a la idea de busca noticias comprometiendo su perfil profesional hacia la colectividad como cualquier que se lo hacen.

CAPÍTULO II

3.4 Breve caracterización del objeto de estudio

En la ciudad de Latacunga se creó el diario independiente la gaceta en el año mil novecientos sesenta siete siendo uno de los primeros diarios de la provincia de Cotopaxi, con la misión de informar noticias provinciales, nacionales y cantonales al lector mediante la prensa escrita con un costo muy accesible para todo público.

La visión de este medio de comunicación era alcanzar a todos los rincones de la provincia de Cotopaxi siendo así que en la actualidad llegan las noticias en los principales cantones de la provincia.

Diario la hora de Cotopaxi comienza su labor surgiendo frente a los viejos cánones, métodos y concepciones preestablecidos, dirigidos a conducir la opinión dentro de las estrechas perspectivas de una visión constreñida y limitada.

Encaminada casi siempre a eludir y no dar cabida a los procesos transformadores que reclama el país.

Difícil tarea a la que tuvo que verse obligado este diario que aspiraba a crear nuevas corrientes, ajenas a una habitual modalidad interpretativa de los sucesos, conforme una normativa convencional.

Desde sus primeras publicaciones irrumpió contra sistemas que en el campo de la información habían limitado su periodicidad a un estereotipo por demás recurrente y reiterativo. Por ende, y para dar impulso a sus propósitos dentro de estos nuevos parámetros, adoptó el lema "La Hora de la Información Libre".

Diario la hora circula en varias provincias del país en diferentes fechas, es así que el 18 de octubre de 2007 este medio impreso circula en la provincia con la denominación de La Hora de Cotopaxi, con su primera instalación en la oficina ubicada, en las calles Tarquí y Belisario Quevedo, lo hoy es reconocido como patrimonio cultural de la nación de Latacunga, por sus construcciones antiguas.

La información generada y recabada en sus regiones en que se encuentran le ha permitido, a La Hora contar con la mejor aceptación de sus lectores. Tiene una circulación conjunta superior a los 100.000 ejemplares diariamente, y es el único medio impreso con tres plantas impresoras en tres diferentes regiones del país.

Tipo de Prensa diaria.

Su Formato es Tabloide.

País de origen Ecuador.

La radio color estéreo, se encuentra ubicada en dial 105.3 FM con dos mil watts de potencia poniendo a consideración de usted nuestra selecta programación para el año dos mil ocho, nuestro medio de comunicación alcanza la cobertura en las siguientes provincias: .Tungurahua y Chimborazo este medio de comunicación se creó con el fin de dar una mejor programación de músicas, deportes, noticias y cultura para toda la región central.

Radio latina, nace con el objetivo de servir a la colectividad de la provincia de Cotopaxi y el centro del País, emitiendo su señal desde la ciudad de Latacunga, con cobertura en la provincia de Chimborazo.

Este medio de comunicación brinda una programación acorde a las preferencias y necesidades de la sociedad, con la información y entretenimiento como ejes primordiales: es nuestro objetivo, sin descuidar a la educación, orientación y otros ámbitos propios de la vida diaria y que no pueden estar al margen de nuestro trabajo.

Este medio de comunicación nace con la misión de entretener e informar a la gente más humilde, como un medio de comunicación comunitaria, esta radio ocupa un lugar preferencial en el ranking de sintonía, llegando especialmente a un público joven entre los 15 y 40 años de edad de los sectores urbanos y poblaciones rurales que tiene relación con la ciudad.

La señal se propaga por varias provincias de la Sierra y la Costa, cubriéndolas con sus dos frecuencias: 102.1 Mhz. estación matriz y 97.1 Mhz. repetidora, cada una con 5.000 vatios de potencia

Programas musicales e informativos que compiten con una conducción fresca y actual con ética y responsabilidad social. Lo que decimos llega a la razón y al corazón de nuestros interlocutores creando empatía y fidelidad.

Este medio de comunicación actualmente está ubicado: Calle Quito 14-56, Pasaje La Catedral / Apartado 05-01-392.

La radio nuevos horizontes fue creada en el año mil novecientos sesenta y nueve con 5000 vatios de potencia efectiva en antena cubre nítidamente la provincia de Cotopaxi en el dial 1460 AM, con programación para todos los gustos y sintonía comprobada.

Actualmente la visión de este medio de comunicación esta por tener una señal en FM que será una mayor efectividad para el público.

TV MICC es un medio de comunicación alternativo, comunitario, participativo, innovador e intercultural, que crea nuevas formas de producción comunicativa y de relación con la gente.

TV MICC es un sistema de comunicación que produce y difunde una programación de calidad que incide en la promoción de relaciones humanas equitativas e igualitarias para generar valores de convivencia fundamentalmente en el respecto a nuestra teleaudiencia como sujeto y actor de su propia vida.

En el 2002: el MICC inicia las gestiones de concesión de la frecuencia ante el CONARTEL.

24 de septiembre 2008: CONARTEL adjudica al MICC la frecuencia de televisión UHF canal 47, bajo la dominación TV. MICC 18, de carácter comunitario, 710 wats de potencia. 28 de febrero del 2009: sale de prueba del TV. MICC.

17 de julio 2009: presentación oficial de la televisora TV MICC por parte del MICC COOPERACIÓN CON TV MICC.

CODENPE para la adquisición de los primeros equipos de emisión y trasmisión.

El gobierno provincial de Cotopaxi construye la infraestructura física de la segunda planta en la sede del MICC, donde actualmente funciona la televisora.

Naciones Unidas para la capacitación, adquisición de equipos, adecuación de infraestructura física.

APN – HIEFER con capacitación y adquisición de equipos:

GARABIDE (PAÍS VASCO) con capacitación e intercambio de experiencias.

Este presente investigación no se aplicara el método estadístico como población y muestra por lo que no es suficiente realizar presenta estadístico, según por los números de la población por ende esta visto con minoritaria dentro los medios de la investigación.

3.5 Diseño metodológico

3.5.1 *Tipo de investigación*

En la presente investigación se realizó a través de un estudio detallado minuserio que recopila toda información propia del tema en estudio, por ende utilizando básicamente la investigación bibliográfica y de carácter analítico que obviamente se trato de describir, medir, evaluar y determinar loa distintos elementos de análisis comparativo de los medios impresos frente a otros medios de comunicación, estableciendo así las particularidades necesarias para determinar un análisis social sobre los tres diferentes medios de comunicación.

3.5.2 *Unidad de estudio*

Dentro de la investigación para obtener datos relevantes fue encuestado en los diferentes medios, las mismas que estará dirigidas a los a los gerentes, secretarias contadores y reporteros de los tres medios de comunicación de la provincia de Cotopaxi como la radio prensa y televisión.

Radio Latacunga.

1	Director
4	Reporteros
3	Presentadores de noticias

Color estéreo.

1	Director
1	Secretaria
2	Locutor
1	Presentadores de noticia

Radio once de noviembre.

1	Director
1	Secretaria
2	Servicio

Radio novedades.

1	Director
1	Secretaria
1	Entrevistador

Radio latina.

1	Director
1	Secretaria
1	Locutor
1	Entrevistador
1	Reportera

Radio nuevos horizontes.

1	Director
1	Presentador de noticia

Radio elite.

1	Director
1	Secretaria
1	Presentador de noticia
1	Reportera

Tv color canal 36.

1	Director
1	Secretaria
2	Presentador de noticia
1	Entrevistador
3	Reporteros

Elite tv 45.

1	Director
1	Secretaria
1	Entrevistador
2	Reporteros

Tv micc canal 47.

1	Gerente
3	Entrevistador
2	Reporteros

Cotopaxi tv.

1	Gerente
1	Contador
3	Reporteros

Diario los andes.

2	Reporteros
---	------------

Diario la hora.

1	Secretaria
1	Contadora
6	Reporteros

Diario la gaceta.

