



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL FACSO

“EVALUACIÓN DE LA NECESIDAD DE LOS ESTUDIANTES DE CUARTO AÑO DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE GUAYAQUIL, PARA REALIZAR PRÁCTICAS, CON LA PROPUESTA DE LA CREACIÓN DE UNA PRODUCTORA”

Proyecto de grado que se presenta como requisito para optar por el título de Licenciado en Comunicación Social.

Autores: María de Jesús Mesías Ramos

Andrés Vinicio Del Pozo Estrella

Tutor: Lcdo. Fernando Rendón M.S.C

Guayaquil - Ecuador

Agosto del 2012

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de la Facultad de Comunicación Social, por el presente:

CERTIFICO

Que he analizado el proyecto de trabajo de grado presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el grado Licenciados en Comunicación Social.

Autores: María de Jesús Mesías Ramos.

Andrés Vinicio Del Pozo Estrella.

Tutor: Lcdo. Fernando Rendón M.S.C

Guayaquil - Ecuador

Agosto del 2012

APROBACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN

Los miembros designados para la sustentación aprueban el Trabajo de titulación sobre el tema: Evaluación de la necesidad de los estudiantes de cuarto año de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Guayaquil, para realizar prácticas, con la propuesta de la creación de una productora.

De los egresados: María De Jesús Mesías Ramos.

 Andrés Vinicio Del Pozo Estrella.

De la Facultad de Comunicación Social

Guayaquil, Agosto del 2012

Para constancia Firman

ACTA DE RESPONSABILIDAD

Los egresados de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, Señorita María De Jesús Mesías Ramos y el Señor Andrés Vinicio Del Pozo Estrella, dejan constancia escrita de ser los autores responsables de la tesis presentada, por lo cual firman:

María de Jesús Mesías Ramos

CI. 092692731-0

Andrés Vinicio Del Pozo Estrella

CI. 0202011227

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este trabajo de titulación nos corresponde exclusivamente a nosotros; y al patrimonio intelectual de la misma Universidad de Guayaquil.

Autores: María de Jesús Mesías Ramos.

Andrés Vinicio Del Pozo Estrella.

DEDICATORIA

Este trabajo, lo dedico a mis padres y a mi hermano, pues me brindaron su apoyo incondicional, me guiaron con amor y entrega, para llevar a cabo una de las metas de mi vida y que constituye el comienzo de un largo camino hacia la realización tanto de mi profesión como de mi maduración profesional.

Andrés Vinicio Del Pozo Estrella

El presente trabajo va dirigido a mi familia que con su apoyo y cariño me incentivaron a lograr lo que me proponga y me enseñaron a valorar la educación, pues solo de esa manera podre desarrollar mis capacidades y habilidades y encaminarlas para dar frutos.

María de Jesús Mesías Ramos

ÍNDICE DEL CONTENIDO

CARÁTULA.....	i
CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	i
APROBACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN.....	ii
ACTA DE RESPONSABILIDAD.....	iii
DECLARACIÓN EXPRESA.....	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE DEL CONTENIDO	vi
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
RESUMEN.....	xi
INTRODUCCIÓN.....	12
CAPITULO I.....	14
EL PROBLEMA.....	14
Planteamiento del problema	14
Ubicación del Problema en su contexto	14
Situación en conflicto	15
Causas del problema y sus consecuencias.....	16
DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	18
Formulación del problema	18
Evaluación del problema	19
Objetivos de la investigación	21
Justificación e importancia de la investigación	22

CAPITULO II.....	23
MARCO TEÓRICO	23
Antecedentes del estudio	23
EL APRENDIZAJE	23
RADIODIFUSIÓN.....	32
Televisión	32
□ Post-producción.....	33
PRE-PRODUCCION	33
Pasos a seguir:.....	34
□ Desarrollo de la idea.....	34
□ Análisis de audiencia	34
□ Investigación del tema	34
□ Selección del modo de producción	34
□ Tratamiento.....	34
□ Presupuesto.....	34
DESARROLLO DE LA IDEA	34
□ La idea	35
□ El guion.....	35
□ Storyboard	35
□ Realización.	35
□ LA IDEA.....	35
□ EL GUION.....	36
□ STORYBOARD.....	37

□ REALIZACION.....	37
ANALISIS DE AUDIENCIA.....	38
SELECCIÓN DEL MODO DE PRODUCCION	39
□ La locación. Estudio o exterior.....	39
□ En vivo o grabado	39
□ Numero de cámaras	39
□ Unidad móvil.....	39
TRATAMIENTO.....	39
PRESUPUESTOS	40
Fundamentación pedagógica	40
Fundamentación legal	42
Hipótesis.....	42
Variables de la investigación	42
Variable independiente.....	42
Variable dependiente	42
Definiciones Conceptuales	43
CAPÍTULO III.....	44
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	44
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	44
Modalidad de la investigación	44
Tipo de investigación.....	44
Población y Muestra.....	45
Operalización de las variables.....	45

Instrumentos de investigación	46
Recolección de la información.....	46
Procesamiento de los datos y análisis	47
Criterios para la elaboración de la propuesta	47
Criterios para la validación de la propuesta.....	47
CAPÍTULO IV.....	48
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	48
LA ENCUESTA.....	48
CAPÍTULO V.....	61
PROPUESTA DE CREACION DE UNA PRODUCTORA.....	61
CAPÍTULO VI.....	66
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	66
Conclusiones	66
Recomendaciones	67
Bibliografía y citas	68
ANEXOS	70
ANEXO 1	70

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1 PROCESOS.....	26
CUADRO 2 LA IDEA	35
CUADRO 3 STORYBOARD.....	37
CUADRO 4 OPERALIZACION DE LA VARIABLES	46

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO: 1 ENCUESTA PREGUNTA 1	49
GRÁFICO: 2 ENCUESTA PREGUNTA 2	50
GRÁFICO: 3 ENCUESTA PREGUNTA 3	51
GRÁFICO: 4 ENCUESTA PREGUNTA 4	52
GRÁFICO: 5 ENCUESTA PREGUNTA 5	53
GRÁFICO: 6 ENCUESTA PREGUNTA 6	54
GRÁFICO: 7 ENCUESTA PREGUNTA 7	55
GRÁFICO: 8 ENCUESTA PREGUNTA 8	56
Gráfico: 9 ENCUESTA PREGUNTA 9.....	57

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**Facultad de Comunicación Social****“EVALUACIÓN DE LA NECESIDAD DE LOS ESTUDIANTES DE CUARTO AÑO DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE GUAYAQUIL, PARA REALIZAR PRÁCTICAS, CON LA PROPUESTA DE LA CREACIÓN DE UNA PRODUCTORA”**

Autores: Andrés Vinicio Del Pozo Estrella.
María de Jesús Mesías Ramos.

Tutor: Lcdo. Fernando Rendón M.S.C.

RESUMEN

Este proyecto tiene como propósito, evaluar la necesidad de los estudiantes de cuarto año de la carrera de comunicación social de la Universidad Estatal de Guayaquil de realizar prácticas planteando así la creación de una productora para facilitarles a los mismos cumplir con este requisito de grado. De acuerdo a lo detallado del material investigado, se estudió la posibilidad de crear una productora; este proyecto está sustentado en el marco teórico, fundamentado con principios de aprendizaje de (Gerald B. Leighbody), haciendo denotar que lo importante del aprendizaje no consiste únicamente a la mecanización teórica, a la lectura repetitiva, existen otras otra muy necesarias acciones las que proponen facilidades como: valorar, conocer, aplicar, analizar y comprender. Los beneficiarios primarios serán los estudiantes de la facultad, además de la entidad como tal ya que esto le permitirá obtener un prestigio graduando a estudiantes preparados académicamente y profesionalmente. Las herramientas utilizadas son la encuesta realizada al total de la población que son los estudiantes de cuarto año de comunicación social, lo cual permitirá conocer las inquietudes y motivación de los mismos para realizar las prácticas.

Aprendizaje

**Medios de
comunicacion**

**Producción
Audiovisual**

Motivación

INTRODUCCIÓN

La Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, cuenta con las carreras de Hotelería y Turismo, Marketing y Publicidad, Comunicación Social y la Unidad de Producción Tecnológica. En esta oportunidad la investigación se centrara en la carrera de Comunicación Social, siendo la principal por lo que da el nombre a la Facultad. Carrera que como muchas otras debería tener un lugar donde los estudiantes de forma académica puedan desempeñar o poner en práctica lo aprendido en las aulas, pero esto no quiere decir solamente un sitio donde hacer tareas, sino, el lugar donde todas sus expectativas se llenan, la creatividad fluye y la motivación sobra por las condiciones que rodean al estudiante próximo a graduarse. Pero la realidad es otra esta Facultad carece de un medio de comunicación propio, contando solo con talleres de radio y televisión a medio terminar, sin visión ni misión como medio propiamente dicho, sin una estructura que permita establecer un ambiente de trabajo ficticio que ayude al estudiante desarrollar sus habilidades y responsabilidades en su puesto de trabajo. Habilidades para medios impresos, radio, televisión y la web.

El problema según lo analizado en esta investigación es que no existe un medio que permita realizar prácticas a los estudiantes de cuarto año de la Facultad de Comunicación Social de la universidad de Guayaquil por ello se plantea el cuestionamiento de ¿Cómo desarrollar las capacidades y mantener el interés de los estudiantes de cuarto año de comunicación social mientras se evalúa sus conocimientos?; por esto se propone crear una productora para que los estudiantes puedan realizar sus pasantías, pero de igual forma esta servirá para que alumnos combinen la teoría con la práctica.

En el capítulo I observaremos el problema en forma amplia, las causas y consecuencias del mismo; los objetivos e importancia de la investigación.

