



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS.

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TESIS DE GRADO

TITULO:

**“EVALUACIÓN DEL PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DE RECURSOS
TÉCNICOS, CORRESPONDIENTES 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”**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Licenciatura en Comunicación
Social

Autores:

Aldaz Ledesma Andreina Maricela

Guerrero Rubio Miguel Ángel

Director:

Lic. Franklin Eduardo Falconi Suarez

Latacunga-Ecuador

Octubre – 2012



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

AUTORIA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “**EVALUACIÓN DEL PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DE RECURSOS TÉCNICOS, CORRESPONDIENTES 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**”, son de exclusiva responsabilidad de los autores .

.....
Aldaz Ledesma Andreina Maricela

C.I.171781435-2

.....
Guerrero Rubio Miguel Ángel

C.I. 050266963-3



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director de Tesis bajo el título:

“EVALUACIÓN DEL PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DE RECURSOS TÉCNICOS, CORRESPONDIENTES 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”, de Aldaz Ledesma Andreina Maricela y Guerrero Rubio Miguel Ángel, postulantes de Comunicación Social, considero que la presente tesis cumple con los requisitos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio.

Latacunga, Septiembre, 2012

EL DIRECTOR

Lic. Franklin Falconi

C.I. 180245438-7



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DEL GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, los postulantes: **Andreina Maricela Aldaz Ledesma** y **Miguel Ángel Guerrero Rubio**, con el título de tesis: **“Evaluación del proyecto de implementación de recursos técnicos, correspondientes 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”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

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

Latacunga, **25 de Octubre** 2012

Para constancia firman:

Lic. Lorena Álvarez
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Lic. Tania Villalva
MIEMBRO

Lic. Jessenia Cabrera
OPOSITOR

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi Dios, como lo es Zoila Riera † porque ha estado conmigo en mi mente en cada paso que he dado, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, quien a lo largo de mi vida ha velado por mi bienestar y educación, siendo mi apoyo en todo momento, aún no estando con vida. A mi madre, ya que ha sido mi padre y madre a la vez, ya que no conté con la dicha de saber cómo es el amor de un padre, y a un hombre especial, que ha sido mi apoyo moral, mental y económico en estos cuatro años de estudio universitario. Es por ellos que soy lo que soy ahora.

Andreina Aldaz

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres. A mis padres porque han estado conmigo cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación, siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba, sin dudar ni un solo momento en mi conocimiento y capacidad. Es por ellos que soy lo que soy ahora.

Miguel Guerrero

AGRADECIMIENTO

Este proyecto es el resultado del esfuerzo de quienes formamos el grupo de trabajo. Por esto agradezco a nuestro director de tesis, Licenciado Franklin Falconi, que a lo largo de este tiempo ha ofrecido todos sus conocimientos y capacidades en el desarrollo de la tesis. A cada uno de mis profesores, a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza, a la Licenciada Tania Villalva, quien se convirtió en una amiga infinita para mí, por ser mi consejera, mi guía, mi ejemplo, etc. A la Licenciada Lorena Álvarez, quien con su paciencia y carácter me enseñó a sobre llevar las situaciones, que se presentaban como obstáculos

en mi vida académica. A dos maestros como lo son el M.Sc. José Cobo y el Dr. Raúl Cárdenas, quienes en mí formaron una persona luchadora y me forjaron como una estudiante capaz y no quedarme conforme con lo que me digan que así es, sino a investigar y aprender bien las cosas, con su carácter que para muchos parecía fuerte; para mí era fuente de inspiración y empuje para lograr y aprender las cosas con la mejor profesionalidad posible, y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa Universidad, la cual abrió sus puertas a todos nosotros, preparándonos hacia un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

Andreina Aldaz

AGRADECIMIENTO

Este proyecto es el resultado del esfuerzo de quienes formamos el grupo de trabajo. Por esto agradezco a nuestro director de tesis, Licenciado Franklin Falconi, que a lo largo de este tiempo ha ofrecido todos sus conocimientos y capacidades en el desarrollo de la tesis. A mis profesores de la Carrera, a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa Universidad la cual abrió sus puertas a todos nosotros, preparándonos hacia un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

Miguel Guerrero



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

AVAL DE REVISIÓN DEL ABSTRAC

A solicitud de **Aldaz Ledesma Andreina Maricela y Guerrero Rubio Miguel Ángel**, postulantes al Título de Licenciados en Comunicación Social, perteneciente a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi. Certifico haber realizado la revisión y las correcciones necesarias en el “**Abstrac**”, del Tema: **"PROJECT IMPLEMENTATION ASSESSMENT OF TECHNICAL RESOURCES, CORRESPONDING TO THE FIRST STAGE OF PRINTED MATERIALS, DEVELOPMENT STUDENT ACADEMIC CAREER OF SOCIAL COMMUNICATION UTC, 2011-2012, THROUGH CREATING A NEWSPAPER"**

Latacunga, Septiembre, del 2012

El Profesor

Lic. MSc. Pablo Cevallos

C.I. 050259237-1

Docente de Ingles



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

TEMA: “EVALUACIÓN DEL PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DE RECURSOS TÉCNICOS, CORRESPONDIENTES 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”

Autores:

Aldaz Ledesma Andreina Maricela
Guerrero Rubio Miguel Ángel

RESUMEN

Desde hace 17 años, La Universidad Técnica de Cotopaxi, promueve las Carreras que nutren a todo un país, la Carrera de Comunicación Social, anexo a ello la Universidad ha permitido que se realicen macros proyectos en virtud de complementar la enseñanza y las necesidades de los estudiantes en las diferentes carreras: son propuestas que nacen desde las necesidades de avance tecnológico, científico y de desarrollo de competencias educativas. Para el ciclo académico 2011 – 2012, los Estudiantes de Comunicación Social proponen desarrollar un taller de impresos y evaluarlo a través de la creación de un periódico el cual será impreso en este taller para su comprobación de funcionamiento adecuado.

El estudio puso especial énfasis a tres pilares: a) Educación, para darle al proyecto su misión profesionalizadora; b) Lo Social: debido a que es una propuesta que pretende

utilizar la comunicación social como herramienta para orientar sobre los hechos y problemas sociales; c) Lo Cooperativo: para garantizarle políticas de sostenibilidad administrativa y económica en base al bien común. Todo esto complementado con las propuestas de estudio de equipos, recursos tecnológicos e ideas adicionales de las áreas académicas en función a su capacidad de crear.

En base a estos parámetros, la información recogida de todos los estudiantes y docentes académicos, ha sido sistematizada mediante un análisis y tabulación, resultados que se expone en el siguiente informe: En el Capítulo I se plantea los antecedentes y la fundamentación teórica. En el Capítulo II breve caracterización, estudio del objeto, se hace un análisis de la demanda de los servicios que pretende brindar la evaluación mediante la creación del periódico, a través de cuadros estadísticos, encuesta con su respectiva tabulación, análisis e interpretación, entrevistas y las conclusiones y recomendaciones. En el capítulo III. Diseño de la propuesta, es decir del proyecto con datos informativos, demostrando lo técnico, tecnológico y factible de la creación del periódico y un plan operativo, de esta manera, acotar así el buen funcionamiento del Taller de Comunicaciones impresas, con sus estudios.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

TOPIC: "PROJECT IMPLEMENTATION ASSESSMENT OF TECHNICAL RESOURCES, CORRESPONDING TO THE FIRST STAGE OF PRINTED MATERIALS, DEVELOPMENT STUDENT ACADEMIC CAREER OF SOCIAL COMMUNICATION UTC, 2011-2012, THROUGH CREATING A NEWSPAPER"

Authors:

Aldaz Ledesma Andreina Maricela
Guerrero Rubio Miguel Ángel

Abstrac

For 17 years, the Cotopaxi Technical University, promotes the careers that supportour country, the Social Communication career, attached to that has permitted possible to make projects in order to complete the teaching and the necessities of students in different careers: are proposals that born from the necessities of technological, scientific and educational skills development. For the academic cicle 2011 - 2012, Students for Social Communication purpose to develop a workshop aims to develop and evaluateit through the creation of a newspaper which is printed in this workshop for verification of proper operation.

This study focus particular emphasis on three pillars: a) Education, to give the project its professionalizingmission b) The Social: because it is a proposal tries to use the media as a tool to guide on the facts and social problems; c) The Cooperative: to

ensure sustainability policies and economic management based on the common well. All this is complemented by the proposed study of equipment, additional technology resources and ideas of the academic areas based on their ability to create.

Based on these parameters, the information collected from all students and teachers, has been systematized by analysis and tabulation, the results presented in the following report: Chapter I presents the background and theoretical foundation. In Chapter II brief characterization, study of the object, an analysis of demand for the services intended to provide the evaluation through the creation of the newspaper, through statistical tables, with their respective survey tabulation, analysis and interpretation, interviews and the conclusions and recommendations. Chapter III. Design of the proposed project is informative data, showing the technical, technological and feasible the creation of the newspaper and an operational plan, thus, limit the smooth functioning of Print Communications Workshop, with their studies.

By: Andreina Aldaz,
Miguel Guerrero.

INTRODUCCIÓN

“El primer areópago del tiempo moderno es el mundo de la comunicación, que está unificando a la humanidad y transformándola, como suele decirse, en una "aldea global". Los medios de comunicación social han alcanzado tal importancia que para muchos son el principal instrumento informativo y formativo, de orientación e inspiración para los comportamientos individuales, familiares y sociales” (Aetatis Novae).

La Universidad Técnica de Cotopaxi, sus autoridades, la Carrera de Comunicación Social y personal docente concuerdan en que la forma de evaluación del “proyecto de implementación de recursos técnicos, correspondientes 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”, debe ser por medio de un instrumento que sume en el proceso de enseñanza – aprendizaje de las materias de redacción periodística e impresos de los estudiantes y docentes de comunicación social. Es por esto que se plantea la creación de un periódico, el cual, una vez impreso en el laboratorio antes mencionado, demuestre su total y normal funcionamiento, además que este se convierta en un medio de comunicación importante para la carrera, la universidad, y el Cantón Latacunga.

Los conocimientos adquiridos por todos han sido la clave para poder desarrollar la tarea; acompañados con la creatividad y la expresión de los estudiantes, tomando en cuenta los valores sociales y cooperativos que servirán anticipadamente de estudio para su guía y funcionamiento.

La decisión de los encargados del proyecto para seleccionar los temas de investigación, repercute directamente en el interés de los estudiantes para investigarlos, ejecutando la praxis, promoviendo la curiosidad y teniendo siempre como norte la utilización adecuada del taller de impresos a través del periódico lo que sirve como proceso de evaluación al Macro proyecto, para ser portavoz de las autoridades, docentes y estudiantes que dirigen, trabajan y estudian en el institución.

Remarcamos finalmente que para emprender en el tratamiento de este proyecto es necesaria la colaboración de: autoridades, docentes y estudiantes, con su ayuda podremos hacer realizables las propuestas que han sido emitidas por los estudiantes y docentes en función de los tres pilares: educación, social y cooperativo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portad.....	i
Autoría.....	ii
Aval Del Director.....	iii
Aprobación del tribunal de Grado.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vii
Aval del Abstrac.....	x
Resumen.....	xi
Abstrac.....	xiii
Introducción.....	xv
Índice.....	xvii

CAPÍTULO I

1.1 Fundamentación teórica del objeto de estudio.....	1
1.2 Antecedentes de la Investigación.....	1
1.3 Categorías Fundamentales.....	2
1.4 Marco Teórico.....	3

CAPÍTULO II

2.1 Análisis e Interpretación de Resultados.....	30
2.2 Breve Caracterización de la Institución Objeto de Estudio.....	30
2.3 Caracterización de la metodología empleada.....	35
2.3.1 Tipo de Investigación.....	35
2.3.2 Metodología.....	35
2.3.3 Unidad de Estudio.....	36
2.3.4 Métodos y Técnicas.....	36
2.4 Caracterización de las variables utilizadas, (Operacionaliozación de las Variables).....	38

2.5	Análisis e interpretación de resultados.....	41
2.5.1	Análisis de los criterios de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la UTC.....	41
2.5.2	Análisis de los criterios de los docentes de la Carrera de Comunicación Social de la UTC.....	70
2.5.3	Análisis de los criterios de profesionales sobre tipos de evaluaciones y de la capacidad de los docentes y estudiantes de la Carrera para el manejo de un laboratorio de Impresos.....	95
2.5.4	Conclusiones.....	103
2.5.5	Recomendaciones.....	104

CAPÍTULO III

2.6	Diseño de la Propuesta.....	105
2.7	Datos Informativos.....	105
2.8	Antecedentes.....	106
2.9	Justificación.....	107
2.10	Objetivos.....	108
2.11	Análisis de la Propuesta.....	109
2.12	Descripción de la Propuesta.....	109
2.13	Tabla de precios de materiales y cobro del operador.....	118
2.14	Plan Operativo.....	119
3	Referencias Bibliográficas.....	129
	Anexos.....	122

CAPITULO I

1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

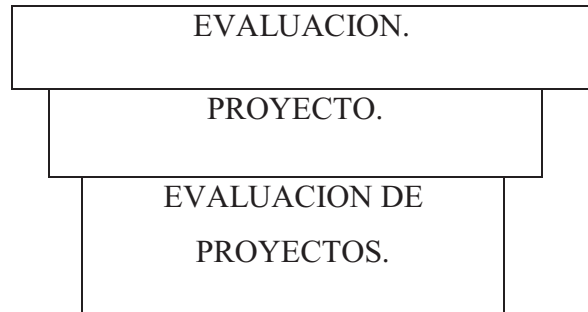
En Latacunga no ha existido otro centro de educación superior, aparte de la Universidad Técnica de Cotopaxi, que cuente con la Carrera de Comunicación Social, y por tanto que tenga un laboratorio de impresos. Y por supuesto, no se registran tampoco procesos de evaluación de ese tipo de laboratorios.

Existe una Unidad Educativa que cuenta con la Especialidad de Comunicación Social y con un centro de producción-reproducción de impresos: el “Colegio Hermano Miguel”. En este plantel han realizado un proceso de evaluación, en el cual han valorado y consensado sobre lo importante que es este centro para la institución en el desarrollo de noticias, notas, reportajes, etc. Esto se lo ha realizado por medio de encuestas, entrevistas y pruebas físicas con productos impresos, que aportan comunicación e información.

El centro de impresos, desde su implementación hasta la actualidad, ha realizado su trabajo con total normalidad y día a día ha mejorado su presentación, precisamente con una evolución constante.

Son los estudiantes y docentes quienes aprovechan la existencia del centro de impresos, para poder producir y reproducir sus productos comunicacionales. Por medio de la investigación y colaboración de cada uno de los estudiantes de esta especialidad, logran obtener un periódico institucional, el cual sirve como prueba y forma parte de una evaluación de funcionamiento de este centro de impresos.

1.1 Categorías Fundamentales



Elaborado por:

Aldaz Andreina

Guerrero Miguel

1.2 Marco Teórico

1.2.1 Fundamento Teórico Del Laboratorio De Impresos

Tipo de Evaluación para Evidenciar el Correcto Funcionamiento del Proyecto.

1.2.2 La Evaluación

Recoge y analiza sistemáticamente una información que nos permita determinar el valor y/o merito de lo que se hace. Se hace para facilitar la toma de decisiones y con el fin de aplicar lo aprendido con la evaluación a la mejora del propio proceso de intervención. Es una parte importante del proceso metodológico de la animación sociocultural.

La subjetividad inoperante o cuando evaluar equivale exclusivamente a valorar.

A veces las evaluaciones se quedan en una simple valoración sin llegar a profundizar en los porqués y sin proponer alternativas. La evaluación conlleva necesariamente un elemento de valoración, pero no se puede quedar ahí; tiene que intentar explicar las causas y recomendaciones como mejorar lo que se está evaluando.

La sacralización del numero o cuando evaluar equivale exclusivamente a cuantificar.

Existe una idea errada de que evaluar significa reducir los resultados de un programa a términos cuantificables .Se ve todo así expresado en números (número de participantes, numero de actividades que se han realizado, cantidad de dinero que se ha empleado.

La unidireccional o la evaluación como legitimización de unos pocos.

Se realizan evaluaciones en las que se contemplan opiniones, valoraciones, explicaciones y recomendaciones de solo una parte de los implicados en el programa, normalmente los responsables.

“A veces se confunde evaluación con la simple recogida de datos .Es más importante que se utilice a fondo la poca información recogida a que se tenga muchos datos que no sirvan para hacer mejorar el programa.

La evaluación en la animación sociocultural debe ser algo eminentemente práctica y aplicada, en donde el factor tiempo tenga una importancia crucial. La evaluación debe resultar útil para la mejora del programa o la toma de decisiones acerca del mismo” (FORCADE, 1976)

El fin de la evaluación es mejorar medir el grado de idoneidad, eficacia o eficiencia, Facilitar el proceso de toma de decisiones del colectivo.

Fomentar un análisis prospectivo sobre las intervenciones futuras.

Los instrumentos de evaluación pueden ser cualquier instrumento de recogida de información que se ajuste al tipo de información que queremos, a las circunstancias específicas de cada situación evaluativa y a los recursos y al tiempo disponible.

Los elementos a tener en cuenta en la elección de instrumentos de recogida de información son los siguientes:

Naturaleza de la información que se quiere obtener

Razón por la que se hace la evaluación y destinatarios de la misma

Recursos humanos, técnicos y económicos disponibles

Tiempo disponible

Momento en el que se encuentra el programa, actividad o grupo que se va a evaluar

Los postulantes consideran que la evaluación es un proceso que recoge información que no sólo va a ayudar a valorar sino también, y sobre todo, a mejorar lo que se está evaluando.

El criterio más importante que debe seguir una evaluación es la utilidad, es decir, que sirva para algo y que haya seguridad de que se va aplicar lo que se ha aprendido de ella.

Como tesisistas sugerimos un modelo que da especial importancia a la formulación de preguntas o criterios de evaluación, y a la contestación de las mismas a través de indicadores e instrumentos de recogida de información, como lo es un elemento que sirva en la enseñanza y el aprendizaje del grupo de personas a las que este dirigida la evaluación o al proyecto en proceso de aprobación.

Entre las técnicas que pueden ser útiles para recopilar, organizar y generar información para realizar evaluaciones de proceso socioculturales, de todas estas las más adecuadas es la técnica del juicio y de un material real, palpante en la sociedad.

1.2.3 Proyecto

Un proyecto es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas; la razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas y en un lapso de tiempo previamente definido. La gestión de proyectos es la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades de un proyecto para satisfacer los requisitos del mismo.

“Un proyecto consiste en reunir varias ideas para llevarlas a cabo, es un emprendimiento que tiene lugar durante un tiempo limitado, y que apunta a lograr un resultado único. Surge como respuesta a una necesidad, acorde con la visión de la organización, aunque ésta puede desviarse en función del interés.

El proyecto finaliza cuando se obtiene el resultado deseado, y se puede decir que colapsa cuando desaparece la necesidad inicial, o se agotan los recursos disponibles” (MEDIANERO BURGA, 1998)

Existen tipos de proyectos también es un esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único.

Proyecto Productivo, son proyectos que buscan generar rentabilidad económica y obtener ganancias en dinero. Los promotores de estos proyectos suelen ser empresas e individuos interesados en alcanzar beneficios económicos para distintos fines.

Proyecto Público o Social, son los proyectos que buscan alcanzar un impacto sobre la calidad de vida de la población, los cuales no necesariamente se expresan en dinero.

Proyecto de Investigación, un proyecto de investigación se fundamenta cuando se presenta la solución de un problema mediante el análisis de los sub-temas o factores, guiados por una o varias hipótesis, proposiciones e interpretaciones.

Un proyecto de investigación debe plantear un punto de partida; las proposiciones, los caminos trazados para cumplir objetivos y los instrumentos a utilizar.

Un proyecto de investigación, es por consiguiente: "un plan que combina la trilogía: tema, problemas, técnicas de recolección y análisis de datos, en función a los objetivos e hipótesis señalados".

Proyecto de Inversión Privada, un proyecto de inversión privada es un instrumento de decisión. Orienta y apoya el proceso racional de toma de decisiones, permite juzgar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y las desventajas en la etapa de asignación de recursos para determinar la rentabilidad socioeconómica y privada del proyecto, en base a la cual, se debe programar la inversión.

Proyecto Tecnológico, la preparación de un Proyecto Tecnológico da como resultado un producto nuevo o mejorado que facilita la vida humana. Todos los

proyectos tecnológicos surgen después de analizar otros proyectos. Con el análisis del producto se puede observar las fallas para luego, corregirlas.

Las etapas de un proyecto tecnológico son:

Detección de la oportunidad

Diseño

Organización y gestión

Ejecución

Evaluación

Los postulantes consideran que un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente de forma sistemática al planteamiento de un problema, sea este un Proyecto de Investigación, Proyecto de Inversión Privada, Proyecto de Inversión Social o Proyecto Tecnológico.

Los proyectos surgen de las necesidades individuales y colectivas de las personas. Son las personas las que importan, son sus necesidades las que deben ser satisfechas a través de una adecuada asignación de recursos, teniendo en cuenta la realidad social, cultural y política en la que el proyecto pretende desarrollarse.

Los promotores de estos proyectos son el estado, los organismos multilaterales, las ONG y también las empresas, en sus políticas de responsabilidad social.

1.2.4 Evaluación De Proyectos

En gestión de proyectos, la **evaluación de proyectos** es un proceso por el cual se determina el establecimiento de cambios generados por un proyecto a partir de la comparación entre el estado actual y el estado previsto en su planificación. Es decir, se intenta conocer qué tanto un proyecto ha logrado cumplir sus objetivos o bien qué tanta capacidad poseería para cumplirlos.

“En una evaluación de proyectos siempre se produce información para la toma de decisiones, por lo cual también se le puede considerar como una actividad

orientada a mejorar la eficacia de los proyectos en relación con sus fines, además de promover mayor eficiencia en la asignación de recursos. En este sentido, cabe precisar que la evaluación no es un fin en sí misma, más bien es un medio para optimizar la gestión de los proyectos.