1	Secretaria
1	Contadora
1	Administración
5	Reporteros

TOTAL = 72

3.5.3 Metodología

La metodología para la presente indagación que se desarrollará NO EXPERIMENTAL, de tal manera enfocará la función de los medios que tal cual es, a excepción de que el investigador logre guiar las variables que influye en el acontecimiento fenómeno. Por ende en la presente investigación se manejará el método dialéctico por medio de esta situación la investigación con el transcurso

del tiempo puede verse de otra manera con cambios trascendente porque no es estático todos están en movimiento con diferentes cambios.

3.5.4 Métodos y técnicas

3.5.4.1 *Métodos*

3.5.4.2 *Método analítico*

Mediante este tipo de análisis se realizara de un objeto a partir de su misma relación que consta entre los elementos que abarca como un todo conexión humano; es decir de los medios de comunicación e impreso.

3.5.4.3 *Método sintético*

Este método establece la posibilidad de descubrir de los medios que se desarrollan sistemáticamente del conocimiento, basando en los resultados previos, en este caso radio prensa y televisión.

3.5.5 *Técnicas*

3.5.5.1 *Observación*

Es una técnica que nos permite observar para sacar el análisis de la información de los hechos que acontecen, por medios de esta situación al posterior ir buscando la información para ir tomando el registro el caso.

La observación es primordial para el transcurso investigativo, de tal modo nos permite conseguir más datos. En algunas ocasiones la observación se ha dado mayor conocimiento al investigador para el proceso trabajo investigativo y por ende la ciencia ha sido desarrollada mediante la observación y técnicamente para adquirir mayor información de todo aquello para un científico es metódico y sistemático.

Esta técnica admitirá a visualizar el problema, al iniciar esta investigación, al desarrollo de la misma y virtualmente hacia al posterior indagación innegable, ya que de no detallar con esta técnica no contaría conseguir este presente investigativo que no se lograría dar una factible la solución a este problema; de modo que esta técnica de observación nos permitirá detallar la dificultad que existe que muestra la institución.

3.5.5.2 Encuesta

Es la formación de un conjunto de preguntas normalizada y dirigida a muestra representativa a población o entidades con resultado de conocer el grado de opinión o hechos determinados.

3.5.5.3 Cuestionario

En la presente indagación utilicé este instrumento de medición que permite la objetividad mediante la recopilación de toda información, el mismo que se utilizó con la población investigada; esta herramienta de estudio constaba por las preguntas cerradas realizadas en su totalidad fue 72.

Por medio de este instrumento de cuestionario me permite saber y conocer la realidad actual que acontecen dentro de medios impresos a diferencia de otros medios de comunicación en la ciudad de Latacunga.

3.6 Análisis e interpretación de resultados

3.6.1 Análisis e interpretación de resultados de las encuestas realizadas a los periodistas de la ciudad de Latacunga en medios televisivos.

1 ¿Considera usted que la televisión es el medio más consumido frente a los otros medios?

TABLA N° 1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Sí	21	84
No	4	16
TOTAL	25	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los Periodistas de la ciudad de Latacunga

REALIZADO POR: Los Investigadores

GRÁFICO N° 1



FUENTE: Encuesta aplicada a los Periodistas de la ciudad de Latacunga

REALIZADO POR: Los Investigadores

Análisis e Interpretación de los resultados.

De la pregunta realizada a los periodistas de la ciudad de Latacunga fue encuestado el 100% se pudo adquirir el siguiente resultado: periodista que responden, por el Síel 84%, periodistas que responden, por el Noel 16%.

De los resultados se puede establecerque existe los ciudadanos que consumen el medio por lo que se puede equilibrarla imagen de cada medio que se presentan como una competencia de otros medios con los diferentes programas y espacios definidos para el público que se adquieren día tras día en las señales que se emiten desde los diferentes lugares.

2 ¿Qué razones encuentra usted para que el público prefiera la televisión?

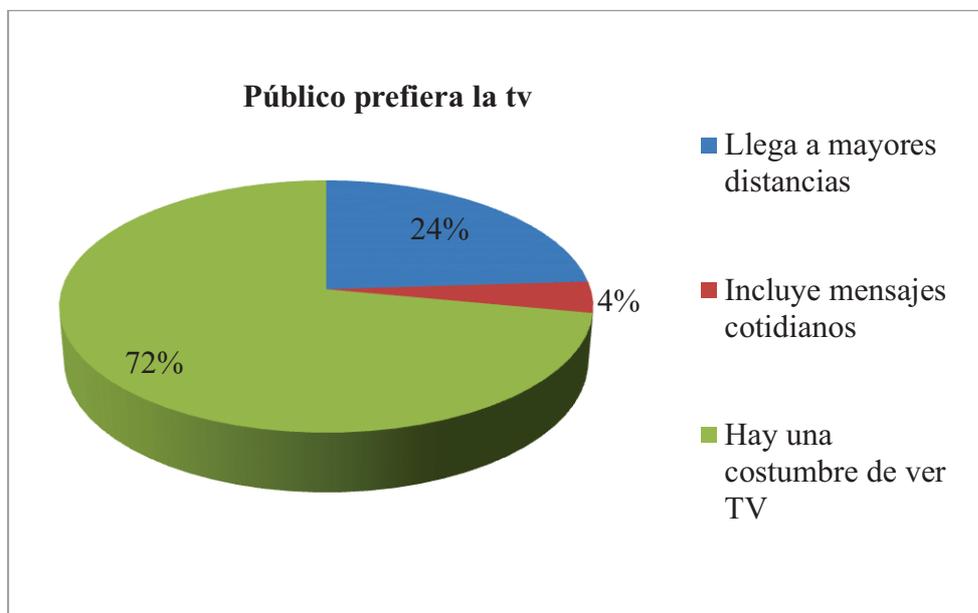
TABLA No 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Llega a mayores distancias	6	24
Incluye mensajes cotidianos	1	4
Hay una costumbre de ver TV	18	72
TOTAL	25	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los Periodistas de la ciudad de Latacunga

REALIZADO POR: Los Investigadores

GRÁFICO N° 2



FUENTE: Encuesta aplicada a los Periodistas de la ciudad de Latacunga

REALIZADO POR: Los Investigadores

Análisis e interpretación de los resultados.

De la pregunta realizada a los periodistas fue encuestada el 100% se pudo adquirir el siguiente resultado: periodistas que responden, llega a mayores distancias el 24%, periodistas que responden, incluyen mensajes cotidianos el 4%, periodistas responden, hay una costumbre de ver televisión el 72%.

De los resultados se puede establecer que existe por los consumidores que ven la televisión frente a otros medios por costumbre, así lo mostraron los periodistas de medios televisivos dando una mayor cobertura al público, por lo que se puede incentivar las necesidades que tiene los habitantes de las comunidades para que se puedan transmitir cualquier medio en los diferentes programas.

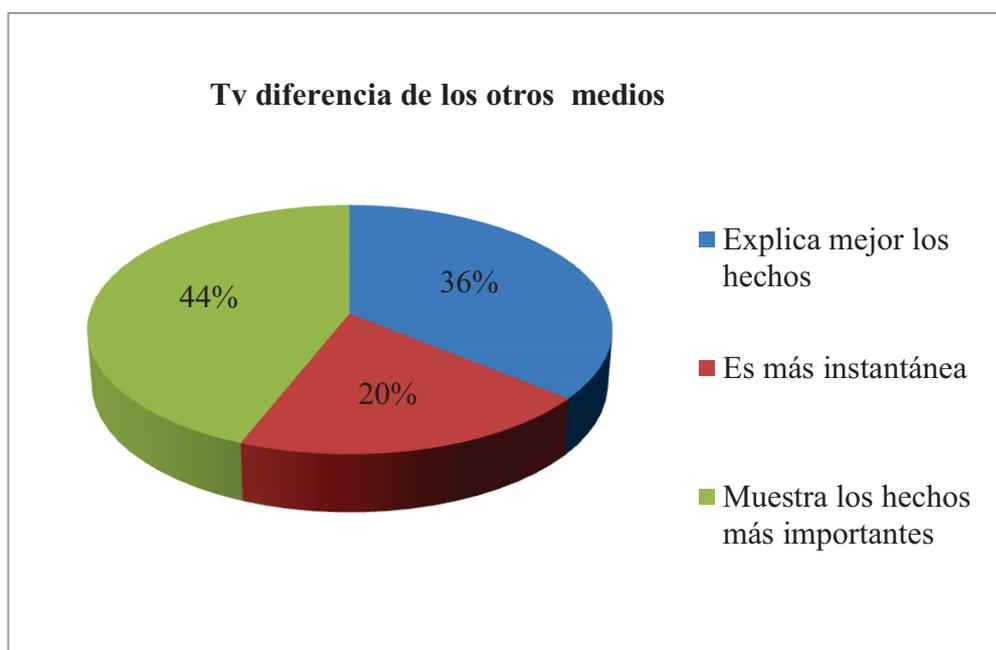
3 ¿El periodismo en televisión se diferencia de los otros medios por?

