

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN**

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN
EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

**DESARROLLO DE E-COMUNICACIÓN, PORTAL WEB DE LA ESCUELA DE
COMUNICACIÓN DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL
ECUADOR COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y
EXTERNA**

MIGUEL ALEJANDRO AGUIRRE NARANJO

DIRECTOR: MTR. PATRICIO CEVALLOS LÓPEZ

QUITO, 2014

AGRADECIMIENTOS

Agradezco por la guía y paciencia que mis padres y mi tía me han brindado incansablemente durante toda mi vida estudiantil; a mi hermana y hermano por ser mi gran soporte; a mi sobrino y sobrina por ser mi inspiración y a mis amigas y amigos por ser cómplices de vida. Además un especial agradecimiento a mis profesores Patricio Cevallos, Lourdes Pérez, Carolina Larco y León Espinosa por acrecentar mis conocimientos y ver de manera apasionada el mundo de la comunicación en sus distintos ámbitos.

TABLAS DE CONTENIDOS Y GRÁFICOS

0. INTRODUCCIÓN	V
1. TEMA	1
2. DATOS DE LA ORGANIZACIÓN	1
2.1. Filosofía de la Organización	2
2.2. Marco Jurídico	3
2.3. Acreditaciones	4
2.4. Organigrama	5
3. DIAGNÓSTICO	8
3.1. Canales de comunicación	9
3.1.1. Canales de Comunicación PUCE	9
3.1.2. Canales de Escuela Comunicación	13
3.1.2.1. Canales físicos	13
3.1.2.2. Canales digitales	15
3.1.2.2.1. Correos electrónicos	15
3.1.2.2.2. Bitácoras digitales o Blogs	16
3.1.2.2.3. Periódicos o boletines digitales	33
3.1.2.2.4. Otros canales	39
3.1.3. Flujo de información	40
3.1.4. Estudio de situación comunicacional por públicos	41
3.1.4.1. Resultados análisis alumnos	41-59
3.1.4.2. Resultados análisis docentes	60-75
3.1.4.3. Resultados análisis ex alumnos	76-86
3.1.4.4. Grupo focal de estudiantes	87-89

3.1.5. Estructura de análisis	90
3.1.5.1. Árbol de Problemas	91-93
3.1.5.2. FODA	94-95
4. JUSTIFICACIÓN	96
5. OBJETIVOS	97
5.1. Árbol de Objetivos	97-99
5.2. Plan Operativo de Actividades	102-105
5.3. Matriz de Marco Lógico	106-109
5.4. Monitorización	110
5.5. Evaluaciones	111
6. DESTINATARIOS	111-115
7. PROTOTIPO	116-131
8. CONCLUSIONES	132
9. BIBLIOGRAFÍA	134
10. ANEXOS	136 - 170

RESUMEN

La presente disertación contiene el proyecto de desarrollo de un portal web dentro del cual se establezcan mecanismos de comunicación interna y externa dirigidos para los públicos de interés de la Escuela de Comunicación de la Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

En vista de que esta disertación recoge datos de análisis a partir del año 2006 hasta la fecha, la primera parte contiene un amplio análisis de la situación comunicacional en esta unidad académica, considerando que es un subsistema de un mayor sistema de educación superior el cual influencia de manera directa en distintos parámetros estructurales y de comportamiento de la organización.

A partir de la identificación de los públicos clave para la Escuela de Comunicación como estudiantes, profesores, ex alumnos y personal administrativo, se aplicaron una serie de instrumentos de investigación y posterior análisis para definir un adecuado perfil del estado de comunicación tanto interna como externa.

Junto a esta fase de análisis también se analizaron varias perspectivas con respecto al avance de las Tecnologías de Información y Comunicación, y como estas a través de las aplicaciones que se han desarrollado, resultan ser un instrumento de comunicación efectivo por su inmediatez y accesibilidad.

Con base en estos puntos de análisis se estructura el portal “e-comunicación” como una propuesta de canal de comunicación que involucre la participación de todos sus públicos y sirva tanto como una herramienta de difusión de información como de aporte en la generación de conocimiento en distintos niveles.

0. INTRODUCCIÓN

La necesidad de la gente por establecer nuevas vías para comunicarse que sobrepasen cualquier limitación de tiempo y espacio, incentivó a los expertos en informática a desarrollar mecanismos que satisfagan estos propósitos. Con este fin se desarrollaron nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) que enlacen a las personas de todas partes del mundo y permitan acceder a la información en el menor tiempo posible. Entre ellas se puede mencionar al correo electrónico, la Web, las redes sociales virtuales, los grupos de discusión en línea, las videoconferencias, entre otras herramientas que facilitan la comunicación entre personas, nuevas formas de participación y aprendizaje.

En las organizaciones, las empresas, las instituciones educativas, ONG y distintos tipos de organizaciones han implementado este tipo de tecnologías para establecer mecanismos de comunicación y participación entre los públicos que las conforman. Debido al empleo de estas herramientas tecnológicas, la comunicación organizacional ha adquirido nuevas funciones y nuevos retos alineados a la evolución de las TIC y a las actuales necesidades comunicativas de los públicos relacionados.

Por esta razón, en la presente disertación se propone el desarrollo de un portal Web de la Escuela de Comunicación de la Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, como canal de comunicación, información y participación de los públicos internos (estudiantes, docentes, personal administrativo y autoridades) y externos (exalumnos), con el fin de mejorar la comunicación en esta subunidad educativa.

En la primera parte se describe la investigación realizada para conocer el estado de la comunicación en la Escuela, desde el año 2008 hasta el año 2012 a través del análisis del manejo de la información a nivel institucional, los canales de comunicación que se emplean actualmente, las necesidades comunicativas de los distintos públicos y su aproximación a las TIC.

En la segunda parte se presenta el diseño del portal desde la perspectiva de la comunicación organizacional de la Escuela, su distribución conceptual, contenidos y desarrollo gráfico.

También se analizan las aplicaciones de Internet y Web 2.0 incluidas en el portal, sus ventajas y aporte para la comunicación de esta organización.

Mientras que en la tercera parte de este proyecto se plantean los usos que tendrá el portal de la Escuela de Comunicación encaminados a satisfacer las necesidades comunicativas de los públicos, el plan operativo de las actividades, los posibles resultados, las precondiciones, los indicadores, las fuentes de verificación, los insumos, los recursos humanos y económicos, las formas de monitoreo y evaluación considerados para el desarrollo de este proyecto.

CUERPO DEL TRABAJO

1. Tema

Desarrollo de “e-comunicación”, portal Web de la Escuela de Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador como herramienta de comunicación interna y externa.

2. Características de la Organización

El presente proyecto está elaborado para la **Escuela de Comunicación**, que pertenece a la Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, en Quito. Dadas las particularidades de la Escuela, diferentes a todas las demás sub entidades de la organización, y los alcances comunicativos del portal, se tomará como **“organización”** específicamente a la división administrativa y académica en cuestión.

Esta escuela de enseñanza superior forma a alrededor de 250 estudiantes en el área de comunicación social, en tres especialidades: Comunicación y Literatura, Periodismo para prensa, radio y televisión y Comunicación Organizacional.

La carrera se abre anualmente y comprende ocho semestres de formación, de los cuales cinco se destinan a la formación básica en comunicación y para materias complementarias como: literatura, lenguaje, lingüística, historia, antropología, investigación, economía, psicología, filosofía, diseño gráfico y cine. En los últimos tres semestres los estudiantes acceden a materias propias de la especialidad elegida y, además, deben cumplir con 300 horas de prácticas profesionales internas y externas.

Como complemento a la formación académica, la Escuela de Comunicación realiza actividades como: encuentros, festivales, concursos, talleres y conferencias de cine, literatura y comunicación con catedráticos y profesionales nacionales y extranjeros. Asimismo, los estudiantes elaboran productos como el periódico El Imperdible y campañas de comunicación, bajo la dirección de los docentes.

La Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura y las Escuelas que la han ido conformando, desde su creación en el año 1987, se han convertido en constantes objetos de cambio y evolución en beneficio de los estudiantes, del cuerpo docente, del personal administrativo y de las autoridades. Por ejemplo, en la actualidad la Facultad forma parte de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación (FELAFACS), creada con el objetivo de cooperar entre las facultades que la conforman.

El cuerpo docente está compuesto por 17 profesores especializados en áreas de la comunicación, la mayoría con títulos académicos de postgrado. De acuerdo al tiempo de dedicación, cinco trabajan a tiempo completo, uno a medio tiempo y once profesores a tiempo parcial.

A octubre de 2013, la Escuela de Comunicación contaba con 260 estudiantes quienes cursaban la carrera de Comunicación tanto en los primeros niveles de formación completa como en los últimos tres niveles de especialización¹.

Adicionalmente, a nivel de estudiantes egresados hasta junio de 2008 esta Escuela contaba con 186 profesionales graduados en la Escuela de Comunicación, de los cuales: 62 son profesionales especializados en Periodismo, 41 en Comunicación Organizacional y 83 en Comunicación y Literatura.

2.1. Filosofía de la Organización

Misión: La Escuela forma profesionales comprometidos con los principios humanos y cristianos, creativos, dinámicos, ilustrados y técnicamente competentes en el manejo de los recursos propios de la actividad comunicativa. La Escuela de Comunicación ofrece un espacio de reflexión en el que, con libertad y respeto, se piensa sobre la realidad, en general, y sobre la comunicación, en particular. En la Escuela de Comunicación se trabaja de modo integrado, interdisciplinario, ágil y creativo, con espíritu de cooperación, en las áreas académica, de investigación y de producción de la comunicación.

¹ Información proporcionada en la Secretaría de la Escuela de Comunicación, a partir de los listados de estudiantes de los niveles correspondientes al II Semestre del período 2013.

Visión: La Escuela de Comunicación busca ser líder en la formación de profesionales capacitados con una visión humanística y de servicio a la sociedad, que promuevan el desarrollo de proyectos de investigación y autogestión, en el ámbito comunicativo. Además la Escuela de Comunicación busca convertirse en un agente de mejoramiento social, a través de la creación y ejecución de innovadores productos comunicativos en distintos ámbitos académicos y sociales.²

2.2. Marco jurídico

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador es una persona jurídica de derecho privado, autónoma, sin fines de lucro, constituida en un Sistema Nacional Universitario (SINAPUCE).

La PUCE fue creada por Decreto del 2 de julio de 1946, publicado en el Registro Oficial N° 629, de 8 de julio de 1946, y erigida por la Santa Sede el 16 de julio de 1954, y se rige por: la Constitución y las Leyes de la República del Ecuador, el Modus Vivendi suscrito entre la República del Ecuador y la Santa Sede, y la legislación Eclesiástica respecto de las Entidades Católicas y de las Facultades Eclesiásticas; y al Estatuto y los reglamentos que dicte en ejercicio de su propia autonomía³.

El Estatuto de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador fue aprobado por el Consejo Superior el 29 de febrero del año 2000 y por el CONUEP el 10 de mayo del 2000. Las

La Escuela de Comunicación, al ser una subunidad de la PUCE, se rige al Estatuto de la PUCE y a los Reglamentos que la constituyen.

² PUCE. Internet. Acceso: 26-01-2013

<http://www.puce.edu.ec/portal/content/Comunicaci%C3%B3n%20Ling%C3%BC%C3%ADstica%20y%20Literatura/21?link=oln30.redirect>

³ PUCE. Internet. Acceso: 02-06-2014 <http://www.puce.edu.ec/intranet/documentos/Reglamentos/SG-Estatuto-Universitario-PUCE-2011.pdf>.

2.3. Acreditaciones

La PUCE fue ubicada por el Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación (CONEA), organismo vigente hasta el año 2010, en la categoría A como valoración de la calidad académica, el soporte para la formación de los estudiantes, la pertinencia y calidad de la investigación y de la eficiencia administrativa.

Además otras unidades académicas de la PUCE han recibido acreditaciones como:

- La carrera de Ecoturismo de la Escuela de Hotelería y Turismo recibió la certificación UNTWO Tedqual, siendo la única carrera en todo el Ecuador y la quinta en Latinoamérica en obtener esta distinción. Este distintivo de calidad es internacionalmente reconocido para programas de educación, formación e investigación en Turismo. Ha sido conceptualizado y desarrollado por la *Organización Mundial del Turismo* (OMT-UNTWO).
- El Centro de Servicios Ambientales y Químicos (Facultad de Ciencias Exactas y Naturales), en el año 2004, obtuvo una doble acreditación al cumplir con los requisitos que establece la Norma ISO 17025 (Requisitos generales para la competencia de los laboratorios de ensayo y calibración).
- La Facultad de Ciencias Administrativas y Contables mantiene su sistema de gestión de calidad desde mayo del 2003. Este sistema fue recertificado el 27 de julio del 2010 bajo la norma ISO 9001:2008. El alcance de la certificación abarca el diseño y prestación de servicios de formación académica a nivel de pregrado y postgrado en Ciencias Administrativas y Contables, así como los servicios de consultoría y capacitación en el campo de las Ciencias Administrativas. La certificación está avalada por los organismos acreditadores ICONTEC e IQNET.
- La Facultad de Medicina de la PUCE fue acreditada por la *Red Iberoamericana para la Acreditación de la Calidad de la Educación Superior* (RIACES), a partir de una Evaluación Externa Internacional realizada a esta Facultad.
- DISerLAB-PUCE (Laboratorios de Diagnóstico, Investigación y Servicios) se encuentra acreditado por el Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE), en el

área de Microbiología de aguas y alimentos. Esta acreditación demuestra la competencia técnica para la “ejecución de ensayos microbiológicos en aguas”.⁴

2.4. Organigrama

Es pertinente mostrar la conformación administrativa de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, debido a que la Escuela de Comunicación forma parte de este gran sistema académico.

De acuerdo al Art. 9 de la Dirección y Administración, descrito en los estatutos de la PUCE, el Gobierno general de la misma lo ejercen: el Gran Canciller, el Vice-Gran Canciller, el Consejo Superior, el Rector, el Vicerrector y el Consejo Académico.

De igual forma en el Art. 40 se establece que la PUCE cuenta con una sede matriz ubicada en la ciudad de Quito y otras sedes en Ambato, Ibarra, Esmeraldas, Santo Domingo de los Colorados y Manabí, conformando el sistema organizacional SINAPUCE.

Por otra parte, la PUCE contiene a 15 Unidades Académicas de distintas ramas, entre las cuales se encuentra la Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura conformada por cinco escuelas: Escuela de Comunicación, Escuela de Lengua y Literatura, Escuela de Lingüística Aplicada, Escuela Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales y la Escuela de Lenguas - Idiomas.

Dichas estructuras organizacionales tanto de la PUCE como de la Escuela de Comunicación se encuentran graficadas a continuación en los Gráficos 1 y 2, respectivamente.

⁴ PUCE. Internet. <http://www.puce.edu.ec/portal/content/Acreditaciones/46?link=oln30.redirect> Acceso 02-06-2014

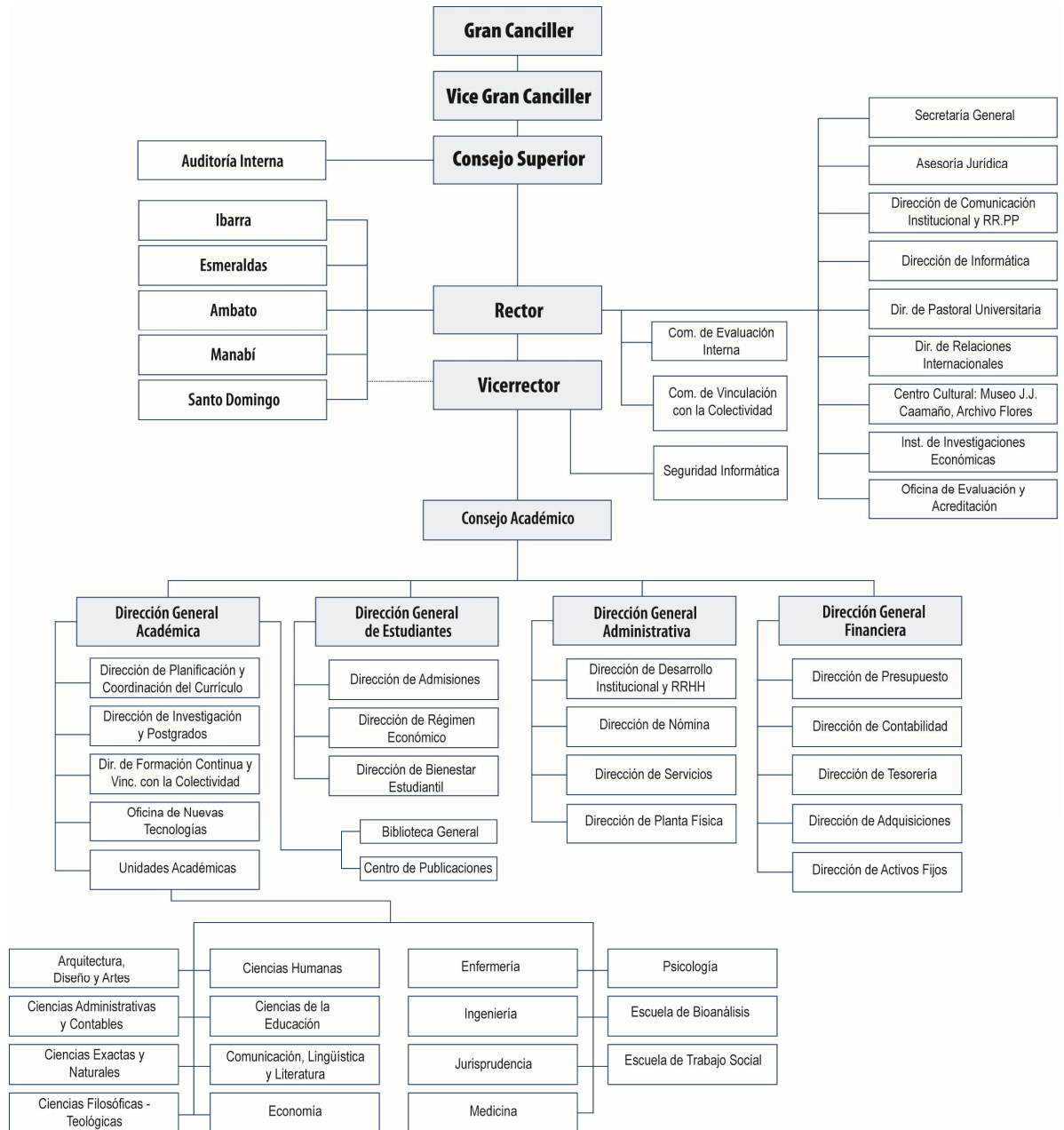


Gráfico 1: Organigrama estructurado y aprobado por el Consejo Superior de la PUCE⁵.

⁵ PUCE - Organigrama estructural. Internet.

http://www.puce.edu.ec/documentos/Organigrama_may2013.pdf. Acceso: 12 de agosto

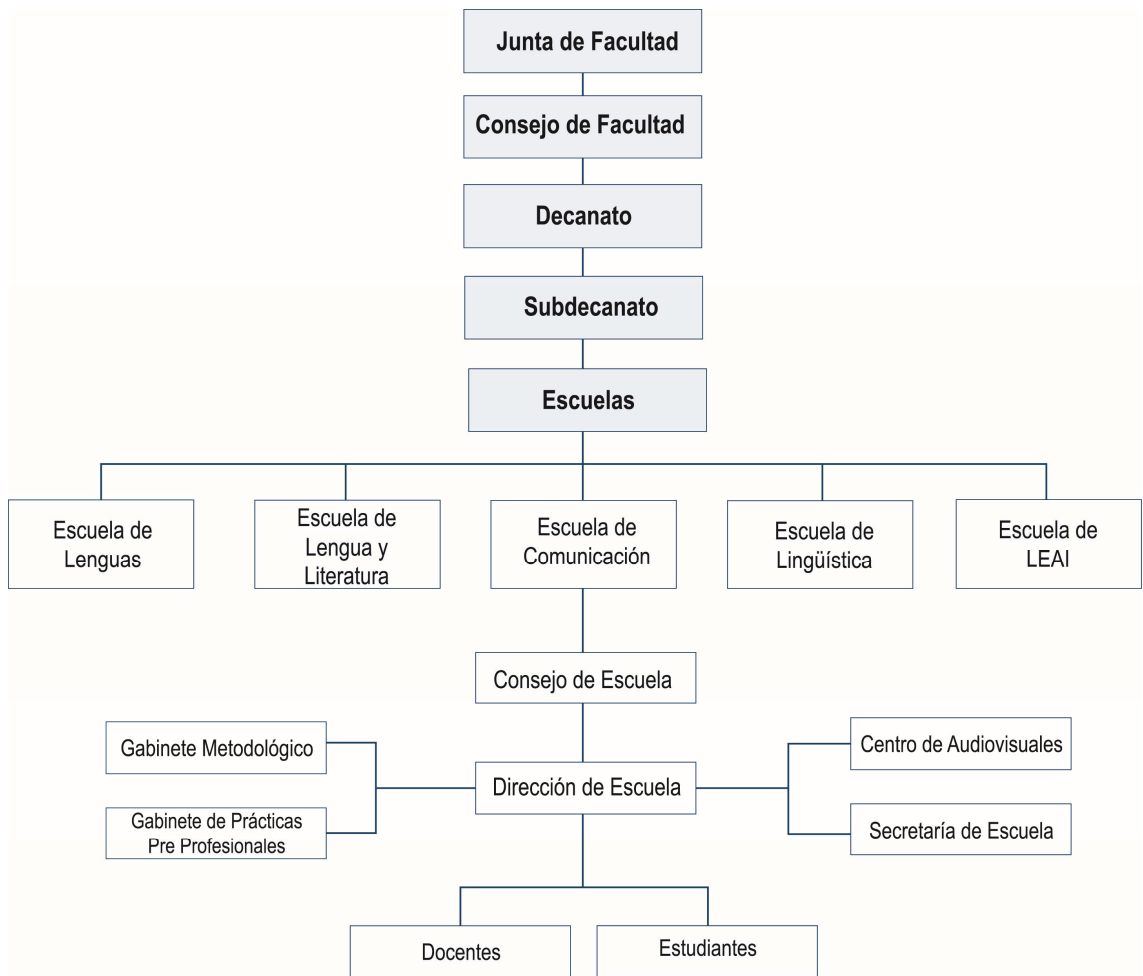


Gráfico 2: Organigrama Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura.

3. Diagnóstico

Para la elaboración del proyecto propuesto en la presente disertación se tomaron en cuenta fundamentos de diagnóstico que sirvan para conocer la realidad comunicacional de esta organización – Escuela de Comunicación.

Como base inicial se partió desde la definición etimológica de la palabra propuesta por Washington Uranga y otros, en donde se define como: “diagnóstico proviene del griego y significa distinguir, discernir y conocer. Podríamos, sin embargo establecer una secuencia entre estas tres palabras y determinar que para conocer es necesario atravesar primero por las dos etapas anteriores”⁶.