La Evaluación de Proyectos es un instrumento que ayuda a medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas resultantes del estudio del proyecto; para medir objetivamente las premisas y supuestos estas deben nacer de la realidad misma en la que el proyecto estará inserto y en el que deberá rendir sus beneficios”

(ARAMBURÚ CARLOS EDUARDO, 2001)

La evaluación busca cuantificar el impacto efectivo, positivo o negativo de un proyecto, sirve para verificar la coincidencia de las labores ejecutadas con lo programado, su objeto consiste en “explicar” al identificar los aspectos del proyecto que fallaron o no, si estuvieron a la altura de las expectativas. Analiza las causas que crearon ésta situación, también indaga sobre los aspectos exitosos, con el fin de poder reproducirlos en proyectos futuros, ya sean de reposición o de complementos

La evaluación de proyectos es un proceso que procura determinar, de la manera más significativa y objetiva posible, la pertinencia, eficiencia e impacto de actividades a la luz de objetivos específicos.

La evaluación de proyectos surge de la necesidad de valerse de un método racional, que permita cuantificar las ventajas y desventajas que implica asignar recursos escasos, y de uso optativo a una determinada iniciativa, la cual necesariamente, deberá estar al servicio de la sociedad y del hombre que en ella vive.

Existen tipos de evaluación: Según el nivel de gestión

La evaluación de proyectos la podemos clasificar de la siguiente manera:

Política-Estratégica: La parte política verá la parte social y política, su consistencia para trascender en el tiempo y que sea en cierta forma equitativo.

Administrativa: En el caso administrativo, el fin siempre es la mayor racionalización de todos los recursos, el logro de sus planes, objetivos, metas, actividades, programas; expresión de la eficiencia y eficacia en su mayor expresión.

Técnica: Lo técnico es una mezcla de lo anterior y lo propio, ya que incide hoy en día al mejor logro de los dos puntos anteriores, por el avance en los descubrimientos, su rapidez, medición y precisión. Ya dependerá de cada ciencia que enfoque científico y técnico aplicarán.

Según la Naturaleza de la Evaluación: La evaluación de proyectos puede ser vista de dos ópticas diferentes:

Evaluación Privada: Que incluye a la "evaluación económica" que asume que el proyecto está totalmente financiado con capital propio, por lo que no hay que pedir crédito, y por otro lado la "evaluación financiera", que incluye financiamiento externo.

Evaluación Social: En la evaluación social, tanto los beneficios como los costos se valoran a precios sombra de eficiencia. Aquí interesan los bienes y servicios reales utilizados y producidos por el proyecto.

La Evaluación en el Ciclo de Proyectos.

Los distintos tipos de evaluación varían según el momento en que se realicen. Los tipos de evaluación son: ex-ante, de proceso, ex-post y de impacto.

Evaluación ex-ante: Se efectúa antes de la aprobación del proyecto y busca conocer su pertinencia, viabilidad y eficacia potencial. Este tipo de evaluación consiste en seleccionar de entre varias alternativas técnicamente factibles a la que produce el mayor impacto al mínimo costo. Este tipo de evaluación supone la incorporación de ajustes necesarios en el diseño del proyecto, lo cual podría generar incluso el cambio del grupo beneficiario, su jerarquía de objetivos y el presupuesto.

Evaluación de Proceso, Operativa, de Medio Término o Continua: Se hace mientras el proyecto se va desarrollando y guarda estrecha relación con el monitoreo del proyecto. Permite conocer en qué medida se viene logrando el logro de los objetivos (Resultados en caso de marco lógico); en relación con esto, una evaluación de este tipo debe buscar aportar al perfeccionamiento del modelo de intervención empleado y a identificar lecciones aprendidas. Las fuentes financieras suelen requerir la realización de este tipo de evaluación para ejecutar los desembolsos periódicos.

Evaluación ex-post, de resultados o de fin de Proyecto: Se realiza cuando culmina el proyecto. Se enfoca en indagar el nivel de cumplimiento de los objetivos (Propósito y Resultados en caso de marco lógico) asimismo busca demostrar que los cambios producidos son consecuencia de las actividades del proyecto (exclusivamente o en interacción con otras fuentes); para esto suele recurrir a un diseño experimental. No solo indaga por cambios positivos, también analiza efectos negativos e inesperados.

Evaluación de Impacto: Es la que indaga por los cambios permanentes y las mejoras de la calidad de vida producida por el proyecto, es decir, se enfoca en conocer la sostenibilidad de los cambios alcanzados y los efectos imprevistos (positivos o negativos). En caso de diseño con marco lógico, se enfoca en la evaluación del Fin de la jerarquía de objetivos. Esta evaluación necesariamente debe ser realizada luego de un tiempo de culminado el proyecto y no inmediatamente éste concluya; el tiempo recomendado para efectuar la evaluación de impacto es de 5 años.

Cabe considerar que las evaluaciones ex-ante y de proceso son consideradas como evaluaciones formativas: debido a que se producen mientras se da la preparación y/o ejecución del proyecto y sus conclusiones sirven para optimizar la ejecución del mismo; en tanto que las evaluaciones de resultados y de impacto vienen a ser evaluaciones sumativas: que ocurren al culminar el proyecto e incluso un tiempo después de haber culminado, ocurriendo que sus conclusiones servirán para ser transferidas a otras experiencias pero ya no podrán tener una aplicación directa en el proyecto que ha concluido.

Las evaluaciones de resultados y de impacto requieren asumir un diseño específico de investigación, como se verá más adelante.

“Criterios Utilizados para Evaluar Proyectos la evaluación de proyectos, en sus distintos tipos, contempla una serie de criterios base que permiten establecer sus conclusiones. En función del campo, empresa u organización de que se trate, es que se emplearán una serie de criterios u otros que guarden relación con los objetivos estratégicos que se persigan.

No existen criterios únicos, por lo general los criterios surgen en función de la naturaleza de cada proyecto pero existe cierto consenso en la necesidad de analizar la pertinencia, eficacia, eficiencia y sostenibilidad de los proyectos”

(ARAMBURÚ CARLOS EDUARDO, 2001)

Pertinencia o Relevancia: Observa la congruencia entre los objetivos del proyecto y las necesidades identificadas y los intereses de la población e instituciones (consenso social). Se observa especialmente en la evaluación ex-ante pero también en los demás tipos de evaluación.

Eficacia: Es el grado en que se han cumplido los objetivos. Se observa en las evaluaciones de tipo continuas y ex-post.

Eficiencia: Indica el modo en que se han organizado y empleado los recursos disponibles en la implementación del proyecto. Este criterio es usual en el análisis costo-beneficio realizado en la evaluación ex-ante.

Sostenibilidad: Establece que es la medida en que la población y/o las instituciones mantienen vigentes los cambios logrados por el proyecto una vez que este ha finalizado. Suele considerarse en las evaluaciones de impacto.

Es fundamental considerar la evaluación desde las propias necesidades, y alcances de las acciones para con la población meta.

Requisitos que debe cumplir una buena Evaluación de Proyectos

Toda evaluación cumpla algunos requisitos metodológicos para garantizar que la información que genere puede ser usada en la toma de decisiones. Así, se espera que todo proceso de evaluación sea:

Objetivo: Debe medirse y analizarse los hechos definidos tal como se presentan.

Imparcial: La generación de conclusiones del proceso de evaluación debe ser neutral, transparente e imparcial. Quienes realizan la evaluación no deben tener intereses personales o conflictos con quienes ejecutan el proyecto.

Valido: Debe medirse lo que se ha planificado medir, respetando las definiciones establecidas. En caso el objeto de análisis sea demasiado complejo para una medición objetiva, debe realizarse una aproximación cualitativa inicial.

Confiable: Las mediciones y observaciones deben ser registradas adecuadamente, preferentemente recurriendo a verificaciones in-situ.

Creíble: Todas las partes involucradas en el proyecto deben tener confianza en la idoneidad e imparcialidad de los responsables de la evaluación, quienes a su vez deben mantener una política de transparencia y rigor profesional.

Oportuno: Debe realizarse en el momento adecuado, evitando los efectos negativos que produce el paso del tiempo.

Útil: Debe ser útil y elaborarse en un lenguaje conciso y directo, entendible para todos los que accedan a la información elaborada, los resultados de una evaluación no deben dirigirse sólo a quienes tienen altos conocimientos técnicos sino que debe servir para que cualquier involucrado pueda tomar conocimiento de la situación del proyecto.

Participativo: Debe incluirse a todos los involucrados en el proyecto, buscando de reflejar sus experiencias, necesidades, intereses y percepciones.

Retroalimentador: Un proceso de evaluación debe garantizar la disseminación de los hallazgos y su asimilación por parte de los involucrados en el proyecto (desde

las altas esferas hasta los beneficiarios), para así fomentar el aprendizaje organizacional.

Costo/eficaz: La evaluación debe establecer una relación positiva entre su costo (económico, de tiempo y recursos) y su contribución en valor agregado para la experiencia de los involucrados en el proyecto.

“Dificultades en la Evaluación de Proyectos, la labor de evaluación de proyectos no es fácil y conlleva múltiples dificultades, muchas de ellas de orden metodológico pero también de orden político.

Falta de disponibilidad de información.

No contar con personal calificado para efectuar el trabajo.

Clientelismo de la población beneficiaria y de los encargados de la ejecución del proyecto.

Carencia de un sistema de evaluación y monitoreo, por lo que no se conoce el proceso desarrollado”

(BOBADILLA, DEL ÁGUILA y MORGAN, 1998)

Los postulantes consideran que en cuanto a las resistencias de la comunidad. En este caso muchas veces ocurre que la población ha recibido muchas promesas incumplidas por parte de políticos de turno, o bien se ha generado una expectativa muy alta frente al proyecto, por lo cual desarrolla una actitud contraria hacia éste; también se presentan resistencias debido a los prejuicios o ignorancia de los beneficiarios.

En cuanto a las argumentaciones con respecto a la evaluación de proyectos, los postulantes consideran que la Evaluación de Proyectos es un proceso que permite emitir un juicio sobre el cumplimiento y funcionamiento del proyecto. Según las diferentes opciones o alternativas de evaluación que se le dé al proyecto en marcha, sea cual fuera el proyecto, en la evaluación se puede encontrar el que lo esté aplicando con diferentes resultados, negativos como positivos, sin embargo la obligación del evaluante es sacar a la luz los resultados de funcionamiento o

incumplimiento del proyecto, en bien de la comunidad en que se lo esté aplicando. La preparación y evaluación de un proyecto contribuye en la reducción de la incertidumbre inicial, respecto de la conveniencia de llevar a cabo una inversión. La decisión que se tome con más información siempre será mejor.

Creación de un Periódico

1.2.5 Comunicación

La comunicación empieza con el lenguaje a cualquier tipo de código semiótico estructurado, para el que existe un contexto de uso y ciertos principios combinatorios formales. Existen contextos tanto naturales como artificiales.

El lenguaje humano se basa en la capacidad de los seres humanos para comunicarse por medio de signos. Principalmente lo hacemos utilizando el signo lingüístico. Aun así, hay diversos tipos de lenguaje. El lenguaje humano puede estudiarse en cuanto a su desarrollo desde dos puntos de vista complementarios: la ontogenia, que remite al proceso de adquisición del lenguaje por el ser humano, y la filogenia.

El lenguaje animal se basa en el uso de señales sonoras, visuales, y olfativas, a modo de signos, para señalar a un referente o un significado diferente de dichas señales. Dentro del lenguaje animal están los gritos de alarma, el lenguaje de las abejas, etc.

Los lenguajes formales son construcciones artificiales humanas, que se usan en matemática y otras disciplinas formales, incluyendo lenguajes de programación. Estas construcciones tienen estructuras internas que comparten con el lenguaje humano natural, por lo que pueden ser en parte analizados con los mismos conceptos que éste.

El pre lenguaje es un sistema de comunicación rudimentario que se aprecia en el lenguaje de los bebés, y que constituye la base de la adquisición de éste. Se da a través y mediante un conjunto de cualidades necesarias para que el bebé pueda

adquirir el lenguaje, y constituyen capacidades neurofisiológicas y psicológicas entre las que destacan percepción, motricidad, imitación y memoria.

El lenguaje es una capacidad o facultad extremadamente desarrollada en el ser humano; es un sistema de comunicación más especializado que los de otras especies animales, a la vez fisiológico y psíquico, que pertenece tanto al dominio individual como al social, y que nos capacita para abstraer, conceptualizar, y comunicar.

“El lenguaje humano estructurado debe diferenciarse entre lengua y habla:

Lengua: llamada también idioma, especialmente para usos extralingüísticos. Es un modelo general y constante para todos los miembros de una colectividad lingüística. Los humanos crean un número infinito de comunicaciones a partir de un número finito de elementos, por ejemplo a través de esquemas o mapas conceptuales. La representación de dicha capacidad es lo que se conoce como lengua, es decir el código. Una definición convencional de lengua es la de "signos lingüísticos que sirve a los miembros de una comunidad de hablantes para comunicarse".

Habla: materialización o recreación momentánea de ese modelo en cada miembro de la colectividad lingüística. Es un acto individual y voluntario en el que a través de actos de fonación y escritura, el hablante utiliza la lengua para comunicarse. Son las diversas manifestaciones de habla las que hacen evolucionar a la lengua.

El dialecto se refiere a una variante geográfica de un idioma (por ejemplo el español dominicano hablado en la República Dominicana y el español hablado en Madrid). Los idiomas se expresan con rasgos distintivos en cada región o grupo social. Estos rasgos distintivos pueden ser de tipo fónico, morfológico, sintáctico, semántico, y pragmático” (SAUSSURE, 1913)

Características de las Lenguas Naturales

El lingüista Julio Mejías habla de quince rasgos definatorios de la lengua, algunos de los cuales están presentes en la comunicación animal y los lenguajes formales.

Sin embargo, sólo las lenguas naturales tiene estos quince rasgos de Hockett y, por tanto, esta lista caracteriza lo que es una lengua natural.

Entre los rasgos más definatorios están la arbitrariedad (de la relación entre el signo y el significado), la productividad (que permite producir nuevos mensajes nunca antes realizados), y la estructura jerárquica (según la cual las lenguas humanas poseen reglas o principios sintácticos y gramaticales, por lo que las producciones no son aleatorias).

“Por el lenguaje entendemos un sistema de códigos con cuya ayuda se designan los objetos del mundo exterior, sus acciones, cualidades y relaciones entre los mismos” (LURIA, 1977).

“El lenguaje es un conjunto finito o infinito de oraciones, cada una de las cuales posee una extensión finita y construida a partir de un conjunto finito de elementos” (NOAM, 1957)

El lenguaje humano se debe a adaptaciones evolutivas que se dan exclusivamente en seres humanos de la especie Homo Sapiens. La conducta lingüística en los humanos no es de tipo instintivo sino que debe ser adquirido por contacto con otros seres humanos. La estructura de las lenguas naturales, que son el resultado concreto de la capacidad humana de desarrollar lenguaje, permite comunicar ideas y emociones por medio de un sistema de sonidos articulados, de trazos escritos y/o de signos convencionales, por medio de los cuales se hace posible la relación y el entendimiento entre individuos. El lenguaje humano permite la expresión del pensamiento y de exteriorización de los deseos y afectos.

La capacidad humana para el lenguaje tal como se refleja en las lenguas naturales es estudiada por la lingüística. Se considera que la progresión de las lenguas naturales va desde el habla, y luego por la escritura y, finalmente, se instala una comprensión y explicación de la gramática. Desde el punto de vista social e histórico el lenguaje humano ha dado lugar a idiomas que viven, mueren, se mudan de un lugar a otro, y cambian con el paso del tiempo. Cualquier idioma que deja de cambiar o de desarrollarse es categorizado como lengua muerta. Por el contrario, cualquier idioma por hecho de no ser una lengua muerta, y formar parte

de las lenguas vivas o modernas, está sufriendo continuamente reajustes que acumulativamente son los responsables del llamado cambio lingüístico.

“Hay quienes hacen un paralelismo con la biología, donde no es posible hacer una distinción bien definida entre una especie y la siguiente. En cualquier caso, el desafío real puede ser el resultado de la interacción entre las lenguas y las poblaciones.

El lenguaje es una instancia o facultad que se invoca para explicar que todos los hombres hablan entre sí” (BORNCHART, 1957).

Comunicación Química

Depende del sentido del olfato y en algunas ocasiones del gusto. Estas señales pueden recorrer grandes distancias cuando son transportadas por las corrientes del aire, aunque sólo son percibidas a favor del viento. Las sustancias químicas específicas que producen efectos concretos que se llaman feromonas. En las colonias de abejas, por ejemplo, la reina produce una feromona "real" que impide el desarrollo de los ovarios de las obreras. Las feromonas tienen una gran importancia en lo relativo a la atracción sexual.

Comunicación Acústica

Las ondas sonoras pueden variar de altura e intensidad con rapidez. Sirven para transmitir mucha información. Estas señales viajan en todas direcciones y el receptor las localiza con facilidad.

Por ejemplo, los monos aulladores y algunas aves, ranas y sapos poseen grandes sacos vocales que aumentan considerablemente los sonidos que emiten. En el caso de los sapos, emiten un sonido para atraer a la hembra y otro para "avisar" a otros que él también es macho. Las cigarras que cantan son machos, y lo hacen para atraer a las hembras. Los pollitos emiten sonidos de distinta intensidad en donde avisan a la gallina en distintas situaciones (si están asustados o si tienen hambre o

frío). Los cocodrilos, cuando están por nacer, emiten sonidos con lo que avisan a su madre y ella destapa el nido subterráneo para que los pequeños puedan subir a la superficie.

Comunicación Visual

Muchos animales diferentes usan estas señales, que se pueden encender y apagar en un instante, aunque por lo general son útiles en determinadas horas del día. Suelen ser llamativas o consistir en movimientos bruscos. Por ejemplo, una de las garras del cangrejo violinista macho es mayor que la otra, tiene colores fuertes y la sacude para atraer a las hembras. Los colores y diseños de las alas de las mariposas y de los machos de muchas aves atraen a sus compañeras en distancias cortas. Cuando vuelan por la noche, los lampíridos machos producen destellos luminosos con señales características, mientras que las hembras responden con sus destellos desde el suelo.

Comunicación Táctil

La comunicación táctil se refiere a las señales transmitidas a través del contacto de la piel o partes exteriores de los seres vivos. Estas señales sirven al alcance de la mano y tienen una gran importancia entre los primates, como una forma de indicación de amistad y para tranquilizar. El hecho de que un individuo cuide al otro, por ejemplo eliminándole los parásitos indeseables, es su manera de reforzar los lazos familiares y de amistad. Los mecanismos principales son:

Transmisión por Vibraciones. Actúan sólo en distancias muy cortas. Para indicar su presencia a las hembras, los machos de las arañas de estuche hacen vibrar sus membranas de un modo característico. Los cocodrilos producen vibraciones desde el interior de sus cuerpos para producir vibraciones que la hembra pueda percibir.

Transmisión Eléctrica. Algunos peces que viven en los ríos lodosos de América del Sur y África usan estas señales capaces de atravesar cuerpos sólidos. Son utilizadas para la agresión, para el cortejo y para orientarse.

La comunicación constituye en la actualidad una categoría polisemántica, al no ser su estudio privativo de una ciencia en particular sino de varias como por ejemplo, la lingüística, la antropología social, la psicología, la pedagogía y la sociología, entre otras. En cada una se le estudia de acuerdo con su objeto peculiar y en correspondencia con el enfoque o modelo científico adoptado.

A pesar del amplio espectro que posee el contenido de la comunicación, es indiscutible su base sociopsicológica, al ser concebida dentro de la vida social como fenómeno subjetivo y extraindividual a la vez. Sin embargo, existen algunas posiciones que pretenden llevar la comunicación hasta el mundo físico y el mundo animal.

En varios sistemas filosóficos la comunicación ha sido objeto de análisis teórico general de manera más o menos explícita. En el caso de la corriente existencial, fue erigida en una de las categorías centrales dentro de su conceptualización filosófica. La filosofía marxista concibió siempre a la comunicación estrechamente vinculada con la naturaleza social del hombre y con la evolución de su conciencia. En diferentes obras de C. Marx y F. Engels aparecen reiteradas, certeras y profundas reflexiones sobre ella, pero incipientes y necesitadas de un tratamiento posterior más sistemático que no se ha producido. Es en la filosofía no marxista donde más aportes a una epistemología de la comunicación se han realizado hasta el presente. Pero la comunicación tampoco puede entenderse como una supercategoría que sustituya o suplante a otras categorías generales en la explicación de la esencia humana, como ocurrió con el enfoque comunicativo dentro de la psicología marxista a finales de los años 70 e inicios de la década de los años 80.

Después de la Segunda Guerra Mundial comienzan a proliferar los estudios sobre la comunicación en varias ciencias a la vez debido a las propias exigencias de la

vida moderna, de su desarrollo y el predominio de enfoques humanistas en las ciencias.

Es en el decenio de los años 60 cuando se produce lo que puede ser denominado como el boom de las investigaciones sobre comunicación al ocurrir el salto cualitativo de los trabajos iniciados décadas atrás. Este fenómeno llega hasta la actualidad con gran ímpetu, pues se incorporan cada vez más ciencias a su estudio y con resultados de gran repercusión interdisciplinaria y nivel de complejidad.

Comunicarse suele ser, vincularse, poner en común, compartir, intercambiar. La comunicación asumida como un trabajo específico o relacionado con alguna otra tarea de tipo cultural suele transformarse en producción de mensajes, manejo de instrumentos o canales, estrategias informativas.

La comunicación en la actualidad es muy imprescindible para esta sociedad, debido a que en esta época de sociedades modernas y avances tecnológicos, la comunicación es la principal fuente, que da arranque a todos estos fenómenos que cada día más van desarrollándose para un futuro mejor para la humanidad.

Esto debemos de tenerlo siempre presente para obtener un futuro que esté en nuestras manos, recordar y enfatizar a las generaciones siguientes que la comunicación es algo valiosa para nosotros.

Podemos darnos cuenta en la comunicación humana, animal y de cada uno de los factores que conforman la vida que la forma de relacionarse o hacerse entender son muy peculiares y cada uno de ellos ha creado formas con las cuales se puedan entender.

1.2.6 Comunicación Social

Wilbur Schramm. Define la comunicación colectiva de una manera un poco más simple, como una comunicación interpersonal y menciona tres elementos esenciales que exige todo proceso comunicativo:

La Fuente que puede ser una persona o una organización informativa.