TABLA N° 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Explica mejor los hechos	9	36
Es más instantánea	5	20
Muestra los hechos más importantes	11	44
TOTAL	25	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los Periodistas de la ciudad de Latacunga
REALIZADO POR: Los Investigadores

GRÁFICO N° 3



FUENTE: Encuesta aplicada a los Periodistas de la ciudad de Latacunga
REALIZADO POR: Los Investigadores

Análisis e interpretación de los resultados.

De la pregunta realizada a los periodistas fue encuestada el 100%, se pudo obtener el siguiente resultado: periodistas que responden, explica mejor los hechos el 36%, periodistas que responden, es mas instantánea el 20%, periodistas que responden, muestra los hechos más importantes el 44%.

De los resultados se puede establecer que existe un alto nivel de consumo por parte de los ciudadanos el medio televisivo, por lo destacado se siente la necesidad de ser informado de que los periodistas deben apegar más a lo educativo y a los hechos más importantes que gira alrededor.

4 *¿Qué aspectos considera usted le falta a la televisión como medio de comunicación?*

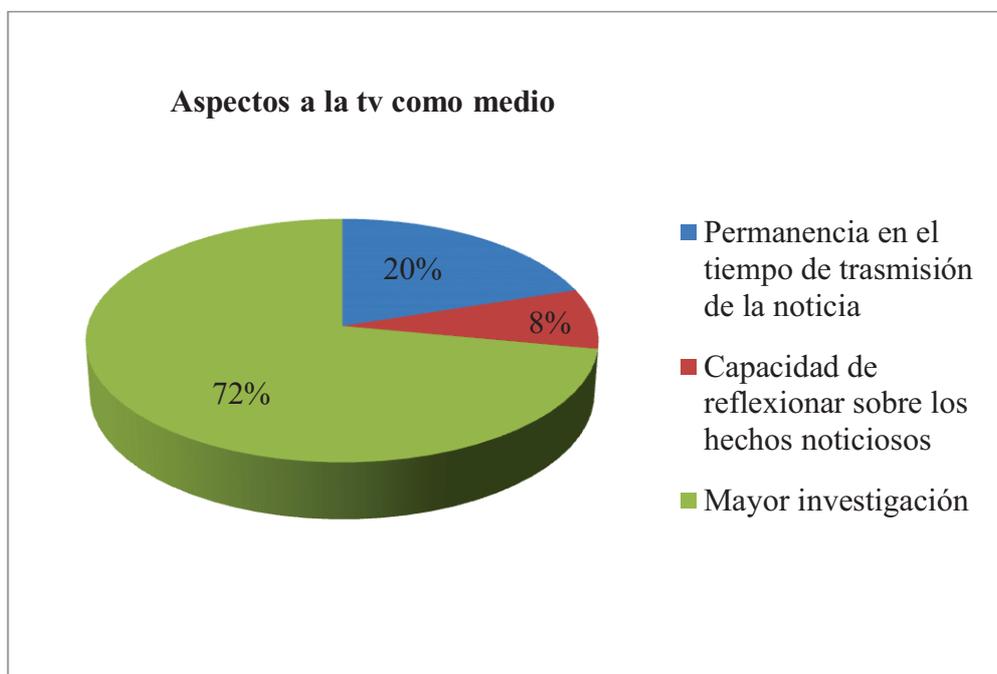
TABLA N° 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Permanencia en el tiempo de trasmisión de la noticia	5	20
Capacidad de reflexionar sobre los hechos noticiosos	2	8
Mayor investigación	18	72
TOTAL	25	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los Periodistas de la ciudad de Latacunga

REALIZADO POR: Los Investigadores

GRÁFICO N° 4



FUENTE: Encuesta aplicada a los Periodistas de la ciudad de Latacunga

REALIZADO POR: Los Investigadores

Análisis e interpretación de los resultados.

De la pregunta realizada a los periodistas fue encuestado el 100%, se pudo obtener el siguiente resultado: periodistas que responden, permanencia en el tiempo de transmisión de la noticia el 20%, periodistas que responden, capacidad de reflexionar sobre los hechos noticiosos el 8%, periodistas que responden, mayor investigación el 72%.

De los cuales los resultados se pueden establecer que en los medios televisivos hace falta tener mayor indagación como los hechos para que el público tenga mayor conocimiento sobre el acontecimiento que suscita en los diferentes ámbitos que se encuentre transmitiendo los medios televisivos. Es decir las fuentes que contrastan los reporteros desde la comunidad con mayor tiempo hacia el público.

3.6.2 Análisis e interpretación de resultados de las encuestas realizadas a los periodistas de la ciudad de Latacunga en la prensa escrita.

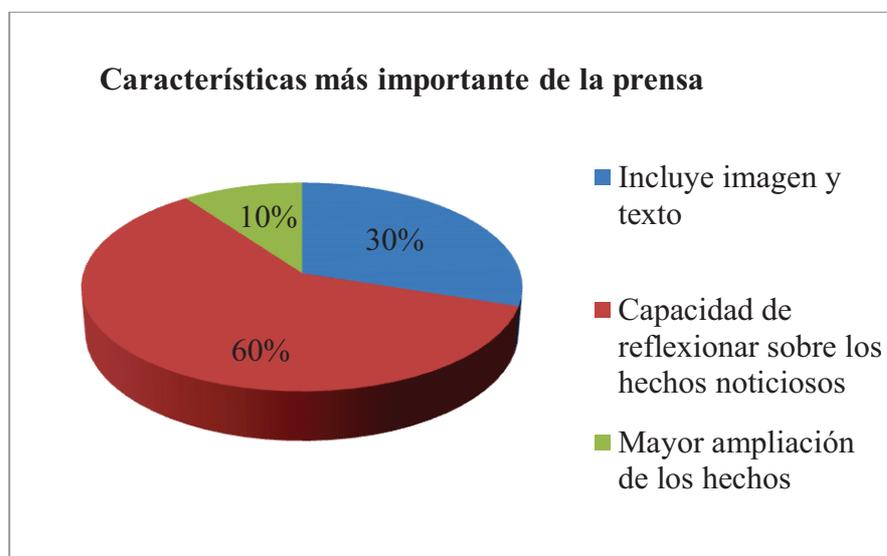
1 ¿Cuál de estas características considera la más importante de la prensa escrita?

TABLA N° 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Incluye imagen y texto	6	30
Capacidad de reflexionar sobre los hechos noticiosos	12	60
Mayor ampliación de los hechos	2	10
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los Periodistas de la ciudad de Latacunga
REALIZADO POR: Los Investigadores

GRÁFICO N° 5



FUENTE: Encuesta aplicada a los Periodistas de la ciudad de Latacunga
REALIZADO POR: Los Investigadores

Análisis e interpretación de resultados.

De la pregunta realizada a los periodistas fue encuestado el 100%, se pudo obtener el siguiente resultado: periodistas que responden, incluye imagen y texto el 30%, periodista que responden, capacidad de reflexionar sobre los hechos noticiosos el 60%, periodista que responden, mayor ampliación de los hechos el 10%.