En el capítulo II, los autores, se respaldará en los principios de aprendizaje de (Gerald B. Leighbody) en el que enfoca que no solo es importante la teoría sino el analizarla, y ponerla en práctica; además de desarrollar la idea y hacer la fundamentación legal.

El tercer capítulo III se establece la metodología de la investigación y la aplicación de las herramientas de investigación, como la encuesta a los estudiantes de la facultad

En el capítulo IV del proyecto, los autores detallan un análisis porcentual de las respuestas recibidas a la encuesta y se interpretan resultados de las mismas.

En el capítulo V, se detalla la propuesta de la creación de la productora con sus objetivos específicos claros y el desarrollo minucioso de la misma.

En el capítulo VI las conclusiones y recomendaciones de todo el proyecto.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

Ubicación del Problema en su contexto

132 estudiantes de cuarto año de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, legalmente matriculados en el periodo 2012-2013, inician sus respectivas clases sin ningún inconveniente. Al momento de entrar a las aulas en su primer día de clases pudimos observar, una licenciada hace una pregunta al curso: ¿por qué estudian comunicación social? Para lo cual una estudiante, ante el asombro de sus compañeros y algunos de ellos sintiéndose identificados con ella, dijo “sinceramente yo venga acá es por tener un cartón nada más, porque veo como no podemos hacer nada como periodistas”. Esta afirmación podrá ser tomada desde varias perspectivas las cuales estudiaremos más adelante.

La Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, cuenta con las carreras de Hotelería y Turismo, Marketing y Publicidad, Comunicación Social y la Unidad de Producción Tecnológica. En esta oportunidad la investigación se centrara en la carrera de Comunicación Social, siendo la principal por lo que da el nombre a la Facultad. Carrera que como muchas otras debería tener un lugar donde los estudiantes de forma académica puedan desempeñar o poner en práctica lo aprendido en las aulas, pero esto no quiere decir solamente un sitio donde hacer tareas, sino, el lugar donde todas sus expectativas se llenan, la creatividad fluye y la motivación sobra por las condiciones que rodean al estudiante próximo a graduarse. Pero la realidad es otra esta Facultad carece de un medio de comunicación

propio, contando solo con talleres de radio y televisión a medio terminar, sin visión ni misión como medio propiamente dicho, sin una estructura que permita establecer un ambiente de trabajo ficticio que ayude al estudiante desarrollar sus habilidades y responsabilidades en su puesto de trabajo. Habilidades para medios impresos, radio, televisión y la web.

Situación en conflicto

El conflicto analizado, inicia con la premisa de la no existencia de herramientas necesarias y fundamentales para el debido proceso educativo de los estudiantes universitarios, llevando así al mercado laboral ecuatoriano profesionales incompletos. Herramientas como una radio funcional con una línea editorial con programación establecida, para que el estudiante complemente lo teórico con la locución, opinión, dicción y fluidez, así como, el manejo técnico y de producción, tampoco cuenta con un medio impreso, en el que realice sus actividades de reportero, escritor, corrector, fotógrafo o diagramador, menos aun con una televisora en la que nuevos talentos de pantalla salgan a la vista y sienta tal y como será en la vida real desempeñando su trabajo mientras sigue estudiando y en los tiempos actuales medios web que unifiquen los medios.

Por lo que parece inadecuado que la Facultad de Comunicación Social no tenga medio de comunicación, en tiempos modernos donde se hace fácil el periodismo digital y las comunicaciones interpersonales, el manejo de la información es global, los actores de la opinión pública son variados y accesibles.

¿Por qué la Facultad no ha creado un medio de comunicación social?

Causas del problema y sus consecuencias

Causas

A continuación según lo analizado en esta investigación se presentaran una lista de posibles causas por las que la Facultad no cuenta con un medio de comunicación

1. No existe un espacio televisivo que este a disposición del estudiante para prepararse.
2. Falta de un plan que organice a todas los actores-miembros de la facultad para implementar una productora audio visual.
3. No se ha dado mayor importancia, a los estudiantes de la facultad, para q tengan un medio de comunicación funcional.
4. No existe personal que oriente a los estudiantes.
5. No existe un lugar de la facultad que permita continuamente, a los estudiantes aplicar sus habilidades.
6. Los egresados de comunicación social, no tienen mucha o nada de experiencia dentro de un medio de comunicación.
7. Algunos de los estudiantes tienen poco interés en prepararse para un futuro trabajo.
8. Los estudiantes no cuentan con un medio que los capacite para realizar trabajos profesionales.
9. Escasa comunicación de estudiantes hacia directivos, profesores y entre sí.

Consecuencias

Después de examinar el árbol de problemas, se pueden analizar los efectos que estas causas la falta de pasantías dentro de una institución universitaria, estas consecuencias son:

1. Egresados sin contacto televisivo y disminución de oportunidades laborales.
2. Los estudiantes estarán en desventaja con sus competidores profesionales, escaso conocimiento de las herramientas tecnológicas aplicadas para su profesión.
3. Los estudiantes no estarán totalmente preparados para ejercer su profesión cuando salgan de la universidad.
4. Profesionales no debidamente capacitados
5. Estudiantes desmotivados.
6. Perdida de oportunidad de empleo en medios de comunicación.
7. Estudiantes que desertan de la universidad.
8. Poca experiencia.
9. Desorganización, malos entendidos afectando directamente al estudiante.

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Campo: Producción Audiovisual

Área: Comunicación Social

Aspecto: Prácticas Estudiantiles.

Tema: Evaluación de la necesidad de los estudiantes de cuarto año de la carrera de comunicación social de la universidad estatal de Guayaquil, para realizar prácticas, con la propuesta de la creación de una Productora.

Problema: No existe un medio que permita realizar prácticas a los estudiantes de cuarto año de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.

Delimitación espacial: Guayaquil, Ecuador

Delimitación temporal: Mayo del 2012.

Formulación del problema

¿Cómo desarrollar las capacidades y mantener el interés de los estudiantes de cuarto año de Comunicación Social mientras se evalúa sus conocimientos?

Evaluación del problema

Se describe la necesidad de prácticas para los estudiantes de cuarto año de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, para su desarrollo integro como futuros profesionales, por lo que los autores de esta investigación trabajaran con esta delimitación.

El estudio en las aulas es de suma importancia y muy esencial ya que se están formando futuros profesionales, la investigación podrá ser de mucha ayuda para personas interesadas en fomentar egresados dignos de ser contratados. Los elementos que averiguan los autores servirán de apoyo para muchos docentes puesto que siempre va a existir estudiantes de cuarto año o ultimo año lectivo que necesiten ser preparados laboralmente para así llegar a ser competentes en sus trabajos.

Los autores observan la falta de un medio funcional donde los estudiantes realicen sus prácticas, pero no solo la falta de un espacio físico, sino, un medio de Comunicación Social Organizado utilizando todos los espacios ya existentes en la Facultad para facilitar la creación de una productora integrada por estudiantes y maestros.

Una investigación como esta, implica promover la calidad de profesionales y a la vez conduce a las instituciones educativas superiores a tomar en cuenta la importancia de las pasantías puesto que la mayoría de las universidades no se han preocupado por poseer un medio que sea de utilidad para los estudiantes. En las carreras de comunicación contar con un medio de producción audiovisual es de gran

ventaja y mucho más si está completamente a su disposición, siendo esto un gran salto para trasladarse a otro nivel mejorando las habilidades de los integrantes de este medio.

La investigación de los autores es relevante para el desarrollo e imagen institucional, en este caso la FACSO, porque pocas facultades cuentan con un medio de comunicación social y menos aun que este, sea conformado por los docentes y estudiantes.

Cada año cientos de profesionales salen de las universidades con esperanza de conseguir un empleo, los comunicadores no son la excepción, pero las plazas laborales son escasas y casi todas las instituciones empresariales en estos tiempos piden experiencia para poder ser integrante de la misma. Conseguir un cargo en una empresa es complicado porque éstas optan por tener gente experta en lo que hace o recomendada por alguien familiarizado con dicho ente.

En las entrevistas efectuadas por los autores de la investigación se observó la existencia de la mayoría de equipos necesarios para la producción audiovisual, también se llegó a la conclusión que se cuenta con material humano para llenar los puestos necesarios y cumplir las funciones de la productora.

Objetivos de la investigación

Objetivos generales

Obtenidos desde las variables de la investigación, los autores describen dos principales objetivos que pretende la investigación en su elaboración:

- ✓ Evaluar la necesidad de los estudiantes de cuarto año de la carrera de comunicación social de la Universidad Estatal de Guayaquil de realizar prácticas.
- ✓ Plantear la creación de una productora.

Objetivos específicos

- ✓ Determinar el grado de importancia que tienen los estudiantes de cuarto año de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil de hacer pasantías.
- ✓ Establecer el medio en el que preferiría hacer las pasantías el estudiante.
- ✓ Permitir una experiencia laboral, que garantice un aporte a la formación del estudiante y permita el comienzo de una carrera laboral.
- ✓ Posibilitar la realización de experiencias de pasantías.

Justificación e importancia de la investigación

Para la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, es importante porque demuestra al mercado laboral que tipo de profesionales están egresando de la misma. Una pasantía es la práctica que lleva a cabo un estudiante para poner en destreza sus conocimientos y facultades con la intención de obtener experiencia de campo.

La práctica es una oportunidad en la carrera de todo estudiante, pero conseguir donde realizarla no es tarea fácil. En algunos casos, las universidades lo facilitan al tener un convenio con una o varias empresas las cuales reciben un número determinado de estudiantes, pero en ocasiones, son los mismos estudiantes quienes deben encontrar la empresa que les ayude a realizarla.

Los estudiantes de comunicación social se ven limitados porque no existen facilidades para realizar las prácticas dentro de un medio de comunicación. Para los futuros profesionales es de suma importancia esto ya que será la primera referencia laboral en su curriculum.