El Mensaje que puede tomar cualquier señal que pueda interpretarse.

El Destino que puede ser cualquier persona que entienda las señales que la fuente emite.

Así mismo Shramm maneja un cuarto modelo que dice que si el perceptor recibe el mensaje lo descifra y envía otro entonces da por resultado un Proceso Dialéctico. En estos procesos o esquemas Wilbur Schramm se refiere a la comunicación humana, ya sea interpersonal o de grupo y en el que aparece un factor muy importante que es la comunicación de retorno (feed back) , que es la repuesta abierta e inmediata, que no se da en la comunicación de grupo.

En la comunicación de grupo "la fuente principal en la comunicación colectiva es un órgano de comunicación o una persona institucionalizada". La comunicación colectiva se da igual que la comunicación interpersonal la diferencia es el número de individuos y factores que intervienen en ella. Por esto la comunicación en retorno no puede darse, solo se puede dar a través de estudios o llamadas telefónicas.

Humberto Eco. Este autor desarrolla más ampliamente la semiología. La vida de los signos en el seno de la vida social. La semiótica, se ha de estudiar como un fenómeno de comunicación.

La semiótica pretende demostrar que, hay sistemas constantes que permanecen ocultos. La estructura es un modelo construido en virtud de operaciones simplificadoras que permiten unificar diversos bajo un único punto de vista. Las unidades de análisis del mensaje pueden ser todo el mensaje de cualquier medio. Las denotaciones de la imagen surgen de la descripción de aquellos objetos o personas que están presentes. Las connotaciones son las ideas que surgen a partir de lo observado.

“Si comunicar es compartir la significación, participar es compartir la acción. La educación sería entonces el decisivo lugar se entrecruce. Pero para ello deberá convertirse en el espacio de la conversación de los saberes y las narrativas que

configuran las oralidades, las literalidades y las visualidades. Pues desde los mestizajes que entre ellas se tramam es donde se vislumbra y expresa, toma forma el futuro.

Hablar de comunicación significa reconocer que estamos en una sociedad en la cual el conocimiento y la información han entrado a jugar un papel primordial, tanto en los procesos de desarrollo económico, como en los procesos de democratización política y social.

Una sociedad multicultural significa no sólo aceptar las diferencias étnicas, raciales o de género; significa también aceptar que en nuestras sociedades conviven hoy "indígenas" de la cultura letrada con otros de la cultura oral y de la audiovisual. Estas tres culturas configuran muy diferentes modos de ver y de pensar, de sentir y de gozar, lo que el ciudadano de hoy le pide al sistema educativo es que lo capacite para poder tener acceso a la multiplicidad de escrituras, de lenguajes y discursos en los que se producen las decisiones que lo afectan.

Dejar el modelo centrado en la secuencia lineal -que encadena unidireccionalmente grados, edades y paquetes de conocimiento-" para ganar "otro descentrado y plural, cuya clave es el encuentro.

Si la educación no se hace cargo de los cambios culturales que pasan hoy decisivamente por los procesos de comunicación e información no es posible formar ciudadanos, y sin ciudadanos, no tendremos ni sociedad competitiva en la producción ni sociedad democrática en lo político" (BARBERO, 2002)

Los postulantes consideran que la Comunicación Social no debe ser estancada en una sola forma de pensar, ya que por ser una forma de poder comprender a la sociedad y que esta se sirva de información, debe acoger los pensamientos y tipos de conductas de la sociedad, no se debe manipular por medio de los medios ya que ese no es el fin, no debe estar con una sola dirección, sino tiene que ser accesible y reversible.

Jesús Martín Barbero explica que hay una destemporalización en el modelo de comunicación, una transformación del espacio tiempo. Los saberes que se enseñan en la escuela están atravesados por otros saberes tecnocomunicativos.

De esta manera, la comunicación Social: Es la interrelación entre los individuos, proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes, mediante sensaciones o procesos imaginarios o conceptuales que son transmitidos recíprocamente, incluyendo a la comunicación ordinaria por medio de los sentidos, expresadas por el lenguaje, la palabra escrita, el gesto, la expresión facial y la actitud corporal. (Diccionario Océano Uno. Edición 2002).

Según Shannon y Weber, la comunicación es la transmisión de un mensaje desde un emisor hasta un receptor.

Los postulantes consideran que la comunicación es la interrelación entre los seres humanos, es una relación directa de persona a persona, la comunicación es un campo de estudio ínter y trans disciplinario va que puede ser estudiado desde la Psicología, Sociología, Antropología, Economía etc.

El autor Antonio Pasquali, dice que la comunicación ocurre cuando hay "Interacción recíproca entre los dos polos opuestos de la estructura relacional (Transmisor - Receptor)" realizando la "ley de bivalencia", en la que todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor.

"Es la correspondencia de mensajes con posibilidad de retorno mecánico entre polos igualmente dotados del máximo coeficiente de comunicabilidad".

Los postulantes valoran esta definición de Pasquali porque los únicos entes capaces de presentar comportamientos comunicacionales y sociales, de transmitir y recibir intelectual y sensorialmente son los racionales, (los seres humanos). Pero es una comunicación lineal. Según Frank Dance dice: que la comunicación es el estudio de la teoría y principios del origen, emisión, recepción e interpretación de mensajes. Independientemente de la cantidad y de la calidad de mensajes emitidos.

Los postulantes consideran que Dance, no le da mucha importancia a la diferenciación de Pasquali, porque para él todo lo que implique interacción es comunicación, el concepto de Dance es muy genérico, el de Pasquali es concreto y específico.

1.2.7 Comunicación De Impresos

No cabe duda de que el mundo, hoy en día, se encuentra definido por la información. Ya sean noticias, opiniones, entrevistas o publicidad, la información es la que estipula la dirección y estructura de nuestras vidas. Los medios de comunicación impresos, televisivos, online, móviles y sociales son ahora componentes vitales de cualquier campaña.

Comunicación Impresa como medio de expresión

“La comunicación es algo que ha inquietado al hombre desde sus comienzos, la manera en la cual este hace llegar sus mensajes ha variado de varios métodos. Si se va bastante adelante llegando a la actualidad se ve que existen medios de comunicación variados; entre los que se encuentran los principales como son la radio y la televisión que desde hace tiempos pasados se han marcado como iconos principales en la comunicación. Pero además de estos medios de comunicación están los medios de comunicación impresos siendo esto un medio importante en la distribución de noticias e ideas. El periódico ha sido uno de los medios de comunicación impresos más importantes y relevantes, por no decir que es más resaltante, su distribución diaria hace que la comunicación sea constante y exacta, además se expresa ideas no solo del ambiente local sino del que se encuentra fuera de las fronteras en la cual el diario circula” (RIVADENEIRA PRADA, RAÚL, 1990).

El Periódico es el medio de circulación de información más importante del mundo gracias a su emisión diaria.

Entre otros medios impresos se encuentran las revistas o magazines que varían en su tiempo de circulación, pudiendo ser quincenal, mensual, bimestral y hasta semestral. Además que es un medio especializado en un tema, y las opiniones, en ciertos casos, suelen ser más subjetivas. Las revistas tienen un aspecto especial, y es que su arte final es más vistoso y llamativo que el de un periódico y es por esto que su distribución no es diaria.

Las revista son un medio impreso muy vistoso, y pero bueno.

Los folletos, panfletos, dípticos y trípticos son medios impresos de distribución es más casual por parte de una empresa o asociación interesada; en ellos se informa sucesos momentáneos o temas casuales de momento o una información acerca de la parte que los emite.

Los folletos son un buen medio para difundir una información rápida.

Para la comunicación impresa debemos tener muy claro el tema de las tipografías, ya que con ella se puede expresar las comunicaciones que necesitamos brindar a la sociedad aquí una breve explicación de lo que es la tipografía acogida de una fuente de dirección electrónica.

Los postulantes consideran que la comunicación impresa tiene como misión principal al escribir es decir algo a alguien. Para que nos entiendan tenemos que escoger nuestras palabras con cuidado. Tenemos que escoger palabras que el receptor entienda con rapidez y facilidad y que no transmitan sugerencias que puedan tener un efecto negativo en las relaciones que mantenemos con el receptor.

Las revista, son un medio impreso que no necesariamente debe ser diario en su publicación, estos pueden son mensuales y contienen información que es validad para toda la temporada, mientras sale la nueva publicación.

Los folletos, panfletos, dípticos y trípticos son medios impresos que son utilizados más casualmente por parte de una empresa o asociación interesada en ellos se informa sucesos momentáneos o temas casuales en favor de quien se represente.

En las comunicaciones escritas, se señalan como ventajas entre otras, su autoridad, precisión, permanencia y amplitud de cobertura.

Con la comunicación impresa podemos resaltar detenidamente las ideas e informaciones que se desee compartir en bien de la sociedad, ya sea por medio del periódico, revistas dípticos, trípticos, volates o folletos.

1.2.8 Creación De Un Periódico

Detrás de una creación de un periódico existe como requisito principal un grupo de personas, los cuales se distribuyen y cuentan con un equipo humano formado por periodistas, informáticos, economistas, dibujantes, comerciales, etc.

“La creación de un periódico consiste en incrementar esfuerzo y dedicación humana, muy enmarcadas en el objetivo que sean propuesto para crear y ver su periódico en las calles (o en la red si es on-line) ¿Tienes claro el proyecto editorial? Cuánto te va a costar, cómo vas a financiarlo, a quiénes va dirigido, cómo vas a promocionarlo, qué recursos humanos y materiales necesitas, cómo y dónde vas a distribuirlo, cuál es tu competencia, el estilo de redacción, la forma de presentarlo entre otras cosas” (SOOONIA, 2008)

Empieza por contestar a las preguntas que a lo largo del proyecto han ido surgiendo: el título de la cabecera, el precio, la fecha de salida, la periodicidad. Hay que dar respuestas. Por ejemplo, la publicación que puede ser local, temática, popular, etc.

“Para iniciar con la creación, los responsables del proyecto, o equipo de dirección, tienen que haber decidido el diseño definitivo del periódico: el formato, el número de páginas, el logotipo de la cabecera, los tipos de letra, la paginación, las secciones y el número de páginas de cada una, las ilustraciones y las fotografías, etc.” (SOOONIA, 2008)

Además, y según las personas que van a participar en la creación del periódico, es conveniente, a partir de este momento, tomar decisiones sobre:

Quiénes serán los responsables o redactores jefes de las secciones. Estos distribuirán los turnos y las tareas, seleccionarán y decidirán los temas a tratar, serán conscientes de las necesidades para realizar el trabajo y deben tener clara la filosofía del proyecto. En el caso de un digital es fundamental, por ejemplo, el mantenimiento del sistema y los turnos para la evaluación de las noticias, su interconexión y el acompañamiento gráfico.

La elaboración de un editorial en el que se difundan las ideas del periódico.

Los colaboradores y sus funciones: redacción de artículos, creación de gráficos, elaboración de reportajes, entrevistas, documentar las informaciones y buscar imágenes, consulta de fuentes, producción comercial, realización de dibujos o caricaturas, hacer las fotografías, etc.

El espacio reservado a la publicidad que va a llevar el periódico. Nunca debe sobrepasar el 30 % del total.

La posibilidad de, por ejemplo, realizar una entrevista a una persona influyente, como puede ser el alcalde, el director del centro escolar, un artista reconocido o un deportista de élite.

La redacción del periódico se reunirá según sea la periodicidad de la publicación. En el caso de ser un diario matinal: primera reunión, a media mañana, del equipo de dirección para esbozar las pautas de actuación de la jornada (publicidad, editorial, secciones, etc.) y se reflejará en el planillo. A continuación se trasladan esas pautas a la redacción. Por la tarde, segunda reunión para decidir la forma definitiva del periódico y el diseño de la portada, esa primera carta de presentación.

Es muy importante hacer un seguimiento de los acontecimientos diarios que interesan y analizar cómo va todo y las dificultades que pueden surgir a última hora. Es importante que las reuniones sirvan para:

Debatir y contrastar los contenidos que se incorporen a cada sección así como las colaboraciones o las inserciones publicitarias y ayuden a crear un ritmo de trabajo que después se pueda mantener.

Cuando se tiene todo más o menos claro, cada redactor escribe su texto y compone su página sobre la maqueta diseñada y, según el equipo informático, los programas de edición y el sistema de pre-impresión, una vez compaginados los texto, imagen, infografía, etc., lanzará la página o las páginas directamente a la sala de montaje en la imprenta.

Los postulantes consideran que la creación de un periódico es fundamental si es pensado en que sirva para informar y este direccionado al beneficio de la sociedad, este tiene un detenido proceso ya que va ha servir como medio de comunicación en el cual se emita información y comunicación.

El proceso de la creación de un periódico es complejo en el sentido que debe estar en perfecto funcionamiento para la colectividad, ya que si un error quedara en él se estaría afectando a la sociedad.

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

2.1 Breve Caracterización De La Institución Objeto De Estudio

El propósito de crear una universidad para la provincia de Cotopaxi, fue a inicios de 1.989. En el salón de la Unión Nacional de Educadores de maestros, estudiantes, padres de familia y los sectores populares preocupados por la provincia conformaron el Comité Provisional de Gestión para llevar a cabo esta difícil tarea.

Así, por intermedio del Lic. César Tinajero, se inician conversaciones con el Rector de la Universidad Técnica del Norte, con el fin de conformar la extensión universitaria en la provincia de Cotopaxi. El Honorable Consejo Universitario de la Universidad Técnica del Norte, dispuso se realicen los trámites legales de creación.

Entre los requisitos estaba el estudio de factibilidad, el cual se ejecuto bajo la dirección del Arq. Francisco Ulloa, en ese entonces Director de Planificación de la Universidad Técnica del Norte. Con este trabajo se definieron las carreras del nuevo centro educativo creándose: la Facultad de Ingeniería en Ciencias Agronómicas con su respectiva Escuela de Ingeniería Agroindustrial y la Facultad de Ciencias de la Educación con la Escuela de Pedagogía.

Después de varias sesiones de análisis, finalmente el CONUEP (Consejo Nacional de Universidades y Escuelas Politécnicas) se reúne en la ciudad de Manta, donde se aprueba la creación de la extensión universitaria de Cotopaxi como filial de la Universidad Técnica del Norte el 19 de septiembre de 1991.

El 11 de noviembre de 1.991, el Dr. Rodrigo Borja, Presidente Constitucional de la República, en sesión conmemorativa de la independencia de Latacunga, entrega a la Sra. Dumy Naranjo de Lanas Gobernadora de la Provincia de Cotopaxi.

La Resolución No. 1619, fijando Partida en el Presupuesto del Estado, por ciento veinte millones de dólares para la extensión universitaria. Las primeras autoridades de la extensión universitaria fueron: Director General, Dr. Luís Reinoso; Coordinador de la carrera de Artesanía Artística, Lic. Sócrates Hernández; Coordinador de la carrera de Contabilidad Pedagógica, Lic. Edgar Cárdenas; Coordinador de la carrera de Ingeniería Agroindustrial, Lic. Cristóbal Tinajero, quien posteriormente fue reemplazado por el Lic. Sócrates Hernández y Supervisor General, Arq. Francisco Ulloa Enríquez.

“La UTC avanza con pasos de gigante; cuando nos equivocamos, merced al análisis crítico, corregimos”

El Comité del barrio “Eloy Alfaro”, motivado por el señor clérigo de la parroquia, propone al Municipio de Latacunga donar el edificio construido en el sector “El Ejido” a la extensión universitaria. Éste fue parte de un proyecto como centro de rehabilitación carcelaria que nunca llegó a concretarse.

El 28 de abril de 1993 se hace entrega del edificio, el objetivo fue dar a los estudiantes, docentes y empleados un lugar propicio para que puedan desarrollar sus actividades y lograr un buen desempeño. Han pasado 17 años y hoy en día gracias a las autoridades, la Universidad Técnica de Cotopaxi cuenta con edificios modernos, vanguardistas, dotados con lo último en tecnología que, sin lugar a dudas, trascenderán en el tiempo y harán historia en la educación procurando el desarrollo del país.

La universidad en el propósito de formar profesionales no solo en el campo Agrícola o Ganadero que es en lo que la Provincia tiene mayor comercio, decide abrir una Unidad Académica en la que se permita estudiar Carreras de Ciencias Administrativas y Humanistas como lo es la Carrera de Comunicación Social.

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

La que otorga títulos en: Licenciado en Comunicación Social.

Los requisitos de admisión: Bachiller en Ciencias Sociales, Computación e Informática.

Requisitos para Egresar: Haber aprobado los créditos de la malla, práctica pre-profesional, extensión universitaria, suficiencia de Idioma, disciplina deportiva, actividades culturales.

La Carrera tiene como objetivos:

Formar profesionales de la comunicación con elevado nivel técnico, un pensamiento caracterizado por la reflexión, juicio crítico, creatividad y aporte a la comunidad, que se guíen por principios éticos y morales en todas las actividades y acciones que desarrollen en cualquier campo o esfera de la comunicación social, en beneficio de la sociedad.

Integrar conocimientos y habilidades que le posibiliten la investigación, el análisis, la planificación, diagnóstico y evaluación de procesos comunicativos en entidades públicas, privadas y comunitarias, con el uso de técnicas, medios y

soportes necesarios para el diseño e implementación de estrategias de comunicación, aplicadas en el ámbito local, nacional e internacional.

Formar a los estudiantes en comunicación alternativa y participativa para que generen sus propios procesos comunicativos en beneficio de la comunidad.

El comunicador social tiene un perfil amplio, con conocimientos científico-técnico y humanista, preparado para planificar, ejecutar y evaluar programas de comunicación e información; sensible a los problemas sociales, con un enfoque más eficiente de la dimensión comunicativa en los complejos procesos de transformación de la realidad, y que promueva el fortalecimiento de la identidad nacional y el aumento de la participación de las personas en la toma de decisiones y ejecución de acciones en la vida cotidiana. Se desempeñara como:

Comunicador social radial

Comunicador social productor de televisión.

Periodista, reportero, editor de prensa.

Comunicador social especialista en multimedia y TICs

Asesor, consultor, investigador-Teórico de la comunicación.

Comunicador alternativo.

Comunicador para el desarrollo en ONGs

Investigador social.

Asesor de comunicación en instituciones, organizaciones y empresas

Asesor de imagen privada, pública o comunitaria.

Productor de elementos comunicacionales.

Se concibe al comunicador social como un profesional técnico dotado de amplia base política e ideológica, teórico-metodológica y cultural, que realiza tareas dirigidas al perfeccionamiento de los procesos de comunicación interna y externa en los organismos del Estado, empresas, instituciones y organizaciones políticas,

de masas y sociales, a fin de contribuir al logro de sus objetivos con la adecuada vinculación con la sociedad, sobre bases éticas que aseguren la conservación y enriquecimiento del patrimonio social y cultural, la educación y orientación comunitaria de la población para el fortalecimiento de la identidad y los valores de la cultura nacional. Estará preparado para desempeñarse en:

Medios de comunicación radiales.

Medios de comunicación en televisión.

Prensa Escrita

Mass media: multimedia y TICs

Medios de Comunicación alternativos.

ONGs

Consultorías de Investigación social.

Asesoría de comunicación en instituciones, organizaciones y empresas

Asesoría de imagen privada, pública o comunitaria.

Productoras de productos comunicacionales.

2.2 Caracterización De La Metodología Empleada

Tipo de investigación, métodos aplicados, población o muestra, técnicas utilizadas, instrumentos aplicados, procedimiento para el procesamiento de los resultados.

2.2.1 Tipo De Investigación.

Esta investigación es de tipo explicativa, ya que por medio de la evaluación los tesisistas van a explicar o dar a conocer por medio de una evaluación la función que va a desempeñar el proyecto en creación, los tesisistas han considerado que la forma más idónea para la comprobación del funcionamiento del proyecto, va a ser por medio de la creación de un periódico como parte fundamental de la evaluación, para de esta forma controlar a cada uno de los temas asignados a los tesisistas, para que no exista el incumplimiento por parte de los mismos y el proyecto obtenga sus objetivos.

Con este tipo de investigación y con la evaluación a través de la elaboración de este periódico se estaría haciendo cumplir con el proyecto en su totalidad, así para alcanzar el objetivo que se requiere de carácter comprometido.

2.2.2 Metodología

Esta investigación es de Diseño Experimental ya que los tesisistas van a proponer sus propias condiciones y forma de evaluar, manipulando así la investigación, los tesisistas van a crear un periódico por medio del cual se va a conocer el funcionamiento del proyecto.

2.2.3 Unidad De Estudio

Este presente trabajo ha sido escogido por todo el Universo, que se adapta a los fines de la investigación, por ser la población más pequeña a la zona universitaria, lo que permitirá trabajar como una sola unidad de estudio.

2.2.4 Métodos Y Técnicas

Métodos.

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

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

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

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

Técnicas a ser Empleadas

Se utilizará la observación directa y estructurada, ya que los investigadores estarán en contacto con el fenómeno a estudiar y la observación será planificada y registrada en instrumentos específicos.

La entrevista a expertos en temas relacionados con el fenómeno en estudio, por parte de la evaluación; para ello se empleará una guía de entrevista.

La observación directa, con la finalidad de estar más cerca del objeto de estudio.

La encuesta aplicada a los docentes y alumnos expertos en el tema, para ello se realizará un cuestionario de la encuesta.

2.3 Caracterización De Las Variables Utilizadas, (Operacionalización De Las Variables)

Variable Dependiente: Creación De Un Periódico.

<p>(Dependiente)</p> <p>Creación de un periódico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grupo creador del periódico. • Línea editorial. • Redacción periodística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de conocimiento para la creación de un periódico. • Políticas institucionales. • Objetivos de la carrera. • Inquietudes de los estudiantes. • Fuentes a las que se necesita acudir. 	<p>Encuesta.</p> <p>Encuesta.</p>
---	---	---	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño. 	<ul style="list-style-type: none"> • Temáticas locales institucionales. • Organización del trabajo periodístico. 	<p>Entrevista.</p> <p>Encuesta.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Impresión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Portada, logotipo, slogan. • Fotografía, gráficos y diagramación • Formato, tipo de papel, tintas. • Tipo de máquina y proceso productivo. 	<p>Entrevista.</p> <p>Observación.</p>

Fuente: Investigación - Estudiantes CCS de la UTC

Elaborado por: Los autores – Investigadores

Variable Independiente: Tipo De Evaluación Para Evidenciar El Correcto Funcionamiento Del Proyecto.