De esta manera, se efectuó un diagnóstico pasivo definido como “aquellos realizados por agentes externos (profesionales, técnicos, consultores, especialistas, etc.) sin participación de los actores involucrados en la situación o institución implicada”.⁷ Dentro del cual se aplicó el tipo de investigación Aplicada – Descriptiva, también denominada activa o dinámica, la cual busca confrontar la teoría con la realidad, a través de descripciones, análisis e interpretaciones a problemas o circunstancias concretas, en este caso, puntualmente al estado de comunicación interna y externa de la Escuela de Comunicación⁸.

Para evaluar el estado de la comunicación interna y externa se aplicaron técnicas de investigación cuantitativa (estadísticas temáticas, cuestionarios o encuestas dirigidas a los estudiantes, ex alumnos y docentes) y cualitativa (observación, análisis de canales de comunicación, grupos focales y entrevistas puntuales).

Este proceso de recolección de información e investigación se realizó en dos períodos puntuales en el año 2008 y en el año 2012, con el objetivo de conocer aquellos cambios en el manejo de comunicación interna y externa, a través de entornos digitales, en la Escuela de Comunicación de la FCLL.

⁶ Uranga, Washington y otros. Diagnóstico y Planificación de la Comunicación. S/L, La Crujía – Centro de Comunicación Educativa. S/F, pp. 1

⁷ Ídem, pp. 9

⁸ Mario Tamayo y Tamayo. El Proceso de la Investigación Científica. México D.F., Ed. Limusa, ed. 3, 1996, pp. 51-54

3.1. Canales de Comunicación

Este apartado correspondiente al diagnóstico de comunicación de la Escuela busca analizar los canales de comunicación de todo el sistema que conforma la organización, partiendo por el gran sistema informativo determinado por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, la Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura y la Escuela de Comunicación, dirigidos tanto para públicos internos y externos.

Si bien el análisis estará enfocado prioritariamente al uso de canales digitales de comunicación de la organización, por el objeto del proyecto, también se incluye el análisis correspondiente a los canales oficiales y no oficiales, fuera de entornos digitales, para conocer la interrelación que existe entre los públicos.

Por otra parte, cabe indicar que en el transcurso de investigación para esta disertación, la Dirección de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas de la PUCE realizó varios cambios en la estructura de los canales de comunicación físicos como digitales, debido al proceso de calificación del Consejo Nacional de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES). Este factor fue determinante para la evolución de los canales digitales, los cuales se modificaron o potenciaron en su mayoría en el año a partir del año 2011⁹.

3.1.1. Canales de Comunicación de la PUCE

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador cuenta con una serie de canales de comunicación tanto a nivel interno y externo, que se gestionan mediante la Dirección Institucional y de Relaciones Públicas. De acuerdo al portal web de la PUCE los siguientes son los canales generales¹⁰:

⁹ Revista Actualidad PUCE. PDF - Internet. <http://www.puce.edu.ec/documentos/2013/Revista-Actualidad-26-2013.pdf> Edición N° 26, versión digital. Página 69. Acceso: 04/06/2014

¹⁰ PUCE. Dirección de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas. Internet. <http://www.puce.edu.ec/portal/content/Comunicaci%C3%B3n%20institucional/100?link=oln30.redirect> Acceso: 31/05/2014

Canales	Descripción
Síntesis Informativa Diaria	Brinda al usuario un resumen diario de noticias de la PUCE, resultado de la información que genera la comunidad universitaria.
Boletines de prensa	Enviados a los medios de comunicación para que los difundan. Se los monitorea diariamente su publicación, y muchos de ellos aparecen en los principales medios de comunicación del País. Se encuentran en la www.puce.edu.ec en orden cronológico, y también llegan por Intranet a los correos de la comunidad universitaria.
Noticias	Las noticias científicas, académicas, culturales, deportivas y otras, generadas por la comunidad universitaria, son procesadas, redactadas por esta Dirección y enviadas a los medios de comunicación. También se encuentran en la www.puce.edu.ec en orden cronológico.
TV Noticias	Es un noticiero semanal que aparece en la www.puce.edu.ec y en las pantallas ubicadas estratégicamente en el campus, con un resumen de los eventos culturales, académicos, científicos, deportivos y sociales de la Universidad, dirigido y coordinado por la Dirección de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas y el Departamento de Audiovisuales de la PUCE, y producido por estudiantes de séptimo nivel de la carrera de Comunicación. También se encuentra en orden cronológico.
Twitter	Red social de la PUCE, donde en 140 caracteres se informa con frecuencia el diario vivir de la PUCE. Se encuentra en la www.puce.edu.ec
Noticias flash	Ofrece las noticias instantáneas de los sucesos universitarios. Llega a través de la Intranet a toda la comunidad universitaria y a las pantallas de la PUCE.
Foto eventos	Es un informe gráfico de los eventos de la Universidad. Se encuentra en la www.puce.edu.ec . Está ordenado en forma cronológica. Se difunde en las pantallas de la Universidad y es enviado vía Intranet.
1800 Eventos	Teléfono 299 17 00, Ext. 1800. Es un servicio telefónico interno y externo que brinda al usuario horarios y fechas de los eventos diarios que ofrece la PUCE. También se encuentra en la www.puce.edu.ec con el nombre de eventos.
Pantallas LCD	Ubicadas en sitios estratégicos de la PUCE, transmiten información Institucional, para mantener al día en noticias a la comunidad universitaria.


Kioskos informativos interactivos	Contienen información de la PUCE. Se los puede utilizar en forma digital para facilidad del usuario. Están ubicados en sitios de gran circulación de la comunidad universitaria. Es un trabajo conjunto con la Dirección de Informática.
Cartel Actualidad PUCE	Se encuentra en las carteleras del Campus. Circula cada mes con información actualizada de los eventos de la PUCE. La información también se difunde en la página web y en las pantallas estáticas e interactivas.
Revista Actualidad PUCE	Circula cada año con la información más relevante de la PUCE.
Suplemento Institucional	Circula cada aniversario de la PUCE, el 4 de noviembre, con información importante de la Universidad, en varias publicaciones periódicas del país.

Cuadro 1: Canales de Comunicación PUCE

Canales de Comunicación Digitales PUCE

Considerando que el proyecto que se propone en esta disertación es un canal digital, a continuación se hará un especial análisis de los canales digitales que la PUCE implementa para transmitir información a sus distintos públicos.

Cada canal digital cuenta con su descripción y estadísticas sobre el número de seguidores o usuarios que visitan dichos canales.

Canal	Descripción	Referencia
Portal web	<p>El portal fue replanteado en noviembre de 2011 y tiene como objetivo presentar una renovada imagen corporativa buscando posicionarla como “digital, moderna y competitiva”, de acuerdo a las palabras publicadas del Sr. Rector - Manuel Corrales Pascual S. J.¹¹</p> <p>Este canal integra servicios y acceso online para estudiantes y profesores, optimiza la gestión de procesos administrativos (matrículas, horarios, biblioteca, etc.), además de la oferta académica de pregrado y posgrado.</p>	 <p>www.puce.edu.ec</p>

¹¹ Portal Web – PUCE. Internet. www.puce.edu.ec . Acceso: 25-01-2013

<p>Youtube</p>	<p>Canal institucional de eventos y noticias del campus universitario de la PUCE, creado desde el 7 de noviembre de 2011, en donde se recopilan vídeos divididos en listas de Eventos y las temporadas del noticiero estudiantil: TV Noticias PUCE.</p> <p>El canal cuenta con 93 vídeos presentados, 423 suscriptores y 94856 visualizaciones de vídeo.¹²</p>	 <p>http://www.youtube.com/user/videosPUCE</p>
<p>Facebook</p>	<p>Canal oficial de la PUCE en Facebook, creado desde el 1 de marzo de 2010 que a la fecha cuenta con una audiencia de 37.842 personas que siguen a esta página.¹³</p>	 <p>www.facebook.com/pontificiauniversidadcatolicadeecuador</p>
<p>Twitter</p>	<p>La cuenta de twitter que cuenta con 7.741 seguidores, 1378 tweets y sigue a 3.741 usuarios de esta red social. Inició sus publicaciones el 21 de agosto de 2009.¹⁴</p>	 <p>www.twitter.com/NoticiasPUCE</p>
<p>Flickr</p>	<p>Sitio de publicaciones de álbumes de fotografías de los eventos de la PUCE. Cuenta con más de 1700 fotos y la cuenta fue creada desde abril de 2008.¹⁵</p>	 <p>https://www.flickr.com/people/puceeventos/</p>

Cuadro 2: Canales de Comunicación Digitales de la PUCE

¹² Canal Youtube – PUCE. Internet. <http://www.youtube.com/user/videosPUCE> . Acceso 31/05/2014

¹³ Página Facebook – PUCE. Internet. www.facebook.com/pontificiauniversidadcatolicadeecuador . Acceso 25-01-2013

¹⁴ Página Twitter – PUCE. Internet. www.twitter.com/NoticiasPUCE . Acceso 25-01-2013

¹⁵ Página Flickr – PUCE. Internet. <http://www.flickr.com/photos/puceeventos> . Acceso 25-01-2013

A pesar de que los canales de comunicación de la PUCE si tienen una actualización permanente, la participación o interacción de los usuarios es limitada, pues en algunos de ellos como Youtube, Flickr y portal web los usuarios no pueden comentar o etiquetar, pues dichos recursos están deshabilitados. Por otro lado, los canales como Facebook y Twitter cuentan con una respuesta moderadamente inmediata por parte de los administradores a los seguidores de estas dos redes. A partir de estos dos puntos, se puede determinar que dichos canales de comunicación digital se iniciaron como una vía unidireccional de transmisión de la información, pero que en el transcurso del tiempo se ha dado los primeros pasos de generación de interacción entre los usuarios y el administrador de estas redes.

3.1.2. Canales de Comunicación de la Escuela de Comunicación

A partir de la revisión de los canales de comunicación con los que cuenta la PUCE, también es importante mencionar que la Escuela de Comunicación difunde información a través de los mismos, sin embargo también posee diversos canales propios. En el transcurso de cinco años (del 2008 al 2014) estos canales han sido modificados tanto a nivel de formatos, de estructura de contenidos y de necesidades propias que tienen los públicos de la organización.

3.1.2.1. Canales físicos

- Cartelera generales: La organización cuenta con tres cartelera ubicadas en el segundo piso del edificio de la FCLL. Las tres cartelera cuentan con información específica como contexto institucional (misión, visión, objetivos, organigrama); académico (horario de clases clasificado por niveles, materias y paralelos); administrativa (oficios, cartas oficiales enviadas desde Rectorado, Decanato o Dirección de Escuela, hojas de créditos, instructivos para matrícula de estudiantes) y oportunidades laborales y de práctica pre profesionales.

Toda la información publicada en este canal debe tener la aprobación de las autoridades. La Secretaría de la Escuela y el o la estudiante que cumpla las funciones de becario o becaria es la persona encargada de publicar estos documentos. Las carteleras no tienen un período de actualización definido y por su naturaleza es un canal de comunicación unidireccional.

En los gráficos que se muestran a continuación se puede observar la evolución en la segmentación y ubicación de la información, además del cambio en el manejo de imagen institucional, siendo elementos claves para que conseguir una mejor comprensión de los mensajes a través de este canal que tiene gran visibilidad de públicos internos y externos, debido a su ubicación junto a la Dirección de la Escuela.



Gráfico 3: Cartelera principal de Escuela de Comunicación. Año 2008



Gráfico 4: Cartelera principal de Escuela de Comunicación. Año 2014

- Circulares, memorandos y oficios: Son documentos escritos que transmiten la información oficial de esta organización desde el Decanato y la Dirección de la Escuela hacia los docentes y estudiantes. Poseen un registro numérico para facilitar su archivo.

3.1.2.2. Canales digitales

En este apartado se busca analizar la evolución de la comunicación digital que la Escuela de Comunicación ha tenido durante estos años, a partir de las necesidades institucionales y de los públicos que son parte de esta organización.

Los canales digitales por su naturaleza fueron utilizados en la organización tanto para transmitir información a público interno como externo. En el presente apartado se podrá conocer aquellos canales que resultaron de experiencias aisladas y en etapas de prueba con grupos específicos de estudiantes desde 2008, como de otras experiencias de canales digitales que se han establecido siendo un medio para compartir información que se utiliza hasta la actualidad.

3.1.2.2.1. Correos electrónicos

Este canal es utilizado por todos los públicos principalmente para consultas, información de actividades y requerimientos. A través de los datos entregados por los estudiantes, la Secretaría de la Escuela ha creado una base de datos de correos electrónicos de dos tipos: correo institucional y correos personales de los estudiantes y docentes. De esta manera se busca mantener un contacto más directo a través del correo electrónico, como lo indica Patricia Cahueñas, Responsable de la Secretaría de la Escuela en 2008, en la entrevista realizada.

3.1.2.2.2. Bitácoras digitales o *blogs*

Los *blogs* son un sitio web que contiene un listado de apuntes (*posts*) determinados de forma cronológica y en los que se permite comentarios de otros usuarios y suscripciones automáticas que notifican al suscriptor sobre los cambios y actualizaciones del mismo. Además pueden contener recursos multi - mediáticos como vídeos, audios u otros.¹⁶

En la Escuela de Comunicación los *blogs* son una herramienta de comunicación que en el transcurso de estos cinco años se han implementado inicialmente por docentes procurando guiar y facilitar material de respaldo a los estudiantes para el cumplimiento de sus tareas. Posteriormente los mismos fueron implementados como un canal de comunicación de la Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura, de la Dirección de Escuela y de la Asociación Escuela de Comunicación. De esta manera fueron consolidándose como canales oficiales de transmisión de información principalmente para públicos como: docentes y estudiantes.

A continuación se presentan algunas iniciativas de bitácoras implementadas, las cuales han perdido su periodicidad de publicación en la actualidad.

- **Blogs de apoyo académico**

Los blogs de apoyo académico tienen como naturaleza complementar los contenidos teóricos brindados en horas de clase, a través de lecturas que forman parte de la bibliografía de la materia, como publicación de tareas, guías y cuestionarios para los estudiantes, brindando así una comunicación asíncrona con los estudiantes.

Si bien en el año 2008 se realizó una capacitación sobre el uso de los blogs como herramienta de apoyo académico dirigida hacia los docentes de la Escuela de Comunicación, de acuerdo a las entrevistas realizadas a Patricio Cevallos y Carolina Larco (Ver Anexos), las iniciativas puestas en marcha resultaron pocas de acuerdo al interés del cuerpo docente y a las características de los mismos, pues

¹⁶ Sandoval, Pamela. El Blog como una herramienta de retroalimentación en las empresas. Disertación PUCE, pp. 51, 2008

los tres ejemplos que se presentan a continuación corresponden a profesores de tiempo completo de la organización. Por otra parte, algunos docentes emplearon las redes sociales como mecanismo de compartición de documentos y tareas con sus estudiantes, como se determinará en el apartado siguiente a las bitácoras digitales.

Pizarrablog





URL: www.pizarrablog.blogspot.com Interfaz izquierda (2008) / Interfaz derecha (2013)

Autor: Blog de apoyo docente de Patricio Cevallos López

Plataforma: Desarrollo a través del sitio Blogger

Período: Desde 14 de febrero de 2007 al 1 de diciembre de 2013

Público: Dirigido a los estudiantes que cursan las materias: Producción de Material Impreso y Seminario de Carpeta y Currículum de la FCLL de la PUCE y de la materia Diseño para Internet de la USFQ

Contenidos:

- Material de ayuda para los estudiantes que cursan estas asignaturas, como: cronograma de trabajo y tareas; mecanismos de evaluación; enlaces para descargar los programas de estudios, otros portales de la Red para fuentes de consulta
- Enlaces externos de noticias: Noticias (vía eCuaderno), Crítica de medio (vía La Caja)
- Ofertas laborales

Interacción:

Pocos mensajes tienen comentarios por parte de los estudiantes de la PUCE, principalmente para hacer consultas al docente y presentación de tareas, por lo que este mecanismo generó una participación media.

Cuadro 3: Blog – Pizarrablog (Patricio Cevallos López)

Apoyo académico en Comunicación



URL: www.comunicacionpuce.blogspot.com Interfaz izq. (2008) / Interfaz der. (2013)

Autor: Blog de apoyo docente de Santiago Páez Gallegos.

Plataforma: Desarrollo a través del sitio Blogger

Período: Desde 30 de noviembre de 2006 al 11 de noviembre del 2013

Público: Dirigido a los estudiantes que cursan las materias: Fundamentos de la Comunicación, Taller de Documentación, Semiótica y Seminario de Carreras de Comunicación de la FCLL de la PUCE

Contenidos:

- Material de ayuda para los estudiantes que cursan estas asignaturas como: cronograma de trabajo, tareas, lecturas, enlaces para acceder a otros portales de la Red para fuentes de consulta.
- Los contenidos están divididos en dos columnas. En la columna izquierda se despliegan todos los mensajes y en la derecha se subdivide un historial o archivo del blog y hoja de vida del profesor.

Interacción:

No se puede constatar el número de personas que han accedido a esta bitácora, pues no posee un contador de visitas. Desde el 2006 hasta el 2013 se han publicado 41 entradas y pocos comentarios por parte de los estudiantes. La mayor funcionalidad de esta bitácora es compartir con los estudiantes enlaces a otros sitios para complementar los conocimientos de estas materias, lo que ayuda a que sea un repositorio de información, mas no un canal de interacción.

Cuadro 4: Blog – Apoyo académico en comunicación (Santiago Páez Gallegos)

Seminario Electivo de Literatura Clásica


Seminario Electivo de Literatura Clásica

Estudiantes: El humanismo presente en los poemas homéricos se relaciona con el humanismo cristiano postulado por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. La PUCE está encargada a la Compañía de Jesús que en el plano educativo estimula el desarrollo de personas que permanezcan abiertas al crecimiento durante toda la vida, concede importancia a la comprensión reflexiva que permite el desarrollo de criterios para la acción responsable.

About Me
NAME: MIRIAM
[View my complete profile](#)

Recent posts MONDAY, OCTOBER 20, 2008

Itaca
Itaca Cuando te encuentres de camino a Itaca, de...
Cuando te encuentres de camino a Itaca, desea que sea largo el camino, lleno de aventuras, lleno de conocimientos.




Las Esquijas de Sápiron
Profundo dolor tiene...
El canto XXIV de La Iliada tiene como motivo el...

Paldea griega y poemas homéricos
Algunos...
La épica griega: los poemas homéricos; Sabias que...

Estudiantes: Bienvenidos a este blog; su objetivo...

Archivos
2006-07-23
2008-09-14
2008-10-12



URL: <http://poemashomericos.blogspot.com/> Interfaz actual

Autor: Blog de apoyo docente de Miriam Merchán.

Plataforma: Desarrollo a través del sitio Blogger

Período: Desde 26 de julio de 2006 al 20 de octubre del 2008

Público: Dirigido a los estudiantes que cursan la materia del Seminario Electivo de Literatura Clásica de la Escuela de Comunicación de la FCLL de la PUCE

Contenidos:

- Material de lectura para los estudiantes que cursan estas asignaturas; específicamente en este blog se incluyen lecturas sobre los poemas homéricos.
- Se incluyen descripciones de actividad puntuales y tareas que los estudiantes deben completar.
- Los contenidos están divididos en dos columnas. En la columna izquierda se despliega el historial de las actividades y lecturas del período de dos años, mientras que a la derecha se incluyen todos los contenidos.

Interacción:

No se puede constatar el número de personas que han accedido a esta bitácora, pues no posee un contador de visitas. Sin embargo, al realizar un paso por cada una de las publicaciones se destaca por parte de los estudiantes, el hecho de que se incluyan las lecturas de forma digital y sin riesgo a extraviarlas.

Cuadro 5: Blog – Seminario Electivo de Literatura Clásica (Miriam Merchán)

- **Blogs institucionales**

A partir del tercer trimestre del año 2009, la Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura y sus respectivas escuelas iniciaron el desarrollo de bitácoras digitales con el fin de trasladar información institucional a estudiantes, ex alumnos y profesores, pero a través de las autoridades de esta facultad y de cada una de las escuelas académicas que la conforman: Escuela de Comunicación, Lengua y Literatura, Lenguas, Lingüística y Multilingüe de Negocios y Relaciones.

Previa a la aparición de estos *blogs*, existió una iniciativa de la Escuela de Lengua y Literatura, que acuerdo a la entrevista realizada a la Directora de la Escuela de Lengua y Literatura (periodo 2008), Mercedes Mafla, este canal fue implementado con el objetivo de facilitar información de utilidad para los estudiantes, docentes y ex alumnos. A nivel organizacional, se puede destacar que es la primera iniciativa de comunicación con los alumnos actuales y ex alumnos, ya que presenta información sobre procedimientos administrativos para graduarse de la carrera, además de otras funciones antes mencionadas.

Adicionalmente, es importante indicar que si bien las bitácoras permiten la participación de los destinatarios, a través de los comentarios que pueden hacer a cada mensaje, el registro de comentarios en cada uno de estos blogs no es mayor y tampoco se puede determinar el número de visitantes, debido a que no cuentan con un identificador de visitantes.

En el siguiente cuadro se describe las características de esta primera bitácora digital de la Escuela de Lengua y Literatura, publicada desde el año 2007, que en la actualidad está deshabilitada debido a que fue migrada a la plataforma de *Wordpress*¹⁷, como se realizó con el resto de unidades académicas en el año 2009.

¹⁷ Wordpress es una avanzada plataforma semántica de publicación personal orientada a la estética, los estándares web y la usabilidad. Es de acceso libre y gratuito. <http://es.wordpress.org/>

Escuela de Lengua y Literatura



ESCUELA DE LENGUA Y LITERATURA

DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

miércoles 2 de abril de 2008

FULGOR DEL INSTANTE. Aproximaciones a la poesía de Iván Carvajal



Saludo del Director

Estimados amigos:

Bienvenidos a la bitácora virtual de la Escuela de Lengua y Literatura de la PUCE. Gracias por interesarse en nuestras actividades académicas y culturales.

En esta página, usted encontrará información sobre diversos temas de interés para los estudiantes, docentes y administrativos de nuestra Escuela, tales como:

- Documentos académicos (reglamentos, normativas e instructivos).
- Oferta de becas para realizar estudios o estancias de investigación en universidades nacionales y extranjeras.
- Ofertas de trabajo para docentes y estudiantes.
- Noticias sobre las actividades extracurriculares que realizan docentes y alumnos de la Escuela.

URL: www.escueladeliteraturapuce.blogspot.com

Autor: Escuela de Lengua y Literatura de la PUCE.