La característica más importante de los medios impresos es capacidad de reflexionar sobre los hechos noticiosos, es porque los lectores se centran más en las imágenes noticiosos más impactantes ya que los periódicos son más vendidos por las imágenes. Por lo que se puede evidenciar la necesidad de implementar mucho más noticias de opinión.

2 ¿Considera usted que la prensa es más viable para informar al público?

TABLA N° 6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Sí	19	79
No	5	21
TOTAL	24	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los Periodistas de la ciudad de Latacunga

REALIZADO POR: Los Investigadores

GRÁFICO N° 6



FUENTE: Encuesta aplicada a los Periodistas de la ciudad de Latacunga

REALIZADO POR: Los Investigadores

Análisis e interpretación de resultados.

De la pregunta realizada a los periodistas fue encuestado el 100%, se pudo obtener el siguiente resultado: periodista que responden por el Síel 79%, periodista que responden por el Noel 21%.

De los resultados se puede establecer que existe más viabilidad por la prensa para que informe al público con datos completos sin necesariamente utilizar otros medios desde cualquier instancia sea motivado los hechos a los ciudadanos, también es el medio más importante que da noticias a un costo muy rentable, es decir que las personas todavía compran bastante el periódico noticieros. Por lo que se puede evidenciar la necesidad de implementar un laboratorio de prensa escrita con un equipo moderno.

3 ¿Cuáles son las razones por las que el público adquiere la prensa escrita?

TABLA N° 7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Porque ofrece mayor interpretación	4	13
Porque encuentra más información	14	79
Por interés de investigar	2	8
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los Periodistas de la ciudad de Latacunga

REALIZADO POR: Los Investigadores

GRÁFICO N° 7



FUENTE: Encuesta aplicada a los Periodistas de la ciudad de Latacunga

REALIZADO POR: Los Investigadores

Análisis e interpretación de resultados.

De la pregunta realizada a los periodistas fue encuestado el 100%, se pudo obtener el siguiente resultado: periodistas que responden, porque ofrece mayor interpretación el 20%, periodistas que responden, porque encuentra más información el 70%, periodistas que responden, por interés de investigar el 10%.

De los resultados se puede establecer desde hace varios años hasta la actualidad siguen adquiriendo la prensa con más facilidad que se da a los consumidores ya sea para el trabajo o también es utilizado por los profesores, por los niños /as para que aprendan motivar y desarrollar su mentalidad. Por lo que se puede evidenciar la necesidad de investigar con más razón las fuentes que sea necesaria para brindar una mejor información a los lectores.

5 ¿Qué tipo de informaciones cree usted que le gusta leer al público?

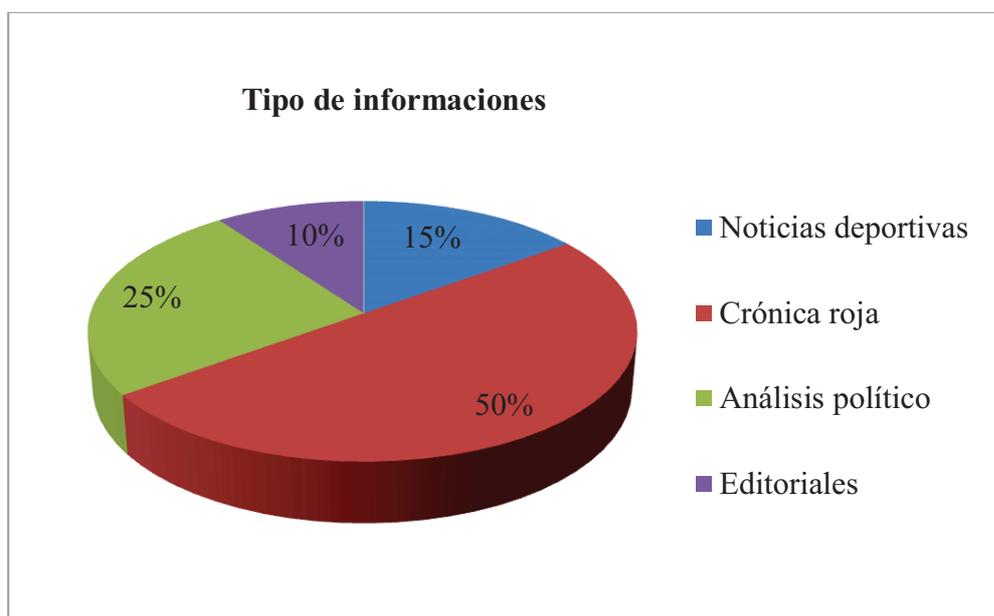
TABLA N° 8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Noticias deportivas	3	15
Crónica roja	10	40
Análisis político	5	25
Editoriales	2	10
TOTAL	20	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los Periodistas de la ciudad de Latacunga

REALIZADO POR: Los Investigadores

GRÁFICO N° 8



FUENTE: Encuesta aplicada a los Periodistas de la ciudad de Latacunga

REALIZADO POR: Los Investigadores

Análisis e interpretación de resultados.

De la pregunta realizada a los periodistas fue encuestado el 100%, se pudo obtener el siguiente resultado: periodistas que responden, noticias deportivas el 12%, periodistas que responden, crónica roja el 42%, periodistas que responden, por análisis político el 29%, periodistas que responden por editoriales el 17%.

De los resultados se puede establecer el público consumidor tiene un gran incidencia dificultad que no necesariamente guían a los temas más llamativo que se puede alimentar su mente sino más hacen solo por entrenamiento en la crónica, por ende a veces los hijos ha desviado por los malos hábitos que no le dan mayor alcances a los ciudadanos. Generalmente el público ha tenido esa mentalidad de fijarse en los imágenes y muy pocas personas se ha fijado en el texto que nos explica más que los imágenes.

3.6.3 Encuesta dirigida a los periodistas y comunicadores sociales de radio en la “ciudad de Latacunga”.

1 ¿Cree usted que la radio es más sintonizada por los ciudadanos?

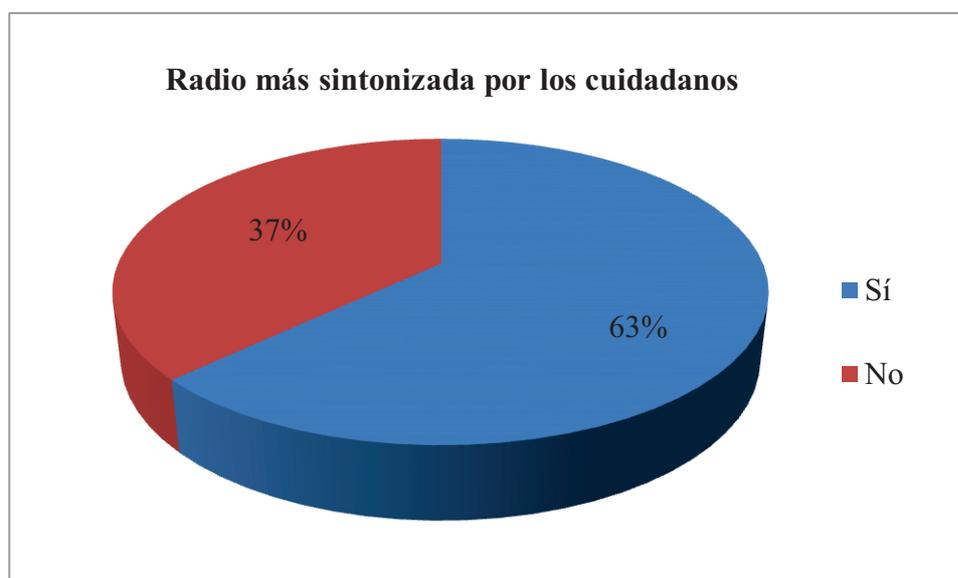
TABLA N° 9

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Sí	17	63
No	10	37
TOTAL	27	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los Periodistas de la ciudad de Latacunga

REALIZADO POR: Los Investigadores

GRÁFICO N° 9



FUENTE: Encuesta aplicada a los Periodistas de la ciudad de Latacunga

REALIZADO POR: Los Investigadores

Análisis e interpretación de resultados.