VARIABLES	INDICADORES	ÍNDICES	INSTRUMENTOS
<p>(independiente)</p> <p>Tipo de evaluación para evidenciar el correcto funcionamiento del proyecto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Eficacia. • Eficiencia. • Economía. 	<ul style="list-style-type: none"> • Volumen de servicio que va a generar la evaluación. • Volumen de insumos que se va requerir en la evaluación. • Relación del gasto y beneficio que se va a necesitar. 	<p>Encuesta.</p> <p>Entrevista.</p> <p>Entrevista.</p>

Fuente: Investigación - Estudiantes CCS de la UTC

Elaborado por: Los autores - Investigadores

2.4 Análisis E Interpretación De Resultados

A continuación se presenta el tratamiento de datos, la interpretación y el análisis de la información obtenida mediante encuestas a los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

2.4.1 Análisis De Los Criterios De Los Estudiantes De La Carrera De Comunicación Social De La UTC.

1. ¿Cómo estudiante ha sido invitado a formar parte de un proceso de evaluación en la Unidad Académica?

CUADRO No.1

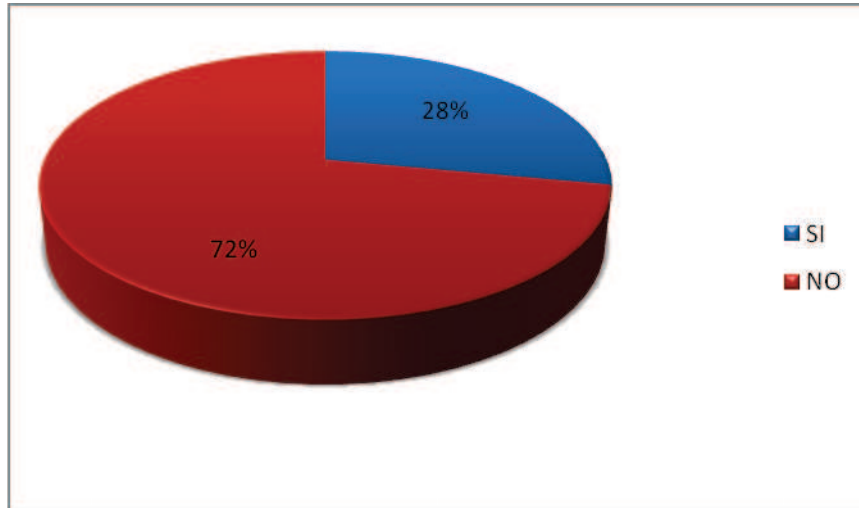
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	36	28%
No	91	72%
TOTAL	127	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los autores

Gráfico No. 1

Proceso De Evaluación



Fuente: Investigación

Elaborado por: Los autores

Análisis:

Se ha realizado la encuesta a 127 estudiantes, entre hombres y mujeres, de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de ellos, el 72 por ciento dice no haber sido invitado como estudiante a formar parte de un proceso de evaluación en la Unidad Académica, el 28 por ciento asegura haber sido invitado como estudiante a formar parte de un proceso de evaluación en la Unidad Académica.

Interpretación:

Los estudiantes de la Carrera conocen muy poco de un proceso de evaluación a laboratorios, esto confirma la importancia de realizar una evaluación al proyecto en ejecución, como lo es el laboratorio de impresos de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, para por medio de aquello el proyecto funcione en su totalidad y sin alteraciones.

2. ¿Qué propósito tuvo la evaluación que usted conoce?

Cuadro No. 2

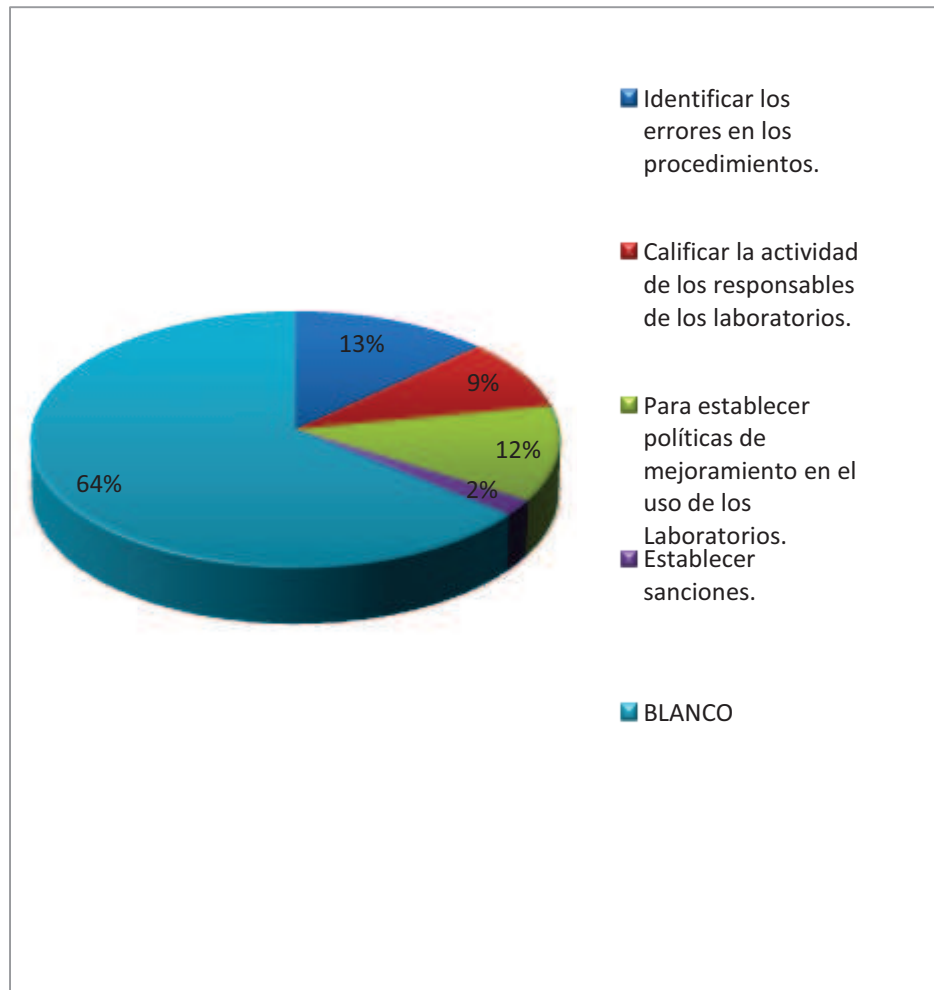
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Identificar los errores en los procedimientos.	17	13%
Calificar la actividad de los responsables de los laboratorios.	12	9%
Para establecer políticas de mejoramiento en el uso de los Laboratorios.	15	12%
Establecer sanciones.	2	2%
Blanco	82	64%
TOTAL	127	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los autores

Gráfico No. 2

Propósito De La Evaluación



Fuente: Investigación

Elaborado por: Los autores

Análisis:

Se ha realizado la encuesta a 127 estudiantes, entre hombres y mujeres, de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de ellos, un porcentaje muy elevado del 64 por ciento deja en blanco, 13 por ciento dice que cuando formado parte de un proceso de evaluación en la Unidad Académica ha sido para identificar los errores en los procedimientos, el 9 por ciento dice que ha sido para calificar la actividad de los responsables de los laboratorios, otro 12 por ciento para establecer políticas de mejoramiento en el uso de los Laboratorios, y un 2 por ciento con el fin de establecer sanciones.

Interpretación:

Los estudiantes encuestados en su mayoría exponen que los propósitos por lo que han sido invitados han sido para identificar los errores en los procedimientos, calificar la actividad de los responsables de los laboratorios, para establecer políticas de mejoramiento en el uso de los Laboratorios o establecer sanciones, dentro de un proceso evaluativo de laboratorios, lo que significa que están al tanto de un proceso de evaluación, sin embargo una gran parte no responden a ninguna de las opciones presentadas, por lo que es necesario y fundamental el hacer partícipes de un proceso de evaluativo a los estudiantes de la carrera.

3. ¿Usted como estudiante cómo cree que debería ser un proceso de Evaluación de los Laboratorios en la Unidad Académica?

Cuadro No. 3

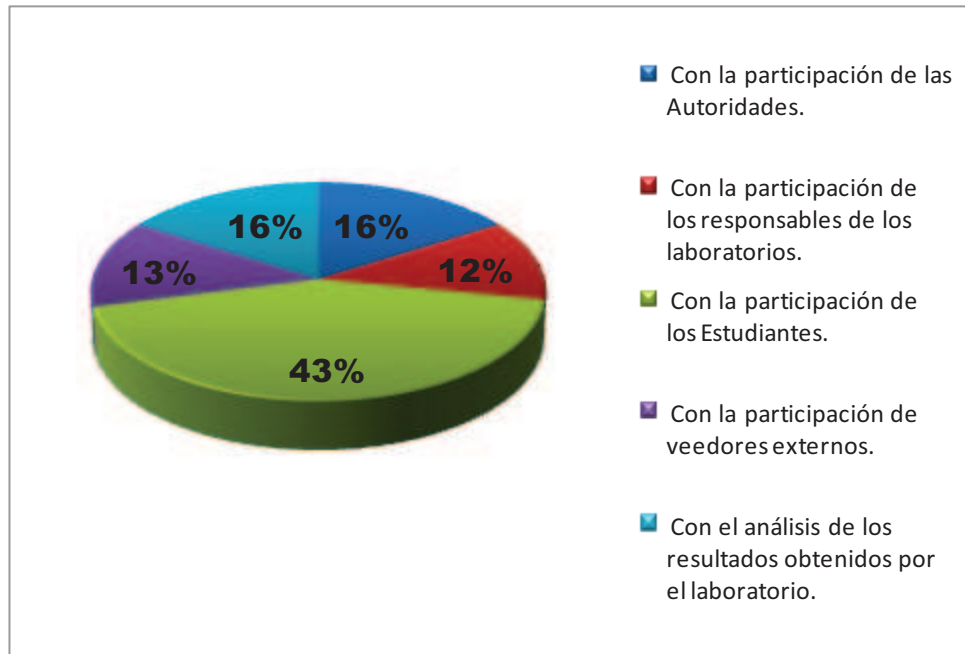
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Con la participación de las Autoridades.	21	16%
Con la participación de los responsables de los laboratorios.	14	12%
Con la participación de los Estudiantes.	55	43%
Con la participación de veedores externos.	16	13%
Con el análisis de los resultados obtenidos por el laboratorio.	21	16%
TOTAL	127	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los autores

Gráfico No. 3

Proceso De Evaluación



Fuente: Investigación

Elaborado por: Los autores

Análisis:

Se ha realizado la encuesta a 127 estudiantes, entre hombres y mujeres, de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de ellos, un porcentaje muy elevado del 43 por ciento, considera que se debe realizar con la participación de los Estudiantes, un 16 por ciento cree que un proceso de Evaluación de los Laboratorios en la Unidad Académica con la participación de las Autoridades, otro 16 por ciento responde que se debe hacer en base al análisis de los resultados obtenidos por el laboratorio, debe ser con la participación de las autoridades, un 13 por ciento considera que deben participar veedores externos, y un 12 por ciento considera que se debe hacer con la participación de los responsables de los laboratorios.

Interpretación:

Según los resultados, podemos ver que es importante para los estudiantes, el involucrarse en un proceso de evaluación a laboratorios, por tanto sean ellos los encargados de exponer los resultados de la evaluación aplicada y se tenga mayor responsabilidad con su manejo y uso, aun que otro porcentaje bastante elevado e importante que prefiere sean las autoridades quienes se encarguen de la evaluación, mientras que otra opción con el mismo porcentaje manifiestan que se debe evaluar con el análisis de los resultados obtenidos por el laboratorio, pero también responden que mejor deben ser veedores externos quienes se encarguen de esta evaluación, para que con esto queden totalmente desvinculados los entes universitarios lo que significa que se quieren manejar con total transparencia, aunque esto dejaría mucho que desear de los integrantes de la universidad y de la carrera. Otro porcentaje menor, pero no menos importante responde que deben existir responsables de los laboratorios y por tanto ellos se encarguen de la evaluación, lo que demuestra para este grupo el poco interés y responsabilidad para con el manejo de un laboratorio.

4. ¿Qué tipos de recursos son necesarios para evaluar el funcionamiento de un laboratorio?

Cuadro No. 4

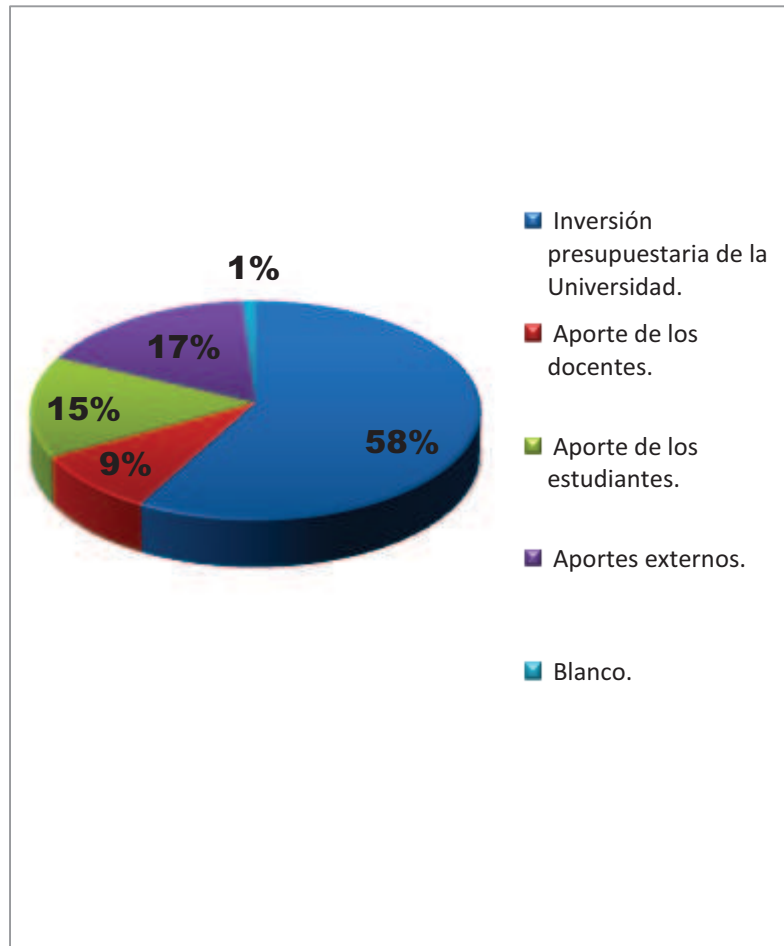
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Inversión presupuestaria de la Universidad.	74	58%
Aporte de los docentes.	11	9%
Aporte de los estudiantes.	19	15%
Aportes externos.	21	17%
Blanco.	1	1%
TOTAL	127	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los autores

Gráfico No. 4

Evaluación De Funcionamiento



Fuente: Investigación

Elaborado por: Los autores

Análisis:

Se ha realizado la encuesta a 127 estudiantes, entre hombres y mujeres, de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de ellos, un 58 por ciento, dice que los recursos necesarios para evaluar un laboratorio debe ser de inversión presupuestaria de la Universidad, otro 17 por ciento refleja a que el presupuesto debe ser de aporte externos, otro 15 por ciento considera que el aporte debe ser de los estudiantes, el 9 por ciento considera que debe ser de aportes de los docentes, y tan solo un 1 por ciento se abstiene a una respuesta y deja en blanco.

Interpretación:

Según los estudiantes el presupuesto por su mayoría de respuestas debe ser emitido por inversión presupuestaria de la Universidad, ya que como es de conocimiento público este presupuesto debe estar disponible, una vez otorgado por el estado. Un porcentaje menor, pero igual de importante, responden que deben ser presupuestos externos los que cubran este tipo de evaluaciones, para que así se realice cogestión en busca de presupuesto. Otros alumnos, responden que el presupuesto debe salir de docentes, lo que significa que serían los docentes quienes deberán como parte de su enseñanza tener todos los medios posibles para el buen aprendizaje de los estudiantes. Existen estudiantes que desean involucrarse directamente con este tipo de evaluaciones y responden que ellos deben ser quienes otorguen este presupuesto, ya que con esto estarían aportando para mejorar la calidad de aprendizaje y sentirse directamente relacionados con estos proyectos y evaluaciones, formando parte de ellos.

5. ¿Al existir un laboratorio de impresos en la Universidad que tipo de producto debería publicarse con periodicidad?

Cuadro No. 5

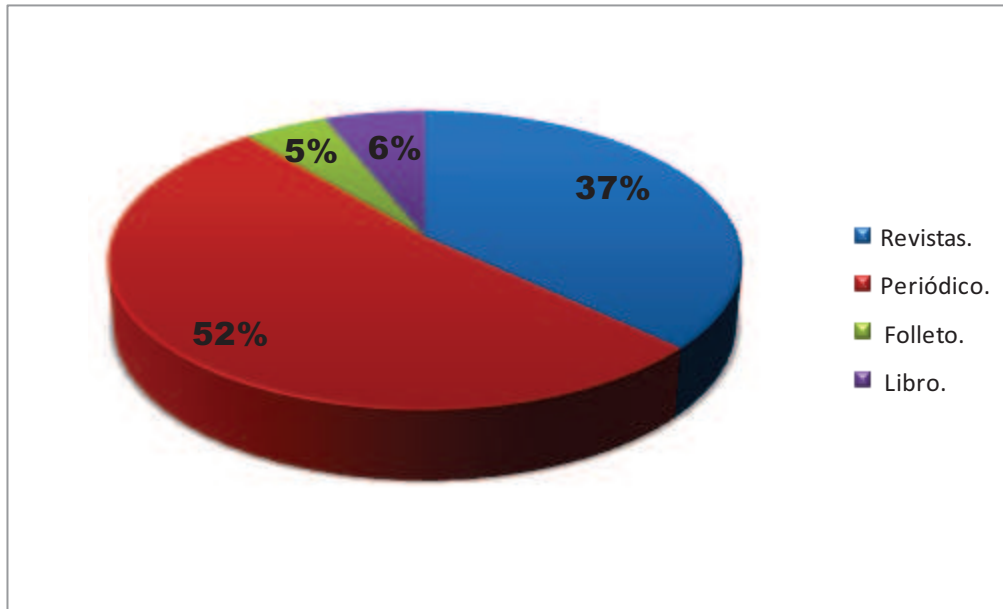
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Revistas.	47	37%
Periódico.	67	52%
Folleto.	6	5%
Libro.	7	6%
Total	127	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los autores

Gráfico No. 5

Productos Impresos



Fuente: Investigación

Elaborado por: Los autores

Análisis:

Se ha realizado la encuesta a 127 estudiantes, entre hombres y mujeres, de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de ellos, con un porcentaje mayoritario de 52 por ciento dice que se debe publicar un periódico, un 37 por ciento manifiesta que de existir un laboratorio de impresos en la Universidad se debería publicar con periodicidad revistas, un 6 por ciento sugiere que se publiquen libros, otro porcentaje de 5 por ciento prefiere folleto.

Interpretación:

Los estudiantes se consolidan en el deseo y necesidad de la publicación y creación de un periódico lo que significa la gran apertura que desean darle a los hechos diarios de la Universidad en general. Pero otro porcentaje también muy elevado manifiesta que sería prudente la elaboración de una revista para con esto profundizar en los temas universitarios, y sea una publicación más sostenida y profundizada. Sin embargo existen estudiantes con un porcentaje bueno, pero no lo suficiente para demostrar el deseo de la lectura que deben tener los estudiantes de la carrera y de la universidad, ya que si no se imprimen libros no se estaría culturalizando a la lectura de forma más directa, aunque quienes responden que si se impriman libros demuestran el deseo por la lectura. Un porcentaje menor pide que se impriman folletos demostrando así el deseo realizar publicaciones más ligeras, aunque esto no conlleva a demostrar el interés por la investigación y realización de información diaria y argumentada de la universidad.

6. ¿Ha participado usted en la elaboración de un periódico?

Cuadro No. 6

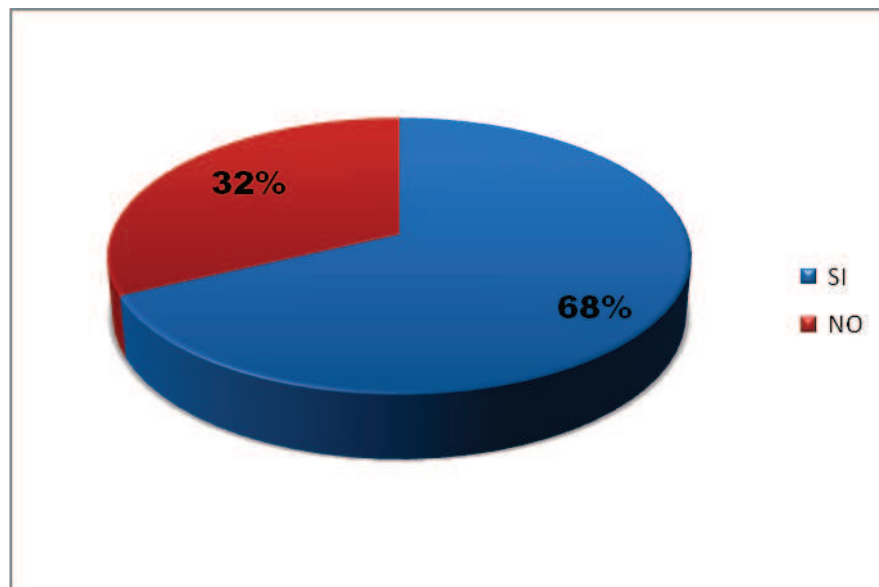
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	86	68%
NO	41	32%
TOTAL	127	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los autores

Gráfico No. 6

Elaboración De Un Periódico



Fuente: Investigación

Elaborado por: Los autores

Análisis:

De las 127 encuestas realizadas a los estudiantes, entre hombres y mujeres, de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de ellos, el 68 por ciento asegura haber participado en la elaboración de un periódico, sin embargo un porcentaje menor del 32 por ciento dice no haber participado en la elaboración de un periódico.