Esta investigación se ha realizado debido a la falta de oportunidad de muchos estudiantes para hacer prácticas estudiantiles, observando que se pone en riesgo sus habilidades y conocimientos adquiridos en las aulas. La creación de una productora que permita a los estudiantes hacer prácticas en sus instalaciones será de gran importancia ya que esto los ayudará a ser mejores profesionales, no solo por el desarrollo de tareas sino también desde el punto de vista del desarrollo de las nuevas competencias profesionales que respecta las habilidades, actitudes y aptitudes.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes del estudio

La investigación presentada se fundamenta en metodología del aprendizaje según los principios de aprendizaje: (Gerald B. Leighbody) La actual investigación está respaldada en la información de varios autores, estos se fueron referenciando adecuadamente, relatando adecuadamente las variables observadas.(pag.3)

EL APRENDIZAJE

Gagné (1965:5) **define aprendizaje como “un cambio en la disposición o capacidad de las personas que puede retenerse y no es atribuible a simplemente al proceso de crecimiento”.**

Inicio

En la antigüedad el hombre comenzó sus procedimientos de aprendizaje de forma natural y voluntaria con la finalidad de estar a gusto con su entorno. Este hombre primitivo entendió la necesidad de conocer los alrededores de su casa, saber que plantas se pueden comer y que animales se podían domesticar, las pieles que los podían proteger del frío, como conseguir agua y saber regresar a casa. Es decir, el hombre no se preocupaba de estudiar a profundidad, pero posteriormente las necesidades cambian y nace la enseñanza preparada. Las sociedades se organizaban e inician a bosquejar los conocimientos en asignaturas,

con proyecciones muy grandes. Luego llego la necesidad de agrupar estas asignaturas y combinarlas lo que dio como resultado el estudio de la geografía, química y otros componentes de la naturaleza las cuales han cambiado con el pasar de los años.

Proceso

En la vida para realizar cualquier actividad una persona debe conocer algo de esta para practicarla. El Aprendizaje es la manera de cómo llegar al conocimiento, de obtener nuevas habilidades o mejorar las ya existentes. El aprendizaje inicia desde nuestro alumbramiento y no termina hasta la muerte, esta actividad se realiza de forma individual en nuestro entorno. El aprendizaje no consiste únicamente a la mecanización teórica, a la lectura repetitiva, existen otras muy necesarias acciones las que proponen facilidades como: valorar, conocer, aplicar, analizar y comprender.

El aprendizaje, por ser una adaptación de nuestras experiencias a través del comportamiento, también genera cambios anatómicos, acciones que están muy relacionadas con la memoria y desarrollando de manera diferente a cada individuo su cerebro. Es el resultado de la interacción compleja y continua entre tres sistemas:

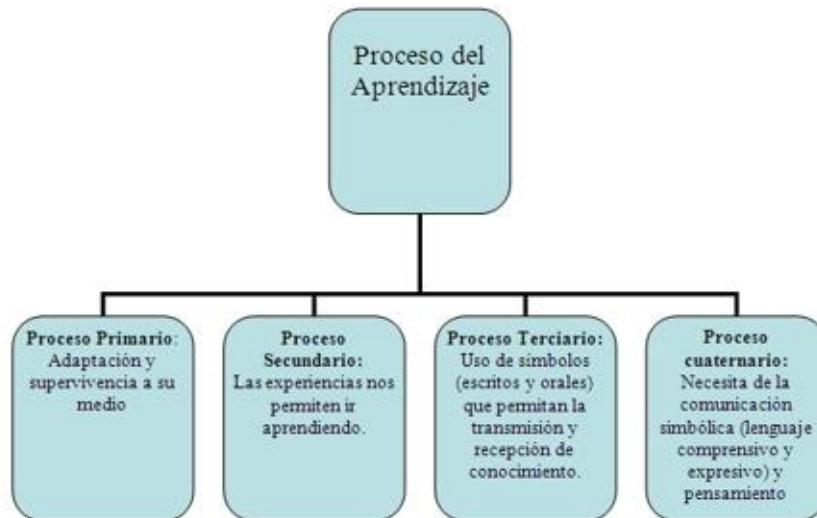
(De Zubiría, Fundamentos de Pedagogía Conceptual)El sistema afectivo, cuyo correlato neurofisiológico corresponde al área pre frontal del cerebro; el sistema cognitivo, conformado principalmente por el denominado circuito PTO (parieto-temporo-occipital) y el sistema expresivo, relacionado con las áreas de función ejecutiva, articulación de lenguaje y homúnculo motor entre otras.nos damos cuenta que el aprendizaje se da es cuando hay un verdadero cambio de conducta.(1989)

Por lo que podemos decir, que los estímulos sociales de los que el ser humano está rodeado a menudo, tienen un flujo muy grande y no son procesadas con la velocidad necesaria, es cuando el cerebro que realiza un sin número de operaciones para logra adaptarse y comparar la información recibida con los soportes ya vividos dando como resultado el interés del individuo, la curiosidad y el deseo de saber mas a cerca de lo que percibe.

(Robert)“Si el sistema afectivo evalúa el estímulo o situación como significativa, entran en juego las áreas cognitivas, encargándose de procesar la información y contrastarla con el conocimiento previo, a partir de procesos complejos de percepción, memoria, análisis, síntesis, inducción, deducción, abducción y analogía entre otros, procesos que dan lugar a la asimilación de la nueva información. Posteriormente, a partir del uso de operaciones mentales e instrumentos de conocimiento disponibles para el aprendizaje, el cerebro humano ejecuta un número mayor de sinapsis entre las neuronas, para almacenar estos datos en la memoria de corto plazo” (2005).

El aprendizaje cuando es nuevo tiene un dinamismo muy marcado y tiene la facilidad de ser verificado y comprobado por nuevos ciclos que involucre el interés, la curiosidad y la expectativa. Es decir que existe una calificación del entorno en el que el ser humano comprende su entorno.

CUADRO 1 PROCESOS



Existen cuatro factores que se necesitan para aprender: inteligencia, motivación, experiencia y conocimientos previos.

Los autores analizan los factores para tener una conclusión de cuál es el más importante, llegando siempre a la misma elección, y con el razonamiento muy bien establecido, como en todas las actividades que realiza el ser humano y no lleva a terminar lo iniciado, **motivación** es muy importante para el desarrollo sustancial del aprendizaje así para conseguir buenos resultados que puedan sustentar el tiempo utilizado así como las energías en la actividad. Pero siempre debemos recordar que esta cualidad depende de cada persona y no está sujeta a factores externos. Mientras que **la experiencia** siempre estará ligada a la práctica diaria, a las costumbres establecidas con anterioridad y conforman un patrón simplemente a seguir por parte de las personas. **La inteligencia** esta duramente ligada a la perfección biológica que facilite la libre

construcción de nuevos conocimientos, con lo que los **conocimientos previos** son el resultado de la experiencia y el factor biológico.

Otros elementos que intervienen en el aprendizaje y que están relacionados con los factores anteriores son la maduración psicológica, que permita diferenciar lo real de lo ficticio, la dificultad material con la cual se defina las posibilidades visibles, la actitud activa y la distribución de tiempo para aprender.

Cuando una persona se propone a aprender hay varios procesos que intervienen para que se lleve a cabo esta acción. Existen múltiples actividades que ponen en acción operaciones cognitivas logrando desarrollar las mentes de quien quiere aprender.

- Una de las operaciones es la recepción de datos, que es el reconocimiento de mensajes elaboración de respuestas donde se ponga en acción actividades mentales que descifren y emitan los símbolos necesarios, donde se pueden activar competencias lingüísticas en caso de los textos, perceptivas y espaciales en caso de imágenes.
- Comprensión de la información que se recibe y al partir de conocimientos anteriores se hacen conexiones, dando sentido al proceso analizando, organizando y transformando la información elaborando conocimiento.
- Retención a largo plazo permitiendo futuros procesos de comprensión de nuevas informaciones que llegaran hacer nuevo conocimiento.
- La transferencia para resolver situaciones mediante el conocimiento asimilado.

TIPOS DE APRENDIZAJE

Dentro del estudio del aprendizaje se explica mejor agrupando en grupos los procesos que difieren este proceso, según elementos específicos.

APRENDISAJE RECEPTIVO. Comprende toda asimilación del entorno sin necesidad de comprender su funcionamiento, pero si saber de su existencia.

APRENDISAJE POR DESCUBRIMIENTO. Comprende toda adaptación de nuestro entorno para su beneficio entendiendo su funcionamiento y utilizándolo.

APRENDIZAJE REPETITIVO. Es la que sin buscar ningún interés mecaniza el conocimiento sin comprenderlos ni relacionándolos.

APRENDIZAJE OBSERVACIONAL. Es el proceso de hacer lo que se ve y relacionar para posteriores circunstancias parecidas.

ESTILO

También se identifico estilos de aprendizaje que mezclen los tipos y agrupan características psicológicas que se expresan cuando una persona debe enfrentar una situación de aprendizaje y efectivizando el proceso.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA

En la búsqueda de una globalización y maximizar esfuerzos en la comunicación se fueron planificando con el pasar de los tiempos medios que optimicen el flujo de información, es así como nacen los medio de comunicación masiva, pero esta nueva idea no solo que garantizaba una

rapidez sino también que aumentaba la audiencia y llamando el interés de empresarios por hacer conocer sus productos a más personas, y así el poder económico ahora influenciaba en el contenido de los medios.

La tecnología a dirigido el avance de los medios que paso del papel a lo auditivo y después a lo audiovisual. Así tenemos que la televisión, la radio, los medios impresos y las relaciones públicas como los principales medios de Comunicación Social. En la actualidad contamos con las redes sociales que han ganado un espacio muy importante en esta carrera tecnológica enfocada a captar más personas.