Plataforma: Desarrollo a través del sitio Blogger

Período: Inicio: 29 de octubre de 2007

Públicos: Dirigido a los estudiantes, docentes y administrativos de esta organización académica

Contenidos:

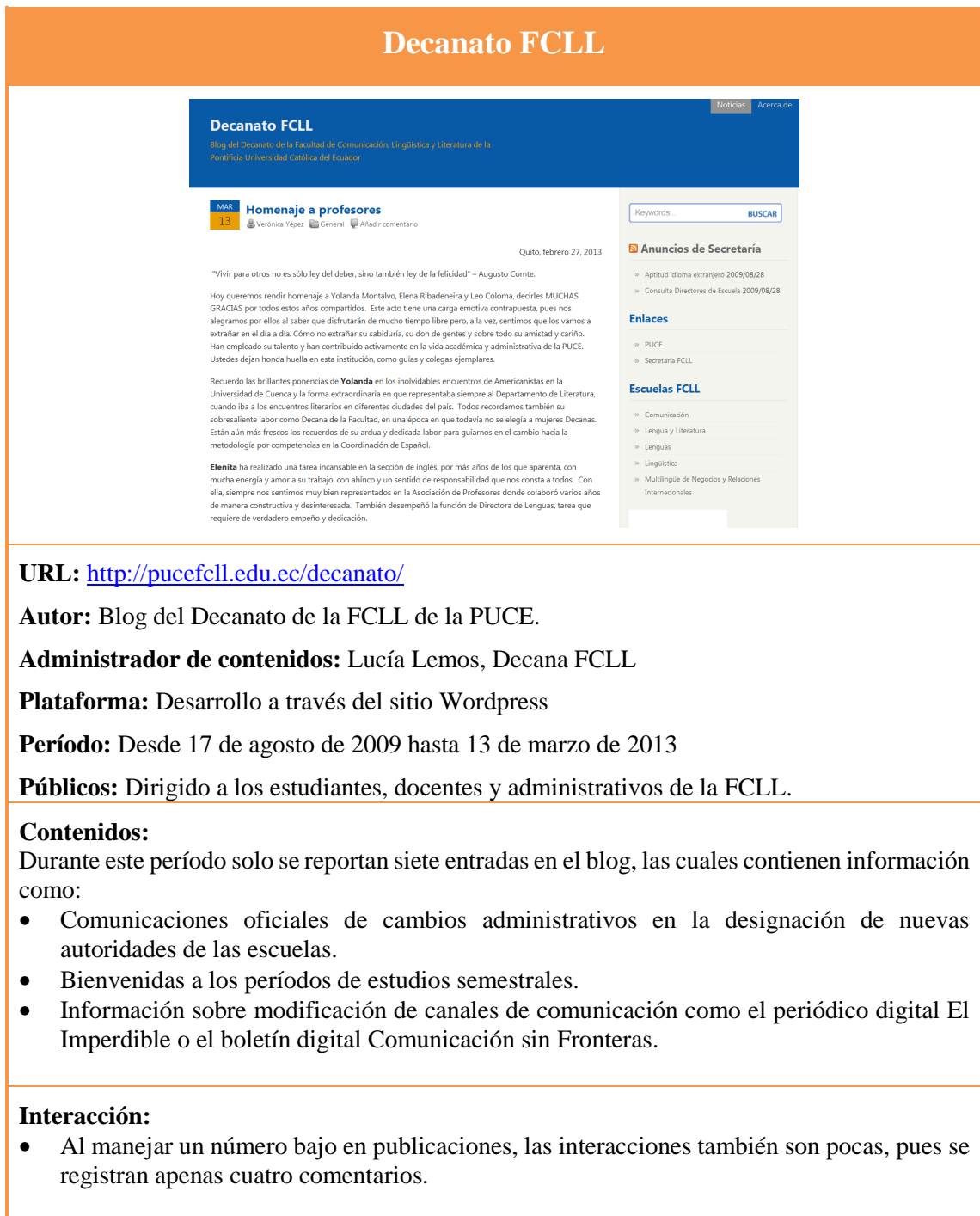
- Documentos académicos (reglamentos, normativas e instructivos)
- Oferta de becas para realizar estudios en Literatura o estancias de investigación en universidades nacionales y extranjeras.
- Ofertas de trabajo para docentes y estudiantes; noticias sobre las actividades extracurriculares que realizan docentes y alumnos de la Escuela.

Interacción:

- El primer mensaje fue publicado el 29 de octubre de 2007 y el último el 2 de abril de 2008. En total se han publicado 29 mensajes, con una frecuencia promedio de dos a cuatro, mensualmente. A partir de abril a junio de 2008, tiene un período de desactualización y carencia de información de aproximadamente dos meses.

Cuadro 6: Blog – Escuela de Lengua y Literatura

Decanato FCLL



The screenshot shows a WordPress blog post titled "Homenaje a profesores" from the Decanato FCLL. The post is dated February 27, 2013, and is by Verónica Yépez. The content is a tribute to three professors: Yolanda Montalvo, Elena Ribadeneira, and Leo Coloma. The text is in Spanish and describes their contributions to the faculty and the university. The right sidebar contains navigation links for "Anuncios de Secretaría", "Enlaces", and "Escuelas FCLL".

URL: <http://pucefcll.edu.ec/decanato/>

Autor: Blog del Decanato de la FCLL de la PUCE.

Administrador de contenidos: Lucía Lemos, Decana FCLL

Plataforma: Desarrollo a través del sitio Wordpress

Período: Desde 17 de agosto de 2009 hasta 13 de marzo de 2013

Públicos: Dirigido a los estudiantes, docentes y administrativos de la FCLL.

Contenidos:
Durante este período solo se reportan siete entradas en el blog, las cuales contienen información como:

- Comunicaciones oficiales de cambios administrativos en la designación de nuevas autoridades de las escuelas.
- Bienvenidas a los períodos de estudios semestrales.
- Información sobre modificación de canales de comunicación como el periódico digital El Imperdible o el boletín digital Comunicación sin Fronteras.

Interacción:

- Al manejar un número bajo en publicaciones, las interacciones también son pocas, pues se registran apenas cuatro comentarios.

Cuadro 7: Blog – Decanato FCLL

Escuela de Comunicación



URL: <http://pucefcll.edu.ec/comunicacion/>

Autor: Blog de la Escuela de Comunicación de la FCLL de la PUCE.

Administrador de contenidos: Lourdes Pérez, Directora de Escuela Comunicación (hasta año 2013)

Plataforma: Desarrollo a través del sitio Wordpress

Período: Desde 22 de septiembre de 2009 hasta 12 de agosto de 2013

Públicos: Dirigido a los estudiantes, docentes y administrativos de la Escuela de Comunicación.

Contenidos:

Esta bitácora está dividida en las siguientes categorías de información:

- Noticias generales sobre las actividades de la organización.
- Noticias generales sobre el ámbito de la Comunicación: artículos de análisis y concursos.
- También se presenta información sobre oportunidades de formación complementaria como talleres, seminarios y oportunidades de estudio de posgrado.
- Información institucional acerca de la Escuela de Comunicación: misión, objetivos.
- Información sobre prácticas pre profesionales
- Información sobre procedimientos administrativos específicos como: Reglamento para el ingreso del personal docente, exámenes complejivos de los estudiantes y procesos de ejecución de prácticas pre profesionales.

Interacción:

- El número de publicaciones alcanzado durante el período de publicación llegó a 34 entradas, de las cuales ninguna contó con un comentario por parte de cualquiera de los públicos a los que se dirija.
- Por otra parte, el año de mayor número de publicaciones fue el 2011, registrando 12 entradas.

Cuadro 7: Blog – Escuela de Comunicación de la FCLL de la PUCE

De acuerdo a las entrevistas realizadas a Lourdes Pérez, Directora de la Escuela de Comunicación¹⁸, representaba una oportunidad de manejar de trasladar a los estudiantes, y docentes información de manera inmediata y oportuna. Principalmente la información referida provenía de otras vías de comunicación como correspondencia oficial o solicitudes vía correo electrónico sobre temas como solicitud de pasantías por parte de organizaciones públicas y privadas. De igual forma, información sobre concursos y premios para que los estudiantes de Comunicación pongan en práctica sus conocimientos. Según su criterio, existe información administrativa que debía compartirse en este blog pero con una intención de refuerzo, mas no como un único canal de transmisión de los trámites que los estudiantes deban cumplir. Para Pérez el mejor canal de resolver dichos requerimientos es un contacto directo entre las personas responsables: estudiante – Secretaría de Escuela, o estudiante – Dirección de la Escuela.

Por otra parte, también indicó que no existe una planificación de publicación de contenidos dentro de esta bitácora, sino que parte de su iniciativa, de sugerencia de los estudiantes o del/la estudiante quien esté realizando una becaría en la Escuela. En torno a este punto se aclaró que la administración de los contenidos principalmente queda a cargo de la Dirección de la Escuela, pues de esta manera se determinó entre los/as directores/as del resto de unidades académicas.

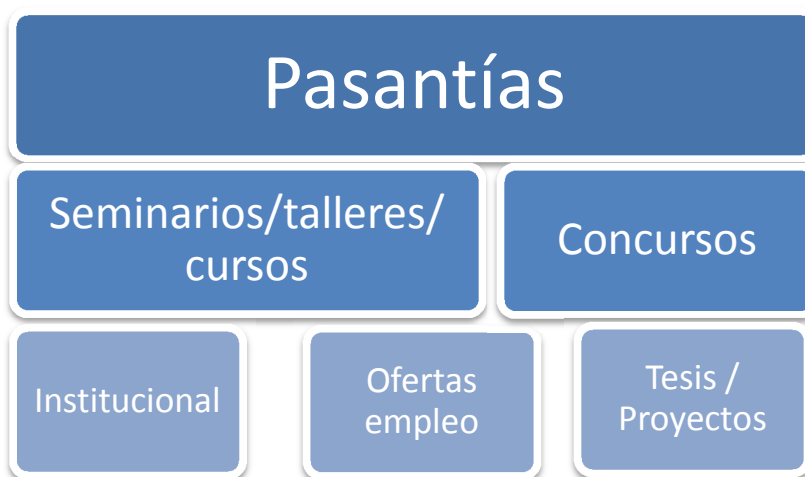


Gráfico 5: Prioridad temática de la información publicada (34 entradas)

¹⁸Revisar Anexo de entrevistas a Lourdes Pérez, Directora de Escuela de Comunicación.

3.1.2.2.3. Redes sociales o comunidades virtuales

Otro de los canales que han tenido gran penetración en el sistema comunicacional de la Escuela durante este período son las Redes Sociales. Si bien la web social ganó el interés inicial del público estudiantil, quienes descubrían las grandes posibilidades de comunicación y relación entre otras personas dentro y fuera del país; los docentes y la institución como la PUCE también los emplean para mantener una comunicación más directa con sus públicos.

Precisamente este fenómeno ocurrido a nivel mundial y que también influyó a la Escuela de Comunicación, tenía como base estos dos principios: la participación y la construcción colectiva de conocimientos con base en intereses en común. Así Tim O’Reilly, Presidente de la Consultora O’Reilly Media, acuñó una definición de *Web 2.0.*, a través de una lluvia de ideas con Craig Cline en el *Media Live Internacional*, y que se recogen en el artículo “What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software”¹⁹.

Según el documento de O’Reilly, los principios básicos de la Web 2.0. se inician como una forma de evolución natural de la Web inicial enfocada en al usuario, pasando por una plataforma técnica para múltiples desarrollos de aplicaciones hasta arribar a una era en la que el usuario toma protagonismo real como productor, consumidor y difusor de contenidos y servicios.²⁰

Los estudiantes de la Escuela de Comunicación empezaron a utilizar como canales digitales de comunicación entre ellos, a la red *Hi5*, fundada por Ramu Yamalanchi y activa desde 2003, llegando a ser una “gran red social que cuenta con más 70 millones de usuarios registrados, con su gran mayoría en Latinoamérica”²¹. Durante el primer período de diagnóstico para esta disertación se encontró que este canal resultaba el preferido por los estudiantes, destacándose así perfiles como de la Asociación Escuela de Comunicación en el año 2007 y grupos de ex alumnos que crearon un espacio para mantenerse en contacto en el recorrido post-universitario.

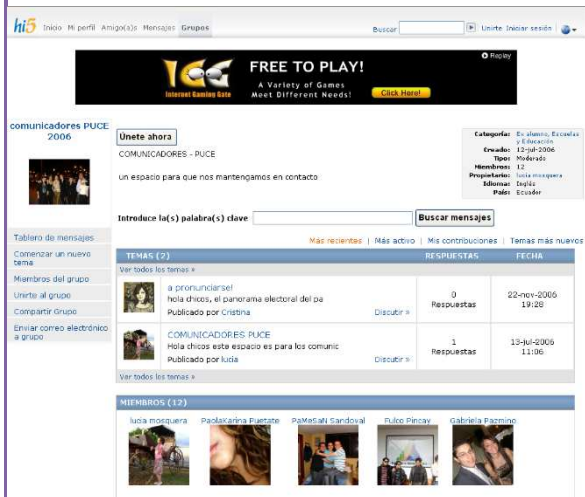
¹⁹ O’Reilly, Tim. What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. Internet, <http://www.oreillynet.com/lpt/a/6228> Publicación:

09/30/2005. Acceso: 05/06/2014.

²⁰ Zanoni, Leandro. El Imperio Digital. Buenos Aires; Ediciones B, 2008. Página 28.

²¹ Martínez, Borja. “Hi5, una red poco conocida”. Internet. <http://www.editoresweb.es/hi5-una-red-social-poco-conocida/> Publicación: 28/01/2012. Acceso: 05/06/2014.

Comunicación PUCE 2006



URL: <http://asocomunicacion.hi5.com/friend/group/1147660--comunicadores%2BPUCE%2B2006--front.html>

Autor: Lucía Mosquera, ex alumna de la promoción del año 2006.

Plataforma: Desarrollo a través del sitio Hi5.

Período: Desde 12 de julio de 2006. No cuenta con permanencia en la actualidad.

Públicos: Dirigido a los estudiantes de comunicación egresados de la PUCE año 2006.

Contenidos: Información personal y de ofertas de empleo, entre 12 miembros que conforman esta red.

Cuadro 8: Hi5– Comunicación PUCE 2006

AEC (Asociación Escuela de Comunicación)



URL: <http://asocomunicacion.hi5.com>

Contenidos: Galerías fotográficas de las actividades que realiza la AEC, información general.

De acuerdo a Juan Pablo Acosta, Presidente AEC (sept. 2007 – jun. 2008) esta red nació con el objetivo de mantener una retroalimentación con los estudiantes, puesto que no había un mecanismo de comunicación entre ellos.

Autor: Asociación de Estudiantes de Comunicación, de la Escuela de Comunicación de la PUCE - 2007

Plataforma: Desarrollo a través del sitio Hi5.

Período: Se inició con la administración de Juan Pablo Acosta en el mes de septiembre de 2007. En la actualidad no está habilitado.

Públicos: Dirigido a los estudiantes de la Escuela de Comunicación. El sitio cuenta con 210 miembros.

Cuadro 9: Hi5– Asociación Escuela de Comunicación 2007 – 2008.

Si bien *Hi5* tenía mayor fuerza en la región latinoamericana, Facebook tenía mayor apogeo en el mercado juvenil norteamericano. Esta red creada en abril del 2004 por Mark Zuckerberg servía como una comunidad exclusiva para uso de los estudiantes de la Universidad de Harvard (EE.UU.). Poco tiempo después esta red social fue abierta al público y se propagó en el resto del mundo. A junio de 2013, Facebook registraba 819 mil millones de usuarios activos en todo el mundo²², posicionándose en la primera red social más consumida por públicos entre 18 a 29 años, público etario a los cuales pertenecen los estudiantes y ex alumnos de la Escuela de Comunicación.

El apogeo de Facebook tanto en la Red como a través de dispositivos móviles (tabletas y teléfonos celulares inteligentes) también se debió a que contaba con mayores posibilidades de interacción a través de recursos simples que venían instalados en la plataforma.

Jorge Gobbi, periodista y docente de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires explica: Facebook tiene una diferencia importante con respecto a otras redes sociales: al proponer la posibilidad, a partir de una API abierta para desarrolladores, de que otros desarrollen aplicaciones para su entorno. Por ejemplo, se puede instalar pequeñas aplicaciones (widgets) para actualizar con mapas para marcar los sitios del mundo, juegos, fotografías. De esa manera, Facebook extiende sus posibilidades mucho más allá de su red, y permite integrar de manera bastante transparente aplicaciones de terceros.²³

De esta manera, al convertirse en un canal de gran preferencia de uso por parte de los jóvenes ecuatorianos, dentro de esta plataforma se elaboraron algunos canales de comunicación programados tanto desde la PUCE, como de la Escuela de Comunicación.

Adicionalmente, otro factor que influyó al traslado de la comunicación oficial de esta organización a espacios masivos fue la revisión de varios indicadores que determinan la calificación que el Consejo Nacional de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEACES) realiza sobre cinco criterios: Academia, Eficiencia Académica, Investigación, Organización e Infraestructura. Dentro del ámbito de Organización se encuentra un indicador correspondiente al **Uso del seguimiento de**

²² Hi Social! The engagement platform. "Cuántos usuarios tiene Facebook?" Internet. <http://www.hisocial.com/esp/blog/cuantos-usuarios-tiene-facebook> Acceso: 05/06/2014

²³ Zanoni, Leandro. *El Imperio Digital*. Buenos Aires; Ediciones B, 2008. Página 38.

graduados²⁴. Dicho indicador “evalúa la existencia de procesos para el seguimiento a graduados y el uso de la información del sistema informático de seguimiento, para la retroalimentación de aspectos académicos de la Institución de Educación Superior”²⁵, de acuerdo definición de la ficha de evaluación del CEACES.

Como se mencionó en la revisión de los canales de comunicación de la Universidad, si bien la PUCE se ubicó en la Categoría A dentro de las Universidades con oferta académica de pregrado y postgrado en el año 2009, en el siguiente período de evaluación correspondiente al año 2013, la PUCE se ubicó en la categoría B²⁶.

No es objeto de esta disertación realizar un análisis completo de cada uno de los factores que se incluyen en este proceso de calificación y categorización, sin embargo si es importante analizar las acciones, que en materia de desarrollo de canales de comunicación digitales, se instauraron para cumplir con los requisitos de vinculación con la comunidad y seguimiento a graduados.

En este sentido, dentro del análisis de los canales de comunicación de redes sociales con los que cuenta la organización, se estructura en primer lugar el análisis del principal canal que la PUCE implementa para mantener contacto con los ex alumnos de esta institución académica: **Alumni PUCE**. Mientras que también se incluye al sitio oficial de FEUCE – Q, organismo de representación estudiantil de alumnos que están cursando en este momento carreras dentro de la Universidad.

²⁴ Revista Actualidad PUCE. PDF - Internet. <http://www.puce.edu.ec/documentos/2013/Revista-Actualidad-26-2013.pdf> Edición N° 26, versión digital. Página 70. Acceso: 04/06/2014

²⁵ CEAAACES. “Fichas Técnicas – Evaluación PDF”. Internet. <http://www.ceaaaces.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2013/10/Fichas-Te%CC%81cnicas.pdf> Página 26. Acceso: 07/06/2014

²⁶ CEAAACES. “Evaluación de Universidades 2013 PDF”. Internet. <http://www.ceaaaces.gob.ec/sitio/evaluacion-universidades-2013/> Acceso: 07/06/2014

Alumni PUCE

The screenshot shows the Facebook page for 'Alumni PUCE'. At the top, there is a search bar and a navigation bar with 'Miguel' and 'Inicio'. The main header features a blue background with the text: 'La Pontificia Universidad Católica del Ecuador invita a sus ex alumnos y al público en general a participar en sus cursos de formación:'. Below this, a yellow banner reads '“Economía de la Innovación”' and mentions 'Dr. Juan Fernández Sastre, Ph.D en Economía de la Innovación, Autónoma de Madrid - España'. A central image shows a woman in a graduation cap. Below the image, it says 'Alumni PUCE Información Pública' (Ya NO hay cupos) and 'Organización (3343 miembros)'. Navigation tabs include 'Biografía', 'Información', 'Fotos', 'Me gusta', and 'Videos'. The 'Información' tab is active, showing details about the page's creation (13/10/2011), location (Av. 12 de Octubre and Ramón Roca), and contact information (phone: (02) 299-1700 Ext 1171, email: alumni@puce.edu.ec, website: http://alumnipuce.edu.ec/).

URL: Facebook: <https://www.facebook.com/PUCEalumni/info>

Sitio web: <http://alumnipuce.edu.ec/web/>

Autor: Promovida por la Dirección de Formación Continua y Vinculación con la Comunidad de la PUCE.

Plataforma: Página oficial en Facebook.

Período: Desde 13 de octubre de 2011.

Públicos: Dirigido a todos los ex alumnos de la PUCE. A la fecha cuenta con **3343** “Me gusta”.

Contenidos:

- **Ofertas laborales:** Se han publicado 414 ofertas de empleo en varias áreas, incluidas de comunicación.
- **Eventos de vinculación:** Promoción de actividades como conciertos, carreras deportivas, cenas de integración.
- **Formación:** Oportunidades de continuidad de formación, tanto a nivel de posgrados de la PUCE como de conferencias temáticas relacionadas a las áreas académicas.
-

Interacción:

- A nivel de interacción se observa que el grupo de personas más activo en la plataforma corresponde a personas de la ciudad de Quito y tienen entre 25 a 34 años²⁷.

Cuadro 10: Facebook: Alumni PUCE

²⁷ Alumni PUCE – Página Facebook. <https://www.facebook.com/PUCEalumni/likes> Internet. Acceso: 07/06/2014

FEUCE – Q



URL: <https://www.facebook.com/FeuceQPUCE?fref=ts>

Autor: Federación de Estudiantes de la PUCE.

Plataforma: Página oficial en Facebook.

Período: Desde el 28/02/2012.

Públicos: Dirigido a todos los alumnos, docentes, personal administrativo y ex alumnos de la PUCE.

A la fecha cuenta con **6017 “Me gusta”**²⁸.

Contenidos:

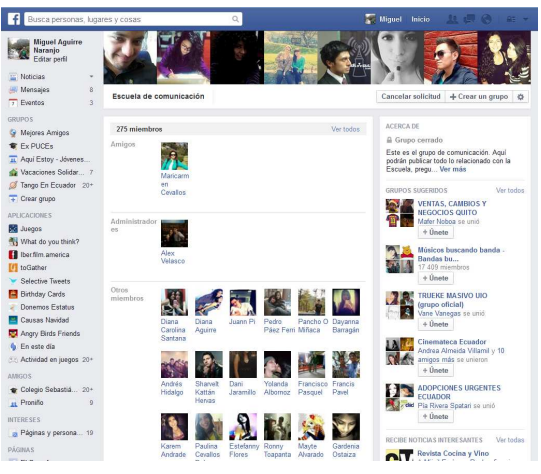
- La información incluida en esta página oficial corresponde a las actividades de la FEUCE – Q como organismo de representación estudiantil, el cual tiene un representante en cada Asociación Escuela. Esta condición permite difundir información generada por los estudiantes a nivel de toda la universidad.
- Si bien la FEUCE – Q cuenta con una administración política que cambia cada cierto período de tiempo, la misma página se mantiene.
- Al ser una página permite que accedan distintos públicos aunque no pertenezcan a la PUCE.
- Presenta información de denuncia, demanda y participación estudiantil.

Cuadro 11: Facebook: FEUCE – Q, PUCE

²⁸ Feuce Q PUCE – Página Facebook. <https://www.facebook.com/FeuceQPUCE?fref=ts> Internet. Acceso: 07/06/2014

Por otra parte, a nivel de la Escuela de Comunicación se han creado grupos en Facebook con objetivos similares a los de la PUCE: contacto con los estudiantes actuales y con los ex alumnos. Estos espacios resultan de iniciativas institucionales como el grupo de Ex alumnos de la Escuela de Comunicación Organizacional y Periodismo de la Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura. Mientras que también han resultado iniciativas particulares de estudiantes por mantener contacto entre estudiantes y conocer de primera mano las actividades que se realizan en esta organización. A continuación se presenta un análisis de estas dos iniciativas.