Interpretación:

Un porcentaje muy elevado e importante de estudiantes, demuestra el deseo de seguir practicando y aprendiendo, aportando así ya con sus experiencias en la elaboración de un periódico y lo que se refiere mantener en marcha un periódico. Por un porcentaje menor, pero muy interesante demuestra la necesidad de realizar una evaluación con la creación de un periódico ya que existen alumnos quienes no tienen la experiencia ni el conocimiento en la elaboración de un periódico, lo que por ese lado se tendría que reforzar la enseñanza de los estudiantes.

7. ¿Usted como estudiante de la Carrera de Comunicación Social formaría parte de la elaboración de un periódico institucional?

Cuadro No. 7

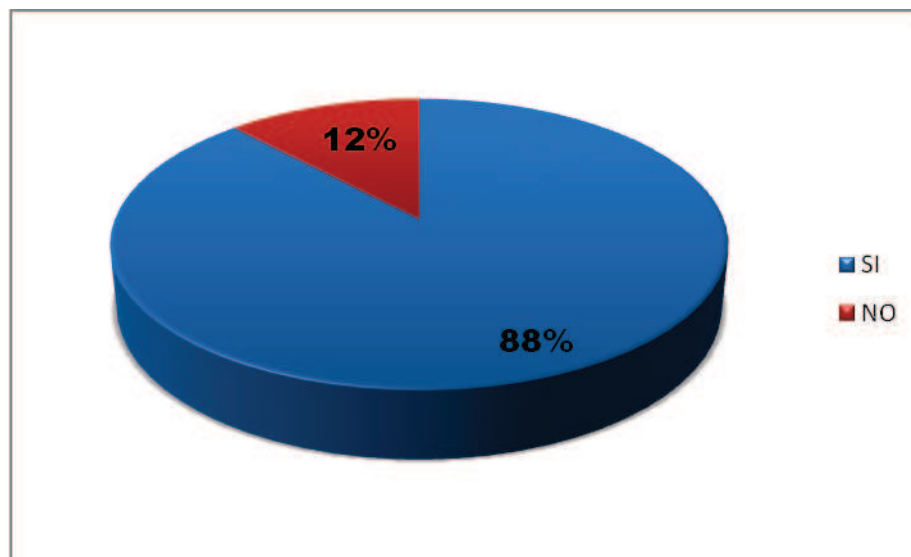
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	112	88%
NO	15	12%
TOTAL	127	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los autores

Gráfico No. 7

Elaboración De Un Periódico



Fuente: Investigación

Elaborado por: Los autores

Análisis:

Los 127 estudiantes encuestados, entre hombres y mujeres, de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, responden de la siguiente manera, el 88 por ciento, responde que si formaría parte de la elaboración de un periódico institucional, y un porcentaje muy inferior del 12 por ciento responde que no formaría parte de la elaboración de un periódico institucional.

Interpretación:

Emprender con seguridad la idea de crear un periódico institucional, nos brindan estos porcentajes ya que son casi todos los estudiantes de la carrera que desean formar parte de la creación del periódico como parte de la evaluación al proyecto. Aunque existe un porcentaje pequeño, pero no menos importante que no desea formar parte del mismo y por tanto el poco interés de aprender y generar información de la universidad como parte de su práctica en su aprendizaje.

8. ¿Qué políticas institucionales deberían guiar a un periódico institucional?

Cuadro No. 8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Que difunda principalmente las actividades de la Universidad.	39	31%
Que difunda el análisis e investigaciones de los docentes.	7	6%
Que difunda información externa.	9	7%
Que en él participen los integrantes de la Carrera de Comunicación Social.	44	34%
Que en él participen los distintos estamentos de la Universidad.	28	22%
TOTAL	127	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los autores

Gráfico No. 8

Políticas Institucionales



Fuente: Investigación

Elaborado por: Los autores

Análisis:

Se ha realizado la encuesta a 127 estudiantes, entre hombres y mujeres, de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de ellos, una mayoría notable del 34 por ciento pide que en él participen los integrantes de la Carrera de Comunicación Social, un 31 por ciento, responde que las políticas institucionales que deberían guiar a un periódico institucional, deben ser que difunda principalmente las actividades de la Universidad, un 22 por ciento, prefiere que en él participen los distintos estamentos de la Universidad, otro porcentaje del 7 por ciento considera que se debe difundir información externa, un 6 por ciento prefiere que se difunda el análisis e investigaciones de los docentes.

Interpretación:

Esto nos permite interpretar que los estudiantes de la carrera prefieren ser ellos los integrantes directos en las políticas de un periódico institucional, ya que son ellos los que manejan los temas fundamentales de comunicación, lo que requiere de un seguimiento profesional, de personal que tenga conocimiento fortuito para el manejo de un periódico comunicacional y con periodicidad. Esto seguido de un porcentaje de estudiantes quienes responden que las políticas que deben guiar una un periódico institucional son la participación y difusión principalmente de las actividades universitarias, lo que demuestra el deseo de generar información más amplia en cuanto a los hechos universitarios. Y esto seguido de un porcentaje también importante que responde que las políticas institucionales que deben guiar a un periódico institucional son que en él participen los distintos estamentos universitarios, a esto también podemos decir que los estudiantes desean investigar las tareas de cada una de las áreas universitarias para con ello realizar un seguimiento e informar de cómo se manejan y los logros que obtienen. Un porcentaje muy pequeño, pero no menos importante, dicen que se difunda información externa, esto tiene dos interpretaciones, una, que los estudiantes no muestran interés en salir de las instalaciones universitarias en busca de información, sino quedarse dentro sea por mayor facilidad o por querer informar a la sociedad de cada uno de los movimientos noticiosos de la universidad, y dos que si existe un grupo de estudiantes que desean involucrarse directamente con la

población externa. Y otro porcentaje más pequeño que prefieren que se difunda el análisis e investigación de los docentes universitarios, esto también demuestra el poco énfasis a lo que realizan los docentes, pero también demuestra que un grupo pequeño, pero importante desean que los docentes demuestren a la colectividad universitaria y externa lo que hacen para mejorar el conocimiento y aprendizaje de los estudiantes y también de ellos.

9. ¿Cuál de estos sectores debe tener mayor peso en los contenidos del periódico?

Cuadro No. 9

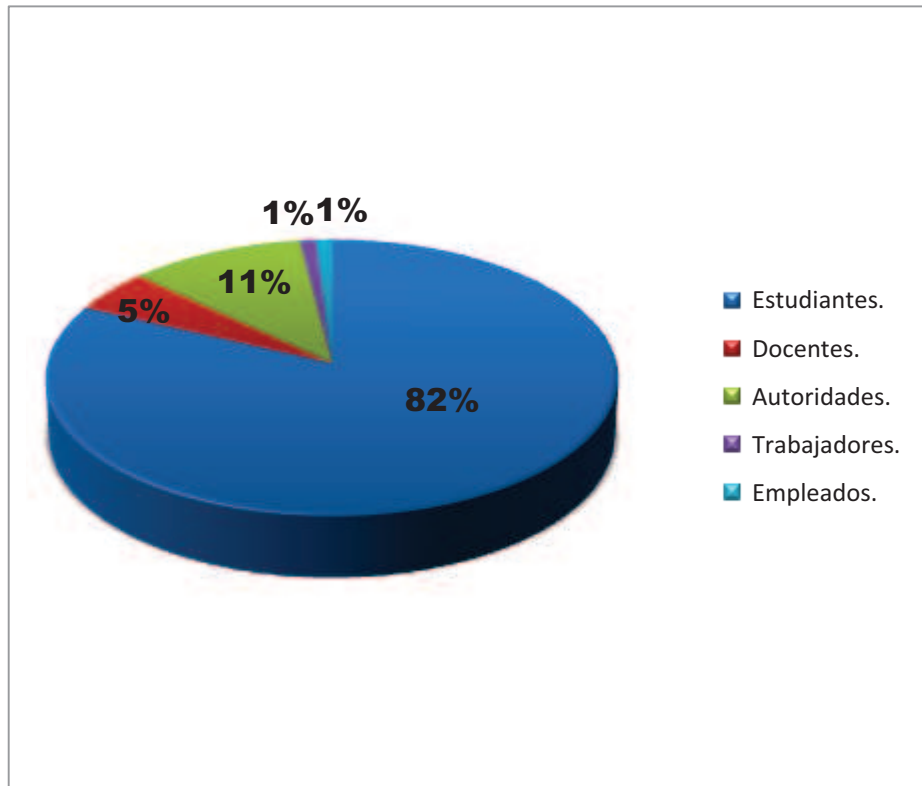
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estudiantes.	105	82%
Docentes.	7	5%
Autoridades.	14	11%
Trabajadores.	0	1%
Empleados.	1	1%
Total	127	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los autores

Gráfico No. 9

Participación En Periódico



Fuente: Investigación

Elaborado por: Los autores

Análisis:

Se ha realizado la encuesta a 127 estudiantes, entre hombres y mujeres, de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de ellos, un porcentaje extremadamente elevado del 82 por ciento considera que el sector con mayor peso en los contenidos del periódico institucional debe ser los estudiantes, un porcentaje menor del 11 por ciento consideran que deben ser las autoridades, otro porcentaje menor del 5 por ciento dice que deben tener el mayor peso en los contenidos los docentes, un porcentaje notablemente pequeño del 1 por ciento dice que los empleados y otro parecido del 1 por ciento dice que los trabajadores.

Interpretación:

Los estudiantes de la carrera, en una mayoría muy notable, responden que deben ser ellos quienes deben tener el mayor peso en los contenidos del periódico, demostrando así que los estudiantes son un ente principal en los hechos noticiosos de la universidad, pero también con esto demuestran un egoísmo si se lo podría llamar así, en que solo ellos sean noticia e información. Aunque también existe un porcentaje pequeño pero no desmerecedor, que dice que son las autoridades quienes deben tener el mayor peso en el periódico, lo que revela el nivel de interés que tienen los estudiantes frente a las autoridades, y también demuestra que para algunos estudiantes la autoridades están en un nivel muy elevado, tanto que son solamente ellos quienes deben ser noticia. Otro porcentaje muy pequeño frente al primero dice que son los docentes quienes tengan el mayor peso, lo cual es preocupante, por lo que es un número excluyente de quienes forman parte de su educación y enseñanza diaria. Y un cero por ciento impresionante para los trabajadores de la universidad, con esto podemos interpretar que los estudiantes no miden el hecho de que ellos son también parte fundamental para que la universidad abra sus puertas a diario.

10. ¿Cuál es el mejor mecanismo para poder producir un periódico institucional?

Cuadro No. 10

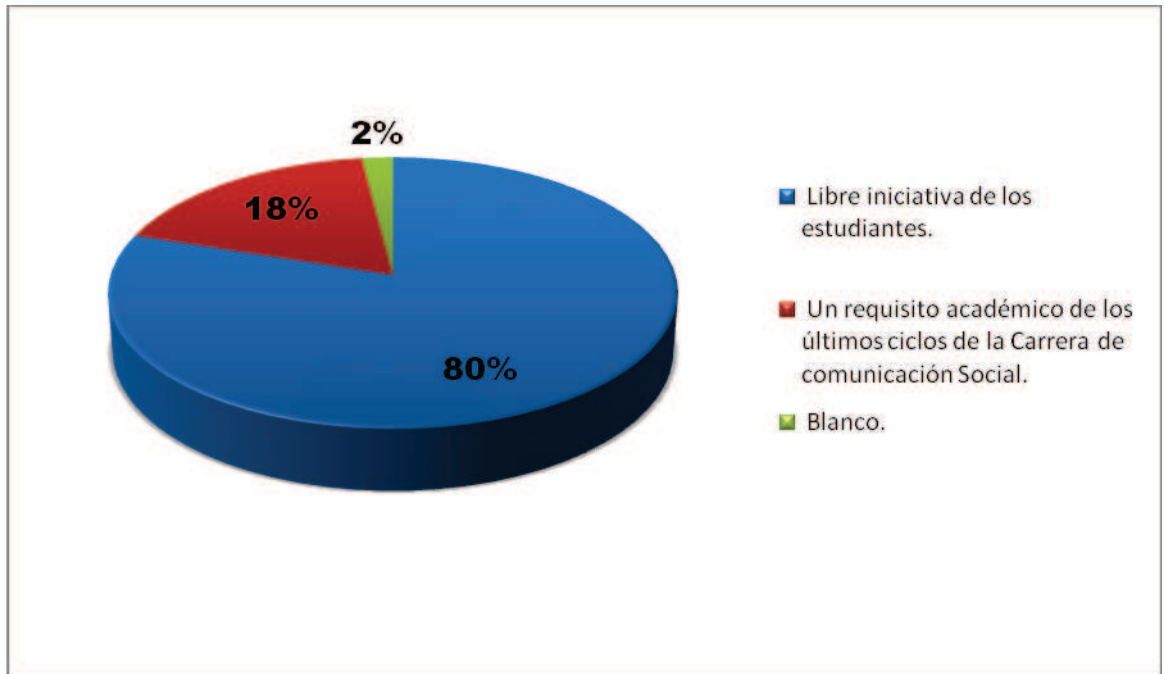
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Libre iniciativa de los estudiantes.	101	80%
Un requisito académico de los últimos ciclos de la Carrera de comunicación Social.	24	18%
Blanco.	2	2%
Total	127	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los autores

Gráfico No. 10

Mecanismo Para Producir Un Periódico



Fuente: Investigación

Elaborado por: Los autores

Análisis:

Se ha realizado la encuesta a 127 estudiantes, entre hombres y mujeres, de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de ellos, un porcentaje extremadamente elevado del 80 por ciento considera que debe ser libre iniciativa de los estudiantes el mejor mecanismo para producir un periódico institucional, y un 18 por ciento responde que debe ser un requisito académico de los últimos ciclos de la carrera de Comunicación Social el mecanismo correcto para poder producir un periódico institucional, y tan solo en 2 por ciento se abstiene de respuesta.

Interpretación:

Una vez más se confirma el deseo voluntario de formar parte de la elaboración, creación y producción de un periódico institucional como parte de la evaluación al proyecto y, sobre todo, la importancia de un buen funcionamiento del laboratorio de impresos. Pero un porcentaje que es digno de un seguimiento dice que debe ser un requisito académico de los últimos ciclos de la carrera, lo que refleja el deseo de hacerlo más exigente el hecho de producir un periódico con responsabilidad y presión.

2.4.2 Análisis De Los Criterios De Los Docentes De La Carrera De Comunicación Social De La UTC.

1. ¿Se ha llevado adelante un proceso de evaluación de los talleres existentes en la Unidad Académica?

Cuadro No. 1

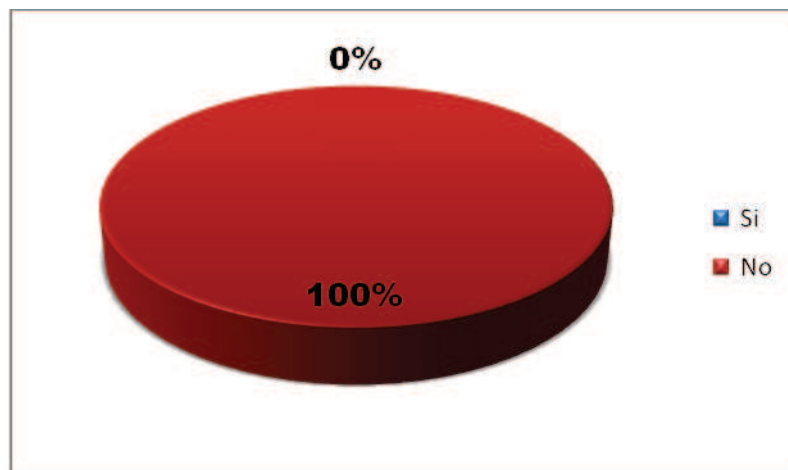
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	8	100%
TOTAL	8	100%

Fuente: Investigación - Docentes CCS de la UTC

Elaborado por: Los autores – Investigadores

Gráfico No. 1

Proceso De Evaluación



Fuente: Investigación - Docentes CCS de la UTC

Elaborado por: Los autores – Investigadores

Análisis:

Se ha realizado la encuesta a 8 docentes de la Carrera de Comunicación Social, entre hombres y mujeres, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de ellos, el 100 por ciento dice no haberse llevado adelante un proceso de evaluación de los talleres existentes en la Unidad Académica.

Interpretación:

Los docentes de la Carrera conocen de estos procesos de evaluación en la unidad académica, esto confirma la importancia de realizar una evaluación al proyecto en ejecución, como lo es el laboratorio de impresos de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, para por medio de aquello el proyecto funcione en su totalidad y sin alteraciones, y sean los docentes quienes ayuden en el desarrollo de los estudiantes, acompañado de la práctica.

2. ¿Qué propósito tuvo la evaluación que usted conoce?

Cuadro No. 2

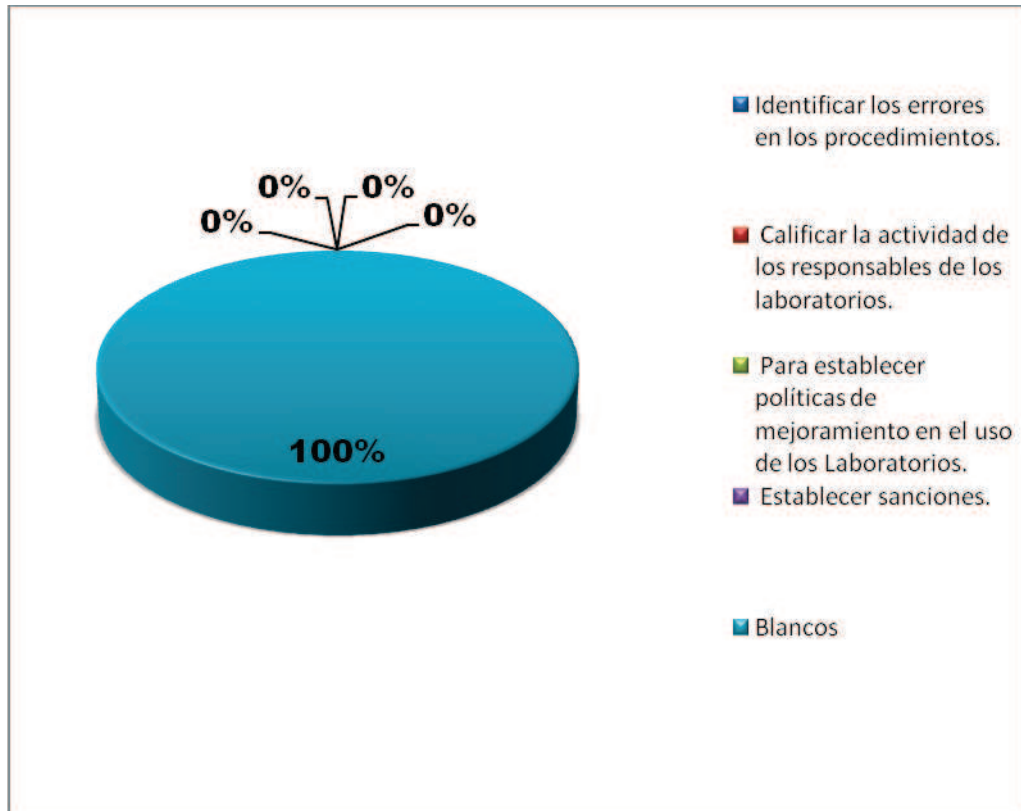
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Identificar los errores en los procedimientos.	0	0%
Calificar la actividad de los responsables de los laboratorios.	0	0%
Para establecer políticas de mejoramiento en el uso de los Laboratorios.	0	0%
Establecer sanciones.	0	0%
Blancos	8	100%
TOTAL	8	100%

Fuente: Investigación - Docentes CCS de la UTC

Elaborado por: Los autores – Investigadores

Gráfico No. 2

Propósito De La Evaluación



Fuente: Investigación - Docentes CCS de la UTC

Elaborado por: Los autores – Investigadores

Análisis:

Se ha realizado la encuesta a 8 docentes de la Carrera de Comunicación Social, entre hombres y mujeres, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de ellos, el 100 por ciento deja en blanco, lo que refleja un mal manejo de los laboratorios existentes en la unidad académica.

Interpretación:

Los docentes nos demuestran la importancia de realizar una evaluación al proyecto, ya que al dejar en blanco las opciones nos demuestran las falencias que existen en el funcionamiento de los laboratorios y el no control de los mismos.

3. ¿Cómo debería ser un proceso de Evaluación de los Laboratorios en la Unidad Académica?