El internet da una facilidad a los medios convencionales a repetir el mensaje en el caso de la televisión y radio mientras da la oportunidad de informar más rápido y gráficamente en el caso de los medios impresos. Esto implica una amplia gama de opciones que antes los televidentes, oyentes o lectores no tenia, el internet a intensificado el poder de comunicarse masivamente sin la obligación de pertenecer a los medios convencionales.

FUNCIONES

A los Medios de Comunicación Social se le imputan tres funciones dentro de sociedad como son:

Educar: emitiendo contenidos cuya finalidad sea crear conocimiento al espectador.

Informar, llevando con seriedad los acontecimientos de importancia de manera imparcial y veras.

En ocasiones la constitución recoge el derecho a la información por lo que es garantía en los casos que muy frecuentemente se presente

frente a la libertad de expresión, estos derechos y libertades tienen sus límites fijados en la en la veracidad de la información y que no atente contra el honor y la honra o la intimidad de las personas, aunque el debate es muy abierto para establecer o medir de manera confiable estos límites.

CLASIFICACION

La tecnología ha influido para que los medios de comunicación masiva se desarrollen y llegue a una evolución más que notoria de hacen de nuestras sociedades dependientes de estas. Para su mejor estudio podemos decir que existen:

- Medios impresos
- Radio
- Televisión
- Cine
- Internet

A continuación verán una reseña de cada uno de estos su historia e importancia dentro de la sociedad y su función dentro esta.

MEDIOS IMPRESOS

Este concepto de impreso hace alusión a la publicaciones impresas que tenían una frecuencia en su emisión, dependiendo de la importancia, interés o recursos económicos podía ser diaria en muchos casos llamadas diario, semanal estas se las conocía como revistas, las mensuales y las anuales.

Los medio impresos existen desde la aparición de la imprenta por lo que podemos decir que es el primer medio de comunicación social que se

creó, con nexos muy cercanos al periodismo de la época, teniendo como primera función la de informar esta prensa periódica posee, como todo medio de comunicación, las funciones de informar, persuadir, promover, formar opinión, educar y entretener.

El periódico es una publicación impresa la cual da a conocer noticias y artículos interpretativos, de opinión o literarios. Existen artículos que no llevan firma y que por lo general lo redacta el director del periódico, este contiene la línea de opinión del medio acerca de temas de interés nacional que generan opinión pública.

También se habla de periódicos que generalizan los contenidos por lo que sus temas son variados y depende de la seriedad de cada reportero para dar a conocer un estilo claro y conciso. Además también se pueden especializar en temas específicos como finanzas, política, etc.

La **prensa diaria** se distingue por la impresión en papel barato, al contrario de las revistas, más ilustradas en color e impresas en mejor papel.

FORMATOS

La mayoría de los diarios se distribuye bajo cuatro clases principales de formato:

- Hoja grande, tamaño sábana o asabanado, broadsheet: 600 mm por 380 mm, usado muchas veces por los periódicos más serios. Un ejemplo es el formato utilizado por el periódico The Times hasta 2004.
- Tabloide: la mitad del tamaño de los broadsheet, de 380 mm de largo por 300 mm de ancho. En los países anglosajones es muchas veces visto como sensacionalista frente de éstos últimos, aunque en otros países, como España, es el tipo más utilizado.

- Berliner: de 470 mm por 315 mm, usado por periódicos como Le Monde.
- Arrevistado: formato similar a las revistas, incluso con grapas. Es poco frecuente, aunque se sigue utilizando, como es el caso del diario español ABC y el Diario Argentino "La Tarde".

RADIODIFUSIÓN

En el año de 1920 iniciaron las primeras transmisiones de radio antes de la llegada de la televisión, y estas no solo incluían noticias y música, sino también una serie de formatos que hoy desconocemos o que ya no se utilizan como son: dramas, comedias, show de variedades, concursos y diversas maneras de entretenimiento

CINE

(<http://es.wikipedia.org>)El Cine fue un paso más en la creación de medios de comunicación masivos. Corresponden al tipo audiovisual. Es un medio audiovisual masivo que permite llegar a un amplio grupo de personas "cautivas" pero con baja selectividad. Sus ventajas son: Audiencia cautiva y mayor nitidez de los anuncios de color. Entre sus desventajas se encuentran: Poco selectivo en cuanto a sexo, edad y nivel socioeconómico.

Televisión

(<http://es.wikipedia.org>)La palabra "televisión" es un híbrido de la voz griega "Tele" (distancia) y la latina "visio" (visión). El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación, que busca entretener e informar al televidente con una gran diversidad de programas.

La televisión enlaza diversos anuncios que la población utiliza para mantenerse informado de todo el acontecer.

PROCESO PARA CEAR UNA PRODUCCION AUDIOVISUAL

Trabajo tiene un orden específico que ayude a su ejecución de manera organizada reduciendo costos y optimizando el tiempo la producción es igual. Consta de:

- pre-producción
- producción o realización
- Post-producción

PRE-PRODUCCION

El primer paso a seguir es la de conseguir una idea, esta en un inicio no tiene que ser clara, pero si dar pautas para complementar un trabajo el cual valga la pena realizar, las ideas son el resultados de situaciones, anécdotas, historias o del diario vivir así como de una la invención de nuestra imaginación, todo cuenta al momento de crear. Una vez que se a elegido la idea, se la estructura, se la trabaja hasta quedar pulida, el productor debe quedar satisfecho.

La parte mas importante del proceso de comunicación de TV, es la planificación que se debe cumplir, con la necesaria anticipación, por esta razón incluyen en este proceso de idealización a al desarrollo del proyecto audio visual. A esta etapa se la conoce como pre-producción. Aparte si todos los pasos han sido debidamente planificados y con previsiones tomadas, es

imposible que aparezcan situaciones inesperadas que puedan arruinar la producción, donde reconoceremos brevemente una serie de pasos que deben atenderse antes de la producción de cualquier programa. El cumplimiento de estos pasos no solo será útil para lograr la aprobación del proyecto, esta información servirá como guía para toda la producción.

Pasos a seguir:

- Desarrollo de la idea
- Análisis de audiencia
- Investigación del tema
- Selección del modo de producción
- Tratamiento
- Presupuesto

DESARROLLO DE LA IDEA

El productor tiene la obligación de que la idea original que muchas veces es difusa y sin claridad, sea desarrollada de manera completa, acercado con la mayor exactitud al concepto o conceptos del programa.

Los conceptos son las características básicas que originan todo el desarrollo de la producción. Ellos sirven como filtro a través de los cuales deben pasar todos y cada uno de los elementos que forman parte del programa.

(Rodriguez, 2011)“Para organizar bien el tiempo e ir complementando el trabajo realizado en las distintas fases de producción se sugiere la siguiente secuencia de control para el proyecto” (Pag.21).

- La idea
- El guion
- Storyboard
- Realización.

- **LA IDEA**

(Rodriguez, 2011)“La idea es el elemento mínimo indispensable para llegar a cualquier historia, sea un guion para corto, o un documental o anuncio publicitario” (Pag. 21)

CUADRO 2 LA IDEA



- **EL GUION**

Es el relato escrito planeado para película, corto o comercial. Tiene un parecido con las obras de teatro. Se inicia por el argumento siempre pensando que todo se va a filmar.

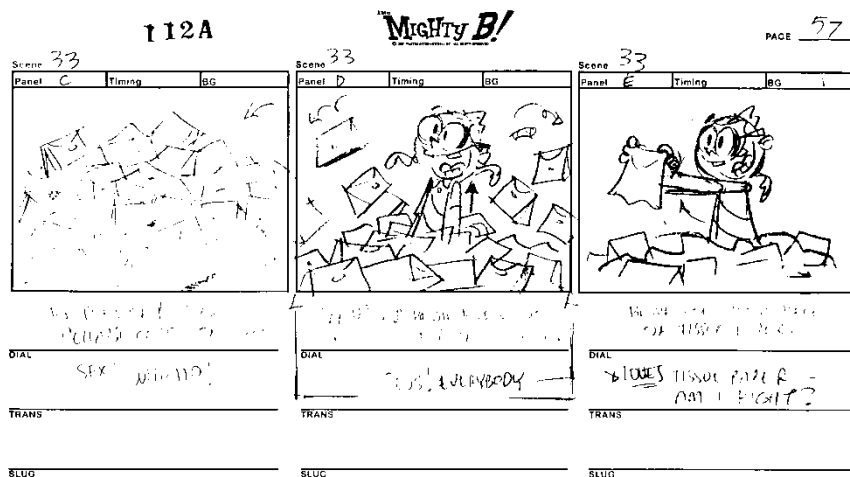
(Rodriguez, 2011)El guion son los diálogos, las escenas, las secuencias, y una descripción minuciosa y pormenorizada de los que los actores hacen en escena. (Pag.22)

El cine es un campo parecido pero no igual a la literatura por lo que el escritor debe conocer mucho de las propuestas visuales, dependiendo de las limitaciones el argumento será realizado.

Todo guion se divide por secuencias, que como anticipo el autor muy parecido a la obra de teatro que está separado por actos. Para identificar cada secuencia esta tiene un encabezado que contiene el lugar y el momento en el que se desarrolla. A su vez cada secuencia se divide en escenas, estas a su vez son la agrupación de tomas o planos, de los personajes en el mismo ambiente en el que se desarrolla.

- **STORYBOARD**

CUADRO 3 STORYBOARD



Esta es una herramienta que ayudara al director a visualizar las escenas, es muy parecida a las historietas, estos además incluyen instrucciones y planificaciones concretas. Con esta ayuda se puede filmar por locación y no por orden lógico lo que permitiría una optimización del tiempo.

- **REALIZACION**

(Rodriguez, 2011)La realización es el proceso por el cual se crea un video. Esta supone asumir decisiones tanto a nivel artístico como productivo, la limitación está dada por los medios disponibles. (Pag.23)

ANALISIS DE AUDIENCIA

Cuando desarrollamos una idea esta debe estar dirigida para un grupo o grupos de personas según las características propias por lo que es importante que el productor tenga en cuenta:

1. Composición de la Audiencia

- Personas que la integran.
- Sus edades.
- Sexo.
- Grupo social al que corresponden.
- Nivel de formación.