Escuela de Comunicación



URL: <https://www.facebook.com/groups/12416885111283/>

Autor: Alex Velasco, estudiante de la Escuela de Comunicación y administrador del grupo.

Plataforma: Grupo cerrado de Facebook.

Período: De acuerdo a la vinculación de los miembros este grupo fue creado en el segundo trimestre del año 2013.

Públicos: Dirigido a todos los ex alumnos de la PUCE. A la fecha cuenta con **275 miembros**.

Contenidos:

- Definido como el grupo de la Escuela de Comunicación, en el que se publica todo lo relacionado con la Escuela, preguntas, comentarios y sugerencias. De acuerdo a su administrador Alex Velasco es el medio para que todos quienes conforman este grupo estén informados de todo lo que pase dentro de la Escuela de Comunicación (conferencias, partidos de fútbol-basket, documentos, convocatorias).
- Los contenidos establecidos en este grupo cerrado no son públicos por sus características y tampoco es un medio de comunicación oficial.
- Los miembros de este grupo son estudiantes de la Escuela de Comunicación pero también se encuentran otras personas interesadas en Comunicación, como el encargado de Comunicación de la FEUCE y dos docentes.

Cuadro 12: Grupo en Facebook: Escuela de Comunicación

Ex alumnos Comunicación Organizacional y Periodismo PUCE



URL: <https://www.facebook.com/groups/132456196928061/>

Autor: Docentes de la Escuela de Comunicación: Martha Patricia Silva (Administradora inicial) y Julia Carrillo (Administradora actual)

Plataforma: Grupo cerrado de Facebook.

Período: Desde 18 de febrero de 2013.

Públicos: Dirigido a todos los ex alumnos de las carreras de Comunicación Organizacional y Periodismo de la PUCE, sin distinción de su año de egresamiento.

A la fecha cuenta con **350 miembros**²⁹.

Descripción:

- Definido como un grupo para todos los egresados de Comunicación Organizacional y Comunicación con Mención en Periodismo para Prensa, Radio y TV de la FCCL/PUCE. Su objetivo es conocer su situación de ejercicio de la comunicación posterior a la culminación de la carrera, para crear un grupo amplio de comunicadores que formaron parte de esta unidad académica.
- A comparación del grupo cerrado “Escuela de Comunicación” este grupo si es considerado oficial, pues sus administradores son dos docentes de esta organización y tiene como objetivo recopilar información de sus alumnos para los procesos de calificación y acreditación.

Contenidos:

- **Oportunidades de empleo:** Publicaciones de ofertas de empleo tanto de las docentes – administradoras, como entre ex alumnos.
- **Noticias:** Noticias sobre iniciativas innovadoras y artículos de interés para los estudiantes de ambas carreras.
- **Actividades:** Promoción de conferencias, concursos e iniciativas vinculadas a Alumni PUCE o a la Escuela de Comunicación.
- **Recolección de información:** Además se han compartido encuestas digitales y consultas de muro abierto dirigidos para los ex alumnos, con el fin de conocer sus actuales sitios de trabajo, sus intereses en Comunicación y cómo la formación de la Escuela de Comunicación ha aportado en su ejercicio laboral.

Cuadro 13: Grupo en Facebook: Ex alumnos Comunicación Organizacional y Periodismo PUCE

²⁹ Ex alumnos Comunicación Organizacional y Periodismo. Grupo Cerrado Facebook. <https://www.facebook.com/groups/132456196928061/> Internet. Acceso: 07/06/2014

3.1.2.2.4. Periódicos y boletines digitales

La Escuela de Comunicación además de poseer los canales de comunicación mencionados en los apartados precedentes, también cuenta con canales periodísticos de difusión interna y externa, donde además los estudiantes pueden poner en práctica los conocimientos teóricos adquiridos, en canales reales de comunicación periodística e institucional.

El Imperdible

Uno de estos es el periódico digital “**El Imperdible**” el cual nació como iniciativa de dos docentes de la Escuela de Comunicación: Carlos Aulestia y Patricio Cevallos López, con los objetivos de ser una experiencia educativa extracurricular para los estudiantes, ejercer una práctica microempresarial en Comunicación, y constituir un medio informativo que mantenga integrada a la Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura alrededor de temas institucionales y la actividad de los miembros que la conforman: estudiantes, profesores y administrativos³⁰.



Gráfico 6: Periódico impreso El Imperdible. Número 2. Año 1. Enero 2006

³⁰ Entrevista realizada a Patricio Cevallos López, Director del periódico digital El Imperdible. Ver anexo de entrevistas.

El periódico El Imperdible nació como una publicación impresa en el año 2005, cuyo primer número fue publicado en diciembre, sin embargo en el año 2009 adoptó su versión digital, convirtiéndose en una revista web permitiendo una mejor actualización de los contenidos, reducción de gastos de impresión y mayor trabajo colaborativo entre los estudiantes participantes, pues la administración se lleva a cabo desde la plataforma *Wordpress*, con varios perfiles de administración y permisos de publicación.

Con respecto a los contenidos este periódico en su versión impresa contaba con un editorial del Decanato de la FCLL, noticias deportivas, agenda cultural, observatorio de medios, análisis literario, entre otros temas. Cabe destacar que tanto en la versión impresa como virtual se indicaba que las opiniones vertidas en este medio no constituyen la opinión oficial ni de la PUCE ni de sus autoridades.

En sus primeros años de publicación, este periódico además contó con un Blog interno de coordinación editorial, el cual sirvió como herramienta para manejar de manera adecuada cronogramas de publicación, repositorio de temáticas, manual de estilo y presentación ante el comité editorial. Sin duda, este mecanismo de trabajo permitió que tanto estudiantes como docentes participantes de este periódico puedan experimentar la dinámica de trabajo en un medio de comunicación desde la coordinación en plataformas digitales hasta llegar a la impresión final, y posteriormente a implementar la Revista Web El Imperdible.

El Imperdible – Blog interno



Descripción: Blog de Comunicación Interna para estudiantes participantes de este periódico.

Plataforma: Desarrollo a través de Blogger.

Período: Se inició el 21 de noviembre de 2007 hasta el 1 de marzo de 2011.

URL: www.elimperdiblog.blogspot.com

Contenidos: Enlaces importantes como el Manual de Estilo del periódico, registro del personal, reglas de empleo de esta herramienta y el archivo de los mensajes publicados. Ya no está en uso, pero aún no ha sido deshabilitado.

Visitas: 1279 visitas

Cuadro 14: El Imperdible Blog Interno

Este canal de comunicación además de haber permitido ser un referente de práctica para los estudiantes de las carreras de Periodismo, Literatura y Comunicación Organizacional, en su transformación a revista web también abre las puertas a estudiantes de otras carreras de la PUCE, quienes desean elaborar artículos de interés en las secciones temáticas con las que cuenta. Esto ha definido un nuevo cambio determinándolo como una revista web de los estudiantes de la PUCE y no solo de estudiantes de la Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura.

Esta transformación se ve determinada en una nueva visión que busca convertir a este canal de comunicación de la Escuela, en un medio que sea referente del periodismo estudiantil universitario.

Visión: En el año 2018, El Imperdible es un referente de periodismo estudiantil en el Ecuador, por la calidad de sus contenidos, su enfoque innovador y la regularidad de su publicación. Los procesos y las funciones de sus integrantes están plenamente establecidos y regulados, lo que ha llevado a una mejor organización interna. Se han integrado a la revista estudiantes de diversas carreras de la PUCE y el medio ha ganado visibilidad dentro de la Universidad³¹.

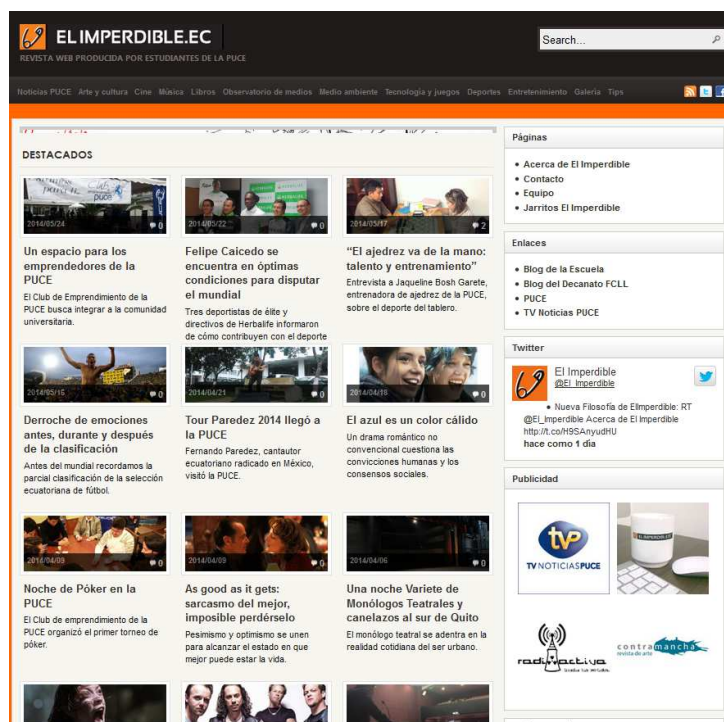


Gráfico 7: Revista web El Imperdible (2014)

³¹ Revista El Imperdible. “Acerca de El Imperdible”. Internet. <http://elimperdible.ec/web/acerca> Acceso: 07/06/2014

A nivel de visualización de este canal se puede determinar que el promedio de vistas de los artículos está en un promedio de 150 a 200, por cada uno; permitiéndolo ubicarse como el principal medio de comunicación escrito de la PUCE, al igual que TV Noticias PUCE, a nivel audiovisual; y Radio Activa, a nivel radial. Es importante mencionar que en estos tres canales los gestores de la información son estudiantes de Periodismo de la Escuela de Comunicación.

Las temáticas sobre las que trata esta revista son: Noticias PUCE, Arte y Cultura, Cine, Música, Libros, Observatorio de medios, Medio ambiente, Tecnología y juegos, Deportes, Entretenimiento y *Tips*. Además de contener temáticas de interés para público estudiantil, profesores, personal administrativo y público en general, El Imperdible también capta la atención de mayor número de personas, al replicarse dichos artículos en redes sociales como Facebook y Twitter, de manera automática.

En Twitter esta cuenta inició en noviembre de 2009 y hasta la fecha cuenta con 772 seguidores, 1891 tweets publicados de los cuales 62 han sido categorizados como favoritos³². Mientras que en Facebook en su página cuenta con 891 “Me gusta” y la edad definida entre los usuarios que más interactúan se ubican entre 18 a 24 años. La fecha de vinculación a Facebook fue el 16 de noviembre de 2010.³³.



Gráfico 8: Perfiles de Twitter y Facebook de El Imperdible (2014)

³² El Imperdible (Twitter: @El_Imperdible) https://twitter.com/El_Imperdible. Acceso: 07/06/2014

³³ El Imperdible Facebook Internet. <https://www.facebook.com/elimperdible.ec/timeline> Acceso: 07/06/2014

Comunicación sin fronteras

Por otra parte, otro de los canales digitales dentro de la categoría boletines digital es **“Comunicación sin Fronteras”**³⁴, el cual es un informativo de la Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura, cuyo primer número se publicó en Enero de 2013. Este boletín nace a partir de un modelo impulsado por la Escuela de Lenguas, denominado “Lenguas sin Fronteras”³⁵, que lleva publicándose desde el año 2010 y su última publicación fue en diciembre del año 2012.

Este documento cuenta de aproximadamente cuatro páginas, publicada de forma mensual y donde se recopila información oficial de la Decana de la FCLL, noticias sobre proyectos relevantes de las escuelas de Literatura, Lenguas, Comunicación (Periodismo y Organizacional) y Lenguas Aplicadas a los Negocios Internacionales.

Durante el año 2013 se publicaron apenas cuatro boletines de este tipo en los meses de enero, febrero, marzo y abril. Con respecto a su formato, se plantea ser una PDF enriquecido, sin embargo los vídeos y fotografías no pueden ser vistos a través de los hipervínculos dispuestos, sino que de acuerdo a una leyenda introductoria del boletín, el usuario debe dirigirse a la página web donde están alojados dichos boletines, pero tampoco es posible acceder a estos recursos porque no están alojados.

“Comunicación sin Fronteras” se define como el órgano informativo del Decanato de la FCLL, cuya elaboración es responsabilidad de Verónica Yépez, del personal administrativo, quien recibe artículos y noticias de interés propuestas por profesores, estudiantes o personal administrativo.

Si bien es la voz oficial del Decanato y contiene información relevante también de la Escuela de Comunicación, este boletín digital al igual que el blog del Decanato carece de actualización e interactividad.

³⁴ Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura. “Boletines Informativos Comunicación sin Fronteras”. Internet. <http://www.puce.edu.ec/sitios/comunicacion/> Acceso: 07/06/2014

³⁵ Escuela de Lenguas. “Boletines Informativos Lenguas sin Fronteras”. Internet. <http://www.puce.edu.ec/sitios/linguistica/lenguas/> Acceso: 07/06/2014

Boletín Informativo de la Facultad de Comunicación, Lenguaje y Literatura de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador
 Av. 12 de Octubre 1076 y Roc. Edificio FCLL. Teléfono: 593 - 2 - 2991590 / 2991700 - ext. 1500 / 1815

COMUNICACIÓN SIN FRONTERAS

El boletín electrónico trae reportajes y entrevistas en video y fotografías; se encuentra alojado en la página web de la PUCE. Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura. Escuela de Lengua: www.puce.edu.ec/foa/comunicacion/csl_ener13.pdf

ESTIMADOS/AS DOCENTES DE LA FCLL

Mis mejores deseos para que el 2013 sea un año de realizaciones, tanto en el personal como en el profesional, para todos ustedes. Es para mí una gran alegría comenzar este semestre con la publicación del primer número de "Comunicación sin fronteras", órgano informativo que nos permitirá estar más en contacto con quienes hacemos de nuestra facultad y administrativa de nuestra facultad y difundir nuestros logros, proyectos y, ¡por qué no! sueños.

Espero la colaboración y participación de quienes quieren ejercer la libertad de expresión tan respetada y valiosa para quienes creemos en ella y la defendemos en todos los campos. Este semestre es de fundamental importancia para nuestra Universidad. Debemos terminar con el proceso de autoevaluación previsto en la ley y prepararnos para la evaluación externa de los miembros del CEAACES, que será en los próximos meses. Este proceso requiere la participación de todos quienes hacemos la PUCE, estoy segura que con el aporte de docentes, administrativos y estudiantes seguiremos en la categoría A que tanto nos enorgullece. El éxito no será solo de los autoridades sino de la comunidad universitaria en general, todos tenemos responsabilidad.

Agradezco a la Comisión de Autoevaluación y a sus integrantes por los esfuerzos que han hecho, dejando horas de descanso para reunir toda la documentación requerida, que ha sido mucha, y que permitiera que tengamos "la casa en orden" para seguir con el proceso.

Adelante, queridos compañeros, que Dios nos bendiga en este nuevo año.

Lucía Lemos S., Decana

PREMIO JUAN MONTALVO
 El Dr. Iván Carvajal, catedrático de la FCLL es el ganador del Premio "Juan Montalvo", a la promoción de las garantías ciudadanas, la libertad de pensamiento, expresión e información de la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (Aedepe).

DIRECTORIO DE LA FCLL
 Lucía Lemos S. Decana
 Rosa Llerena P. Subdecana
 Manuel Jiménez Secretario Abogado
 Lourdes Pérez Directora de Comunicación
 Marlene Haboud Directora de Lingüística
 Vicente Robalino Director de Literatura
 Donald Stewart Director de LEAL
 María de Lubensky Directora de Lengua
 Cecilia Vaca Piñón Asistente del Decanato

La próxima edición de este boletín cierra el trimestre 13 de febrero del 2013. Agradecemos sus colaboraciones al correo electrónico comunicacion@puce.edu.ec - Teléfono: 1500 1815.

Boletín Informativo de la Facultad de Comunicación, Lenguaje y Literatura de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador
 Av. 12 de Octubre 1076 y Roc. Edificio FCLL. Teléfono: 593 - 2 - 2991590 / 2991700 - ext. 1500 / 1815

COMUNICACIÓN SIN FRONTERAS

El boletín electrónico trae reportajes y entrevistas en video y fotografías; se encuentra alojado en la página web de la PUCE. Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura. Escuela de Lengua: www.puce.edu.ec/foa/comunicacion/csl_ener13.pdf

PREMIO JUAN MONTALVO

El jueves 21 de enero, en el Pausanias de la Universidad Andina Simón Bolívar, la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (Aedepe), concedió el Premio a las Libertades Juan Montalvo, en su primera edición, al Dr. Iván Carvajal, docente de la Escuela de Lengua y Literatura de la FCLL.

El jurado, por unanimidad, declaró ganador de este premio a Iván Carvajal por ser "un defensor inamovible de las libertades fundamentales, en todos los gobiernos, escritor y pensador profundo, investigador serio, así como firme promotor del derecho a una educación pluralista, reflexiva, crítica y creativa, atributos que, en su momento, constituyeron las grandes motivaciones que tuvo Montalvo en su aspiración de edificar una Patria mejor".

Iván Carvajal ha ejercido la cátedra en la PUCE durante varias décadas; además, ha colaborado en el sector administrativo de la Universidad como Director de Investigación y Programas y Director General del Académico (e) así como Director de la Escuela de Lengua y Literatura. Cabe destacar su aporte a la cultura nacional como destacado poeta, filósofo, ensayista e intelectual. Por su obra poética, ha recibido reconocimientos internacionales y nacionales como el premio "Amalio Espinosa Florín" (PUCE, 1984).

¡Este es que hacemos la FCLL de los futuros y nos sentimos orgulloso por el triunfo de nuestro querido amigo y colega!

Yolanda Montalvo B., docente Escuela de Literatura

EL AÑO DE LA SERPIENTE DE AGUA
 El 10 de febrero del 2013 empezó el año chino "Gui Si", año de la serpiente de agua, la cual traerá cambios inesperados e inestabilidad, según el horóscopo chino. Por ello, este 2013, a planificar todo con antelación y cautela! Para celebrar el año nuevo, la Coordinación de Chino-Mandarin invita este viernes 15 de febrero, de 12:00 a 13:00 en el hall del 2er. piso a una exposición de té chino.

La próxima edición de este boletín cierra el trimestre 13 de marzo del 2013. Agradecemos sus colaboraciones al correo electrónico comunicacion@puce.edu.ec - Teléfono: 1500 1815.

ORALIDAD Y MODERNIDAD
 La Dra. Marlene Haboud, de la Dirección de Lingüística para dedicar más tiempo a su proyecto "Oralidad y Modernidad". Agradecemos su gestión y los desamos felices.

DIRECTORIO DE LA FCLL
 Lucía Lemos S. Decana
 Rosa Llerena P. Subdecana
 Manuel Jiménez Secretario Abogado
 Lourdes Pérez Directora de Comunicación
 Milica Dragosavitch Directora de Lingüística
 Vicente Robalino Director de Literatura
 Donald Stewart Director de LEAL
 María de Lubensky Directora de Lengua
 Cecilia Vaca Piñón Asistente del Decanato

Boletín Informativo de la Facultad de Comunicación, Lenguaje y Literatura de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador
 Av. 12 de Octubre 1076 y Roc. Edificio FCLL. Teléfono: 593 - 2 - 2991590 / 2991700 - ext. 1500 / 1815

COMUNICACIÓN SIN FRONTERAS

El boletín electrónico trae reportajes y entrevistas en video y fotografías; se encuentra alojado en la página web de la PUCE. Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura. Escuela de Lengua: www.puce.edu.ec/foa/comunicacion/csl_ener13.pdf

HOMENAJE A PROFESORES JUERBADOS

Extracto del discurso de la Dra. María de Lubensky, Directora de la Escuela de Lengua durante el homenaje del 27 de febrero:

"Hoy para otros nos sólo hay deber, sino también el deber de agradecer. Ustedes dejan honda huella en esta institución, como guías y colegas y compañeros."

"Hay que reconocerle un gran mérito a Yolanda Montalvo, ella es quien nos ha permitido rendir homenaje a los profesores."

HOMENAJE AL DR. IVÁN CARVAJAL
 El jueves 20 de febrero, el Rector de la PUCE, Dr. Manuel Coronel F., ofreció un homenaje al Dr. Iván Carvajal, docente de la FCLL, a quien la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos otorgó el Premio Aedepe a las Libertades "Juan Montalvo" 2013.

Con palabras del estudiante de VIII Sem. de Literatura, Erickson Cerpo, inició una noche de rigorosos discursos y audaces discursos; a cargo del periodista Diego Araujo, del Rector de la PUCE y del propio Iván Carvajal. Discursos de felicitación y agradecimiento que abordan desde el parámetro académico hasta lo cotidiano y anecdótico de la vida del homenajeado. El acto concluyó con un conjunto del maestro Gerardo Quevedo interpretado por el coro de la PUCE, que cuenta, entre sus integrantes, con varios profesores y estudiantes de la FCLL.

La próxima edición de este boletín cierra el trimestre 12 de abril de 2013. Agradecemos sus colaboraciones al correo electrónico comunicacion@puce.edu.ec - Teléfono: 1500 1815.

DIRECTORIO DE LA FCLL
 Lucía Lemos S. Decana
 Rosa Llerena P. Subdecana
 Manuel Jiménez Secretario Abogado
 Lourdes Pérez Directora de Comunicación
 Milica Dragosavitch Directora de Lingüística
 Vicente Robalino Director de Literatura
 Donald Stewart Director de LEAL
 María de Lubensky Directora de Lengua
 Cecilia Vaca Piñón Asistente del Decanato

Boletín Informativo de la Facultad de Comunicación, Lenguaje y Literatura de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador
 Av. 12 de Octubre 1076 y Roc. Edificio FCLL. Teléfono: 593 - 2 - 2991590 / 2991700 - ext. 1500 / 1815

COMUNICACIÓN SIN FRONTERAS

El boletín electrónico trae reportajes y entrevistas en video y fotografías; se encuentra alojado en la página web de la PUCE. Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura. Escuela de Lengua: www.puce.edu.ec/foa/comunicacion/csl_ener13.pdf

SESIÓN SOLEMNE DE LA FCLL

El sábado 15 abril se recordó en el Ecuador a los maestros y queremos unirnos a esta celebración.

Uno de los postulados de la identidad de la misión evangelizadora de las obras de la Compañía de Jesús es formar hombres y mujeres "para los demás" y "con los demás". Los docentes de la PUCE, somos corresponsables de esta misión, por eso buscamos que en nuestras aulas se respete la dignidad de cada uno, la convivencia pacífica, el respeto mutuo y el cumplimiento de los Derechos Humanos.

Nuestra felicitación también para nuestras compañeras que han cumplido 20 y más años de constante esfuerzo y dedicación a la docencia.