De la pregunta realizada a los periodistas fue encuestado el 100%, se pudo obtener el siguiente resultado: periodistas que responden, por el Síel 63%, periodistas que responden, por el Noel 37%.

De los resultados se puede establecer surgen opiniones de que las personas sintonizan la radio por la facilidad que se dan en cualquier parte de lugar, por las cuestiones de labores cotidianas y que no se ha visto como otros medios que interrumpe.

2 ¿Cuáles son los motivos para que los radioescuchas sintonicen a ese medio?

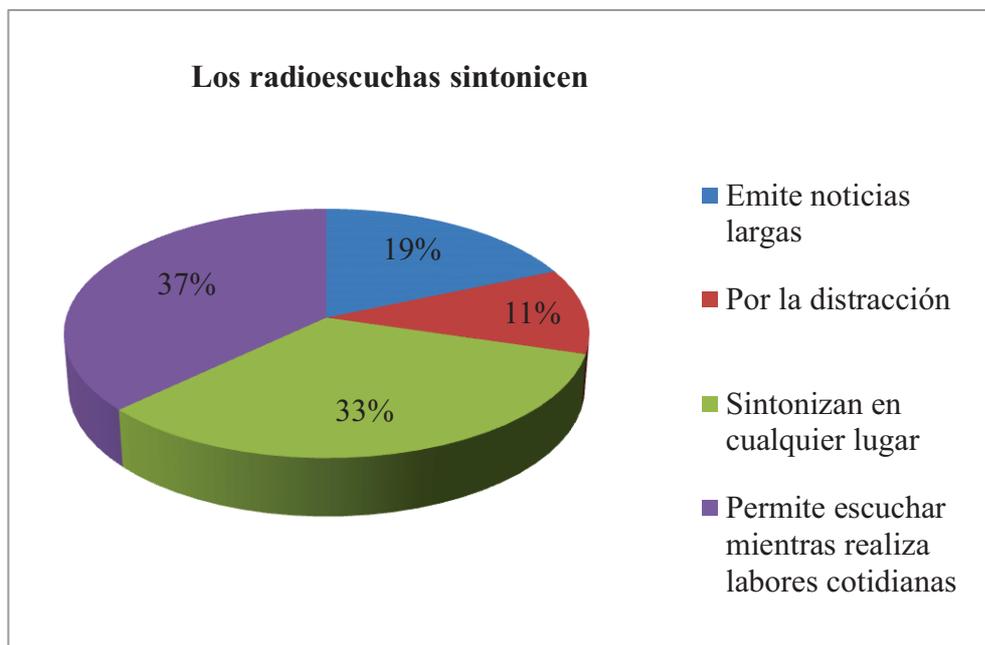
TABLA N° 10

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Emite noticias largas	5	19
Por la distracción	3	11
Sintonizan en cualquier lugar	9	33
Permite escuchar mientras realiza labores cotidianas	10	37
TOTAL	27	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los Periodistas de la ciudad de Latacunga

REALIZADO POR: Los Investigadores

GRÁFICO N° 10



FUENTE: Encuesta aplicada a los Periodistas de la ciudad de Latacunga

REALIZADO POR: Los Investigadores

Análisis e interpretación de resultados.

De la pregunta realizada en los medios radiales fue encuestado el 100%, se pudo obtener el siguiente resultado: periodistas que responden, emite noticias largas el 19%, periodistas que responden, por la distracción el 11%, periodista que responden, sintonizan en cualquier lugar el 33%, periodistas que responden, permite escuchar mientras realiza labores cotidianas el 37%.

De los resultados se puede establecer que la radio es más ventajoso mientras el radioescucha trabaja y sintoniza a las emisoras que adquiere y que puede ser informados desde los diferentes distancia por los ciudadanos que tiene la conexión con mayor fructífero de oír la realidad que acontecen los hechos.

3 ¿Cree usted que la radio es el medio más sintonizado por los ciudadanos?

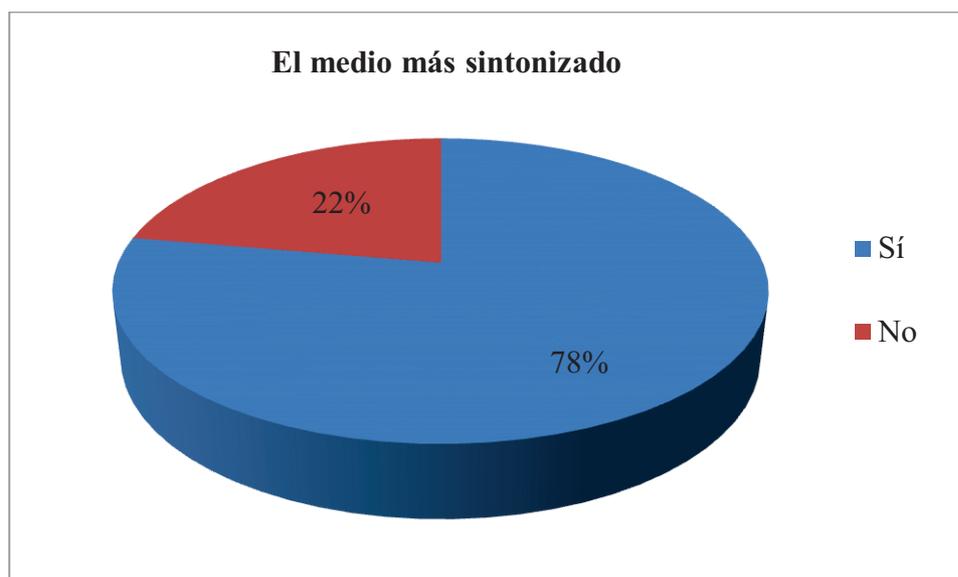
TABLA N° 11

CUESTIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE %
Sí	21	78
No	6	22
TOTAL	27	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los Periodistas de la ciudad de Latacunga

REALIZADO POR: Los Investigadores

GRÁFICO N° 11



FUENTE: Encuesta aplicada a los Periodistas de la ciudad de Latacunga

REALIZADO POR: Los Investigadores

Análisis e interpretación de resultados.

De la pregunta realizada a los periodistas de los medios radiales fue encuestada el 100%, se pudo obtener el siguiente resultado: periodistas que responden, por el Sí el 78%, periodistas que responden, por el No el 22%.

De los resultados se puede establecer, que los periodistas de los medios radiales manifiestan que los medios no solamente se informan sino también se educan por lo que lleva los programas educativos en los diferentes espacios que se realicen, siempre cuando el oyente adquiere tal espacio para concentrar y así poder sacar su propia conclusión.

3.6.4 Análisis e interpretación de los resultados de la entrevista realizada a la periodista conductora de Voces e Identidad del TV MICC Canal 47.

Objetivo: Conocer los aspectos de análisis comparativos de los medios impresos frente a otros medios de comunicación.

Entrevistadores: Investigadores

Entrevistado: Lic. Maritza Salazar

Fecha: 18 de junio del 2012

Lugar: TV MICC CANAL 47

Hora: 09H: 30

1 ¿Ud. cree que los medios televisivos son utilizados por los ciudadanos?

Bueno me parece que la radio es más accesible para los ciudadanos, tiene mucha más cobertura, tiene otras ventajas, se siente más cerca. Latelevisión es poco más difícil de acceder, bueno por el tema de la imagen a veces de los prejuicios pero sobre todo también tecnológico técnicos y es más difícil ubicar, sacar la señal de televisión de diferentes lugares a sacar una señal de radio la tecnología facilita mucho mejor. Creo que actualmente la televisión hace el esfuerzo por estar más cerca a la gente, se han modificado los conceptos de televisión, porque antes podía irse cierto tipo de gente a la televisión en algunos casos yo creo que se mantiene todavía pero en caso de TV MICC, la intención siempre ha sido como principio del movimiento indígena que los medios estén al servicio de la gente, entonces para nosotros lo fundamental le da acercarnos a las comunidades, a los barrios, a las organizaciones a que la gente no ha tenido la oportunidad de estar en

televisión pues salga a través de pantalla, de alguna manera hacen esfuerzos pero técnicamente es mucho más complicado.