2. Hábitos de la audiencia

- Hábitos de las personas al ver televisión.
- Horas del día que miran la televisión.
- Lugar donde miran la televisión.

3. INTERES DE LA AUDIENCIA

- Que temas le gustaría ver al grupo objetivo.
- Importancia del tema tratado por parte del grupo.

INVESTIGACION DEL TEMA

Una vez elegidos los temas y contenidos que se trataran el programa, es muy importante sustentar tanto como sea posible dichos temas con una investigación profunda. Búsqueda de libros, revistas, trabajos realizados, producciones anteriores que traten los mismos temas, entrevistas con especialistas, y cualquier fuente de información acerca del tema a tratar en la producción.

La dificultad de los temas en algunas ocasiones, se convierten en obstáculos para los productores dado la imposibilidad de

información, el no interés, la dificultad de conseguir información o el tiempo utilizado es demasiado comparado con la ganancia prevista.

SELECCIÓN DEL MODO DE PRODUCCIÓN

Al finalizar la investigación del tema y haber obtenido el material suficiente para sustentar las ideas a exponer inicia la consideración de aspectos técnicos sobre los cuales se basará la producción para la realización del producto. Aspectos técnicos tales como:

- La locación. Estudio o exterior.
- En vivo o grabado
- Numero de cámaras
- Unidad móvil.

Y todos los aspectos que se puedan realizar conforme a un presupuesto.

TRATAMIENTO

El tratamiento es un breve resumen del programa, por lo que podemos decir que es un instrumento muy útil identificando:

La PRESENTACION de la idea a los ejecutivos de la compañía de esto depende la aprobación del proyecto y que usualmente no debe ser tan extensa sino más bien directa y precisa para no aburrir y lograr el objetivo planteado.

CLARIFICACIÓN de la idea, los productores en este punto tienen muy bien planificado y pensado lo a realizar.

DEBE contener una descripción de la idea básica del show, y así justificar que vale la pena hacer el gasto en la producción.

PRESUPUESTOS

Es la parte fundamental al momento de presentar un proyecto, dado que el presupuesto nos va a indicar bajo que parámetros vamos a trabajar, el número de personal, la tecnología a utilizar, el círculo de actores a contratar, el número de cámaras y en si a disminuir o acrecentar el staff de producción según el presupuesto con el que se cuente.

El gran secreto para el buen cálculo de un presupuesto es asegurarse de absolutamente todos los elementos a utilizarse en la producción tengan su costo y estar incluidos.

Existen tres maneras de realizar un presupuesto:

1. Realizar una “lista de todos los elementos que puedan llegar a usarse en una producción” marcando lo que se va a utilizar realmente o son de absoluta necesidad.
2. Dividir el presupuesto en dos grandes grupos, “sobre la línea” donde se incluye los sueldos de única y exclusivamente el personal. Mientras en la sección “bajo la línea” se incluyen todos los gastos provenientes de alquileres equipos y elementos de producción.
3. El desglose detallado el cual consiste en pasar sobre cada detalle del libreto del programa y hacer una lista minuciosa de lo que hará falta para poder realizar lo allí planteado.

Fundamentación pedagógica

Principios didácticos y reglas metodológicas

(Ortiz) La palabra principio, del latín principium, significa fundamento inicio, punto de partida, idea rectora o regla fundamental. En la literatura se utiliza con frecuencia el término

principio como regla que guía la conducta, fundamento de un sistema, concepto central que constituye la generalización y extensión de una proposición a todos los fenómenos de la esfera de la que se ha abstraído o las máximas particularidades por las que cada cual rige sus en sus operaciones.

Los principios didácticos son aquellas regularidades esenciales que rigen la dirección científica del proceso de aprendizaje de los estudiantes en el aula de clase. En realidad los procesos didácticos son principios didácticos, reglas metodológicas y recomendaciones prácticas para dirigir el proceso de aprendizaje, educación y desarrollo de la personalidad de los estudiantes.

Juan Amos Comenio planeó una serie de fundamentos relacionados con principios que orientan a una didáctica tradicional, los cuales tienen algunos aspectos negativos pero en su gran mayoría tienen plena vigencia y respondían a un fin noble: enseñar todo a todos:

1. Comenzar temprano antes de la corrupción de la inteligencia.
2. Actuar con la debida preparación de los espíritus.
3. Proceder lo general a lo particular.
4. Proceder de lo más fácil a lo mas sencillo.
5. No cargar en exceso a ninguno de los que han de aprender.
6. Proceder despacio en todo.
7. No obligar al entendimiento a nada que no le convenga por su edad o por razón del método.
8. Enseñar todo por los sentidos actuales.
9. Enseñar cosas para el uso del presente.
10. Enseñar siempre por un solo y mismo método.(Pag7)

Fundamentación legal

Todos los estudiantes universitarios tienen derecho a una educación de calidad que garantice su buen vivir. Así como a una educación gratuita hasta el tercer nivel por una sola vez.

Hipótesis

- Si se evalúa la necesidad de los estudiantes de prácticas se crearía una productora audiovisual.

Variables de la investigación

- Necesidad de los estudiantes por prácticas universitarias
- La creación de una productora audiovisual

Variable independiente

- Evaluación de la necesidad de los estudiantes de cuarto año de comunicación social por realizar prácticas.

Variable dependiente

- Creación de una productora audiovisual en la facultad.

Definiciones Conceptuales

Los autores después de la prevé vista al marco teórico pasaran a revisar términos que merecen la explicación para su debido entendimiento.

Cámara: Aparato que registra en un dispositivo de almacenamiento las escenas en movimiento, descomponiendo su acción en secuencias de fotogramas de modo que puedan ser reproducidas reconstruyendo el mismo movimiento.

Camarógrafo: técnico que siguiendo las indicaciones del director del filme y del director de fotografía, efectúa materialmente las tomas.

Reparto: conjunto de actores que trabaja en una película, cada uno en el papel que se le ha asignado.

Guion: elaboración escrita de una película en la cual se define la historia, desarrollo, los diálogos, y los movimientos de los personajes, los ambientes, los ruidos y a veces los tipos de encuadre.

Sonidista: técnico que realiza los efectos incluidos en la banda sonora de un film.

Toma: también llamado plano, corresponde a una acción fílmica continua, accionando la cámara una sola vez.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El método científico forma un procedimiento o recurso para lograr un propósito es por ello que los investigadores lo usan para palpar lo real mediante métodos que servirán para evaluar y obtener un resultado preciso, según lo dice, (TECLA Y GARZA) “es el medio para alcanzar un objetivo determinado; procedimiento para ordenar la actividad que se desea cumplir”. (p. 15).

Modalidad de la investigación

Los autores determinaron que la modalidad que se va a aplicar en el proyecto es la investigación de campo, porque este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen de las encuestas y de la observación, entre otras, siendo estas de gran ayuda porque la información que se obtiene de ellas es directa, precisa y confiable.

Tipo de investigación

El tipo de investigación utilizada es exploratorio por lo que este pretende dar una visión general de tipo aproximativo respecto a una determinada realidad, recogiendo mayor información con respecto al problema aclarando la dimensión del mismo. Es también descriptiva porque recoge información y precisa su origen, detallando diversas opiniones y preferencias de la población escogida.

Población y Muestra

Población

La Población es el conjunto de todos los elementos que son objetos de un estudio estadístico. Para realizar esta investigación se toma la población que representa a los estudiantes de cuarto año de comunicación social de la Universidad de Guayaquil, legalmente matriculados en el periodo 2012-2013, da un total de 132 individuos.

Muestra

Como la población es de 132 hay que realizar la encuesta a toda la población. EL resultado será 100% confiable y no se tomarán márgenes de dispersión ni de error. No se determina cálculo de confianza, ni de validez debido a lo señalado.

Operalización de las variables

La operacionalización de una variable es describir cómo se va a medir dicha variable o determinado aspecto que considera importante y aclara cómo se van a interpretar los posibles resultados. Para esto los autores de la investigación deben definir correctamente todos los indicadores que van a servir para la recolección de los datos y esta información sea correctamente valorada.

CUADRO 4 OPERALIZACION DE LA VARIABLES

VARIABLE	TIPO DE VARIABL	DIMENSIONES O CATEGORÍA	INDICADOR
• Evaluación de la necesidad de los estudiantes de cuarto año de comunicación social de realizar prácticas.	Independiente		
		Necesidad que tienen los estudiantes de hacer pasantías	100 % satisfecha la necesidad que tienen los estudiantes de hacer prácticas.
• Creación una productora.	Dependiente	Competencia profesional	100% competentes en el ámbito profesional

Fuente: Elaboración Propia

Instrumentos de investigación

La encuesta es un instrumento que servirá para recolectar todos los datos que se requieren en esta investigación, las mismas que permitirá evaluar el grado de necesidad que tienen los estudiantes por hacer pasantías y determinará qué tipo de medio de comunicación es el más escogido por ellos. La encuesta será realizada al total de la población que son los estudiantes de cuarto año de comunicación social que son un total de 132 individuos, esta recolección y verificada de datos será realizada por los autores de esta investigación.

Recolección de la información

Los resultados se obtendrán de los instrumentos de la investigación, o sea de las encuestas previamente realizadas, las

preguntas serán según las variables investigadas, permitiendo medirlas y al mismo tiempo formar criterios validos.

Procesamiento de los datos y análisis

Los datos serán manejados por medio de gráficos donde se puede ver los resultados de forma clara y sencilla. Se analizará según la aplicación de las técnicas tomadas por los autores, por ello se determinará los valores perimétricos porcentuales.