Queremos, con todo nuestro corazón, dar un gracias, a nuestra querida compañera, amiga y ex-decana, Dra. Yolanda Montalvo, quien se ha retirado de la cátedra para asegurar la publicación, pero que nos ha dejado un legado de honestidad, sabiduría, alegría y solidaridad que no puede olvidarse.

(Extracto del discurso de la Decana, Dr. Lucía Lemos S. - 16/04/2013)

BECAS DE ESTUDIO

El 26 de marzo, Ana Villavicencio en representación de la Comisión Fulbright en el Ecuador dio una charla sobre becas de estudio de pregrado, maestrías, doctorados y becas para docentes universitarios. Más información: www.fulbright.org.ec

El 2 de abril, la consule de Rusia, Olga Vladimirovna Romanovskaya expuso las posibilidades de estudio de pregrado y posgrado en Rusia. Más información en: consucosa_ecuador@gmail.ru

LA FCLL EN CIFRAS

7-1076
 2991590 / 2991700
 1500 / 1815

1910
 1000 Estudiantes
 240 Docentes
 2013 AL
 1000 Estudiantes
 240 Docentes

1000 Estudiantes
 240 Docentes
 2013 AL
 1000 Estudiantes
 240 Docentes

DIRECTORIO DE LA FCLL
 Lucía Lemos S. Decana
 Rosa Llerena P. Subdecana
 Manuel Jiménez Secretario Abogado
 Lourdes Pérez Directora de Comunicación
 Milica Dragosavitch Directora de Lingüística
 Vicente Robalino Director de Literatura
 Donald Stewart Director de LEAL
 María de Lubensky Directora de Lengua
 Cecilia Vaca Piñón Asistente del Decanato

Gráfico 9: Boletines Informativos FCLL (ediciones enero a abril 2013)

3.1.2.3. Otros canales

- Mensajes cortos de texto: Los mensajes de texto enviados por los teléfonos celulares son un canal empleado principalmente por los estudiantes. La secretaria también posee una base de los números telefónicos de los estudiantes y docentes. Al igual que los correos electrónicos, los números celulares no están disponibles para consulta de los públicos. La actualización de esta información de estos dos tipos de datos se lo realiza semestralmente en hojas de Excel, sin embargo no existe una base de datos automatizada de acceso sino que está bajo la administración de la Secretaría de Escuela.
- Mensajes orales: Los mensajes orales dependen de la subjetividad e interpretación del individuo que los tramita, por esta razón para este análisis se los considera como no oficiales. Es un canal de igual forma utilizado por los diversos públicos que conforma la Escuela de Comunicación; sin embargo, es habitual que se solicite se ponga por escrito en cartas o correos electrónicos, o se revise las publicaciones en Carteleras, para que no se preste a tergiversaciones del mensaje original.

La revisión de todos los canales de comunicación incluidos en este apartado, permite contar con una base de análisis sobre los distintos tipos de **formatos** y **medios**, además de la **clase y periodicidad de los contenidos**. Si bien en un inicio se buscaba realizar una investigación de los canales propios de la Escuela de Comunicación, al estar integrada en un sistema organizacional como es la PUCE y dentro del cual se halla un subsistema como la Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura, el análisis realizado fue con una lógica integral.

Asimismo, la revisión de los mismos canales en una línea de tiempo desde los años 2006 hasta el año 2014 han ayudado para constatar la perdurabilidad de estos contenidos y el uso que los públicos de esta Escuela realizan.

3.1.3. Flujo de información interna de la organización

Además del análisis de los canales es importante conocer cómo se ejecuta el flujo de la información y el tipo de mensajes que generan los públicos internos de la Escuela, para determinar el estado de la comunicación interna en esta organización.

Flujo de información				
PARA DE	Estudiantes	Docentes	Autoridades	Administrativos
Estudiantes	Consultas sobre las clases, trabajos en grupo, deberes. Coordinación para desarrollo de proyectos de la institución y para la elaboración de contenidos en El Imperdible, TV Noticias PUCE, Radioactiva.	Consultas sobre la cátedra. Coordinación de lineamientos editoriales de los productos de comunicación institucional. Prácticas pre profesionales.	Solicitudes de distinta índole, principalmente autorizaciones. Coordinación de lineamientos editoriales de los productos de comunicación institucional.	Solicitudes de distinta índole (horarios, créditos, requisitos).
Docentes	Material de apoyo o complementario para las clases. Indicación de actividades. Coordinación editorial de los productos de comunicación.	Planificación de la cátedra por áreas. Reuniones docentes.	Solicitudes de permisos, planificación semestral de actividades, programas de las materias.	Entrega de disponibilidad horaria, calificaciones.
Autoridades	Información oficial de la institución. Procedimientos de autoevaluación académica.	Convocatorias a reuniones de planificación o coordinación de actividades. Calificaciones, lecturas y direcciones de disertaciones.	Memorandos y entrega de información a nivel universitario. Reuniones de trabajo.	Memorandos.
Administrativos	Convocatorias, horarios, calificaciones.	Convocatorias, horarios.	Entrega de información tanto de docentes como de estudiantes.	Memorandos.

Cuadro 15: Flujo de información interna entre públicos Escuela de Comunicación

3.1.4. Estudio de situación comunicacional a través de los públicos

Dentro del diagnóstico se empleó el método de Observación Estructurada, la cual busca realizar una “descripción sistemática de algún fenómeno, es decir, cuando estamos realizando un estudio o investigación, en el que sabemos exactamente lo que vamos a investigar.³⁶” En el caso específico de esta disertación la situación de comunicación de esta organización, como complemento del análisis realizado a los canales de comunicación tanto de la PUCE, FCLL y Escuela de Comunicación.

Dentro de la metodología de investigación cuantitativa, se aplicaron cuestionarios a los siguientes públicos: Estudiantes actuales de Comunicación en dos períodos de tiempo (Primer semestre 2008 y Primer semestre 2012), Egresados o exalumnos a partir del año 2000 al 2007, y docentes de la organización en el período del año 2008.

Los cuestionarios fueron elaborados con base en los siguientes criterios: uso de los canales de comunicación de la organización, percepción e intereses de los públicos con respecto a la situación comunicacional, acceso y uso de las Tecnologías de Información y Comunicación, autoevaluación sobre la participación en los espacios de comunicación determinados por la organización.

Las preguntas que componen los cuestionarios fueron de carácter cerrado y abierto, permitiendo una visión completa de los criterios mencionados. Además se tomaron en cuenta criterios que ayudan a una mejor organización en la estructura de los cuestionarios como lo determina Susan Pick.

Los cuestionarios deben ser muy específicos para que den lugar a respuesta vagas. El orden la presentación debe ir de las más fáciles a las más difíciles para mantener el ánimo de respuesta. No contener preguntas dobles o que requieran de dos respuestas a la vez, así como tampoco preguntas en donde exista una doble negación³⁷.

Por otra parte, los cuestionarios también cumplen con el requisito de ser auto explicativo, considerando que al aplicarlos a través de *Google Docs*³⁸ los informantes no contaban con una ayuda directa del investigador. El envío de los formularios o encuestas se realizó

³⁶ Pick, Susan y Ana Luisa López. *Cómo investigar en ciencias sociales*. México: Ed. Trillas, 1982.

Página. 58

³⁷ Ídem. Página 60.

³⁸ Servicio proporcionado por el programa de correo electrónico gratuito para compartir documentación y encuestas que se depositan en enlaces de acceso privado o público.

a través de los correos electrónicos de los estudiantes, docentes y exalumnos. Este carácter Esta información fue proporcionada por la Secretaría de Escuela y por la Asociación Escuela de Comunicación.

El empleo de este recurso tiene como ventaja la optimización en la recopilación de datos, el ahorro de tiempo y costo de los materiales y además se puede establecer un contacto con públicos de la organización, quienes se encuentran dispersos, como es el caso de los exalumnos y de los profesores de tiempo parcial.

A nivel de determinación de la muestra se empleó la técnica del Muestreo aleatorio o al azar, el cual permite la participación de todos los miembros de la organización sin restricción de categorías dentro de un mismo tipo de público, pues si se realizaron segmentaciones del tipo de público como se indica previamente.

El muestro probabilístico se basa en el hecho de que cada miembro que forma parte de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado para formar parte de la muestra. Este es el método más adecuado, puesto que reduce al máximo los prejuicios de selección que el investigador pueda tener; así obtenemos muestras más representativas³⁹.

Para la respectiva categorización de la información que se recopiló en estos cuestionarios aplicados a los tres tipos de públicos de análisis, se mantuvo la clasificación sobre las cuales se plantearon cada uno de los cuestionarios, agrupando sus respuestas e ideas. En el siguiente apartado de esta disertación se recogen los resultados cuantitativos, con su respectiva leyenda de análisis tomando en cuenta que muchas de las respuestas resultaban de variables dependientes entre ellas, como se estructuró desde un inicio del planteamiento del estudio.

³⁹ Pick, Susan y Ana Luisa López. *Cómo investigar en ciencias sociales*. México: Ed. Trillas, 1982. Página 86

3.1.4.1.Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes

La Escuela de Comunicación cuenta con un promedio de 250 alumnos, determinados por el cupo de asignación de estudiantes por esta área académica. Específicamente, para el año 2008 se contaba con un número de 250 estudiantes y 240 para el año 2012. La encuesta fue enviada vía correo electrónico en dos períodos distintos a la totalidad de estudiantes matriculados. Un primer período que corresponde al primer semestre del año 2008 y un segundo período a los que cursan el primer semestre del año 2012. En total el número de encuestas que se realizó fue de aproximadamente 180, pues los correos electrónicos de algunos de ellos resultaron fallidos (devolución de aproximadamente 50 en cada caso).

Para la recolección de los datos de este público, un factor importante a indicar es que dichas encuestas se recogieron en un período no mayor a un mes, comprendiendo que la inmediatez y uso de estos recursos digitales es de mayor accesibilidad para este grupo etario.

A nivel de muestra, en la primera encuesta aplicada se recibió respuesta de 43 estudiantes, lo que representa el 18% del total; mientras que para el año 2012 se recogió la respuesta de 52 estudiantes, es decir 22% del total. Las muestras conseguidas en ambos momentos del estudio nos ayudan a dar una representatividad de los resultados, sin embargo como complemento del análisis del objeto de investigación, posteriormente también se aplican otros métodos como entrevistas y un grupo focal, que se toman en cuenta para la elaboración del producto y las conclusiones de la presente disertación.

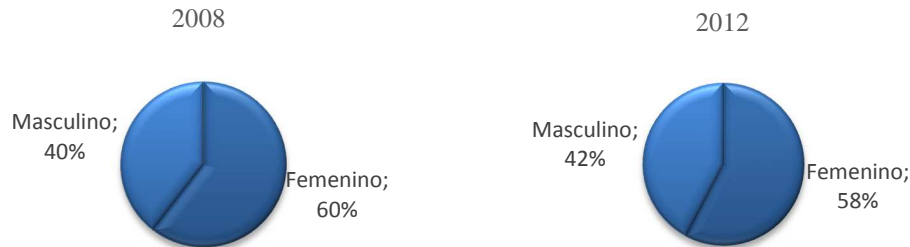
Los resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes se presentan con base en la siguiente clasificación de categorías:

- a) Información de contexto poblacional
- b) Usabilidad del Internet y sus aplicaciones
- c) Situación de comunicación institucional
- d) Participación de los estudiantes

A continuación se presenta el análisis de estas cuatro categorías, relacionándolos con los datos y circunstancias comunicacionales de cada período.

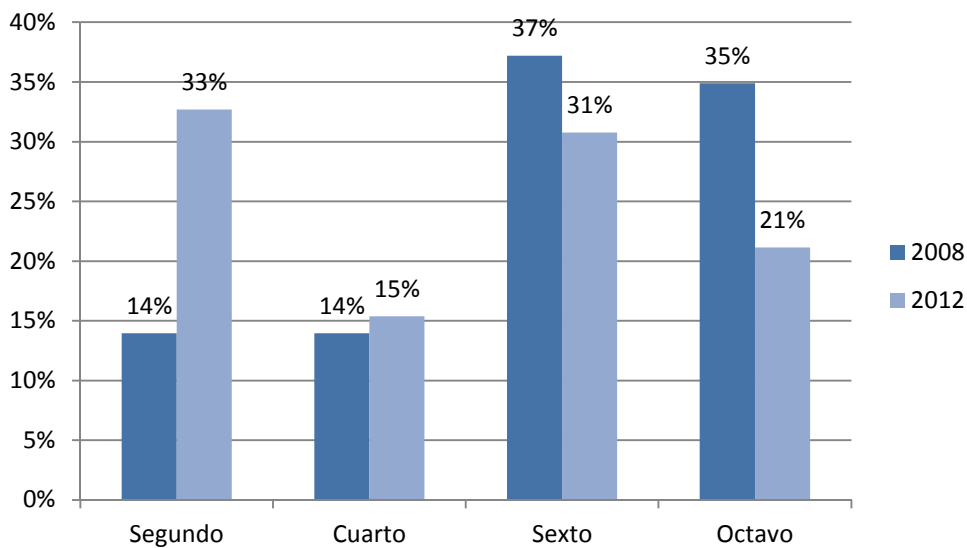
a) Información de contexto poblacional

En este apartado se tomaron dos datos de análisis de contexto poblacional: el género y el nivel de estudios que cursan.



La mayoría de población encuestada corresponde al género femenino, siendo el más preponderante tanto en la organización como en el resultado de esta encuesta, aproximadamente sobre 20 puntos porcentuales.

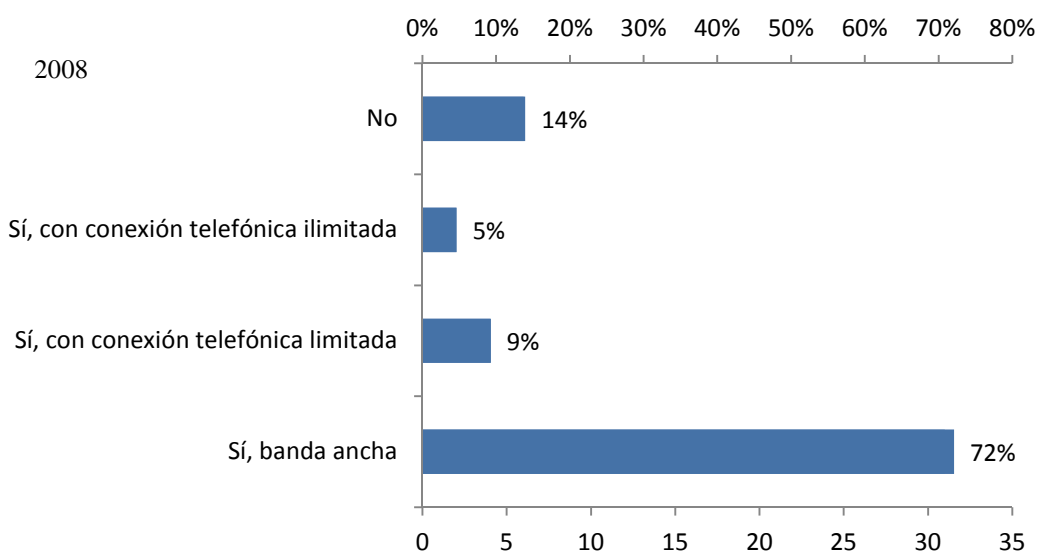
Con respecto al nivel de estudios en el que se encontraban cuando completaron la encuesta, se debe indicar que la encuesta se realizó en un mismo momento del año donde cursaban los mismos niveles de estudios, considerando que a partir del segundo nivel se puede determinar una experiencia comunicacional en la organización. Es así que en el año 2008 la mayoría de respuestas fueron enviadas por estudiantes de los últimos niveles de estudios (sexto nivel -37%, octavo nivel – 35%), mientras que 2012 la mayoría de respuesta de los estudiantes que cursaban el segundo (33%) y sexto nivel (31%)



b) Usabilidad del Internet y sus aplicaciones

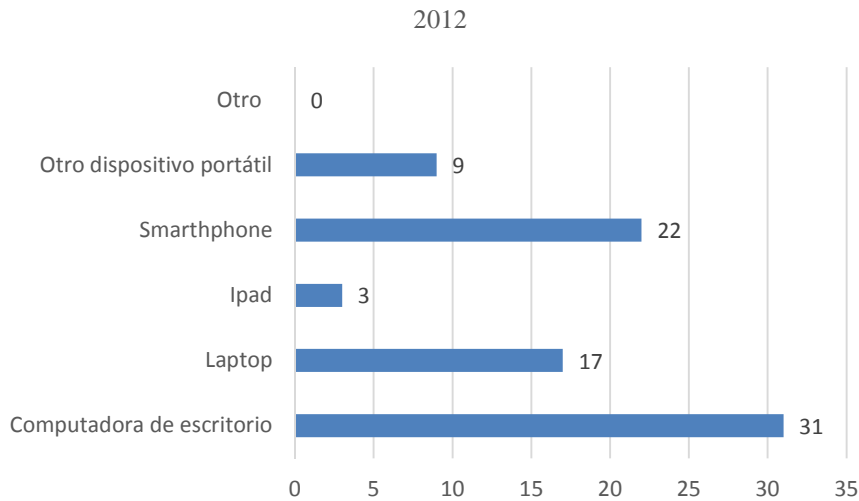
Con respecto al acceso y usabilidad del Internet, en el año 2008 se plantearon preguntas bajo condiciones donde el Internet aún no correspondía a un servicio básico de uso para los estudiantes en las instalaciones de la PUCE; sino solo a través del centro de cómputo; mientras que en el año 2012 la conectividad en espacios abiertos en zonas como la biblioteca, el parque, la Escuela, demandó replantear las preguntas en torno a los dispositivos que se utilizan para conectarse al Internet. Sin embargo, las preguntas referentes a las aplicaciones de Internet que se emplean, como las que corresponden al tiempo de conexión se mantienen.

- ¿Tienes Internet en casa?



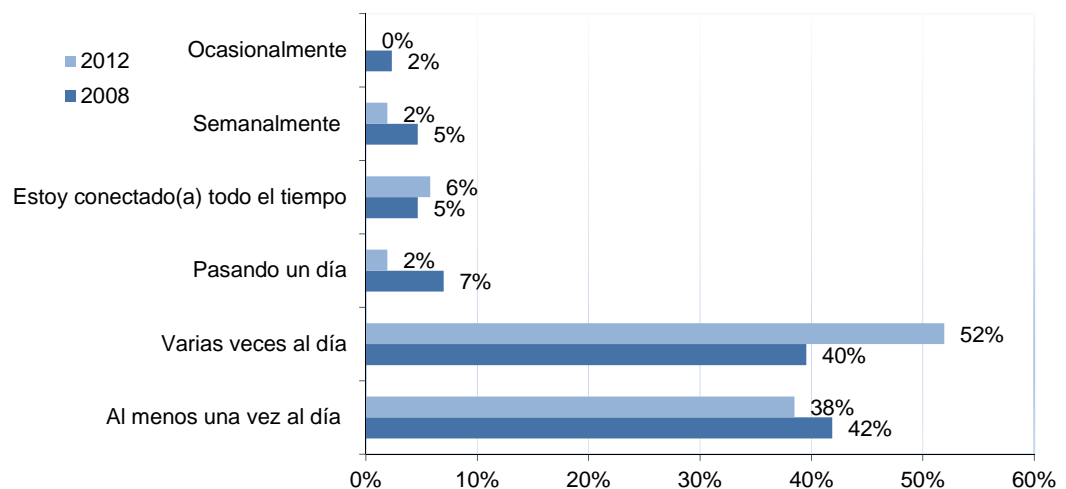
En el año 2008, el 86% de estudiantes manifestaron tener acceso al Internet desde sus hogares ya sea con conectividad banda ancha como con conexión telefónica limitada o ilimitada. Esta pregunta no fue incluida en el cuestionario del año 2012, pues con las condiciones planteadas en esta categoría se cumple el interés de conocer si los estudiantes tienen las condiciones pueden conectarse en cualquier espacio, en su casa o en la universidad.

- ¿Con qué dispositivo(s) te conectas a Internet habitualmente?



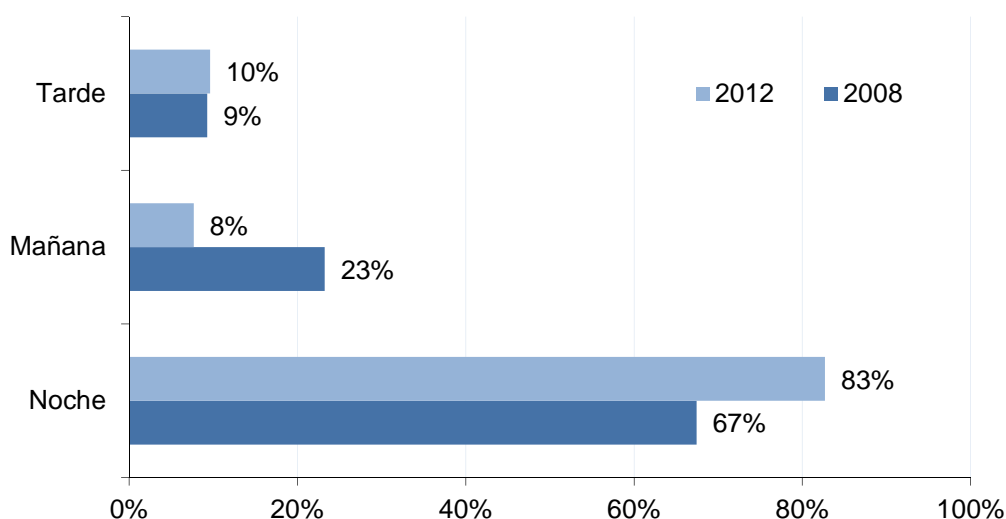
A partir de esta pregunta realizada únicamente en el año 2012, se procuraba medir el dispositivo de mayor uso para la conectividad de parte de los alumnos, el cual por frecuencia de respuesta fue un computador de escritorio, pero en segundo lugar se encuentra el acceso también a través de dispositivos portátiles como laptops y teléfonos inteligentes o *smartphones*. Esta situación es una evidencia del cambio y acceso a otros tipos de dispositivos en el mercado tecnológico durante estos últimos años.

- ¿Con qué frecuencia te conectas al Internet?



En el año 2008, el 82% se conectaban al Internet por lo menos una vez al día y varias veces al día. Lo que indica que la mayoría de estudiantes mantenían mayoritariamente un contacto diario a aplicaciones del Internet. En el caso del año 2012, aumenta notablemente el porcentaje de conexión por varias veces al día (52%), pues se debe a las mayores facilidades de conexión en la universidad. Sin embargo, en ninguno de los dos períodos se indica que la conexión de da mayoritariamente durante todo el tiempo.