2 ¿Cree Ud. que la televisión es mejor para informar que otros medios?

Cada uno tiene sus particularidades, características, la radio por ejemplo, tiene accesibilidad es inmediata mucho más rápido pero le falta el complemento de la imagen, la televisión en cambio puedes oír y ver que te limita algunas otras cosas como el espacio la temporalidad no puede ser inmediata, inmediata creo que cada uno tiene sus partes. La prensa en cambio cierto es que te llega una vez más difíciles de acceder pero es una cosa que te puedes volver a leer, sino le entendiste puedes volver a revisar lo tomas como un documento, pero en cambio la televisión, o en la radio no, ya pasó ya pasó no puede volver a repetir, en la prensa tiene esa ventaja entonces cada uno de los medios de comunicación tiene una característica una particularidad que aporta a poder cumplir con nuestra comunicación de la gente.

3 ¿Cree Ud. que la televisión es el medio más representativo dentro de la sociedad?

Particularmente no creo, yo aprendí ser comunicación en radio es más bien radio todavía sigo convencido que es mucho más fácil, la televisión te brinda algunas otras ventajas, algunas otras posibilidades pero yo considero que es la radio aunque ahora ya con las nuevas tecnologías puedes tener televisión en un solo lado o en diferentes partes. Entonces creo que la tecnología va modificándose las dificultades que no tenemos todos accesos a esa tecnología, que ahí estuviera más cercanos la radio la televisión por ejemplo, actualmente prensa hay por internet no necesita ni siquiera comprar el diario solamente por internet, entonces la tecnología va modificando yo veo las características pero también los niveles accesibilidad y lo que un medio te puede ofrecer no creo que uno sea mejor que otros que cada uno tienen sus espacios.

4 ¿Que existen entre los medios televisivos que otros medios?

Por lo tanto creo que la imagen el poder verse en la televisión tiene muchas implicancias el poder ver a veces en la radio uno tiene que hacer esfuerzo de hacerle ver al oyente si pasa más por la persona que está produciendo. En el caso de la televisión ese elemento ya no hay porque está ahí se ven las imágenes, puedes ser testigo de las imágenes que ver ahí juega un papel muy fundamental los camarógrafos, la gente que hace las tomas, la gente que sea apto para tomar algunos hechos o algunos lugares, pero para mí no es que haya un medio más que otro, sino cada medio tiene sus características, tiene su público, tiene sus oyentes, tienes sus seguidores, hay gente que oyen radio y otros que ven la televisión; por ejemplo, oír el fútbol en radio siento que es más cercano, a que ver en la televisión porque a lo ves ahí los comentaristas muy poco hacen no sé, para cada cosa también la gente que le gusta cada cosa escogerá no, en los medios.

5 ¿Ud. cree que la televisión puede generar a cambio de actitud en jóvenes?

En el caso la televisión si porque la imagen juega mucho, dice mucho, solo hecho de ver rostros diferentes formas de vida diferente o no le hacen notar, sentir que estamos en un país, en mundo diverso si todos los medios esa posibilidad y en caso la televisión la imagen nos da también esa oportunidad, todo tipo de comunicación puede ayudar a la transformación de la sociedad y transformación de las personas, TV MICC ese es uno de los objetivos principales de hacer comunicación para de alguna manera aportar en esa construcción de la sociedad diferente de transformar algunas situaciones inequidad de injusticia que no nos hacen ser mejores seres humanos; por ende la televisión aporta, debe aportar y debe hacerlo porque es una responsabilidad social eso es servicio público que tenemos los medios de comunicación.

Análisis e interpretación de los resultados.

La cual en los medios de comunicación según en la entrevista realizada se pudo establecer el resultado, la radio es el medio más sintonizado que otros medios por los ciudadanos, ya que nos permite sintonizar fácilmente de cualquier distancia mientras uno se realiza su labor cotidiano van escuchando todo lo que trasmite en las emisoras adquiridas.

De todas maneras la cobertura de radio se ha podido alcanzar como a las partes lejanas mientras otros medios no se lo han logrado de llegar con las señales para que los ciudadanos puedan adquirir ese contenido; lo poco complicado que se tiene como los medios radiales y televisivos una vez que se transmiten ya no se vuelve a repetir las noticias para que el público se entere bien de los hechos, por ende la prensa escrita ha sido uno de los mejores representativos para la ciudadanía que se utilizan como un documento para volver a revisar una y otra manera.

Pero la radio sigue siendo más representativos en la sociedad la diferencia que se maneja es solo audio, ya que los ciudadanos solo se escucha y se imagina de las noticias que se trasmite los hechos destacados.

3.7 Conclusiones

- Los medios impresos locales surgieron como consecuencia de la necesidad de comunicarse a los seres humanos, que se han ido creciendo mediante la tecnología y han servido para satisfacer las necesidades de informar a la colectividad.
- Los medios impresos han podido mantener la facilidad de llegar con la información hacia la sociedad, es decir de la prensa se puede hacer el uso en cualquier lugar sin necesidad tener alguna dificultad, porque se trata de informar y educar a la comunidad cotopaxense a diferencia de otros medios el que tienen otras características.
- La diferencia de medios impresos; con otros medios de comunicación tienen en el costo factible que tiene la prensa dentro de la comunidad local.
- Los medios de comunicación han sido de suma importancia para la sociedad en general permite conocer las situaciones actuales que surgen de una u otra manera y comprometedor en educar que tiene el consumo y la función de los medios impresos.
- Los medios locales de esta provincia da su prioridad a la comunidad, como la Prensa, Radio y Tv, ejerciendo sus distintas funciones de los tres medios que se da la facilidad de dar a conocer sus notas periodísticas en los diferentes espacios y programas, cumpliendo sus misiones y visiones y comprometiendo a la colectividad los hechos que sucede en los diferentes lugares de la ciudad.

3.8 Recomendaciones

- Deberían los medios impresos y medios de comunicación seguir fortaleciendo para el servicio de la comunidad cotopaxense.
- Los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, deben buscar a practicar en radio y en impresos.
- Con la orientación de los docentes de la Carrera de Comunicación Social, dar el mejor servicio a los estudiantes que tienen que producir textos en el ámbito de la comunicación.
- Los estudiantes deben aprovecharse de la mejor manera en cualquiera de los tres medios que abran las puertas para sus respectivas prácticas y desarrollo educativo basando en los ejes principales que tiene los medios locales.

CAPÍTULO III

3.9 DISEÑO DE LA PROPUESTA

3.9.1 Datos informativos

3.9.2 TÍTULO DE LA PROPUESTA: “PROPONER UN TRÍPTICO PARA UNA PUBLICACIÓN QUE EXPLIQUE LOS BENEFICIOS QUE TIENE EL LABORATORIO DE IMPRESOS FRENTE A OTROS MEDIOS”.

3.9.3 INSTITUCIÓN EJECUTORA: Universidad Técnica de Cotopaxi

3.9.4 BENEFICIARIOS: Estudiantes de la Carrera de Comunicación Social, estamentos de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

3.9.5 Ubicación: Barrio San Felipe Parroquia Eloy Alfaro Provincia Cotopaxi.

3.9.6 Tiempo estimado para la ejecución: Para la implementación de la primera fase de laboratorio de impresos en la Universidad Técnica de Cotopaxi las fechas consideradas son:

Desde: 20 de marzo del 2012

Finalización: 28 de julio del 2012

3.9.7 Equipos responsables: El equipo responsable en esta propuesta está integrado por: Ugsha Toaquiza Celso Germán y Pilatasig Pilaguano Luis

Geovanny así como por el Lic. Franklin Eduardo Falconí Suárez docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

3.9.8 Antecedentes

La Universidad Técnica de Cotopaxi desde la formación de la Carrera de Comunicación Social no ha contado con un laboratorio de impresos, que realmente es necesario para las prácticas en las materias correspondientes esto facilita tanto para los estudiantes y docentes para aprendizaje y enseñanza.