Criterios para la elaboración de la propuesta

Es indispensable redactar la propuesta de la forma más concisa, clara y coherente para facilitar el trabajo de la persona que lo evalúa, los autores al hacer las encuestas deben ser precisos, para la adecuada ejecución del proyecto factible, el tutor certificará que se cumplan los parámetros requeridos, convenientes e indispensables para la propuesta de la creación de una productora donde realizan prácticas los estudiantes de cuarto año de comunicación social de la Universidad de Guayaquil.

Criterios para la validación de la propuesta

Los autores aseguran la veracidad e integridad de los datos obtenidos con lo que se puede exponer un criterio confiable, se utilizarán los instrumentos de investigación que servirán de garantía en la propuesta realizada. El tutor es quien validara dicha propuesta.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

LA ENCUESTA

Se muestra los análisis y las interpretaciones de los resultados derivados de los cuestionarios realizados para la obtención de la información del estudio. El análisis de estadística descriptiva se elaboró en SPSS. La tabulación permitió diferenciar varias oportunidades pero serán oportunamente determinadas en las conclusiones de la investigación.

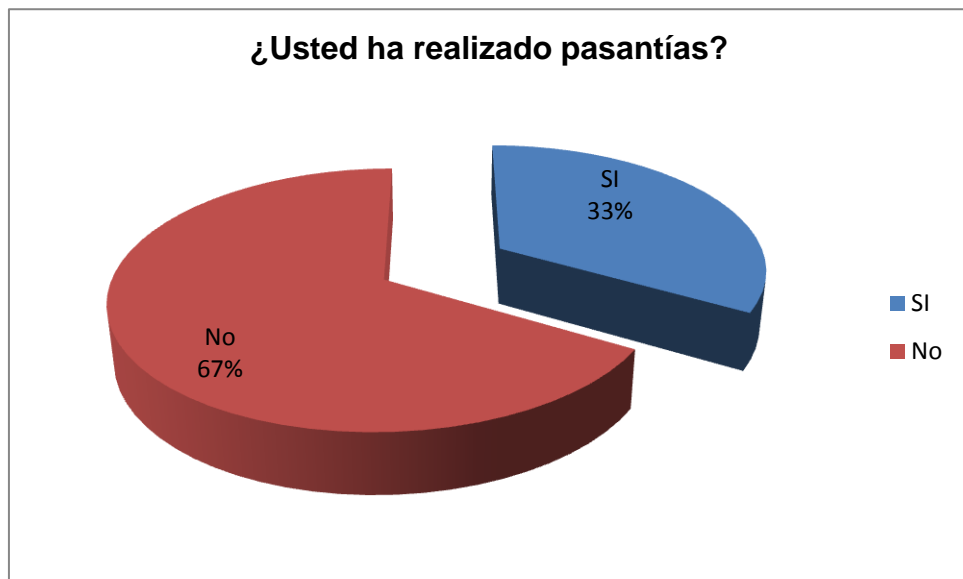
Se analizó como está estructurada o percibida la realización y motivación de los estudiantes por las prácticas en la universidad para con ello conocer sus inquietudes y poder ofrecerles una alternativa de solución.

La elaboración de las preguntas de la encuesta se basó en preguntas cerradas y de opción múltiple.

Los gráficos fueron hechos en tipo torta 3D con porcentuales de cada respuesta para tener una visualización exacta de los resultados buscados en la investigación.

A continuación se presentan los gráficos con su respectiva interpretación o análisis para cada ítem, las preguntas respondidas por la población encuestada

GRÁFICO: 1 ENCUESTA PREGUNTA 1

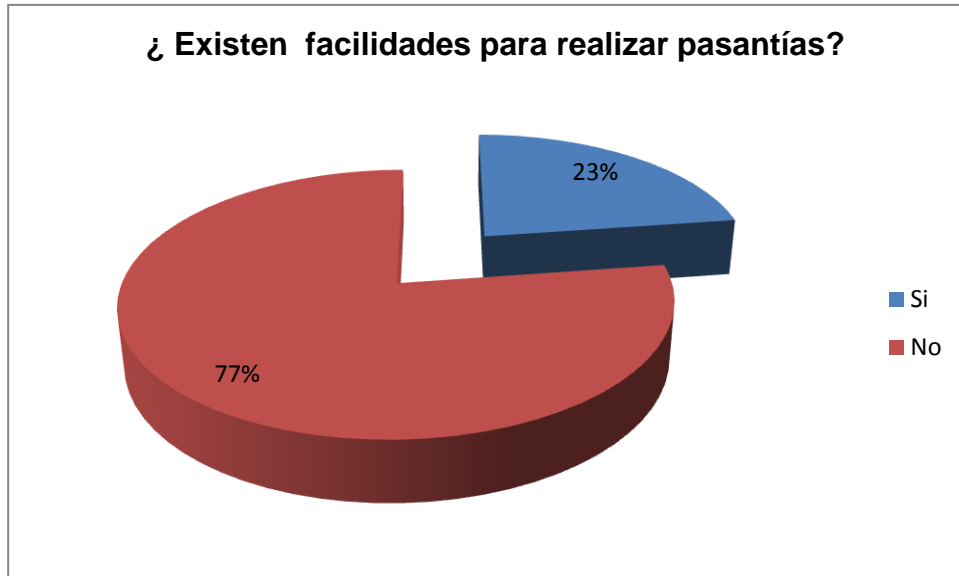


FUENTE: LOS AUTORES

El 67% de los estudiantes no han realizados las pasantías y tan solo un 33% ha podido concretarlas; lo cual denota que la mayoría de los estudiantes que están en el cuarto año pronto a culminar su carrera no han cumplido con este requisito señalado por la universidad.

Estos porcentajes muestran carencia de oportunidades hacia los universitarios que necesariamente tienen que cumplir con el menester de las pasantías las cuales ayudan en su carrera profesional adquiriendo así experiencia laboral y cognitiva.

GRÁFICO: 2 ENCUESTA PREGUNTA 2

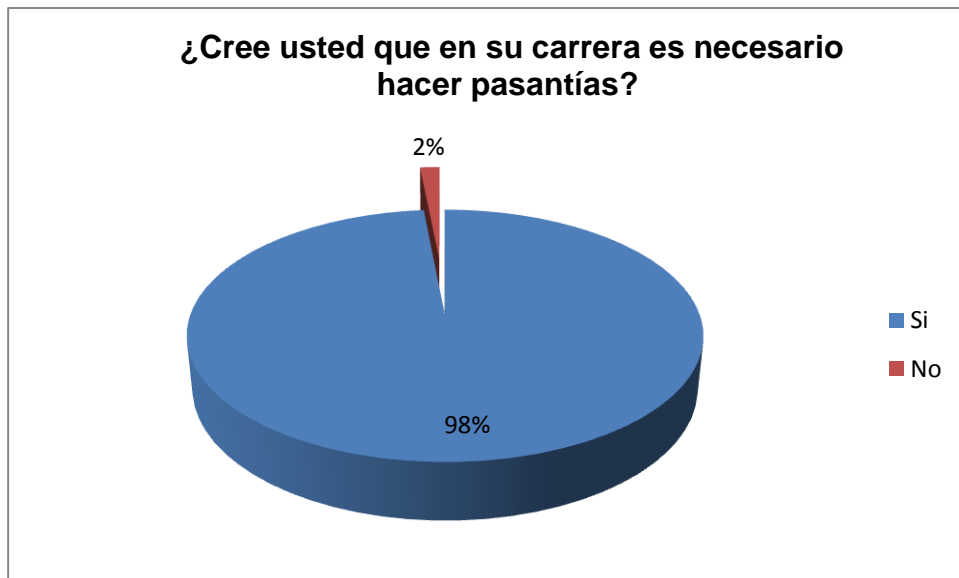


FUENTE: LOS AUTORES

Como se puede observar, los porcentajes nos indican que en su amplia mayoría con un 77% los estudiantes declaran que no existen facilidades para realizar sus pasantías y tan solo un 23% indica que hay medios que facilitan la realización de las mismas.

Los universitarios expresan que se les hace muy complicado poder efectuar las pasantías siendo esto la causa de que muchos estudiantes no llegan a culminar su carrera en el tiempo previsto.

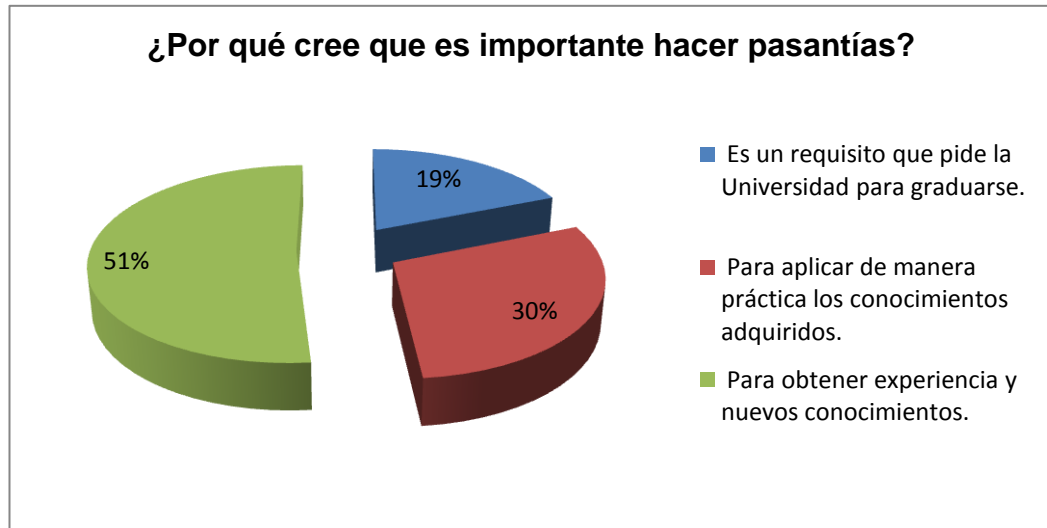
GRÁFICO: 3 ENCUESTA PREGUNTA 3



FUENTE: LOS AUTORES

El 98% de los estudiantes están conscientes de que en la carrera de comunicación social como en cualquier otra es necesario hacer pasantías para adquirir experiencia laboral aplicando así los conocimientos adquiridos en la universidad y en un futuro cercano poder ser un profesional competitivo.