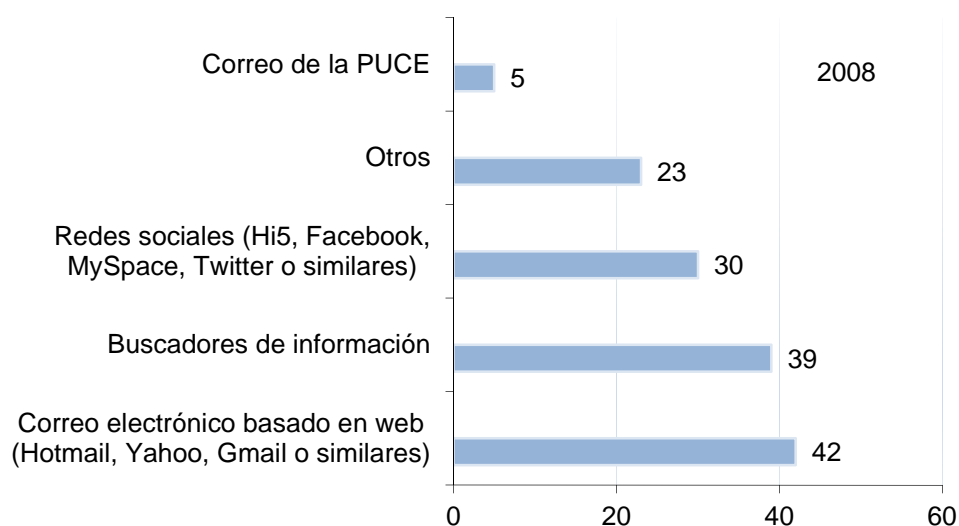
- ¿En qué período del día te conectas con más frecuencia al Internet?



Las noches es el período de mayor conexión al Internet por parte de los estudiantes, por lo que se comprende que puede ser en espacios dentro de la Universidad como fuera. Este parámetro ayuda a determinar que los contenidos del producto “e-comunicación” puedan publicarse durante la jornada del día, para que puedan ser revisados por los estudiantes en la noche. Así mismo, al ser la jornada nocturna el momento para realizar las tareas, este espacio también resulta el período de consultas habituales por parte de los estudiantes. En el año 2012, más del 80% afirma que se conecta en la noche.

Con respecto a las aplicaciones que utilizan los alumnos a través de Internet, solo se planteó de manera general en el año 2008, pues en el año 2012 con la creación de nuevas aplicaciones basadas en Internet, aumentaron los recursos y la práctica de uso de estas herramientas tiene sus cambios.

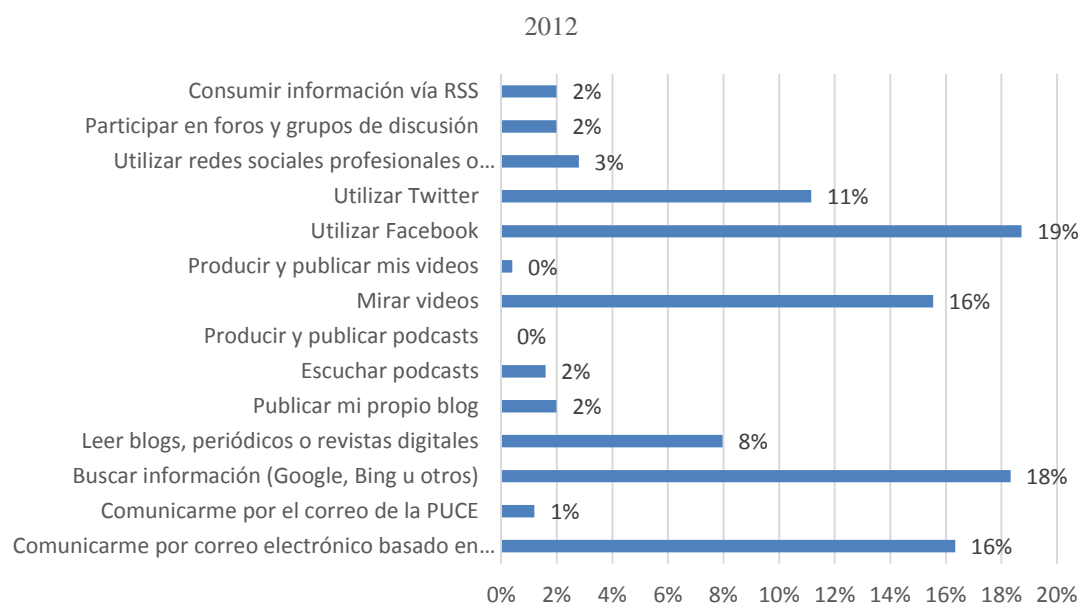
- ¿Qué aplicaciones de Internet utilizas? (Selección múltiple)



En 2008, la mayoría de estudiantes posee el hábito de mantenerse conectados en el Internet: principalmente para el uso de correos electrónicos basados en Web (es decir, Hotmail, Yahoo, Gmail u otros); en segundo lugar, buscadores de información y en tercer lugar, redes sociales de Internet (Hi5, Facebook, MySpace, Twitter u otros). Tan solo 5 estudiantes señalaron que emplean el buzón de correo electrónico institucional de la Universidad.

- ¿Qué actividades practicas regularmente en Internet?

En 2012, la medida se realizó en porcentajes pero con el objetivo de encontrar la tendencia más repetida en las prácticas de uso del Internet en los estudiantes de la Escuela de Comunicación. Aquí se demuestra que el uso al Facebook es su actividad preponderante, después la búsqueda de información y en un mismo nivel la comunicación a través del correo electrónico basado en plataformas Web, como mirar vídeos. En el caso del uso del correo electrónico de la PUCE el porcentaje de frecuencia no llega ni al 1%.



c) Situación de comunicación institucional

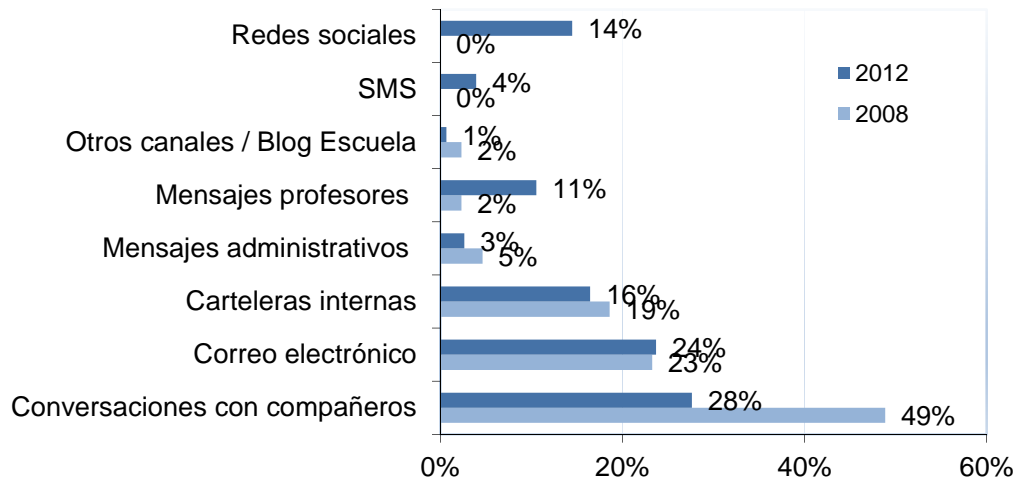
El presente segmento del cuestionario realizado a los estudiantes de la Escuela, en los períodos mencionados, consiste en conocer las formas cómo acceden a información de la institución, los canales más habituales, las principales formas de comunicación que emplean junto con los otros públicos de interacción como docentes y personal administrativo.

De igual forma, considerando los cambios institucionales en nuevos canales de comunicación tanto de la PUCE como de la Escuela, como la influencia de nuevos recursos de comunicación propios de la web, el cuestionario planteado en el 2012 tuvo modificaciones en comparación al del 2008.

Entre los ámbitos considerados para determinar el estado de la comunicación en la Escuela, por parte de los estudiantes, se encuentra el acceso al conocimiento de procesos administrativos, oportunidades para prácticas pre profesionales y oportunidades de empleo laborales, además de una autoevaluación de su participación estudiantil en las distintas actividades programadas por la Escuela de Comunicación.

A continuación se presenta el análisis de la batería de preguntas correspondiente a este apartado del diagnóstico.

- ¿De qué manera te informas sobre las actividades de la Escuela de Comunicación?



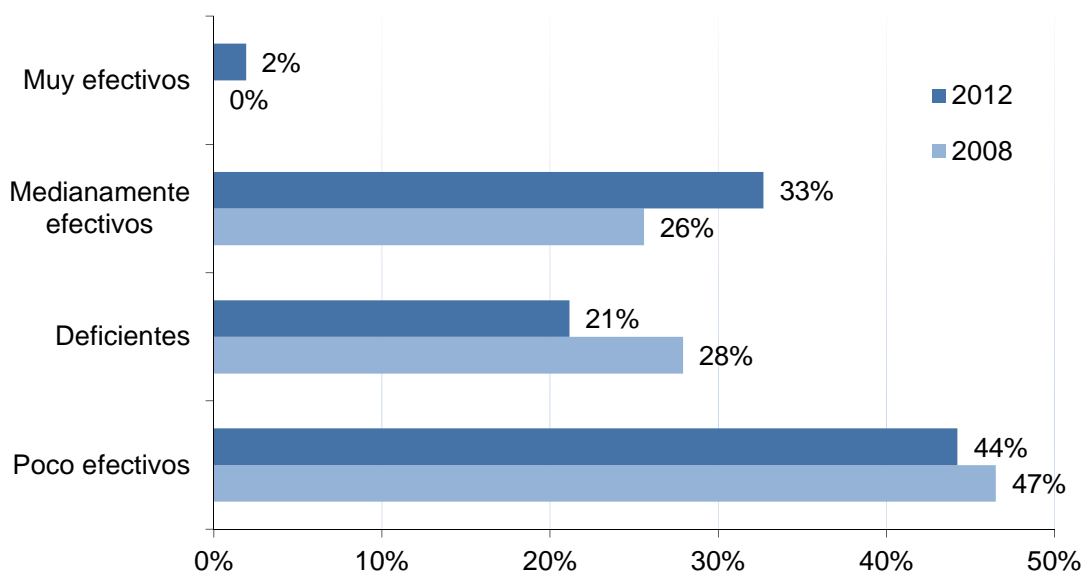
En el año 2008, los estudiantes indicaron recibir información sobre las actividades que realiza la Escuela mayoritariamente de conversaciones a través de sus compañeros (49%). Además el 23% se entera por los correos electrónicos enviados principalmente por la Asociación Escuela de Comunicación. Y el 19% se entera a través de las carteleras ubicadas en los pasillos y aulas de la Escuela.

En el año 2012, la situación es similar, pues se asegura que hay mayor frecuencia de acceso a información sobre las actividades de la Escuela, a través de otros compañeros (28%) y seguido del correo electrónico (24%). Sin embargo, el 16% también es la frecuencia en la cual acceden a información desde la Carteleras Internas, y aparece un nuevo canal que se incluyó en la aplicación de la encuesta a este grupo, que corresponde a las Redes Sociales, siendo el 14%.

Por otra parte, en vista de que en esta fecha el Blog de la Escuela de Comunicación ya comenzó con su publicación en línea, se consultó sobre su uso para acceder a información institucional, pero este solo representó el 1%.

También a partir de esta lectura se puede inferir que la información oficial entregada por la Escuela no circula por los canales formales, sino por los informales, los cuales pueden –por su naturaleza– tergiversar la información.

- ¿Cómo valorarías a los canales de comunicación interna que existen actualmente en la Escuela de Comunicación?

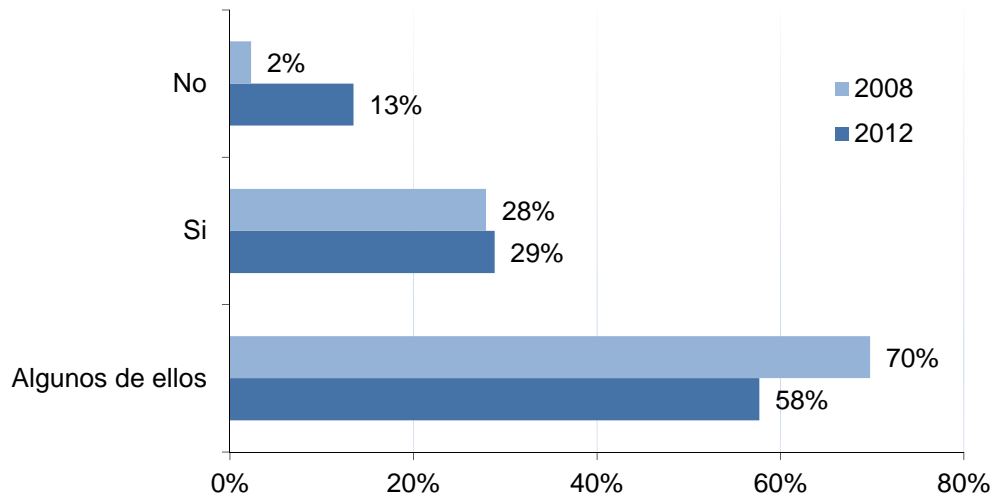


Tanto el público encuestado en el 2008 como en el 2012 coinciden que los canales de comunicación interna son poco efectivos, pues se ubican en porcentajes entre los 40% al 50%; mientras que como segunda categoría se indica que en el año 2008 corresponde a que son deficientes (28%), en el 2012, por su lado se plantea que son medianamente efectivos (33%).

Si bien la mayoría de estudiantes valoró a los canales con categorías negativas, en el 2012, si se plantea un cambio en la percepción de los canales de comunicación pues estos principalmente están en la categoría, lo que indica un cambio en la forma de implementación y acceso a estos canales de la Escuela.

Por otra parte, el hecho de que solo en el 2012 el 2% haya indicado que son muy efectivos, se plantea que han existido estos avances y sobre todo nuevas oportunidades de desarrollo de estos canales de comunicación para satisfacer la valoración por parte de este público estudiantil.

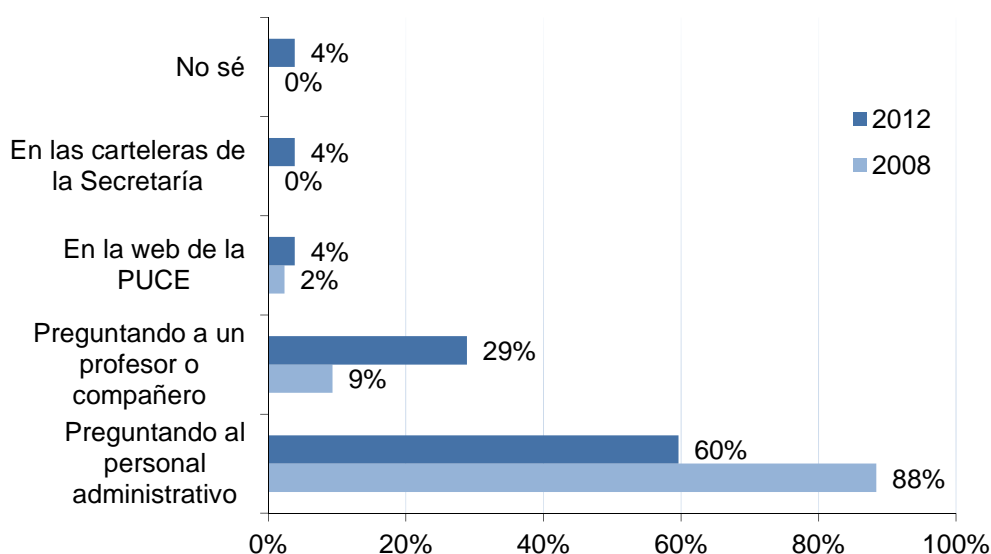
- ¿Conoces los procedimientos administrativos (forma de llenar hoja de créditos, matricularte, cambiar de horarios, dar pruebas atrasadas, conseguir un locker y otros) de la Escuela de Comunicación?



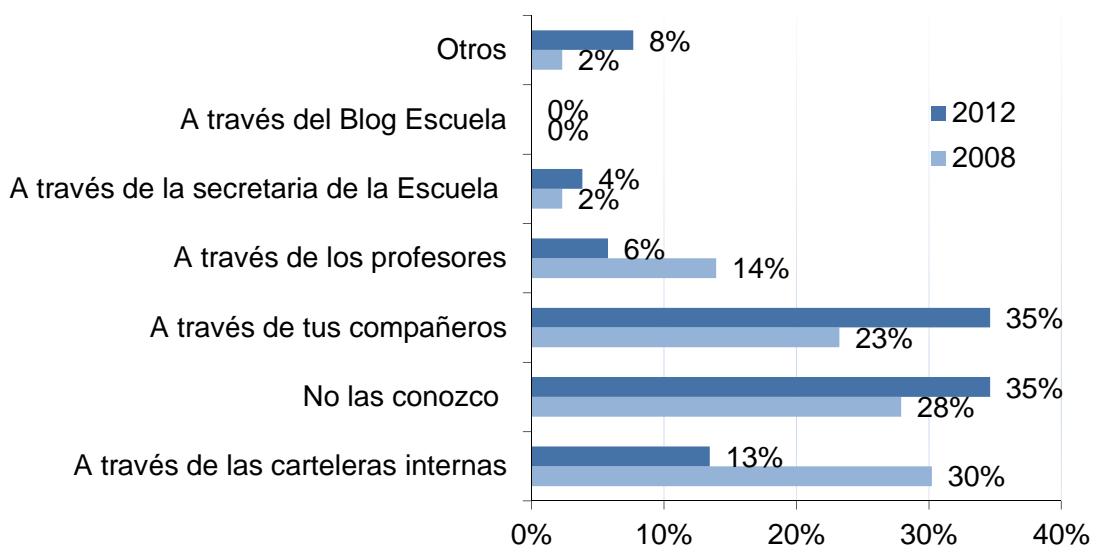
Los procedimientos administrativos son un referente que los estudiantes no desconocen, puesto que afirman en su gran mayoría sobre el 50% que los conocen a algunos de ellos: 70% en 2008 y 58% en 2012. Sin embargo, cabe destacar la respuesta del 13% de estudiantes en el 2012 quienes indican no conocer la batería de todos estos procesos, cuando en el 2008 solo el 2% indicó que no los conocía. La afirmación de conocer estos procedimientos se ubica en variables entre el 28 y 29%.

- ¿Cómo puede un estudiante averiguar algún proceso administrativo que requiera?

La mayoría de estudiantes, tanto en el año 2008 como 2012, considera como fuente principal de información de este tipo de requerimiento al personal administrativo (2008: 88% y 2012:60%). Por otra parte, en el 2012 se incrementa el número de personas que consideran pertinente consultar a un profesor o compañero. En el 2012, se incluyó también a las carteleras de la Secretaría, pero este no fue un mecanismo que consideren apropiados los estudiantes para conocer sobre esta información.

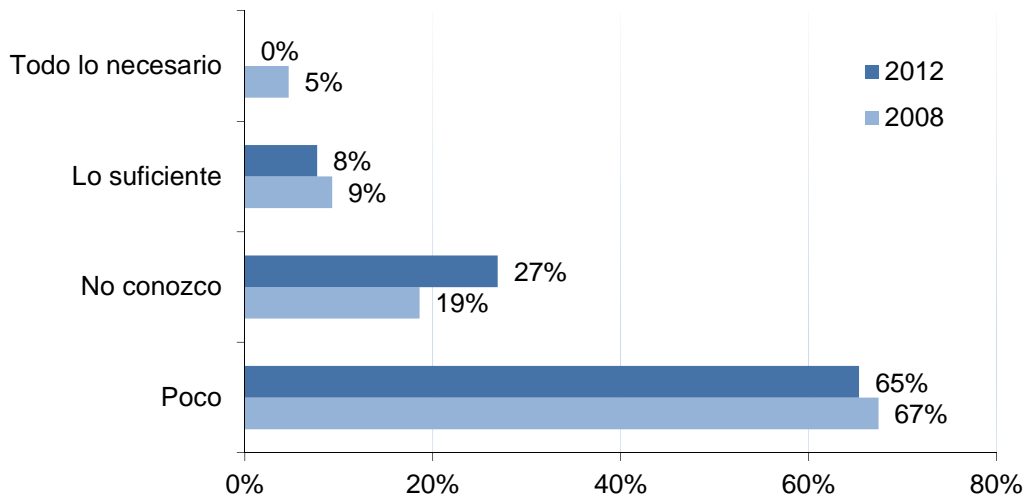


- ¿De qué forma conoces las oportunidades de prácticas estudiantiles que ofrece la Escuela de Comunicación?



El 30% conoce esta información a través de las carteleras internas. Sin embargo el 28% reconoce no conocer este tipo de información y el 23% la conocen a través de sus compañeros. Por lo tanto, la mayoría toma como fuente principal las carteleras. Los estudiantes también son transmisores principales de este tipo de información.

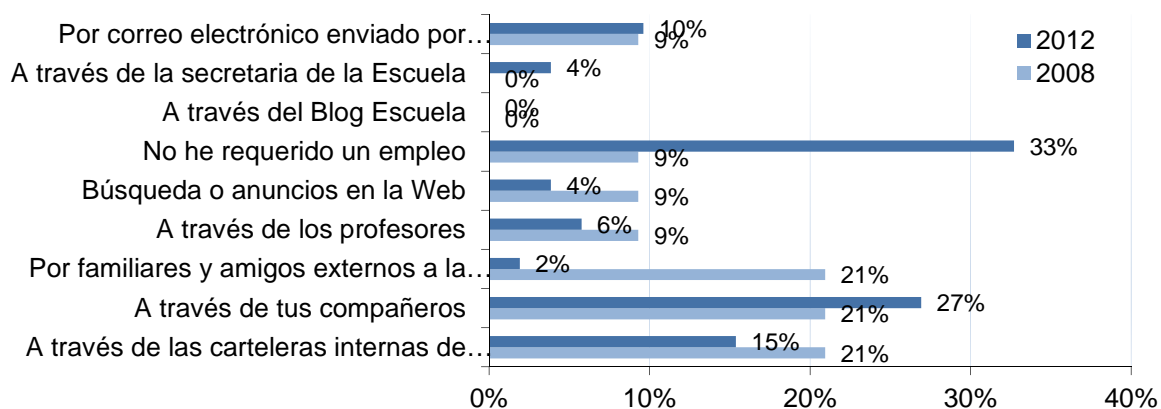
- ¿Cuánto conoces sobre las prácticas profesionales, los procesos y mecanismos que las regulan?



En el 2008 el 67% afirmaron conocer poco sobre los procedimientos y mecanismos que regulan las prácticas profesionales, en el 2012 datos similares se presentan pues son el 65%. Considerando que la mayoría de estudiantes encuestados pertenecen a sexto y a octavo niveles, es relevante determinar que la mayoría conoce poco sobre las prácticas profesionales es un indicador de que la transmisión de este tipo de información es deficiente, así como los estudiantes tampoco buscan este tipo de información en las fuentes que se requieran.