Cuadro No.3

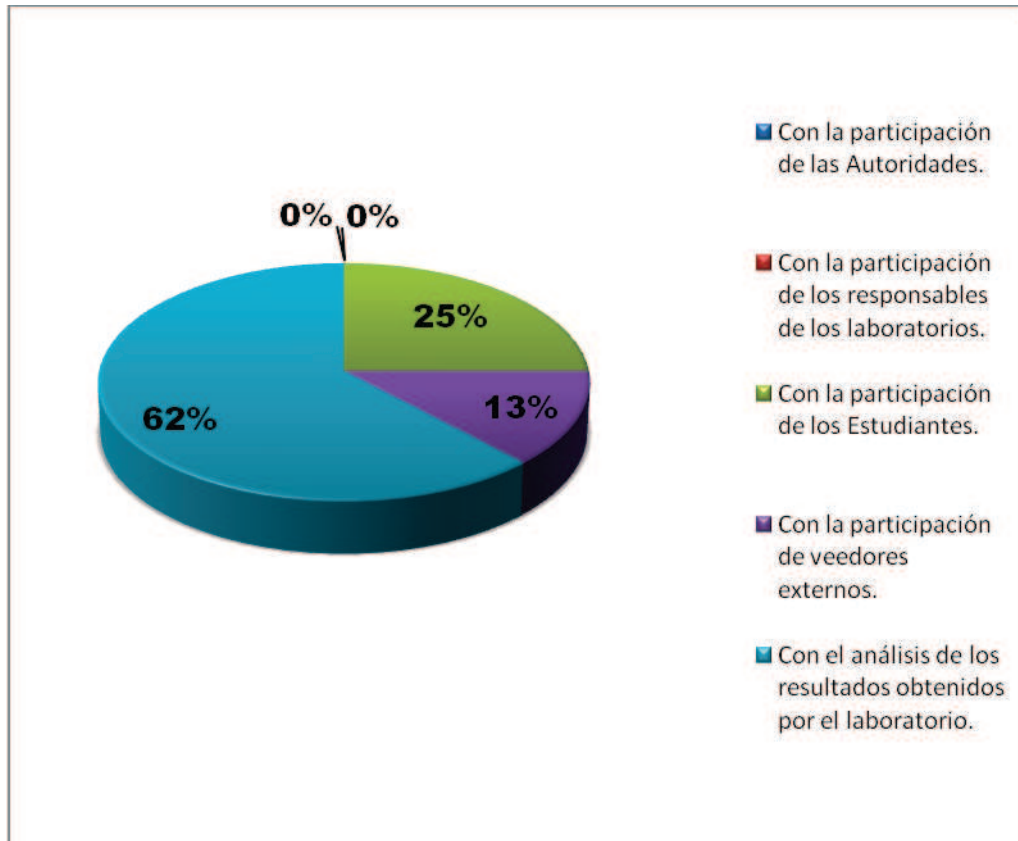
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Con la participación de las Autoridades.	0	0%
Con la participación de los responsables de los laboratorios.	0	0%
Con la participación de los Estudiantes.	2	25%
Con la participación de veedores externos.	1	13%
Con el análisis de los resultados obtenidos por el laboratorio.	5	62%
TOTAL	8	100%

Fuente: Investigación - Docentes CCS de la UTC

Elaborado por: Los autores – Investigadores

Gráfico No. 3

Proceso De Evaluación



Fuente: Investigación - Docentes CCS de la UTC

Elaborado por: Los autores – Investigadores

Análisis:

Se ha realizado la encuesta a 8 docentes de la Carrera de Comunicación Social, entre hombres y mujeres, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de ellos, el 0 por ciento dice que un proceso de evaluación debe ser con la participación de las Autoridades. Otro porcentaje del 0 por ciento dice que debe ser con la participación de los responsables de los laboratorios. Así mismo un 25 por ciento responde que debe ser con la participación de los Estudiantes. Un 13 por ciento en cambio dice que debe ser con la participación de veedores externos. Y un 62 por ciento con el análisis de los resultados obtenidos por el laboratorio.

Interpretación:

Según los resultados, podemos ver que es importante para los docentes, el análisis de los resultados del laboratorio en el proceso de evaluación de un laboratorio, ya sea este por un manejo directo con los resultados, pero también es notorio que no se permite la participación de los otros entes como las autoridades, o que existan responsables del laboratorio, veedores externos, los cuales reflejan un cero por ciento en porcentajes, y es evidente que existe una negativa por parte de los docentes para que existan estos entes, tal vez con el fin de que el laboratorio y los resultados quede internamente esto se refleja también porque existe un porcentaje pequeño, pero muy importante, en que los estudiantes sean quienes realicen este proceso.

4. ¿Qué tipos de recursos son necesarios para evaluar el funcionamiento de un laboratorio?

Cuadro No. 4

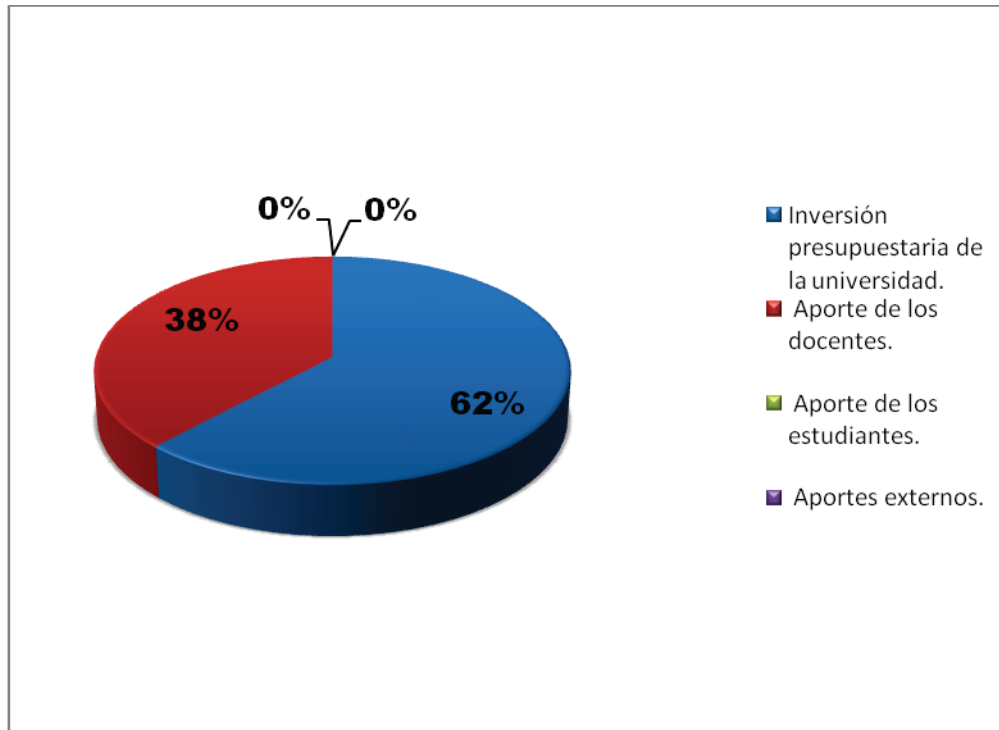
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Inversión presupuestaria de la universidad.	5	62%
Aporte de los docentes.	3	38%
Aporte de los estudiantes.	0	0%
Aportes externos.	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: Investigación - Docentes CCS de la UTC

Elaborado por: Los autores – Investigadores

Gráfico No. 4

Evaluación De Funcionamiento



Fuente: Investigación - Docentes CCS de la UTC

Elaborado por: Los autores – Investigadores

Análisis:

Se ha realizado la encuesta a 8 docentes de la Carrera de Comunicación Social, entre hombres y mujeres, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de ellos, el 62 por ciento dice que el presupuesto para realizar una evaluación de un laboratorio debe salir de la inversión presupuestaria de la universidad. El 38 por ciento en cambio dice que debe ser aporte de los docentes. Un 0 por ciento responde a que el presupuesto debe ser aporte de los estudiantes. Otro 0 por ciento dice que debe ser aporte externo.

Interpretación:

Los docentes de la carrera exponen con razón que el presupuesto debe salir de la inversión presupuestario de la universidad, éste debe ser emitido por parte del Estado para generar en la educación calidad en sus estudiantes. Pero por un porcentaje menor, pero digno de atención, está el deseo de ser ellos quienes aporten económicamente en la evaluación, y algo impresionante, pero no descabellado, sino más bien generoso, el hecho de que no sea el aporte por parte de los estudiantes y lo mismo el que no sean aportes externos los que cubran estos gastos, ya sea por mantener en forma interna los movimientos de la carrera y la institución o porque no desean tramitar estos procedimientos.

5. ¿Al existir un laboratorio de impresos en la universidad que tipo de producto debería publicarse con periodicidad?

Cuadro No.5

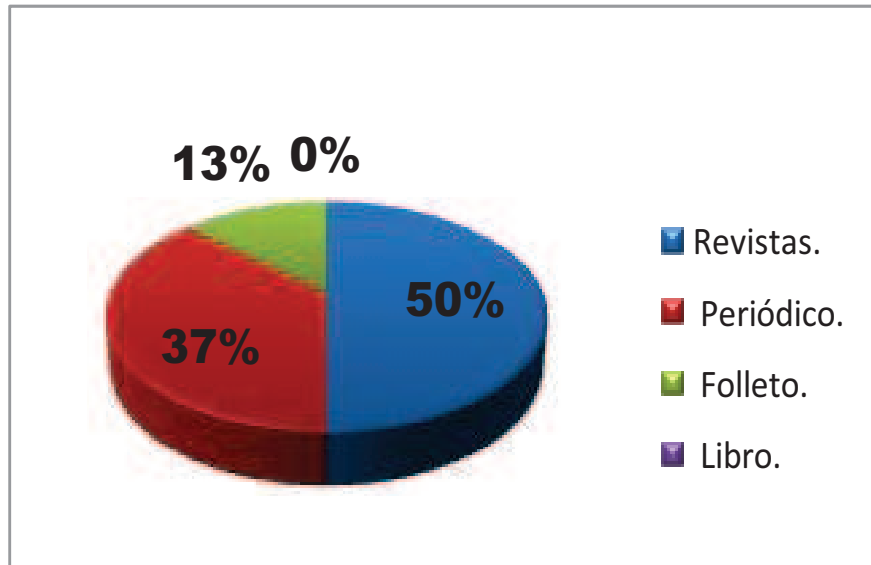
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Revistas.	4	50%
Periódico.	3	37%
Folleto.	1	13%
Libro.	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: Investigación - Docentes CCS de la UTC

Elaborado por: Los autores – Investigadores

Gráfico No. 5

Productos Impresos



Fuente: Investigación - Docentes CCS de la UTC

Elaborado por: Los autores – Investigadores

Análisis:

Se ha realizado la encuesta a 8 docentes de la Carrera de Comunicación Social, entre hombres y mujeres, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de ellos, el 50 por ciento responde que son revistas las se deben imprimir en el laboratorio de impresos como parte de la evaluación. El 37 por ciento responde que se debe imprimir periódico. Un 13 por ciento en cambio manifiesta que son folletos los se debe imprimir. Y un 0 por ciento responde a que sean libros los que se reproduzcan.

Interpretación:

Los docentes de la carrera consolidan el deseo y necesidad de la publicación y creación de una de una revista, para con esto profundizar en los temas universitarios, y sea una publicación más sostenida y profundizada. Aunque también un porcentaje muy representativo prefiere que se cree y publique un periódico, lo que significa la gran apertura que desean darle a los hechos diarios de la Universidad en general. Pero otro porcentaje menor pide que se impriman folletos, demostrando así el deseo realizar publicaciones más ligeras, pero pensando también en la necesidad de la universidad, aunque esto no conlleva a demostrar el interés por la investigación y realización de información diaria y argumentada de la universidad. Sin embargo, los docentes no desean que se impriman libros, dejando con esto la puerta abierta a que se interprete el deseo de la lectura que deben tener los estudiantes de la carrera y de la universidad, y de esta manera no se culturalice y motive a la lectura.

6. ¿Ha participado usted en la elaboración de un periódico?

Cuadro No. 6

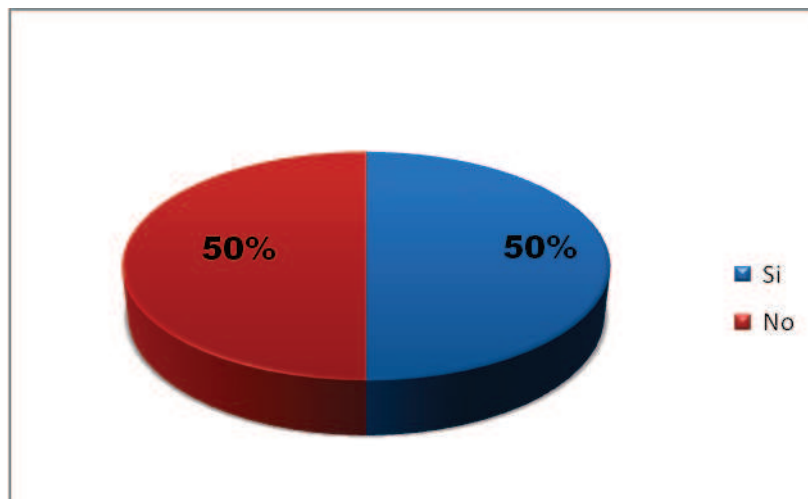
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	4	50%
No	4	50%
TOTAL	8	100%

Fuente: Investigación - Docentes CCS de la UTC

Elaborado por: Los autores – Investigadores

Gráfico No. 6

Elaboración De Un Periódico



Fuente: Investigación - Docentes CCS de la UTC

Elaborado por: Los autores – Investigadores

Análisis:

Se ha realizado la encuesta a 8 docentes de la Carrera de Comunicación Social, entre hombres y mujeres, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de ellos, el 50 por ciento responde que han formado parte de la elaboración de un periódico. Y otro 50 por ciento manifiesta que no han participado.

Interpretación:

Los docentes de la carrera, por lo menos la mitad del personal docente de la carrera, tienen conocimiento práctico de lo que significa la elaboración, producción y publicación de un periódico, lo que es muy interesante ya que con esto fortalece en la enseñanza de los estudiantes y una guía precisa en cuanto a un periódico se refiere. Aunque la otra mitad del cuerpo docente necesite ir aprendiendo en conjunto con los estudiantes a lo que se refiere aprender manejo de un periódico.

7. ¿Qué políticas institucionales deberían guiar a un periódico institucional?

Cuadro No. 7

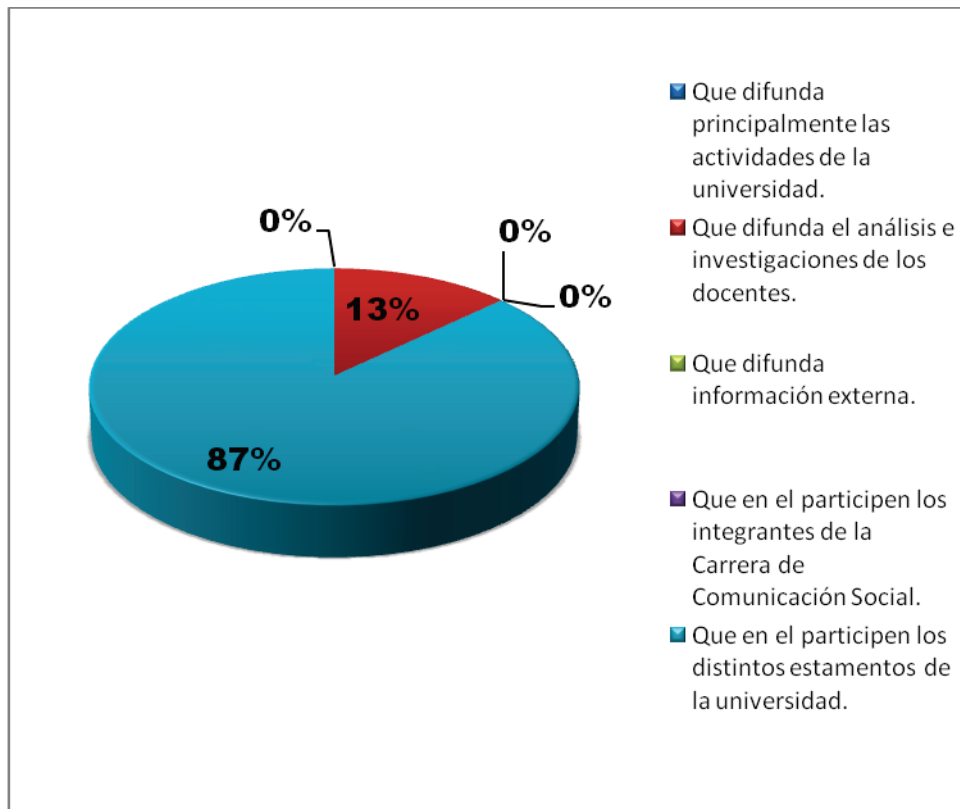
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Que difunda principalmente las actividades de la universidad.	0	0%
Que difunda el análisis e investigaciones de los docentes.	1	13%
Que difunda información externa.	0	0%
Que en el participen los integrantes de la Carrera de Comunicación Social.	0	0%
Que en el participen los distintos estamentos de la universidad.	7	87%
TOTAL	8	100%

Fuente: Investigación - Docentes CCS de la UTC

Elaborado por: Los autores – Investigadores

Gráfico No. 7

Políticas Institucionales



Fuente: Investigación - Docentes CCS de la UTC

Elaborado por: Los autores – Investigadores

Análisis:

Se ha realizado la encuesta a 8 docentes de la Carrera de Comunicación Social, entre hombres y mujeres, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de ellos, el 0 por ciento prefiere que se difunda principalmente las actividades de la universidad. El 13 por ciento responde que se debe difundir el análisis e investigaciones de los docentes. Pero existe un porcentaje de 0 por ciento que opina en que se difunda información externa. También otro 0 por ciento para que sean los integrantes de la Carrera de Comunicación Social quienes formen parte de las publicaciones. Pero un porcentaje mayoritario del 87 por ciento dice que deben participar en la publicación los distintos estamentos de la universidad.

Interpretación:

El deseo de de que se tomen en cuenta las investigaciones y análisis de los docentes, esto puede ser porque de esta manera estarían también ayudando a la enseñanza – aprendizaje en los estudiantes. Pero también está el poco interés que existe en que se publique información externa y de esta manera no se estaría relacionando con la colectividad. Los docentes en que sean los distintos estamentos de la universidad quienes participen en las publicaciones del periódico universitario son mayoritarias, lo que representa la buena intencionalidad de que en él se incluyan todos y así realizar un mayor trabajo de investigación y búsqueda de hechos noticiosos.

8. ¿Cuál de estos sectores debe tener mayor peso en los contenidos del periódico?

Cuadro No. 8

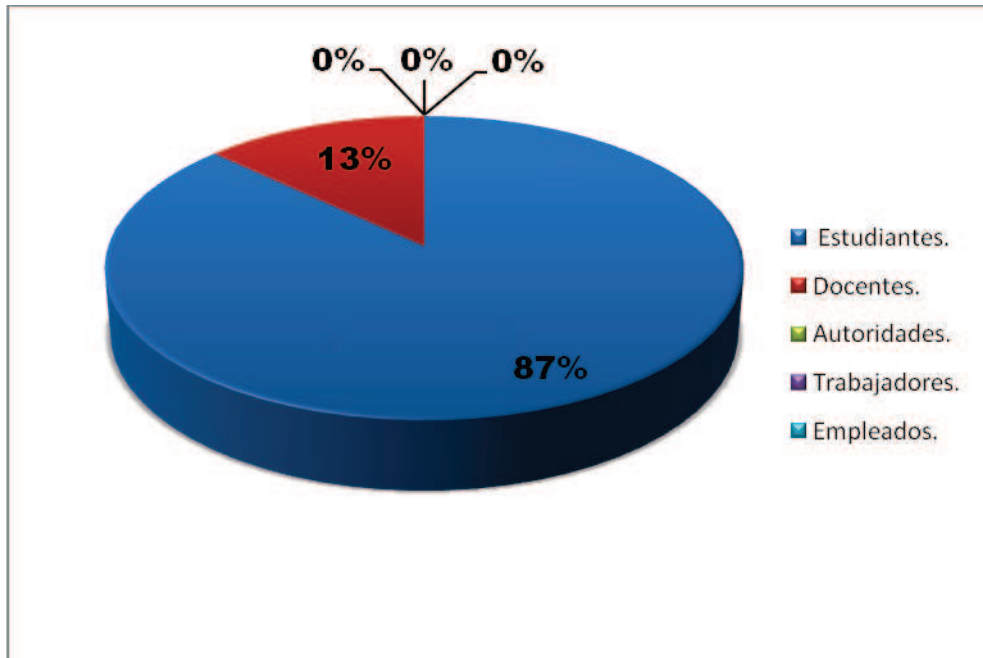
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estudiantes.	7	87%
Docentes.	1	13%
Autoridades.	0	0%
Trabajadores.	0	0%
Empleados.	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: Investigación - Estudiantes CCS de la UTC

Elaborado por: Los autores – Investigadores

Gráfico No. 8

Participación En Periódico



Fuente: Investigación

Elaborado por: Los autores

Análisis:

Se ha realizado la encuesta a 8 docentes de la Carrera de Comunicación Social, entre hombres y mujeres, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de ellos, el 87 por ciento responden que son los estudiantes quienes tener mayor peso en los contenidos de periódico. Un 13 por ciento dice que son los docentes quienes deben ser los protagonistas en el periódico. Un 0 por ciento expone que son las autoridades y otro 0 por ciento los trabajadores. Y otro 0 por ciento los empleados.

Interpretación:

Los docentes muestran un interés muy notorio porque los estudiantes sean los protagonistas en el periódico, para que así muestren mayor interés en participar en el desarrollo del periódico. Aunque también existen el deseo de ser ellos quienes participen en él. Aunque se deja totalmente desvinculado a los trabajadores, empleados y autoridades, lo que demuestra como antes se mencionó, el poco valor que se le da a estos estamentos.

9. ¿Cuál es el mejor mecanismo para poder producir un periódico institucional?