GRÁFICO: 4 ENCUESTA PREGUNTA 4



FUENTE: LOS AUTORES

Se puede visualizar que un 51% de los estudiantes desean o creen que es importante las pasantías porque les permite obtener experiencia laboral ya que así podrán aplicar de manera práctica sus habilidades y a la vez adquirir nuevos conocimientos.

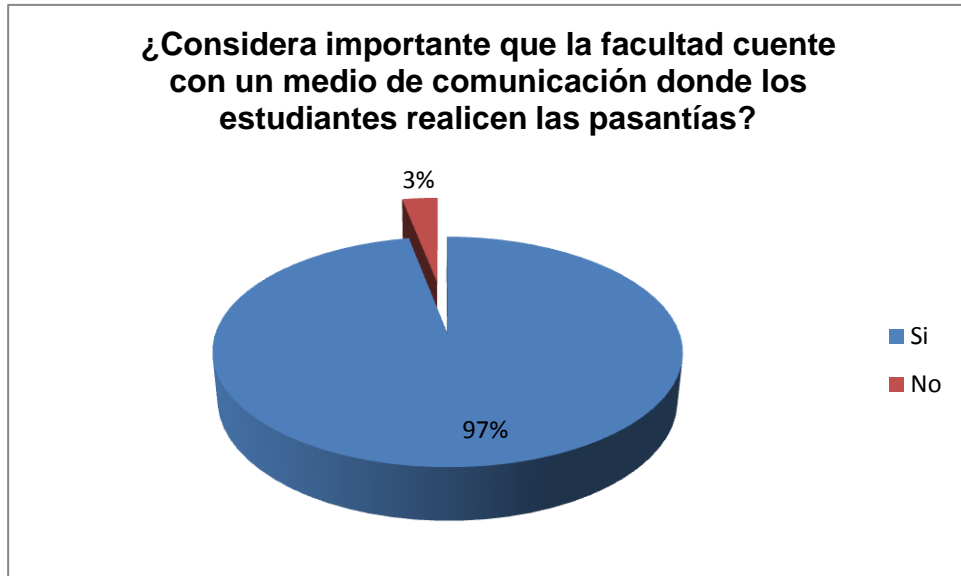
GRÁFICO: 5 ENCUESTA PREGUNTA 5



FUENTE: LOS AUTORES

El 50% de los estudiantes del cuarto año de la carrera de comunicación social eligieron la televisión como primera opción donde quisieran llevar a cabo sus pasantías, siendo la radio y el medio impreso un porcentaje menor pero también escogido por muchos estudiantes y el 6% se sienten identificados con las relaciones públicas.

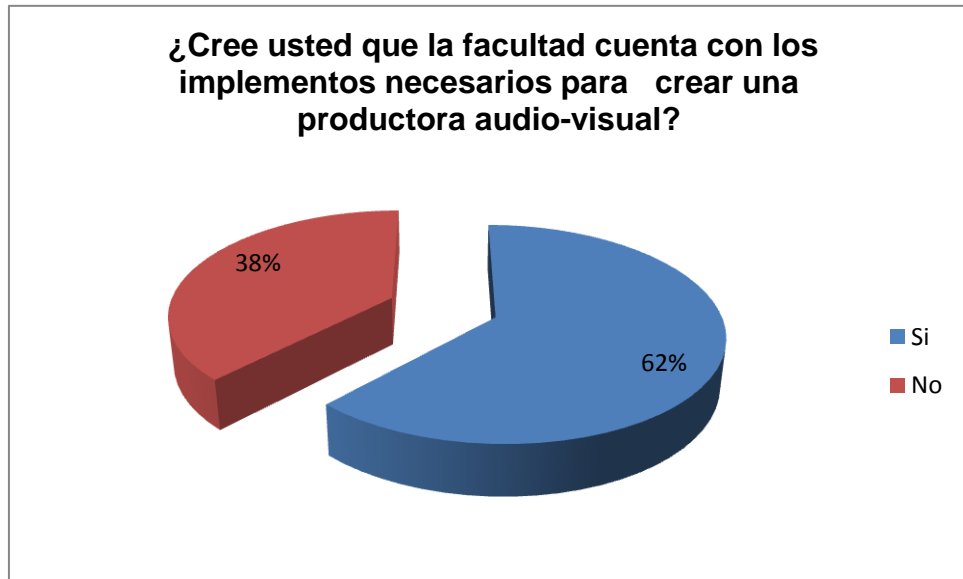
GRÁFICO: 6 ENCUESTA PREGUNTA 6



FUENTE: LOS AUTORES

Notoriamente se observa que una gran mayoría de estudiantes consideran importante que la facultad cuente con un medio de comunicación donde puedan realizar sus pasantías ya que se les facilitaría obtener así experiencia laboral sin buscar en otros lados la realización de la misma.

GRÁFICO: 7 ENCUESTA PREGUNTA 7



FUENTE: LOS AUTORES

El 62% de los estudiantes dicen que la facultad si cuenta con implementos necesarios como cámaras, micrófonos, etc, que pueden ser utilizadas para la creación de una productora audio-visual que a muchos de ellos les ayudaría a poner en práctica sus conocimientos y así desempeñarse mejor en un futuro trabajo.

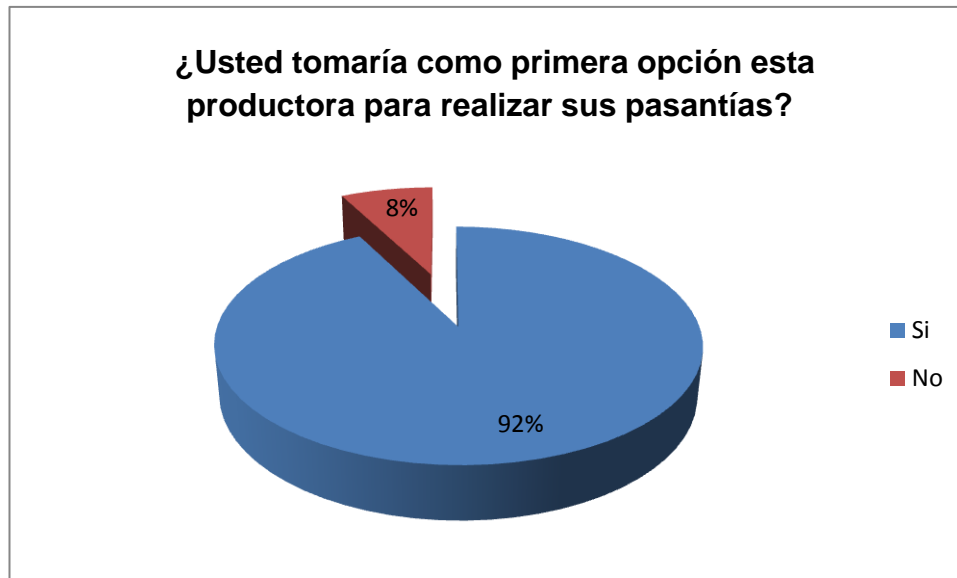
GRÁFICO: 8 ENCUESTA PREGUNTA 8



FUENTE: LOS AUTORES

El 83% de los estudiantes tienen la confianza de realizar sus pasantías en una productora perteneciente a la Facultad de Comunicación Social, aunque un 17% todavía está reacio a realizarlas en la institución.

Gráfico: 9 ENCUESTA PREGUNTA 9



FUENTE: LOS AUTORES

Un amplio porcentaje del 32% de los estudiantes piensa en su primera opción de realización de sus pasantías en una productora perteneciente a la facultad lo cual demuestra que estos confían en las actitudes institucionales.

Gráfico10: ENCUESTA PREGUNTA 10



FUENTE: LOS AUTORES

Con un 69% la opción de realizar las pasantías en horarios de la tarde muestra la amplia preferencia a la que se inclinan los estudiantes ya sean por factores laborales, logísticos y personales; Y el horario de la mañana es elegido como segunda opción con un 20% de predilección y tan solo un 11% de los estudiantes desean cumplir con este requisito en la noche.

Gráfico11: ENCUESTA PREGUNTA 11



FUENTE: LOS AUTORES

Se observa que los estudiantes están dispuestos a realizar sus pasantías en horario laboral que sería de lunes a viernes, esto demuestra el compromiso que tienen ellos y el deseo de superación profesional mediante la realización de la misma.

PREGUNTAS	RESPUESTAS															TOTAL
	Si	No	a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	h)	i)	j)	k)	l)	m)	
1	44	88														132
2	30	102														132
3	130	2														132
4			25	39	68											132
5						31	66	27	8							132
6	128	4														132
7	82	50														132
8	110	22														132
9	122	10														132
10										27	91	14				132
11													127	4	1	132

FUENTE: LOS AUTORES

Esta tabulación es una síntesis de todas las preguntas realizadas con sus respectivas respuestas, para facilitar a los autores de esta investigación la realización de los gráficos para una mejor observación de los resultados de las encuestas.

CAPÍTULO V

PROPUESTA DE CREACION DE UNA PRODUCTORA.

ANTECEDENTES DEL PROYECTO

Los estudiantes universitarios de hoy en día buscan al finalizar su carrera encontrar un trabajo con salario digno, pero se encuentran con barreras de no tener experiencia. Los comunicadores sociales como en muchas otras profesiones se deben formar mediante la experiencia llevada de la mano con la materia. En la investigación realizada se llegó a la conclusión de la importancia de crear un espacio en la Facultad de Comunicación Social para los estudiantes que cursan el cuarto año para complementar sus conocimientos y llevarlos al campo laboral y explotar todas sus capacidades y así formar profesionales enteros, listos para competir en el mercado laboral.