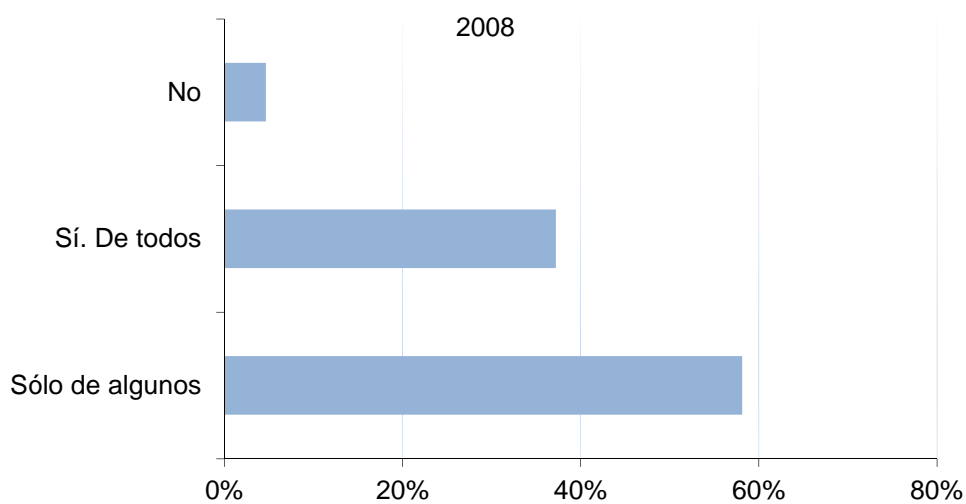
- ¿De qué manera te enteras de las oportunidades de empleo en Comunicación?

Los estudiantes coinciden en que las principales fuentes para conocer sobre las oportunidades de empleo es a través de: las carteleras internas, de sus compañeros y de familiares y amigos externos a la Escuela. En el año 2012, también se observa que la mayoría no ha requerido un empleo, circunstancia que puede deberse a que después de los estudiantes de sexto nivel, el grupo que más respondió pertenece al segundo nivel.

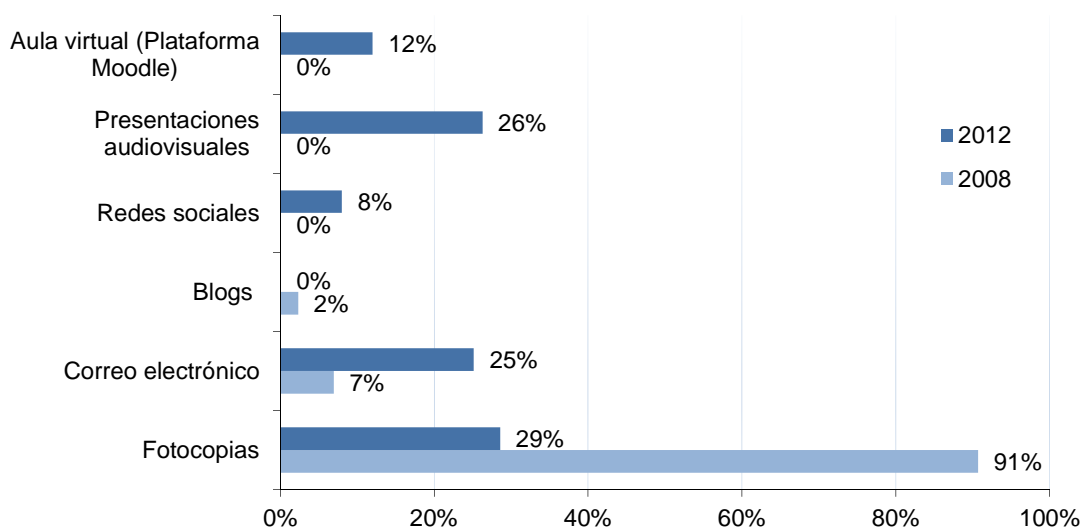


- ¿Es posible conocer los horarios de atención de tus profesores?

El 58% afirma que sólo se puede conocer los horarios de atención de profesores de algunos de ellos. Esta consulta fue realizada únicamente a los estudiantes del año 2008, con la intención de dar prioridad a otras consultas.



- ¿Cómo distribuyen preferentemente material de respaldo tus profesores? / ¿Qué recursos utilizan tus profesores para desarrollar la clase, dentro o fuera del aula?



Esta misma pregunta se planteó de dos formas distintas para las encuestas aplicadas en los años 2008 y 2012, pues la influencia de recursos digitales como Aulas virtuales en Moodle, redes sociales, blogs y presentaciones audiovisuales se presentaron en esos dos años de diferencia.

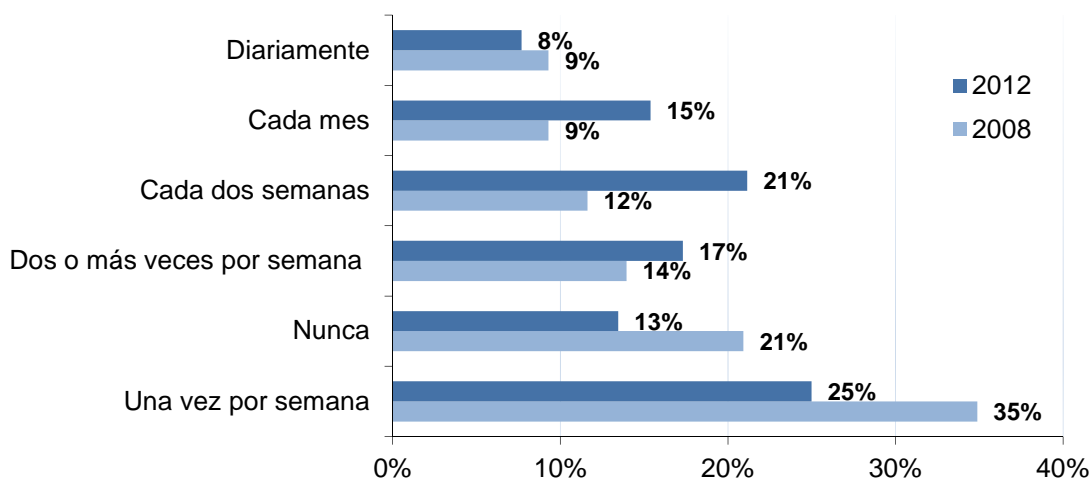
Sin embargo, de acuerdo a percepción de los estudiantes, la mayoría de profesores entregan su material de respaldo de las materias a través de fotocopias, luego de estos se encuentran las presentaciones y posteriormente el correo electrónico en el año 2012. En el año 2008 se comprendía como el segundo canal para acceder a esta información al correo electrónico.

d) Participación

En este apartado se busca conocer el interés que los estudiantes tienen por acceder a los canales de comunicación establecidos por la Escuela de Comunicación, así como su motivación para participar en las actividades planificadas.

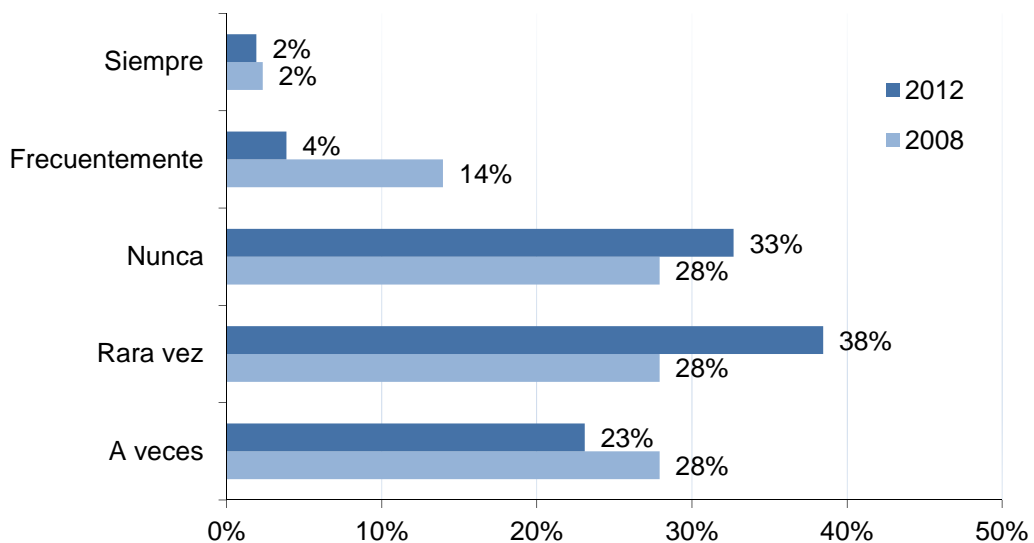
A través de los resultados que se presentan en esta sección, el diagnóstico de comunicación de la organización se complementa, pues también el interés de los públicos también se debe al tipo de contenidos que se ubican en estos espacios.

- ¿Con qué frecuencia lees las carteleras internas de información de la Escuela de Comunicación?



La frecuencia de lectura de las carteleras resulta ser mayoritariamente una vez por semana en los dos públicos de los años 2008 y 2012. Mientras que en el 2012 también se encuentra en segundo lugar que la periodicidad de lectura es cada dos semanas. La lectura diaria de las carteleras por otra parte es la más escasa. Se podría inferir que la mayoría de estudiantes no tienen el hábito de revisar la información de las carteleras de comunicación interna.

- ¿Participas en las actividades extracurriculares de la Escuela, de la AEC y de la PUCE?

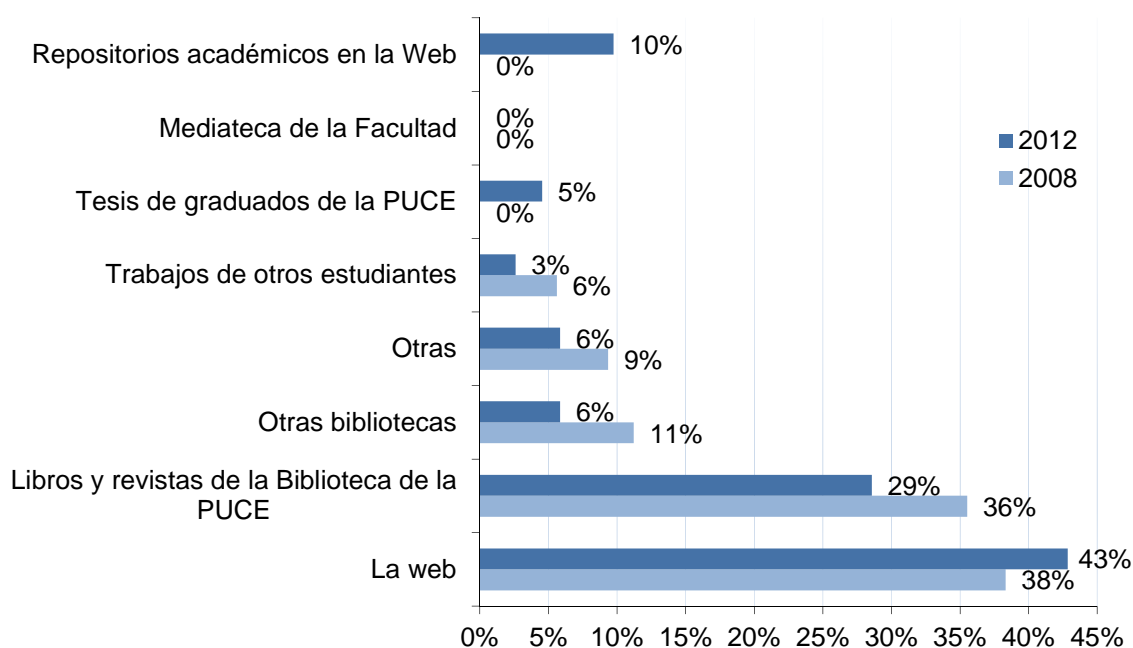


La participación en las actividades organizadas por la Escuela es baja, de acuerdo a los resultados obtenidos. Principalmente en los dos períodos evaluados la mayoría indica participar rara vez, nunca o a veces. Sin embargo, con prioridad en el año 2012 se plantea el indicador del 38% en que “rara vez” se participa. Tan solo el 14% afirma que participa frecuentemente en el 2008 y el 4% en 2012, mientras que siempre los dos años coincide con el indicador del 2%.

- ¿Cuáles son las fuentes de información que utilizas con más frecuencia cuando realizas un trabajo de investigación? (Selección múltiple)

Adicional a los parámetros consultados sobre el interés de los participantes también se recogió información sobre las fuentes de preferencia de ellos al realizar un trabajo de investigación, con el fin de conocer si es un material que tendría cabida en el portal “e-comunicación”.

La misma pregunta se realizó a los estudiantes del año 2008 como del 2012, en los que se incluyeron algunos elementos como la mediateca de la FCLL, repositorios académicos de la web pues tomaron auge durante esa temporada, y las Tesis de graduados de la PUCE. Como resultados de este apartado se encontró que la Web es la principal fuente de información ubicándose sobre los 35 puntos porcentuales en ambos casos. Seguido de este se encuentran los textos y revistas que se pueden obtener de la PUCE y en el 2012 también se incluye un 10% como repositorios académicos de la Web.



En este sentido, el principal recurso que los estudiantes de Comunicación utilizan es la Red. Factor que determina una base interesante para implementar un canal de comunicación que cumpla con sus intereses y cubra sus necesidades personales, académicas y laborales.

3.1.4.2. Resultados de las encuestas aplicadas a los docentes

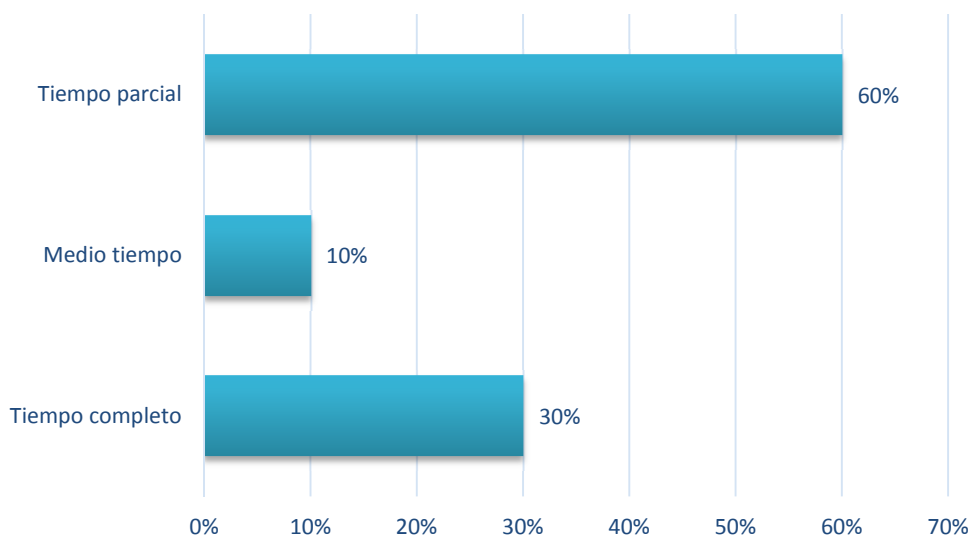
Durante el período del año 2008 también se aplicó un cuestionario dirigido a los docentes de la organización, con el objetivo de conocer desde su perspectiva similares ámbitos que los estudiantes: contexto de su perfil como docente, usabilidad del Internet, acceso y empleo a los canales de comunicación y sus intereses como docentes desde la perspectiva de mejorar los procesos comunicacionales.

En el período antes mencionado, la Escuela contaba con 22 docentes que brindaron clases durante el primer semestre del año 2008. La encuesta fue enviada a la totalidad de los docentes, sin embargo solo se obtuvo respuestas de 10 profesores de tiempo completo y parcial; por lo tanto el público encuestado representa el 45% del total.

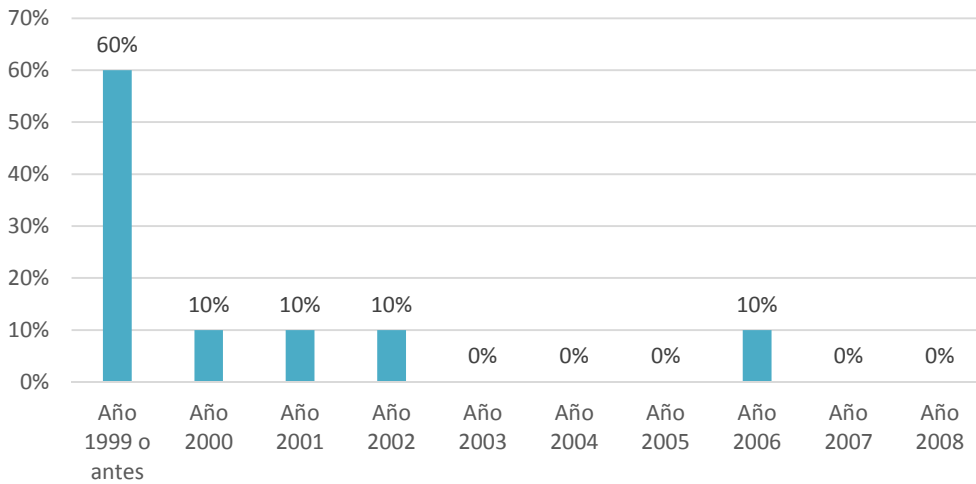
a) Contexto del docente

- Tiempo de dedicación

El tiempo de dedicación de los docentes encuestados mayoritariamente es tiempo completo, lo que es una representación de cómo está distribuida la planta docente en la organización, pues solo hay 5 docentes que son de tiempo completo.

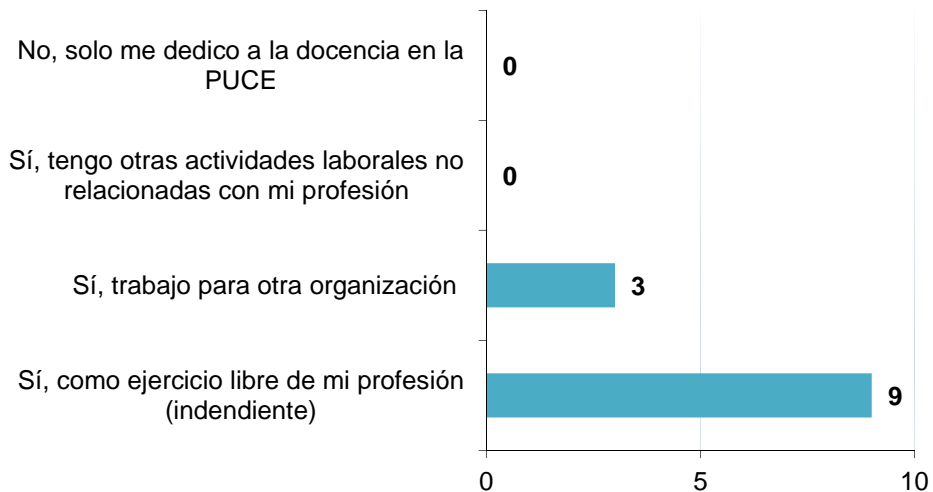


- Año de ingreso a la PUCE



Los docentes encuestados principalmente son docentes que llevan más de diez años en la organización, por lo que las respuestas que se remitan a continuación demuestran que existe una mayor permanencia en el sitio para conocer sobre la situación comunicacional de la organización.

- ¿Cumple otras actividades laborales además de la docencia?

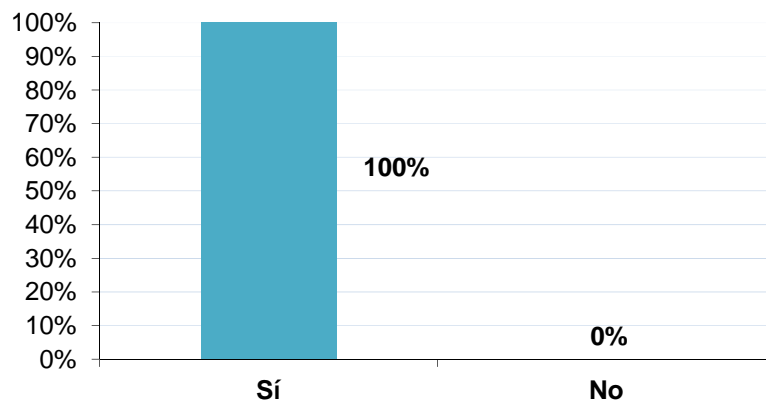


Esta pregunta ratifica la condición de los docentes pues al ser de tiempo parcial en su mayoría se observa que 9 de los 12 encuestados también realizan trabajo independiente como ejercicio libre de su profesión.

b) Uso del Internet

En esta apartado se busca conocer los hábitos que los docentes en el uso del Internet, tanto a nivel de frecuencia, como de intereses de uso de su aplicación. Por otra parte, también se pretende encontrar su percepción sobre el Internet como fuente de información.

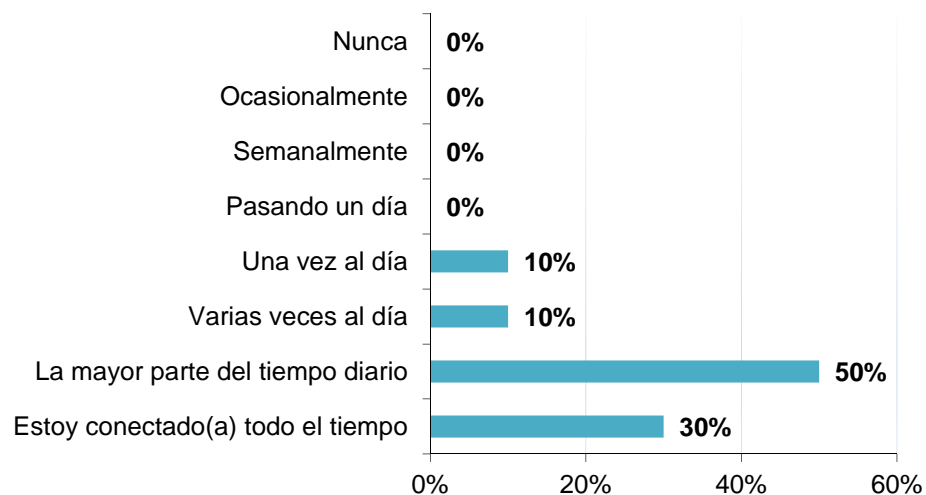
- ¿Tiene acceso al Internet para el desempeño de sus actividades, desde la PUCE, su domicilio u otra oficina?



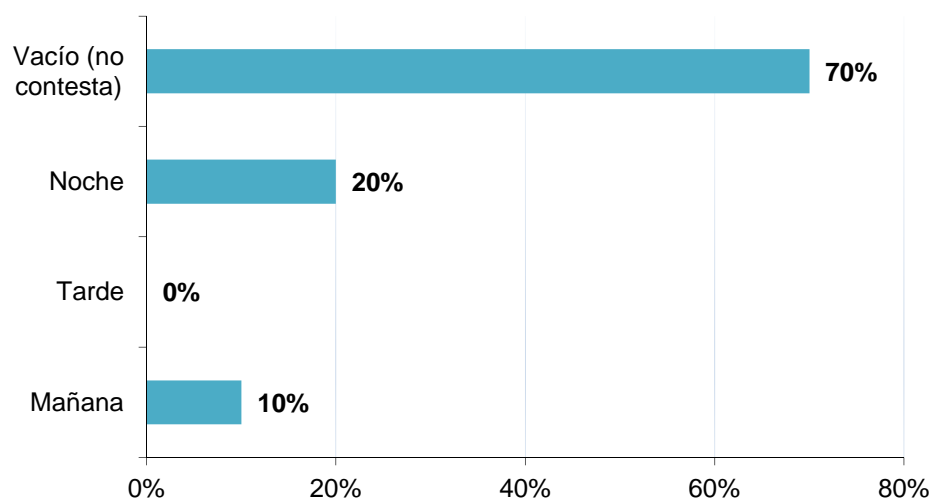
El 100% de docentes encuestados asegura tener acceso al Internet para desarrollar sus actividades tanto académicas como profesionales.