Cuadro No. 9

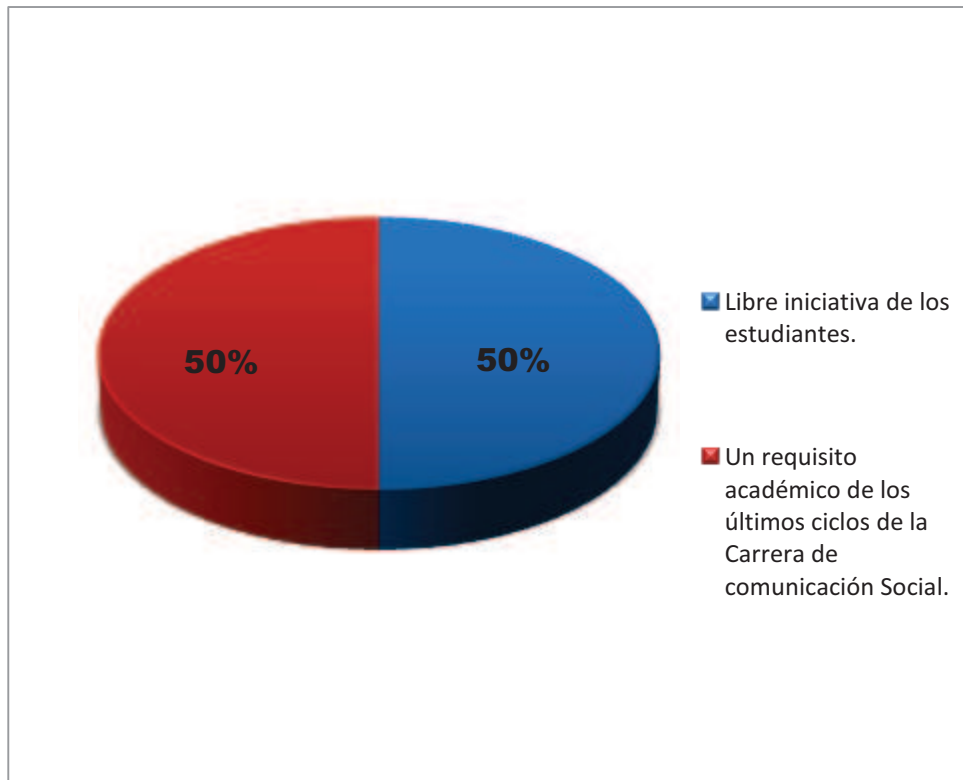
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Libre iniciativa de los estudiantes.	4	50%
Un requisito académico de los últimos ciclos de la Carrera de comunicación Social.	4	50%
TOTAL	8	100%

Fuente: Investigación - Estudiantes CCS de la UTC

Elaborado por: Los autores – Investigadores

Gráfico No. 9

Mecanismo Para Producir Un Periódico



Fuente: Investigación - Estudiantes CCS de la UTC

Elaborado por: Los autores – Investigadores

Análisis:

Se ha realizado la encuesta a 8 docentes de la Carrera de Comunicación Social, entre hombres y mujeres, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de ellos, el 50 por ciento responde que debe ser voluntaria la creación de un periódico por parte de los estudiantes. Y otro 50 que debe ser un requisito de los últimos ciclos para poder egresar.

Interpretación:

Como docentes de la carrera, al menos la mitad de ellos manifiestan que la participación de los estudiantes debe ser preferiblemente voluntaria en la parte de la elaboración, creación y producción de un periódico institucional, como parte de la evaluación al proyecto y sobre todo la importancia de un buen funcionamiento del laboratorio de impresos. Pero la otra mitad responde que debe ser un requisito académico de los últimos ciclos de la carrera, lo que refleja el deseo de hacerlo más exigente el hecho de producir un periódico con responsabilidad y presión.

2.4.3 Análisis de los Criterios de Profesionales sobre Tipos de Evaluaciones y de la Capacidad de los Docentes y Estudiantes de la Carrera para el Manejo de un Laboratorio de Impresos.

Entrevistado: Lic. Roció Peralvo, Directora de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas.

Entrevistadores: Andreina Aldaz y Miguel Guerrero

1. ¿Cuál es su opinión en cuanto a la implementación del taller de impresos en la Carrera de Comunicación Social?

Siendo impresos una de las áreas que articulan en la malla curricular de la carrera de comunicación Social, consideramos que es sumamente importante, ya que contribuirá para mejorar el perfil profesional de los futuros profesionales, esto quiere decir que en este laboratorio los estudiantes tienen la posibilidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos en cada uno de los diferentes semestres.

2. ¿Cómo ve la permanencia del laboratorio de impresos en la carrera?

La permanencia es sumamente importante, ya que esto le va a dar vida al laboratorio. Si hablamos de permanencia quiere decir que el laboratorio tiene que estar siempre abierto a todos los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social, quienes van a dar uso tanto en actividades académicas y como también actividades extracurriculares, o como parte del aprendizaje autónomo por parte de cada uno de ellos, y considero que esa va a ser una de las ventajas: tenerlo cien por ciento a la disponibilidad de los estudiantes para el aprendizaje independiente.

3. En cuánto a la estabilidad de este mismo laboratorio ¿cómo la mira?

La estabilidad yo creo que va de la mano con la permanencia, ya que va a necesitar de personas que lo manejen, va a necesitar una planificación adecuada, inclusive hablaríamos de un organigrama para definir funciones de este laboratorio, ya que no es simplemente el hecho de utilizarlo como una aula, sino mas bien es darle una producción, hacerlo productivo con el fin de que los estudiantes puedan realizar con toda tranquilidad sus trabajos de aula, y la estabilidad más bien se refiere al hecho de poderlo mantener en optimas condiciones para su uso.

4. ¿Qué importancia tiene un laboratorio en la formación académica de los estudiantes de comunicación social?

Un laboratorio, dentro de una institución educativa, lo que pretende es poner un punto de equilibrio entre la teoría y la práctica, y eso es lo que queremos con los estudiantes, desarrollar sus destrezas, sus capacidades en el ámbito de los impresos. Sería sumamente importante, ya que no es lo mismo leer que hacer un párrafo; o saber cómo publicar un párrafo que tenerlo que hacer desde la parte de la redacción. La parte cognitiva está en saber lo que significa editarlo, imprimirlo, producirlo y publicarlo, en si el proceso que conlleva un documento, un libro o el material que se vaya a publicar.

5. ¿Usted considera que los docentes de la Carrera de comunicación social están o no capacitados para la manipulación y enseñanza de los equipos del laboratorio de impresos a los estudiantes?

Yo creo que los docentes de la Universidad, en el ámbito de los impresos, sí están capacitados, pero no con ello quiere decir que no les vamos a dar la posibilidad de capacitar y actualizar sus conocimientos, yo creo que eso es una obligación institucional: proveerles la capacitación a fin de que

ellos de igual forma puedan de estar actualizados. Si hablamos de impresos hablamos de tecnología, hoy ya no podemos referirnos sobre el hecho de una imprenta, como tradicionalmente se conocía a un impreso, sino más bien lo vemos desde un punto de vista tecnológico y eso sí creo que hay que actualizarlo permanente al docente, ya que la tecnología informática va cambiando día a día y eso va a permitir que los trabajos puedan realizarlos en menor tiempo. Porque la tecnología nos sirve para ahorrar tiempo, dinero, recursos y estamos optimizando el tiempo al máximo, entonces yo sí creo que mas allá de que tengan la capacidad y la experiencia, debe existir una capacitación permanente sobre el uso de este laboratorio de impresos.

6. ¿Se pensaría en contratar nuevas personas para el manejo del laboratorio?

Yo creo que se debe contratar personas para el laboratorio, ya que una parte es lo que un docente dirige dentro del aula o taller para la asignatura o cátedra de lo que significa impresos, pero sin embargo de ello debemos ver la forma, no sé si es en cuanto a la parte administrativa o a través de un orgánico funcional, de quién va hacer el responsable de ello, a pesar de que ya existe un responsable, que es un docente de impresos, pero sin embargo por lo que significa mantenimiento, preparación de equipos, preparación de programas informáticos y tener listo para que los alumnos vengan y desarrollen su práctica, yo creo que sí es necesario con el tiempo ir generando inclusive desde el punto de vista de custodia de los mismos equipos.

7. Nuestro subtema trata de la evaluación del funcionamiento del Macro proyecto, ¿cómo ve nuestra propuesta de hacerlo a través de la creación de un periódico institucional?

Bueno, yo creo que todo proyecto es objeto de toda evaluación, objeto de monitoreo, ya que si hablamos de proyectos académicos tiene sus diferentes etapas, lo que es la planificación, desarrollo, ejecución y obviamente no puede estar separada de la evaluación, ya que si hablamos de aspectos de eficiencia, eficacia y efectividad de los productos o en este caso del laboratorio, la evaluación es sumamente importante y obviamente no solo el resultado es parte de esa evaluación, hablamos de lo que usted nos acaba de indicar de tener ya una revista, un periódico en la institución, si bien es cierto ese es el producto, pero en ese producto o detrás de ese producto hay un proceso y que ese proceso de igual forma tiene que ser evaluado, monitoreado con el fin de ir realimentando o retroalimentando para ir tomando correctivos de acuerdo a un plan de mejoras o un plan de acción que pueda ir planteando de manera continua.

Análisis:

Impresos, una de las áreas que articulan en la malla curricular de la Carrera de Comunicación Social, que se considera sumamente importante, ya que contribuye para mejorar el perfil profesional de los futuros profesionales, esto quiere decir que en este laboratorio los estudiantes tienen la posibilidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos en cada uno de los diferentes semestres.

La importancia que tiene un laboratorio de impresos, es poner un punto de equilibrio entre la teoría y la práctica con los estudiantes para que desarrollen sus destrezas, capacidades en el ámbito de la línea de impresos, para que realicen, impriman y publiquen el material hecho por ellos, mas no lo que ya está terminado por otros medios, con todo esto se quiere verificar todos los conocimientos de cada uno de los estudiantes que han logrado captar con su respectivo docente.

Interpretación:

Es necesario que se realice una evaluación, ya que es importante que se cumpla con una planificación y ejecución de procesos, ya que con este proceso se puede llegar a la etapa que se denomina evaluación, por tanto se considera que es fundamental y necesario evaluar y con ello llegar al objetivo determinado.

Sin embargo para el mantenimiento, preparación de equipos, de programas informáticos y desarrollo de los estudiantes, es necesario con el tiempo ir generando y estableciendo cambios, si hablamos de impresos hablamos de tecnología, hoy ya no se puede referir sobre el hecho de una imprenta como tradicionalmente se conocía a un impreso, sino más bien lo vemos desde un punto de vista tecnológico, es por esta razón que si hay que actualizarlo permanente al docente, ya que la tecnología informática va cambiando día a día y eso va a permitir que los trabajos puedan realizarlos en menor tiempo, porque la tecnología nos sirve para ahorrar tiempo, dinero, recursos y optimizar el tiempo al máximo.

Entrevistado: Lic. Gloria Vizcaíno, Directora de Evaluación Interna.

Entrevistadores: Andreina Aldaz y Miguel Guerrero

1. Según su conocimiento ¿considera importante que se evalué el funcionamiento de un laboratorio?

Siempre es importante la planificación y la ejecución de los procesos, llegar a esta etapa que se denomina evaluación, por tanto considero que es importante y necesario evaluar lo que hacemos.

2. ¿Se ha dado antes una evaluación de laboratorios en universidad y en la unidad académica?

En el ámbito académico, de lo que yo conozco no se han evaluado los laboratorios, ni la funcionalidad, ni la pertinencia de los mismos en este proceso que estamos en autoevaluación, y esto seguramente nos va a arrojar resultados que permitan establecer algunos planes de mejora en el ámbito de laboratorios.

3. ¿Cuál debería ser la forma correcta de evaluar un laboratorio de impresos?

Existen dos indicadores que se establecen a nivel general en la evaluación de laboratorios, que es funcionalidad y pertinencia. La funcionalidad en lo referido a lo señalado en cómo funcionan los laboratorios, los equipos que tiene, la utilización de manuales de laboratorios, la utilización de guías de laboratorios y la pertinencia en lo que tendría que ver con el número de laboratorios que existen, entonces, yo asumo que en el ámbito del laboratorio de medios impresos, deben existir internacionalmente o nacional, mas internacional supongo, indicadores que permiten medirnos a esos indicadores estándares en qué nivel o a donde deberíamos llegar con

esos laboratorios, sugiero que se haga una revisión bibliográfica en cuanto a lo que sería los laboratorios de impresos.

4. ¿Cree que los estudiantes y docentes estén preparados para formar parte de una evaluación en lo que se refiere a laboratorios?

Sí, nosotros lo planteamos, le proponemos la metodología de la evaluación, el modelo de evaluación que se va a utilizar, siempre y cuando estén a nivel o al menos nos permitan acercarnos de alguna manera a indicadores o estándares internacionales para laboratorios de impresos.

5. ¿Cuáles considera usted que deberían ser involucrados directamente en la evaluación del laboratorio de impresos de la carrera de comunicación social?

Los expertos son los profesores de las asignaturas relacionadas a Comunicación Social, además que yo entiendo que hay muchos docentes que laboran en la Carrera de Comunicación social, que también trabajan en instituciones públicas y privadas, específicamente relacionados al ámbito de impresos, tenemos al compañero Franklin Falconí editor del periódico Opción, quien creo que sería un aporte importante para orientar cómo podríamos plantear un modelo de evaluación para estos laboratorios, y además de las experiencias de los otros docentes, también que tenemos en la Carrera de Comunicación Social, como decía son los expertos en el tema del ámbito.

Análisis:

La funcionalidad en los laboratorios debe constar con manuales de laboratorios, guías de laboratorios y la pertinencia en lo que tendría que ver con el número de laboratorios que existen, con indicadores que permiten medir a esos indicadores estándares en qué nivel o a donde deberíamos llegar con esos laboratorios, los expertos para estos laboratorios son los mismos profesores de las asignaturas relacionadas a la Carrera de Comunicación Social, como ejemplo le tenemos al compañero Franklin Falconí, docente de la UTC y editor del periódico Opción, quien sería un aporte importante para orientar, como podríamos plantear un modelo de evaluación para estos laboratorios y con las experiencias de los demás docentes de la carrera.

Interpretación:

Para la funcionalidad de este laboratorio de medios impresos, sí es necesario que exista una evaluación, ya que nunca se ha realizado en la institución, con una buena planificación y ejecución de los procesos, seguramente nos va a arrojar resultados que permitan establecer algunos planes de mejora en el ámbito establecido de evaluación, siempre y cuando los mismos profesores sean los promotores de establecer la enseñanza adecuada y conocimientos para que puedan manejar correctamente los equipos y programas.

Para este plan de evaluación del laboratorio de medios impresos se puede obtener una buena acogida por parte de los mismos docentes y estudiantes para realizar, elaborar y publicar los resultados obtenidos por parte de dicha evaluación.

2.5 Conclusiones

Al culminar este trabajo los tesisistas consideran las siguientes conclusiones:

El Laboratorio de impresos, que se implementará en la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, es un aporte trascendental para la carrera, porque esto permitirá que los docentes cuenten con un espacio físico en el que complementen la teoría con la práctica.

Este trabajo investigativo ha concluido que el instrumento más óptimo para realizar la evaluación de funcionamiento del laboratorio de impresos es el periódico institucional, considerado como el medio más completo al momento de brindar información y conocido en su manejo por muchos estudiantes y docentes de la carrera, además por su valor económico y por su accesibilidad en la utilización.

Dentro de esta investigación se ha analizado otros medios comunicacionales impresos como son el folleto, revistas, libros de ahí que los tesisistas consideran que el folleto, pese a ser un medio libre, gratuito y práctico, no complementaría la enseñanza –aprendizaje de los estudiantes de la carrera porque no están familiarizados con su uso; de la misma manera la revista que, aunque sí la conocen, no desean que esto sea su inicio como práctica, y porque consideran hasta cierto punto que es elitista por el alto costo en el mercado, ya que no todos los estudiantes la han reconocido. Sin embargo, los estudiantes no están culturalizados con la lectura, por lo que tan solo un mínimo porcentaje de alumnos y docentes concuerdan con que se impriman libros, demostrando de esta manera el poco interés por la lectura.

2.6 Recomendaciones

Los tesistas recomiendan realizar un mantenimiento periódico al laboratorio de impresos y un control en el manejo y publicación de los contenidos del periódico institucional, con la finalidad de asegurar agilidad en la utilización, para ello se puede recurrir a la ayuda de los docentes con el perfil profesional en redacción periodística e impresos, quienes además enseñaran cada uno de los procedimientos que conlleva el manejo de este laboratorio.

Los postulantes recomiendan que aunque se conozcan los procedimientos que tiene un periódico, actualice conocimientos y manejos oportunos que a el periódico se debe brindar, además que se realice una actualización diaria de antivirus en las computadoras de las islas de edición para que no existan inconvenientes al momento de imprimir el periódico o cuando se manejen las computadoras, y con la finalidad de lograr un mejor uso y una mayor rapidez en cuanto a su utilización.

Los aspirantes consideran que se responsabilice la utilización de los equipos, ya que de esta manera se podrá lograr una mejor utilización de los equipos.

Se puede plantear la posibilidad de realizar productos comunicacionales impresos para instituciones públicas o privadas que requieran de nuestro profesionalismo.

Se recomienda que se instruya a los estudiantes en el uso de los folletos, revistas, y sobre todo que se motive y culturalice el deseo por la lectura, para que de esta manera no se tenga falencias en cultura general y además puedan desempeñar un buen papel al momento de manejar cualquiera de los instrumentos antes mencionados, los estudiantes deben en lo posible no elitizar un medio impreso como lo es la revista, por lo que se recomienda realizar un análisis del tipo de revistas que existen y cuáles son las diferencias, para que no se piense que toda revista es de un costo elevado.

CAPITULO III

3 DISEÑO DE LA PROPUESTA

3.1 Datos Informativos

TÍTULO:

“LA CREACIÓN DE UN PERIÓDICO DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL”

Institución Ejecutora: Universidad Técnica de Cotopaxi, a través de la Carrera de Comunicación Social.

Beneficiarios: Estudiantes de la Carrera de Comunicación Social, estamentos de la Universidad Técnica de Cotopaxi, la sociedad latacungueña y cotopaxense.

Ubicación: Provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga, Parroquia Eloy Alfaro, Barrio San Felipe.

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

Desde 20 de Marzo del 2012 Hasta 28 de Junio del 2012

Equipo responsable: El equipo responsable de esta propuesta esta integrado por Andreina Maricela Aldaz Ledesma y Miguel Ángel Guerrero Rubio, así como el Lcdo. Franklin Falconi. Docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

3.2 Antecedentes

En Latacunga no ha existido otro centro de educación superior, aparte de la Universidad Técnica de Cotopaxi, que cuente con la Carrera de Comunicación Social, aunque ésta no cuenta con un periódico institucional y que sirva para evaluar el funcionamiento de un laboratorio de impresos, sin embargo, existe una Unidad Educativa que cuenta con la Especialidad de Comunicación Social y cuenta con un centro de producción de impresos el “Colegio Hermano Miguel”, mediante un proceso de evaluación. Han valorado y consensado lo importante que es este centro para el desarrollo de noticias, notas, reportajes, etc. para la institución. Esto lo han realizado por medio de encuestas, entrevistas y pruebas físicas con productos impresos que aportan comunicación e información.

El centro de impresos, desde su implementación hasta la actualidad, ha realizado su trabajo con total normalidad y día a día, ha mejorado su presentación, precisamente con una evaluación constante.

Son los estudiantes y docentes quienes aprovechan la existencia del centro de impresos para poder producir y reproducir sus productos comunicacionales impresos, lo que por medio la investigación y colaboración de esta especialidad logran obtener un periódico institucional, el cual sirve como prueba y forma parte de una evaluación de funcionamiento de este centro de impresos.

3.3 Justificación

Como en todo proceso de enseñanza – aprendizaje se debe realizar la evaluación, esto no solo con fines de evaluar conocimientos sino procesos pedagógicos, que complementan el desarrollo de la academia en la Universidad.

En esta presente investigación, la creación de un periódico institucional tiene un papel importante, de él dependerá la determinación del funcionamiento de la primera fase del proceso de producción de material impreso y el nivel de optimización de materiales y equipos que se requiere para completar una publicación.

En bien de la Carrera de Comunicación Social y la universidad en general, es necesario realizar la evaluación del proyecto de implementación de recursos técnicos, correspondientes 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 institucional. Ya que ellos serán los principales beneficiados.

La mejor forma de evaluar el funcionamiento es con la creación de un periódico, haciendo uso de la implementación de recursos técnicos, correspondientes 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.

Para esto se requiere del aporte humano, práctico, material y apoyo de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social que estén estudiando las materias de Impresos y Redacción Periodística.

3.4 Objetivos

Objetivo General

Evaluar el funcionamiento de la implementación de recursos técnicos y crear, producir y reproducir comunicación desde la academia en 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.

Objetivos Específicos:

- Determinar los fundamentos teóricos que están alrededor de la creación de un periódico.
- Diagnosticar el tipo de información y políticas que debe tener el periódico institucional en el proceso de evaluación.
- Elaborar el periódico sea un medio de comunicación oficial de la carrera de comunicación social, que este tenga el aval de las autoridades universitarias y los docentes de la Carrera de Comunicación Social.

3.5 Análisis de la Propuesta

Esta investigación fue factible y viable, ya que se contó con los recursos financieros, humanos y materiales para su realización.

3.6 Descripción de la Propuesta

A continuación se presentan los procedimientos que se va realizar en la creación de un periódico de la carrera.

En primera instancia tendremos que realizar un simulacro de encuesta para que sean los docentes de la carrera quienes determinaran el nombre del periódico de la carrera lo que estarán dentro de estas propuestas de los estudiantes:

Al Vuelo: Es un nombre que identifica a los estudiantes de comunicación Social por la forma de buscar la información y el deseo de que las noticias y notas no pasen de su momento preciso para publicarlas, además de la predisposición de hacer comunicación.

El Universitario: Es un nombre que identifica a la universidad y como el periódico es un periódico institucional que en su mayor parte de las publicaciones estarán noticias universitarias, además de que este nombre responsabiliza a los estudiantes y maestros realizar un trabajo mas comprometido ya que son parte de la universidad.

Desde la Academia: Ya que se estará realizando información y comunicación desde la universidad y al existir ya este nombre en programas radiales y televisivos estaríamos complementado con la prensa, en la comunicación universitaria.

Proponga un nombre: Esta opción debe existir ya que esta selección es de parte de los docentes de la carrera y es preciso enterarnos propuestas de parte de ellos.

El periódico de la carrera es editado por la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, dando cabida a aportaciones noticiosas, de investigación y análisis de los docentes de la universidad.

En una primera etapa el formato y tamaño será en A3.

El periódico tendrá 16 páginas y será de un tiraje de 1.000 ejemplares las páginas estarán distribuidas de la siguiente manera:

Las secciones permanentes del periódico serán:

1. Actualidad de las problemáticas del país, con materiales que den mejores elementos para comprender las situaciones del país.
2. En su primera publicación se realizará una breve reseña histórica de la universidad, a partir de la segunda publicación se realizarán publicaciones de los temas más importantes de la universidad, sean éstos educativos, tecnológicos, culturales, políticos o festivos. De todos los ciclos académicos de la universidad.
3. Debate, sección de ensayos sobre problemáticas en las que los universitarios deben expresarse.
4. Artículos de opinión con total responsabilidad de los autores, sin que éstos dañen la imagen de la universidad.
5. Se publicarán secciones de las actividades de la Carrera de comunicación social.
6. Se publicará hechos culturales de la ciudad de Latacunga y del país.
7. Se publicarán temas internacionales de vital importancia.
8. Se publicarán grafitis, caricaturas o expresiones artísticas que estén dentro las normas de este periódico, se apeguen a las leyes constitucionales y

que no dañen la imagen de la institución, ni atenten contra la calidad moral e imagen de los estudiantes, docentes, autoridades u otra persona de la sociedad.