Por lo tanto los estudiantes han llevado ese conocimiento desde la carrera de implementar un laboratorio de impresos en lo académico nos ha hecho mucha falta para la redacción y la publicación de noticias, de tal manera hemos propuesto para el bien de la carrera que debe haber el material de impreso; para que los estudiantes hagan llegar al público su conocimiento valioso como estudiante universitario asuma como investigador pequeño analizando el tema de interés por investigar en colectivo con la orientación de los docentes.

3.9.9 Justificación

Al implementar una primera fase de laboratorio de impresos el objetivo del proyecto es de que la Universidad Técnica de Cotopaxi se beneficien especialmente la Carrera de Comunicación Social para que los estudiantes puedan realizar con facilidad trabajos correspondientes en medios impresos, al mismo tiempo darán a conocer de la institución pertinente.

Efectivamente sin haber obtenido el laboratorio de impreso ante los estudiantes no resultaría total práctico para que tengan el conocimiento suficiente y también sea valorado en lo académico a los estudiantes, por ende este proyecto debe ser fructífero a los estudiantes de comunicación con la posibilidad de conocer más allá.

En el cual el interés por investigar el proceso de medios impresos es parte de la necesidad de buscar soluciones a las causas que originan este problema. La práctica se desarrollará mediante la aplicación de nuevos métodos para la producción de impresos con mayor facilidad y compromiso de la redacción de noticias en los diferentes ámbitos académicos y así de esa manera ir enriqueciendo la capacidad, experiencia y conocimiento más amplio que eso nos da mucha ventaja a los estudiantes quienes llevarán con mucha responsabilidad absoluta en esta universidad.

Ser competitivo en el alrededor de las universidades que se practican un papel muy fundamental en la realización a esta función como estudiantes de la universidad, llevar esa perspectiva con mentalidad clara hacia donde se dirige con este profesionalismo.

4. Objetivos

4.1.1 *Objetivo general*

Proponer un tríptico para una publicación, que explique los beneficios que tiene el laboratorio de impresos frente a otros medios a la primera fase del proceso de producción de materiales impresos, para el desarrollo académico de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UTC, periodo 2011-2012. A través de la creación de un periódico.

4.1.2 *Objetivos específicos*

- ✓ Determinar los fundamentos teóricos que están alrededor de los procesos de evaluación de los proyectos en ejecución.
- ✓ Determinar el tipo de instrumentos necesarios para el proceso de publicación.
- ✓ Proponer una publicación de un tríptico que explique los beneficios que tiene el laboratorio de impresos frente a otros medios.

5. Descripción de la Propuesta

En cuanto a la publicación de un tríptico como la Carrera de Comunicación Social de lo que se ha logrado las posibilidades para el mejoramiento en la parte académica ya que los estudiantes pueden laborar como práctica así de esa forma empezar a redactar el diario dentro de la carrera, en lo que corresponde de implementar la primera fase de impresos que hoy tenemos en la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Guiar el proceso de aprendizaje a los estudiantes en la parte técnica mediante los talleres, las capacitaciones para que los estudiantes puedan manipular en lo que es la redacción, edición y otros programas que se encuentra dentro del laboratorio de impresos. Ayudan a organizar la información, a relacionar nociones, a crear nuevos conocimientos y aplicarlos. Ejercitar habilidades, entrenar creando como periódico universitario fortaleciendo las habilidades de lectura y escritura, resistencia la atención y concentración para la redacción de la prensa como estudiantes de comunicación social.

Motivar, despertar y mantener el interés a cada uno de los estudiantes tomando en cuenta el trabajo de los universitarios. Un buen material didáctico siempre debe resultar motivador para los estudiantes; proporcionando entornos para la expresión y creación en el periódico universitario. Los materiales impresos como la prensa es una alternativa accesible y viable porque que dinamiza el proceso de aprendizaje desde la realidad concreta, ya que revela los componentes socio-culturales presentes en el ambiente que permite que los alumnos se conviertan en actores que opinan, discuten, investigan y critican la realidad social, de igual forma amplían y mejoran las habilidades de lectura y escritura, la creatividad y el enriquecimiento del vocabulario y no menos importante fomenta el trabajo en equipo, lo que asegura diversidad de opiniones.

La estrategia de enseñanza por descubrimiento tiene en este contexto una gran posibilidad, y permite al alumno convertirse en un "pequeño investigador" de los acontecimientos y situaciones de su entorno, es una experiencia educativa, por cuanto estimula el aprendizaje de los alumnos, ya que exhibe una información actualizada de distintos criterios.

La selección de contenidos del periódico para el desarrollo de actividades de aprendizaje requiere del trabajo en equipo, lo que asegura la diversidad de información y opiniones sobre el tema. Por otra parte, la presentación, selección, e interpretación de los contenidos así como organización, la cooperación, y

colaboración de todos los integrantes del aula, estimula al grupo, desarrolla la comunicación, se crea compromiso y se fomentan las relaciones interpersonales, factor importante para el desarrollo del trabajo en equipo.

Por ende la publicación de un tríptico llevando una función muy importante para otros estudiantes que tengan las facilidades de llenar su conocimiento desde la base de la carrera de comunicación social; que hoy en la actualidad la universidad cuenta igual que otras universidades con esta predisposición para posteriormente accedan sin ninguna dificultad en la parte práctica.

6. Bibliografía

Álvarez, Jesús Timoteo: “La información en la era de Franco: hipótesis interpretativa”, en *Historia de los medios de comunicación en España*. Ariel Comunicación, Barcelona, 1989.

Bussy Genevois, Danièle: “Aproximación metodológica a la prensa ‘para mujeres’ en España”, en Tuñón de Lara, Manuel (director): *La prensa de los siglos XIX y XX*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, Bilbao, 1986.

Cruz, Rafael: “La prensa del PCE en la Segunda República”, en Tuñón de Lara, Manuel (director): *La prensa de los siglos XIX y XX*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, Bilbao, 1986.

Desvíos, Jean Michel: “Un grupo de presión de la II República: la Federación de Empresas Periodísticas de Provincias de España”, en Tuñón de Lara, Manuel (director): *La prensa de los siglos XIX y XX*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, Bilbao, 1986.

Fernández Clemente, Eloy: “La dictadura de Primo de Rivera y la prensa”, en *Metodología de la historia de la prensa española*. Siglo XXI de España Editores, Madrid, 1982.

Fuentes Aragonés, Juan Francisco y Javier Fernández Sebastián: *Historia del periodismo español. Prensa, política y opinión pública en la España Contemporánea*. Síntesis, Madrid, 1997.

Garitanoaindía, Carmelo: “Las palabras como armas: la propaganda en la República”, en *Historia de los medios de comunicación en España*. Ariel Comunicación, Madrid, 1989.

Gómez Mompart, Josep Lluís y Joan Manuel Tresserras: “La reorganización del sistema informativo durante la guerra”, en *Historia de los medios de comunicación en España*. Ariel Comunicación, Barcelona, 1989.

Martín de la Guardia, Ricardo: *Información y propaganda en la Prensa del Movimiento*. Universidad de Valladolid, 1994.

Núñez Díaz-Balart, Mirta: “Las palabras como armas: la propaganda en la guerra civil”, en *Historia de los medios de comunicación en España*. Ariel Comunicación, Barcelona, 1989.

Paz, María Antonia: “La batalla de las agencias”, en *Historia de los medios de comunicación en España*. Ariel Comunicación, Madrid, 1989.

Pizarroso Quintero, Alejandro: “Los extranjeros y la guerra civil española: información y propaganda”, en *Historia de los medios de comunicación en España*. Ariel Comunicación, Barcelona, 1989.