Problema a resolver:

El cuarto año de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil fueron sujetos de estudio para identificar la necesidad de estos por realizar prácticas, que les permitan confirmar sus conocimientos en el campo laboral.

DATOS GENERALES SOBRE LA EMPRESA

Tipo de empresa: De servicios

Forma jurídica: Taller audiovisual adjunto a

Nombre: FACSO PRODUCCIONES

FACSO PRODUCCIONES

Es la nueva propuesta universitaria que trabaja desde y para los estudiantes de la facultad de Comunicación Social, llevando por el camino de las prácticas y desarrollando sus capacidades laborales que fomenten su espíritu, capacidad y competencia en el campo laboral.

La productora contará con dos áreas muy bien marcadas y en las cuales los estudiantes podrán escoger según su afinidad la que más les parezca, cortometrajes y reportajes. Para las cuales se necesitará directores, productores, actores, guionistas asistentes de producción, sonidistas asistentes creativos y talentos de pantalla.

MISION DE LA PRODUCTORA

Realizar producciones de calidad con avances en propuestas y educación que sirvan de modelos para la sociedad y que proyecten profesionalmente a los involucrados.

VISION:

Promover el éxito de los estudiantes universitarios como futuros profesionales

OBJETIVO

- satisfacer las necesidades de los estudiantes de los cuartos años por pasantías profesionales

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Involucrar a profesores en los proyectos.
- Motivar a los estudiantes a crear producciones inéditas.
- Promover la enseñanza práctica.

AREAS DE TRABAJO

- PRODUCTOR.
- PRODUCTOR EJECUTIVO
- DIRECTOR.
- ASISTEN DE DIRECCION
- ASISTENTE DE PRODUCCION
- CAMAROGRAFOS
- GUIONISTA
- EDITORES
- ACTORES
- SONIDISTAS

MOBILIARIO Y EQUIPO

El salón contara con:

- 5 ESCRITORIOS
- 5 COMPUTADORAS
- 5CAMARAS
- 2 BOOM
- 6 LUCES
- 1CONSOLA DE SONIDO
- 2 SOPORTES
- 1 ESTUDIO

Mercado objetivo:

Son todos los medios de comunicación que desean tener profesionales formados íntegramente.

Demográfico:

Sexo: Masculino

Edad: indistinto

Nivel socioeconómico: medio, medio alto y alto

Geográfico:

Ciudad de Guayaquil

ANALISIS DE LA INDUSTRIA

Dentro como factor preponderante la falta de competencia importante dado que el producto final será la profesionalización de los estudiantes.

ANALISIS COMPETITIVO

Competencia directa: no se encuentra competencia directa.

SERVICIOS DE LA EMPRESA

- **Cortometrajes**
- **Documentales**
- **repostajes**
- **Videoclips**
- **Programas**

EL PÚBLICO A QUIEN VA DIRIGIDO

Como anteriormente se expone, lo que se intenta lograr es la profesionalización de los estudiantes, no solo como comunes ejercientes de su profesión sino marcando estilos de alta competencia laboral.

FODA

Análisis interno y externo de la empresa

Fortalezas:

- ❖ Numero muy alto de participantes
- ❖ No tenemos restricciones de temas a tratar.
- ❖ Creatividad y originalidad en los estilos.

Oportunidades

- ❖ Jóvenes motivados
- ❖ Interacción directa con todos los miembros del grupo de trabajo
- ❖ Experiencia continua y diaria.

Debilidades:

- ❖ bajos presupuestos para las producciones

Amenazas:

- ❖ Problemas en los grupos de trabajo.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La educación actual es complementaria, hoy en día no solo podemos enseñar teoría en las aulas sino debemos introducir de poco a los futuros profesionales al campo laboral mediante proyectos realizables y sustentables que permitan esta formación integral y no solo conformista.

Conclusiones

Dentro de lo estudiado se ve como los estudiantes universitarios no son tomados en cuenta por empresa para realizar pasantías profesionales muchas de las veces perjudicados por la calidad de enseñanza que se imparte en diferentes instituciones recibiendo profesionales mediocres estos no se arriesgan a recibir estudiantes.

También se analizó que muchos estudiantes pierden motivación por la falta de oportunidades para demostrar sus habilidades periodísticas o en cualquier otra rama de la comunicación, en otros casos se notó un desánimo total por la carrera y solo esperar a obtener su título y nada más.

A pesar de todos estos inconvenientes son más los estudiantes que se interesan por su carrera y realizarla de manera profesional y digna trabajando en medios o desarrollando el suyo para mantener una competitividad muy alta que hará de este país un lugar mejor

El entusiasmo de los estudiantes de cuarto año de comunicación social es muy alto al afrontar una empresa comunicacional que se vera proyectada en una productora audiovisual y que con el debido manejo de profesores y autoridades llevaran a delante para formar de la mejor manera a los futuros comunicadores

Recomendaciones

Se debe optimizar los recursos de la facultad, dado que los existentes con un excelente manejo serian capaces de soportar la puesta en escena de una productora audiovisual.

Un mejor control para los profesores y trabajadores de los talleres audiovisuales que permitan a los estudiantes tener una guía para realizar trabajos universitarios con proyección profesional.

Un mantenimiento adecuado a los equipos y así lograr que más estudiantes logren realizarse como practicantes y no simplemente como teóricos de la materia.

La Facultad de Comunicación Social De la Universidad de Guayaquil cuenta con instalaciones suficientes para desarrollar el potencial de los estudiantes es solo cuestión de voluntad por parte de las autoridades y poner en marcha un proyecto sencillo que traerá grandes beneficios a la institución, a los profesores y a los estudiantes.

Bibliografía y citas

- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacionnal interna*. Madrid: Gesbiblo.
- Barkley, E., Cross, P., & major, H. (2005). *Collaborative learning techniques*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Bonals, J., & Sánchez, M. (2007). *Manual de asesoramiento psicopedagógico*. Barcelona: Editorial Graó.
- Cash, A. (2002). *Psicología para dummies*. Bogotá: Norma.
- Cohen, G. (1991). *La naturaleza de la función directiva*. Madrid: Díaz santos.
- El lenguaje de la vida. (s.f.). *Blog de el lenguaje de la vida*. Recuperado el 4 de noviembre de 2010, de Sitio web de comunicación: www.ellenguajedelavida.blogspot.com
- El Universo. (10 de septiembre de 2010). *El Universo*. Recuperado el 15 de Octubre de 2010, de Sitio web el periódico El universo: <http://www.eluniverso.com/2010/09/10/1/1356/ecuador-continua-105-ranking-competitividad.html?p=1361A&m=2160>
- Ferrer, G. G. (2005). *Investigación comercial*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.
- Festinger, L., & Katz, D. (1992). *Los métodos de investigación en las ciencias sociales*. Barcelona: Paidós.
- García, J. (1998). *La comunicación interna*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Koontz, H., & O'Donnell, C. (1998). *Principio de la administración moderna*. New York: Mc Graw Hill.
- León, A. (2005). *Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional*. México: UMUSA.
- Longo, F. (2004). *Merito y flexibilidad*. Barcelona: Paidós.

- Marín, L. (1992). *Sociología de la empresa*. Madrid: Ibérico europea.
- Ramirez, T. (2004). *Cómo realizar el proyecto de investigación*. Caracas: Contexto editores.
- Rey, F. (2003). *Técnicas de resolución de problemas*. Madrid: FC editorial.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson.
- Robbins, S. (2004). Comportamiento Organizacional. En S. Robbins, *Comportamiento Organizacional* (págs. 571-579). México: Pearson.
- Sabino, C. (2005). *El proceso de la investigación*. Caracas: Panapo.
- Shumpeter, J. (1976). Capitalism, soocialism, democracy. En J. Shumpeter, *Capitalism, soocialism, democracy* (págs. 132-133). New Jersey: George Allen & Unwin.
- week, B. (1994). Council of communication managment. *Bussines week*, 8.

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA DIRIGIDA A: “Los estudiantes de cuarto año de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.”

TEMA: Evaluación de la necesidad de los estudiantes de cuarto año de la carrera de Comunicación Social de la Universidad estatal de Guayaquil, para realizar prácticas, con la propuesta de la creación de una productora.

INVESTIGADORES: Andrés Del Pozo. María Mesías Ramos.

MARQUE CON UNA X UNA OPCIÓN

1. ¿Usted ha realizado pasan

Si No

2. ¿Existen facilidades para realizar pasantías?

Si No

3. ¿Cree usted que en su carrera es necesario hacer pasantías?

Si No

4. ¿Por qué cree que es importante hacer pasantías?

a) Es un requisito que pide la Universidad para graduars

b) Para aplicar de manera práctica los conocimientos adquiridos.

c) Para obtener experiencia y nuevos conocimientos.

5. ¿En qué medio de comunicación le gustaría llevar a cabo las pasantías?

- d) Radio. e) Medio Impreso
f) Televisión g) Relaciones Públicas

6. ¿Considera importante que la facultad cuente con un medio de comunicación donde los estudiantes realicen las pasantías?

- Si No

7. ¿Cree usted que la facultad cuenta con los implementos necesarios para crear una productora audio-visual?

- Si No

8. ¿Usted realizaría sus pasantías en una productora de la facultad?

- Si No

9. ¿Usted tomaría como primera opción esta productora para realizar sus pasantías?

- Si No

10. ¿Qué horario usted escogería para realizar las pasantías?

- h)Matutina
i)Vespertina

j) Nocturna

11. ¿Con que frecuencia le gustaría realizar sus pasantías?

k) Toda la semana

l) Los fines de semana

m) Una vez a la semana