Se publicarán los siguientes tipos de contribuciones:

1. Artículos (sujetos a evaluación), de investigación: teórica, empírica y revisiones de la literatura; estudios de caso y artículos de análisis. Hasta 2 páginas.
2. Notas breves de investigación. Solo una pagina.
3. Informaciones de interés académico:
 - 3.1 Trabajos destacados de estudiantes, sometidos al régimen especificado en estas normas. Hasta 3 páginas.
 - 3.2 Dibujos, pinturas, caricaturas, fotografías, poesía, cuentos, hasta una página.

El Consejo Editorial se reserva los siguientes derechos:

1. Pedir artículos o reseñas a especialistas cuando lo considere oportuno (estos casos también serán sometidos a evaluación)
2. Rechazar colaboraciones no pertinentes o que no se ajusten a las normas de estilo del periódico y que no permitan realizar cambios de estilo en ellos.
3. Establecer el orden en que se publicarán los trabajos aceptados.
4. El idioma de preferencia es el español, el quichua, shuar, por la diversidad de etnias en nuestro país.
5. Los trabajos se entregarán en páginas INEN A4, a doble espacio. El tamaño de los caracteres utilizados será de “12 puntos”. El tipo de letra

será Times New Román, los márgenes superior e inferior de 2,5 cm, derecho e izquierdo 3,5 cm.

6. Del mismo modo, se acompañará a los artículos de opinión y contribuciones especiales una fotografía tamaño carnet actualizada del autor/a y datos referenciales en no más de 10 palabras.

7. “el periódico de la carrera” tiene todos los derechos de reproducción de los artículos publicados. Los originales se enviarán a la Redacción de “periódico de la carrera” en:

7.1 La dirección del periódico de la carrera de comunicación social, Campus Universitario, San Felipe, Parroquia Eloy Alfaro, Latacunga, Ecuador; impreso y magnético. El correo electrónico es: franklin.falconi@gmail.com

8. El periódico se encargará de tareas de retipeado o edición, y se realizará correcciones de estilo en la redacción de artículos de estudiantes, docentes universitarios, respetando el contenido original.

9. El Periódico de la carrera autoriza la reproducción libre total o parcial de los textos siempre que se haga la debida referencia a “periódico de la carrera” y sus respectivos autores.

El orden de presentación del trabajo será el siguiente:

1. Título.
2. Los apellidos y nombres del autor /a
3. Los datos de identificación personal.
4. El texto del trabajo.

5. Revisión de originales. Los trabajos serán revisados por el Consejo Editorial del periódico. Si hubiera lugar, se transmitirá a los autores las indicaciones y sugerencias que supongan modificación del texto, en cuyo caso, éstas deberán constar en el documento definitivo.

Políticas principales del periódico:

1. No se aceptarán temas que afecten a la universidad.
2. No se publicarán temas de racismo, xenofobia o que atenten contra la seguridad o dignidad de las personas.
3. En todas las publicaciones se reproducirá el nombre del estudiante o docente realizador de la nota periodística o de cualquier tipo de publicidad que realice.

Propuesta de funcionamiento del periódico.

1. El Consejo Editorial estará conformado por el o la Coordinadora de la Carrera de Comunicación Social, docentes de impresos, redacción periodística, demás docentes de la Carrera, representantes de los estudiantes de los ciclos que como parte de su malla curricular estén recibiendo redacción periodística 1 y 2, impresos 1y 2 laboratorios de impreso. El licenciado Franklin Falconi docente de la carrera y director de esta tesis será quien asuma la dirección del periódico de la Carrera de Comunicación Social, los docentes de redacción periodística e impresos serán miembros del consejo editorial, los representantes estudiantiles de la Carrera en el consejo editorial serán los encargados de su grupo según se divida las secciones para cada publicación, las secciones de turno serán rotadas, para que no exista inconformidad de los diferentes grupos de investigación y trabajo y así poder cumplir con el fin de este periódico, que es obtener la práctica en redacción y publicación de noticias o notas,

así también existirá en cada publicación un grupo de estudiantes que se encargue del proceso de reproducción, publicación y distribución del material ya terminado.

2. La periodicidad de la publicación del periódico será cada semana, salvo en casos especiales, cuando la situación y las necesidades así lo ameriten, se realizará más publicaciones en la semana. Esto, como primera fase, ya que queda libre realizar un cambio en cuanto al tema de las publicaciones según las necesidades de la Carrera de Comunicación Social, ajustándose al avance de los estudiantes, y consideren que se debe realizar publicaciones diarias o quincenales.

Los redactores serán:

1. Los estudiantes que estén recibiendo las materias de redacción periodística, impresos, laboratorio de impresos y diseño gráfico, estos divididos en grupos para tratar temas de las diferentes secciones.
2. De estos deberán los docentes destinar un equipo que se encargue del diseño del periódico, impresión, en esto deberán ser los encargados los estudiantes de las materias ya mencionadas y otro para promoción y distribución del mismo, para lo que se deberá incluir a los demás estudiantes de la carrera de comunicación social en general así no reciban las materias ya especificadas.

Planificación del periódico # 000

Las secciones que llevara el periódico en su lanzamiento oficial serán:

1. Política
2. Deportes
3. Cultura

4. Sociales
5. Artículos de opinión
6. Economía

Dentro de estas secciones estarán las siguientes generalidades.

1. Actualidades de las problemáticas del país.
2. Breve reseña histórica de la Universidad Técnica de Cotopaxi.
3. Sección de ensayos con voz sobre problemáticas de la Universidad.
4. Artículos de opinión
5. Expresiones artísticas, grafitis y caricaturas.
6. Las actividades de la Carrera de Comunicación Social
7. Hechos culturales de la Universidad, ciudad de Latacunga
8. Temas internacionales
9. Contribuciones

Los responsables de estas secciones y artículos serán los alumnos de segundo, cuarto, quinto ciclo de Comunicación Social, Andreina Aldaz, Miguel Guerrero, como tesistas, Lic. Franklin Falconi y la Lic. Verónica Peñaherrera.

Línea editorial:

Siendo éste un periódico que nace de las aulas universitarias y de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, se enfocará a ofrecer hechos noticiosos coyunturales, siempre velando por el buen nombre de la institución, no publicando temas que afecten a la misma, esto no con la intención de no revelar realidades, sino mas bien por cuidar la imagen y nombre de la

Universidad, por lo que existen personas que deseen el mal para la Universidad y este periódico se debe a la carrera y a esta institución.

Misión

Ser un órgano de difusión y comunicación de la Carrera de Comunicación Social y de la Universidad Técnica de Cotopaxi destinado a dar comunicación creando información desde las aulas universitarias además de realizar publicaciones de las leyes, decretos, reglamentos y demás actos, documentos y disposiciones universitarias, políticas, jurídicas, culturales, para su mejor funcionamiento tanto la universidad como la carrera de comunicación social desde un punto de vista estudiantil, pero ya desde el ámbito profesional de un comunicador social y periodista, así también dar a conocer a la sociedad y demás estudiantes todos los actos universitarios y coyunturales del país.

Proporcionar a la sociedad información oportuna, veraz, objetiva y equilibrada, sustentada en el compromiso de respeto, calidad y servicio con nuestros lectores.

Visión

Ser un periódico confiable y de excelencia, con reconocimiento a nivel institucional y nacional en la edición, publicación y distribución de este medio, para brindar un mejor servicio en beneficio de los usuarios, como estudiantes, autoridades, trabajadores y sociedad en general.

Llegar hacer el periódico líder en información, circulación y cobertura en la Universidad y la ciudad, que nos convierta en la mejor opción para lectores siendo altamente calificados para informar. Ser líder en publicaciones universitarias y de carácter nacional e internacional con temas coyunturales.

Objetivos

1. Mejorar la satisfacción de los estudiantes a través de la adecuada gestión del ambiente de trabajo y estudiantil.
2. Incrementar la satisfacción del lector.
3. Cumplimiento oportuno en la realización de las publicaciones.
4. Mejorar continuamente la eficacia y calidad del periódico en sus redacciones y publicaciones.

Valores

- Profesionalismo
- Respeto
- Trabajo en equipo
- Puntualidad
- Satisfacción al lector

Financiamiento:

Los tesistas cuentan con un ingreso económico, el cual fue donado por todos los estudiantes del séptimo ciclo de la Carrera de Comunicación Social, para todo el proceso que conlleva la implementación y realización del macro proyecto.

Tabla de precios de Materiales para la Impresión.

Numero	Descripción	Costo unitario	Total
3	TINTA DE COLORES (AMARILLA,CYAN YMAGENTA)	8,50	25,50
1	TINTA NEGRA	8,04	8,04
1	SOLUCIÓN DE FUENTE	21,50	21,50
1	CHISGUETE	8,50	8,50
1	LAVADOR DE MAQUINA	8,50	8,50
3	RESMAS DE PAPEL PERIÓDICO MEJORADO.		79,49
11	PLACAS DE METAL PARA LA IMPRESIÓN DEL PERIÓDICO.	5	61,60
1	GUANTES # 8	3,50	3,50
1	ESPONJA	3,50	3,50
TOTAL			220, 13

3.3 Plan Operativo

EVENTOS	JULIO																				
	2	3	4	5	6	9	10	11	12	13	16	17	18	19	20	23	24	25	26	27	
Dialogo con los estudiantes y docentes de las materias Impresos y Laboratorio de impresos.	X																				
Designación de temas.		X																			
Recolección de información y redacción de temas.			X	X	X	X	X	X	X	X	X										
Fecha de cierre de edición.												X									
Reunión con docentes para designar nombre del periódico institucional.													X								
Fecha para el diseño.														X	X	X	X				
Fecha para la impresión y pos prensa.																		X			
Fecha para la distribución.																				X	X

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- RIVERA, Stefanie “Evaluación como parte del proceso metodológico de animación sociocultural (estudio de la realidad, programación, Intervención y evaluación).
- ÁLVAREZ RAMÍREZ, Sylvia. “Planificación del Círculo” Editorial Universitaria, Chile, 1992.
- GALO DE LARA, Carmen María, Evacuación del Aprendizaje. Editorial Piedra Santa, Guatemala, 1992
- GAÑE, Tobert M. y BRIGGS, Leslie J. La Planificación de la Enseñanza sus Principio, Editorial Trilla, México 1992.
- HUERTA, Fernando Carreño, Enfoques y Principios Metodológicos de la Evaluación, Editorial Trilla, México, 1994.
- LA FORCADE, Pedro D. Evaluación de los Aprendizaje, Editorial Kapelusz Argentina, 1976.
- MAGER, Robert F. Medición del Intento Educativo Editorial, Guadalupe, Argentina, 1975.
- GERENCIA SOCIAL. Diseño, monitoreo y evaluación de proyectos sociales. Lima-Perú: Universidad del Pacífico. ISBN 9972-603-32-6.
- BOBADILLA DÍAZ, P., DEL ÁGUILA RODRÍGUEZ, L. y MORGAN, M. de la L. (1998). Diseño y Evaluación de Proyectos de Desarrollo. Lima-Perú: Pact-USAID.
- JUAREZ C., Socorro. Sistema de Administración Integral para la E.B.R.C.E.B.D.F.
- MIKLOS, Tomás; TELLO, Ma. Elena. Planeación Interactiva, 1966.
- MEDIANERO BURGA, D. Sistema de diseño de proyectos de cooperación técnica. CEMPRO, Lima, Perú., (1998).

- PÉREZ SERRANO, G. Elaboración de proyectos sociales. Casos prácticos. Madrid, España: Narcea. ISBN 84-277-1041-0.. (1999).
- MADRID.HERNÁNDEZ, Sampieri, "Metodología de la Investigación"Kotler Philip, (1996).
- LAMEIRAS, José; y Galindo Cáceres, Jesús. Medios y mediaciones. Guadalajara: ITESO, 1996.
- BARBERO, Jesús Martín, Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Bogotá: Fondo de Cultura Económica, 2002.
- BARBERO, Jesús, y Muñoz, Sonia (coords.). Televisión y melodrama. Bogotá: Tercer Mundo Editores, 1992.

LINKGRAFÍA

- www.gobiernodecanarias.org/educacion/3/Usrn/.../evalua1.htm
- www.chasque.net/.../evaluacion%20educativa/evaluacion.01.html
- www.misrespuestas.com/que-es-un-proyecto.html
- es.wikipedia.org/wiki/Proyecto
- www.misrespuestas.com/que-es-la-comunicacion.html
- www.promonegocios.net/proyecto/evaluacion-proyectos.html
- www.monografias.com
- comunicacion.idoneos.com/index.php/

ANEXO # 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Encuesta dirigida a los docentes de la Carrera de Comunicación Social, para poder medir la importancia y el interés de realizar de la Evaluación del Laboratorio de Impresos.

Indicaciones: Lea detenidamente, analice la pregunta y responda con total sinceridad y seriedad posible.

1. ¿Se ha llevado adelante un proceso de evaluación de los talleres existentes en la Unidad Académica?

Si

No

2. ¿Qué propósito tuvo la evaluación que usted conoce?

- Identificar los errores en los procedimientos.
- Calificar la actividad de los responsables de los laboratorios.
- Para establecer políticas de mejoramiento en el uso de los Laboratorios.
- Establecer sanciones.

3. ¿Cómo debería ser un proceso de Evaluación de los Laboratorios en la Unidad Académica?

- Con la participación de las Autoridades.
- Con la participación de los responsables de los laboratorios.
- Con la participación de los Estudiantes.
- Con la participación de veedores externos.
- Con el análisis de los resultados obtenidos por el laboratorio.

4. ¿Qué tipos de recursos son necesarios para evaluar el funcionamiento de un laboratorio?

- Inversión presupuestaria de la universidad.
- Aporte de los docentes.
- Aporte de los estudiantes.
- Aportes externos.

5. ¿Al existir un laboratorio de impresos en la universidad que tipo de producto debería publicarse con periodicidad?

- Revistas.
- Periódico.
- Folleto.
- Libro.

6. ¿Ha participado usted en la elaboración de un periódico?

Si

No

7. ¿Qué políticas institucionales deberían guiar a un periódico institucional?

- Que difunda principalmente las actividades de la universidad.
- Que difunda el análisis e investigaciones de los docentes.
- Que difunda información externa.
- Que en el participen los integrantes de la Carrera de Comunicación Social.
- Que en el participen los distintos estamentos de la universidad.

8. ¿Cuál de estos sectores debe tener mayor peso en los contenidos del periódico?

- Estudiantes.
- Docentes.
- Autoridades.
- Trabajadores.
- Empleados.

9. ¿Cuál es el mejor mecanismo para poder producir un periódico institucional?

- Libre iniciativa de los estudiantes.
- Un requisito académico de los últimos ciclos de la Carrera de comunicación Social.

ANEXO # 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Encuesta dirigida a los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social, para poder medir la importancia y el interés de realizar de la Evaluación del Laboratorio de Impresos.

Indicaciones: Lea detenidamente, analice la pregunta y responda con total sinceridad y seriedad posible.

1. ¿Cómo estudiante ha sido invitado a formar parte de un proceso de evaluación en la Unidad Académica?

Si

No

2. ¿Qué propósito tuvo la evaluación que usted conoce?

- Identificar los errores en los procedimientos.
- Calificar la actividad de los responsables de los laboratorios.
- Para establecer políticas de mejoramiento en el uso de los Laboratorios.
- Establecer sanciones.

3. ¿Usted como estudiante cómo cree que debería ser un proceso de Evaluación de los Laboratorios en la Unidad Académica?

- Con la participación de las Autoridades.
- Con la participación de los responsables de los laboratorios.
- Con la participación de los Estudiantes.
- Con la participación de veedores externos.
- Con el análisis de los resultados obtenidos por el laboratorio.

4. ¿Qué tipos de recursos son necesarios para evaluar el funcionamiento de un laboratorio?

- Inversión presupuestaria de la universidad.
- Aporte de los docentes.
- Aporte de los estudiantes.
- Aportes externos.

5. ¿Al existir un laboratorio de impresos en la universidad que tipo de producto debería publicarse con periodicidad?

- Revistas.
- Periódico.
- Folleto.
- Libro.

6. ¿Ha participado usted en la elaboración de un periódico?

Si

No

7. ¿Usted como estudiante de la Carrera de Comunicación Social formaría parte de la elaboración de un periódico institucional?

Si

No

8. ¿Qué políticas institucionales deberían guiar a un periódico institucional?

- Que difunda principalmente las actividades de la universidad.
- Que difunda el análisis e investigaciones de los docentes.
- Que difunda información externa.
- Que en el participen los integrantes de la Carrera de Comunicación Social.
- Que en el participen los distintos estamentos de la universidad.

9. ¿Cuál de estos sectores debe tener mayor peso en los contenidos del periódico?

- Estudiantes.
- Docentes.
- Autoridades.
- Trabajadores.
- Empleados.

10. ¿Cuál es el mejor mecanismo para poder producir un periódico institucional?

- Libre iniciativa de los estudiantes.
- Un requisito académico de los últimos ciclos de la Carrera de comunicación Social.

ANEXO # 3

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Entrevista dirigida a Lic. Roció Peralvo, Directora de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas.

Entrevistadores: Andreina Aldaz y Miguel Guerrero

1. ¿Cuál es su opinión en cuanto a la implementación del taller de impresos en la Carrera de Comunicación Social?
2. ¿Cómo ve la permanencia del laboratorio de impresos en la Carrera?
3. ¿La estabilidad del laboratorio para usted como lo mira?
4. ¿Qué importancia tiene un laboratorio en la formación académica de los estudiantes de comunicación social?
5. ¿Usted considera que los docentes de la Carrera de comunicación social están o no capacitados para manejar y hacer manejar el laboratorio de impresos?
6. ¿Se pensaría en contratar nuevas personas para el manejo del laboratorio?

ANEXO # 4

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Entrevista dirigida a Lic. Gloria Vizcaíno, Directora de Evaluación Interna.

Entrevistadores: Andreina Aldaz y Miguel Guerrero

1. ¿Según su conocimiento considera importante que se evalúe el funcionamiento de un laboratorio?
2. ¿Se ha dado antes una evaluación de laboratorios en universidad y en la unidad académica?
3. ¿Cuál debería ser la forma correcta de evaluar un laboratorio de impresos?
4. ¿Cree que los estudiantes y docentes estén preparados para formar parte de una evaluación en lo que se refiere a laboratorios?
5. ¿Cuáles considera usted que deberían ser involucrados directamente en la evaluación del laboratorio de impresos de la carrera de comunicación social?
6. ¿Usted como directora de evaluación interna estaría dispuesta a extendernos ayuda en lo que a la evaluación se refiere?

ANEXO # 5

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Simulacro de encuesta dirigida a los docentes de la Carrera de Comunicación Social, para poder elegir un nombre para el periódico institucional.

Indicaciones: Lea detenidamente, analice el nombre y escoja con total seriedad posible, encerrando en un círculo el nombre que prefiere que lleve el periódico de la carrera de comunicación social, recordándoles que este será el nombre oficial y definitivo del mismo.

Los nombres están a continuación con una breve descripción del porque del nombre.

Al Vuelo: Es un nombre que identifica a los estudiantes de comunicación Social por la forma de buscar la información y el deseo de que las noticias y notas no pasen de su momento preciso para publicarlas, además de la predisposición de hacer comunicación.

El Universitario: Es un nombre que identifica a la universidad y como el periódico es un periódico de la carrera y en su mayor parte de las publicaciones estarán noticias universitarias, además de que este nombre responsabiliza a los estudiantes y maestros realizar un trabajo más comprometido ya que son parte de la universidad.

Más Comunicación: Este refleja la cantidad y calidad de información que se va a realizar desde la carrera de comunicación social, el compromiso de ofrecer a los universitarios y sociedad comunicación de primera y profesional.

Desde la Academia: Ya que se estará realizando información y comunicación desde la universidad y al existir ya este nombre en programas radiales y televisivos estaríamos complementado con la prensa, en la comunicación universitaria.

Proponga un nombre: Esta opción debe existir ya que esta selección es de parte de los docentes de la carrera y es preciso enterarnos propuestas de parte de ellos.

Encierre en un círculo el nombre que prefiera:

Al Vuelo

El Universitario

Más Comunicación

Desde la Academia

Proponga un nombre y describa ¿por qué?

.....
.....

ANEXO # 6



**Operador preparando la máquina para realizar la impresión del periódico
CS noticias.**



Comenzado el proceso de impresión.

ANEXO # 7



Calibrando la maquina impresora.



Seleccionando, ordenando y doblando el periódico CS noticias.

ANEXO # 8



Realizando el doblado del periódico CS noticias.



Doblado del periódico CS noticias.

ANEXO # 9



Doblado del periódico CS noticias.



Selección y doblado del periódico CS noticias.

ANEXO # 10



Selección del periódico CS noticias.



Placas dónde se imprimió el Primer Periódico de la Carrera.

ANEXO # 11



Logotipo del Periódico de la Carrera de Comunicación Social.



Día del Lanzamiento del periódico CS noticias.

ANEXO # 12



Entrega del laboratorio, donde se imprimió el Periódico “CS noticias”.



Entrega del Laboratorio de Impresos.

ANEXO # 13



Autoridades presentes en el día de la inauguración del Laboratorio de Impresos.



Licenciado Franklin Falconi, director de la Tesis, en la inauguración del Laboratorio de Impresos.

ANEXO # 14



Inauguración por parte del Ing. Hernán Yáñez Rector de la UTC.



Grupo de Tesistas en la inauguración del Laboratorio de Impresos.

ANEXO # 15



Autoridades de la UTC, en la presentación oficial del Laboratorio de Impresos.



Socialización de docentes, colaboradores y estudiantes, en la inauguración del Laboratorio de Impresos.

ANEXO # 16



Socialización de docentes, colaboradores y estudiantes, en la inauguración del Laboratorio de Impresos.



Día de la inauguración del Laboratorio de impresos, donde se imprimió el periódico CS noticias.

ANEXOS