Pizarroso Quintero, Alejandro: “Política informativa: información y propaganda (1939-1966)”, en *Historia de los medios de comunicación en España*. Ariel Comunicación, Barcelona, 1989.

Sánchez Aranda, J. J. y Carlos Barrera del Barrio: *Historia del periodismo español, desde sus orígenes hasta 1975*. Editorial EUNSA, Pamplona, 1992.

Seoane, María Cruz y María Dolores Sáiz: *Historia del periodismo en España. 3. El siglo XX: 1898-1936*. Alianza Editorial, Madrid, 1996.

Sinova, Justino: “La difícil evolución de la prensa no estatal”, en *Historia de los medios de comunicación en España*. Ariel Comunicación, Barcelona, 1989.

A N N E X O S

Encuesta dirigida a los periodistas de radio, prensa y tv.

1 *¿Considera usted que la televisión es el medio más consumido frente a los otros medios?*

Sí

No

2 *¿Qué razones encuentra usted para que el público prefiera la televisión?*

Llega a mayores distancias

Incluye mensajes cotidianos

Hay una costumbre de ver televisión

3 *¿El periodismo en televisión se diferencia de los otros medios por:*

Explica mejor los hechos noticiosos

Es más instantánea

Muestra los hechos más importantes

4 *¿Qué aspectos considera usted le falta a la televisión como medio de comunicación?*

Permanencia en el tiempo de transmisión de la noticia

Capacidad de reflexionar sobre los hechos noticiosos

Mayor investigación

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

1 *¿Cuál de estas características considera la más importante de la prensa escrita?*

Incluye imagen y texto

Capacidad de reflexionar sobre los hechos noticiosos

Mayor ampliación de los hechos.

2 *¿Considera usted que la prensa es más viable para informar al público?*

Sí

No

3 *¿Cuáles son las razones por las que el público adquiere la prensa escrita?*

Porque ofrece mayor interpretación

Porque encuentra más información

Por interés de investigar

4 *¿Qué tipo de informaciones cree usted que le gusta leer al público?*

Noticias deportivas

Crónica roja

Análisis político

Editoriales

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

1 *¿Cree usted que la radio es más sintonizada por los ciudadanos?*

Sí

No

2 *¿Cuáles son los motivos para que los radioescuchas sintonicen a ese medio?*

Emite noticias largas

Por la distracción

Sintonizan en cualquier lugar

Permite escuchar mientras realiza labores cotidianas

3 *¿Cree usted que la radio es el medio más sintonizado por los ciudadanos?*

Si

No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

***Entrevista dirigida a la presentadora de noticias de TV MICC CANAL 47 Lic.
Maritza Salazar.***

1 ¿Ud. cree que los medios televisivos son utilizados por los ciudadanos?

2 ¿Cree Ud. que la TV es mejor para informar que otros medios?

3 ¿Cree Ud. Que la TV es el medio más representativos dentro de la sociedad?

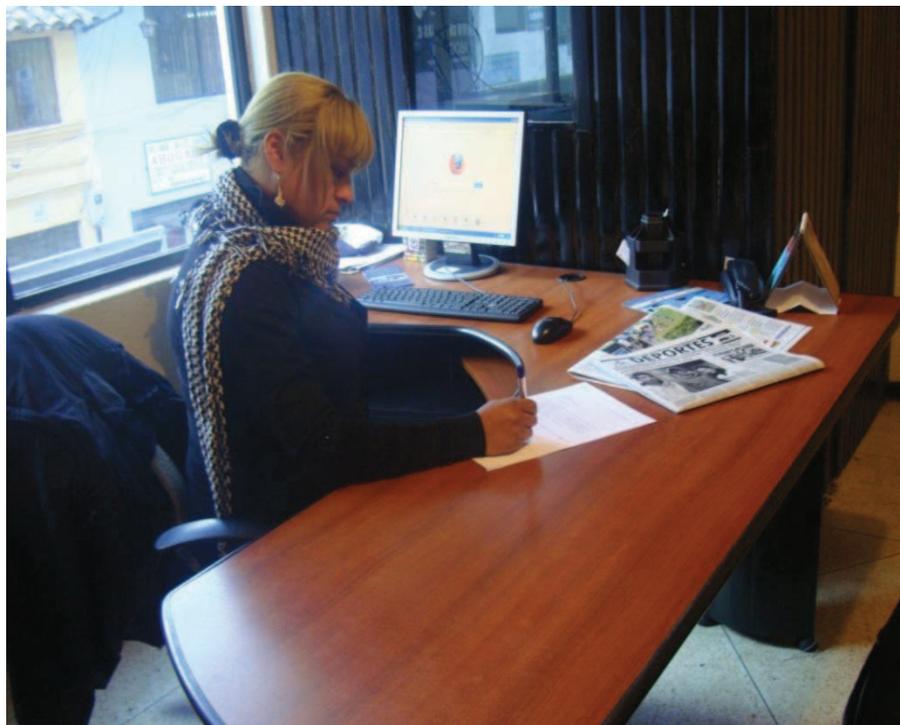
4 ¿Qué existen entre los medios televisivos que otros medios?

5 ¿Ud. cree que la TV puede generar a cambio de actitud en jóvenes?

TV MICC CANAL 47



PERIÓDICO IMPRESO LOS ANDES



PERIÓDICO IMPRESO LOS ANDES



RADIO LATACUNGA



TV COLOR CANAL 36



TV COLOR CANAL 36



- Los estudiantes de los diferentes ciclos deben ser capacitados y orientados de la mejor manera para que pueda tener mayor conocimiento en lo que es la producción de impresos y así de esa manera poder solventar con mayor garantía los materiales de impresos.



- Con la aplicación de los estudiantes y la guía del docente es viable, que los estudiantes aprovechen el proceso de aprendizaje desde la realidad concreta que se desarrolla comprometiendo cumplir con el papel de comunicador social que es amplio ligado con la colectividad.

Aquí se distingue los siguiente:

- Contar con la planificación con el responsable de este laboratorio de manera conjunta para la distribución a los estudiantes a los diferentes área de actividades; tomando en cuenta la responsabilidad de cada uno, antes de que se surja algún riesgo en el ámbito de trabajo.



LABORATORIO DE IMPRESOS



EL BENEFICIO QUE PRESTA EL LABORATORIO DE MATERIALES IMPRESOS.

- Realizar el trabajo de redacción, de diseño e impresos coordinadamente con el director de el área, o sino con responsable de la materia de redacción periodística.
- Efectivamente los estudiantes pueden adquirir más conocimiento como la teoría y práctica dentro de la carrera por lo que se encuentra instalado el laboratorio de impresos con la tecnología de optima calidad y comprobado por los expertos para que los estudiantes puedan brindar su servicio.
- Si algún riesgo suceda dentro de laboratorio con los materiales de impresos debe consultar al personal responsable.
- Hacer constantemente la vigilancia en los áreas designados hasta que se acabe de realizar las actividades correspondientes durante la practica y los mismo estudiantes serán encargado de distribuir el periódico universitario.

- El laboratorio de impresos que ya está en función dentro de la Carrera de Comunicación Social es donde los estu-



diantes pueden realizar sus actividades prácticas, es decir en la materia de redacción periodística, obviamente con la guía del docente correspondiente de la materia.

- En el debido proceso de complementación teórico-practico de las materias de redacción periodística e impresos, los alumnos de distribuirán en grupos de trabajo o de forma individual para reforzar conocimientos periodísticos.

- El manejo de los equipos técnicos e informáticos debe utilizarse con mucha responsabilidad en el área que corresponde, y así sucesivamente debe encaminar dentro de la Carrera dentro de laboratorio de impresos.



- El laboratorio de impresos permite a los estudiantes de la carrera a motivar, incentivar y mantener el interés a cada uno de los estudiantes poner mediante la practica y convertirse en un pequeño investigador recogiendo coberturas periodísticas y transformándola ya sea en noticia o articulo para diferentes secciones del material impreso.