- ¿Con qué frecuencia se conecta al Internet?

La frecuencia del uso del Internet por parte de los docentes indica ser durante la mayor parte del tiempo el 50%, y un 30% asegura estarlo todo el tiempo, lo que significa que la factibilidad de estar conectado es mayoritaria.

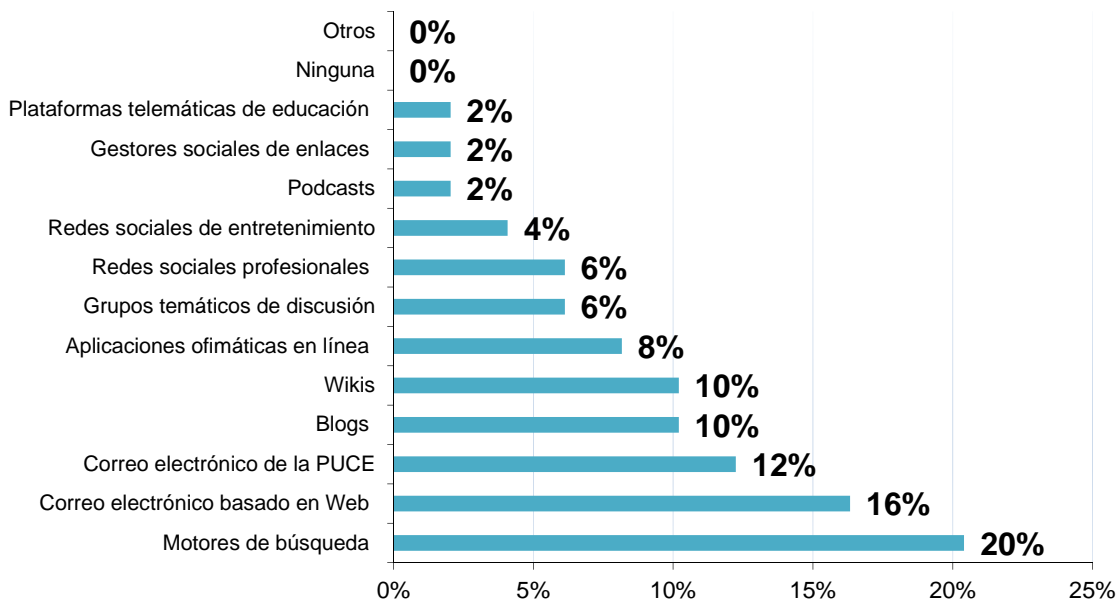


- Si no está conectado permanentemente, ¿en qué período del día se conecta con más frecuencia al Internet?



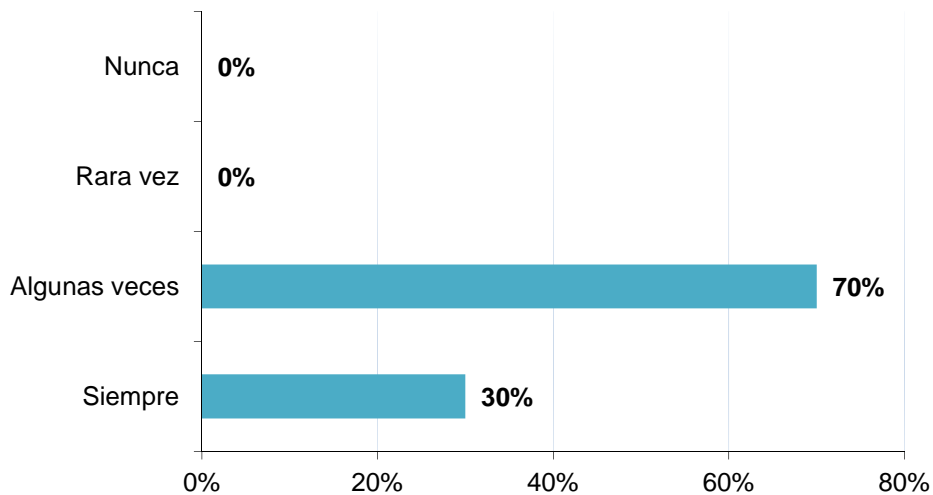
Del grupo de docentes que respondió que no está conectado de forma frecuente, asegura que en la noche es el período del día cuando pasan conectados, por lo tanto también es una oportunidad para el desarrollo de “e-comunicación” pues los docentes, así como los estudiantes tendrán esta jornada para actualizar contenidos.

- ¿Qué aplicaciones de Internet utiliza como apoyo para la docencia o la investigación?



Entre las cinco principales aplicaciones que los docentes afirman utilizar se encuentran los motores de búsqueda, el correo electrónico basado en Web, el correo electrónico de la PUCE, y los blogs y wikis con un mismo número. Estos resultados son muy similares a los estudiantes, salvo que las redes sociales no son una aplicación de interés para los profesores en el año en mención.

- ¿Considera que Internet es una fuente legítima de consulta académica?



A través del planteamiento de esta pregunta se buscaba conocer si el Internet resulta una fuente confiable de consulta para fines académicos, tomando en cuenta que tanto estudiantes como docentes emplean principalmente los buscadores de información. Como resultado se plantea que si es una fuente legítima pero algunas veces, de acuerdo al 70%.

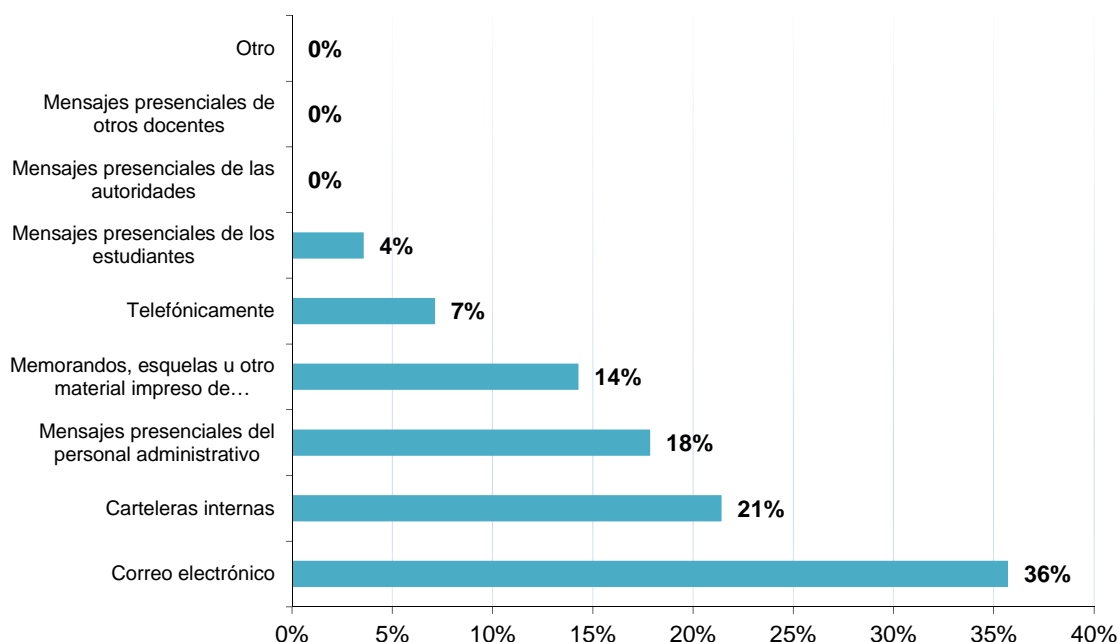
Para conocer más a fondo sobre este criterio se dejó abierta una pregunta para conocer las razones de su percepción, en las cuales se coincide mayoritariamente que en el Internet existe el riesgo de acceder a información no verificable o falaz, pues no hay filtros de comprobación, previo a su publicación. Como complemento también se manifiesta que la rapidez de acceso a la información dispuesta en el Internet es un ventaja para tener nociones o referencias de algún tema que se desee consultar.

COMENTARIOS
Falta de criterio en la evaluación de veracidad y legitimidad
Por qué es necesario analizar lo que se encuentra, no todo cuenta con sustento adecuado
Depende de la página o sitio donde se realice la consulta. Generalmente se puede encontrar sitios especializados para la mayoría de investigaciones, sin embargo es necesario cruzar la información encontrada pues a veces se puede acceder a información no académica a través de los motores de búsqueda.
Existen excelentes documentos en línea y otros que son muy malos. Se debe pasar por un filtro la información, no siempre los estudiante lo hacen
No hay un filtro para saber cuál información es buena o mala entre los estudiantes.
Tiene información y se puede acceder a ella.
Acceder a más información
Puede haber información falaz
Es la manera más rápida y efectiva de tener información reciente, obviamente deber ser verificada

c) Situación de comunicación institucional

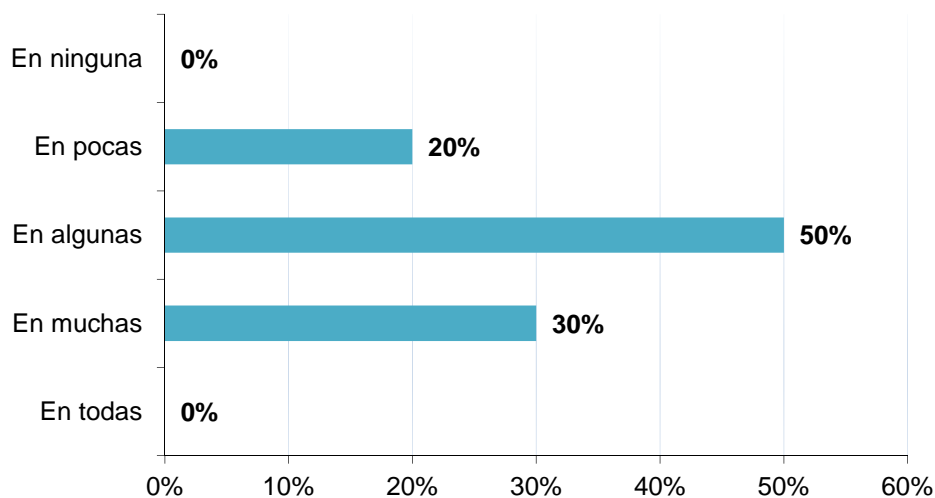
Los docentes juegan un papel importante en el manejo comunicacional de la organización pues cumplen varios roles en un proceso comunicacional como emisores, canales de información y receptores. En este apartado se recogen los resultados de preguntas relativas al uso de los canales de comunicación y su valoración respectiva.

- ¿De qué manera se informa usted sobre las actividades de la Escuela de Comunicación?



El correo electrónico, las carteleras internas y los mensajes presenciales del personal administrativo son las fuentes de información de las actividades de la organización. Esta pregunta al ser de opción múltiple demuestra una tendencia en el uso de estos canales por parte la muestra de docentes encuestada. También es relevante mencionar dos canales habituales de acceso de esta información como son los documentos escritos, documentos que tienen carácter oficial pero que muchas veces son difundidos a través de correos electrónicos.

- ¿Participa en las actividades académicas y extracurriculares de la Escuela o de la PUCE?

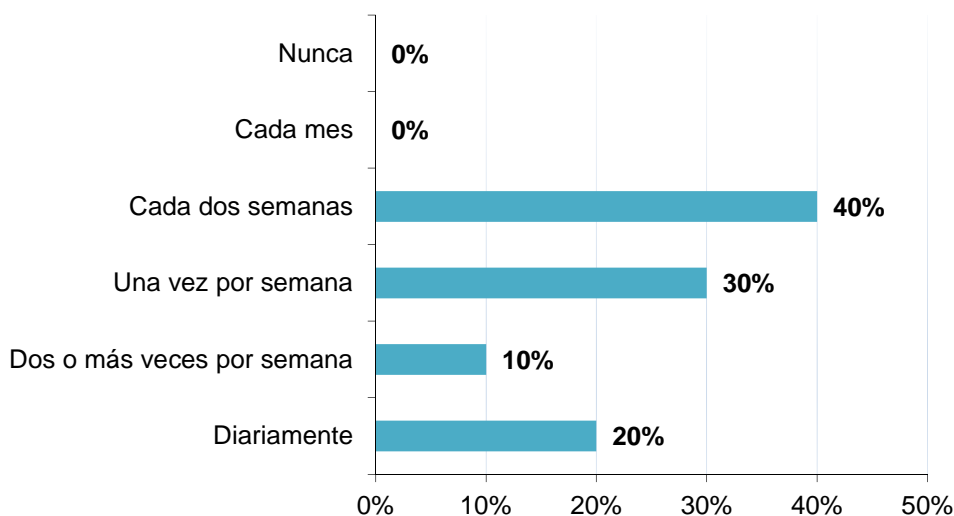


La participación por parte de los docentes en las actividades de la Escuela de Comunicación, resulta ser media, pues el 50% asegura que participa en algunas. Sin embargo, el 30% que sigue en este indicador manifiesta que participan en muchas actividades.

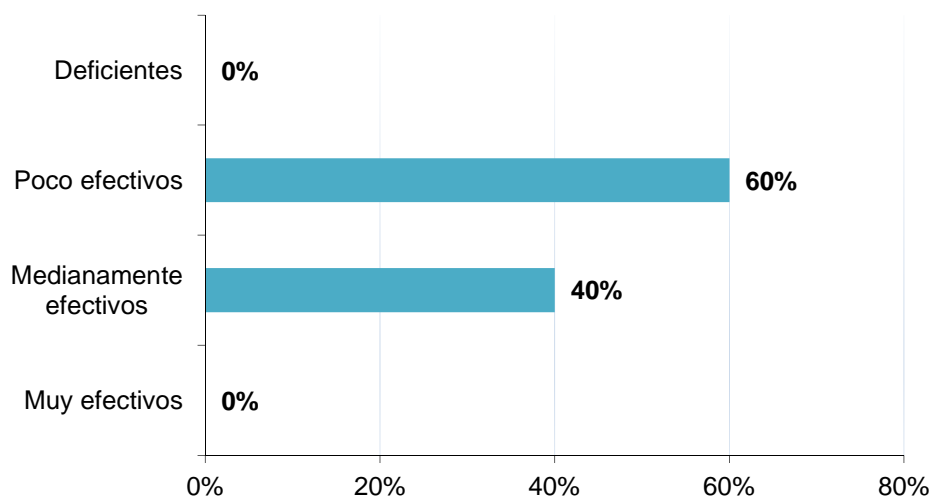
A comparación con los datos obtenidos por los estudiantes, la participación asegura ser mayor, aun cuando las muestras poblacionales son de distinto número.

- ¿Con qué frecuencia lee las carteleras internas de información de la Escuela de Comunicación?

Las carteleras internas de la organización representan un canal importante pues contiene información oficial, sin embargo su frecuencia de lectura para los docentes es de una vez por semana a cada dos semanas, puesto que la información proviene mayoritariamente del correo electrónico.



- ¿Cómo valoraría a los canales de comunicación interna que existen actualmente en la Escuela de Comunicación?



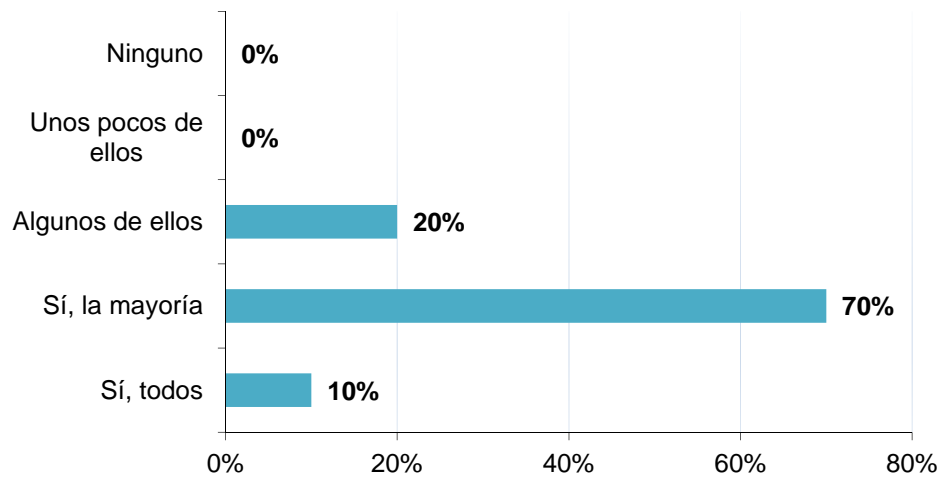
De acuerdo a los docentes los canales de comunicación que se utilizan son “poco efectivos” (60%), y “medianamente efectivos” (40%), representando una tendencia similar expuesta por los estudiantes. Como complemento a esta percepción se planteó una pregunta abierta para conocer las razones por las cuales no son canales que sean efectivos al momento del proceso de comunicación.

Entre los principales argumentos planteados se manifiesta que la información está desactualizada, no es información atractiva y los canales por los que se presenta no son

útiles para la condición de profesores a tiempo parcial, pues no tienen permanente acceso a las carteleras, los correos electrónicos se entorpecen por la cantidad de información. Esto se asimila como una falta de cultura de comunicación a nivel interno de la organización.

Comentarios	Calificación anterior
Información desactualizada y poco organizada	Poco
Muchas veces nos enteramos de los eventos cuando ya han sucedido	Poco
Para un profesor a tiempo parcial con un trabajo fuera de la Universidad es bastante difícil mantenerse informado a través de las carteleras, pues generalmente la asistencia a la Universidad es a la hora específica de la clase. En mi caso, la materia se dicta en el Centro de Cómputo, lo que dificulta aún más el acceso a esta información. Las únicas noticias que recibo puntualmente son las enviadas a mi correo electrónico.	Poco
Considero que los profesores recibimos más información que los estudiantes. Se debe fortalecer la comunicación interna con los estudiantes.	Medianamente
Aún no tenemos una cultura organizacional de uso de las distintas formas de comunicación interna	Medianamente
El correo electrónico es un instrumento entorpecido por la abundancia...	Medianamente
Falta trabajar	Poco
Se recibe la noticia de un evento cuando ya pasó el evento	Medianamente
Son poco actualizados	Poco
No son atractivos, por ello su lectoría es baja	Poco

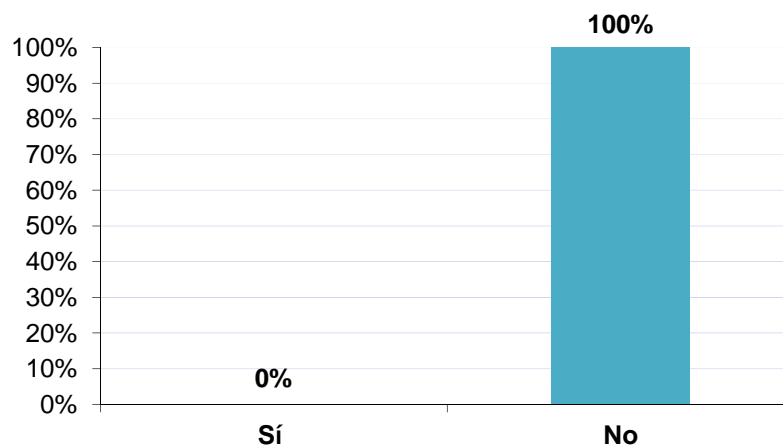
- ¿Conoce los procedimientos administrativos (programación académica, definición de horarios, presentación de calificaciones, recalificaciones) y los reglamentos de la FCLL?



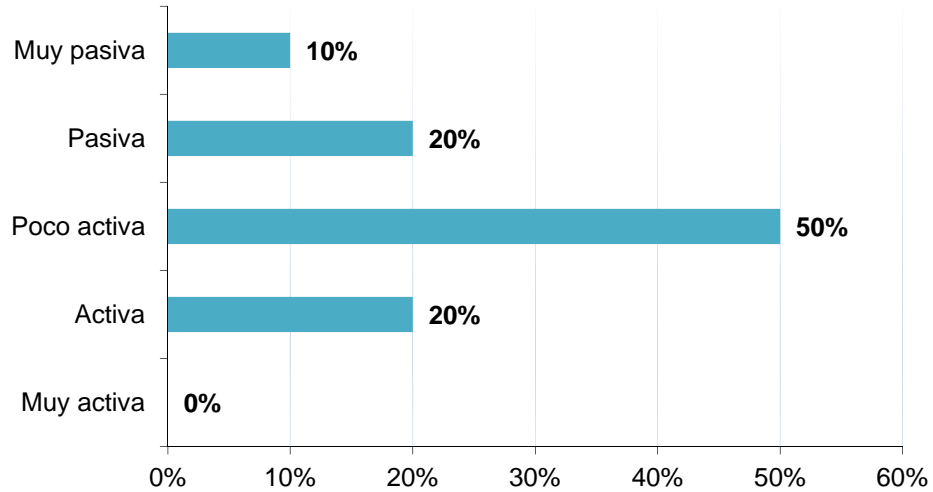
Los docentes en su mayoría afirman conocer la mayoría de procesos administrativos que deben desarrollar, pues representa el 70%. Un 10% afirma conocer todos los procedimientos y el 20% algunos de ellos. Esto demuestra que los docentes son un adecuado canal de comunicación hacia los docentes sobre este tipo de información.

- ¿Ha recibido inducción para el manejo y cumplimiento de estos procedimientos?

El 100% de los docentes aseguran haber recibido capacitación sobre los procedimientos administrativos, razón por la cual el 80% manifiesta conocerlos en su gran mayoría.

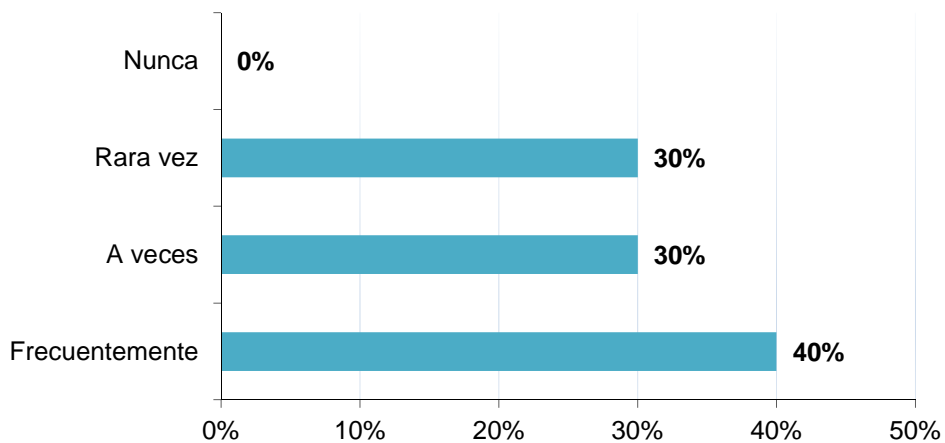


- Considera que la participación de los estudiantes en las actividades académicas y extracurriculares es:



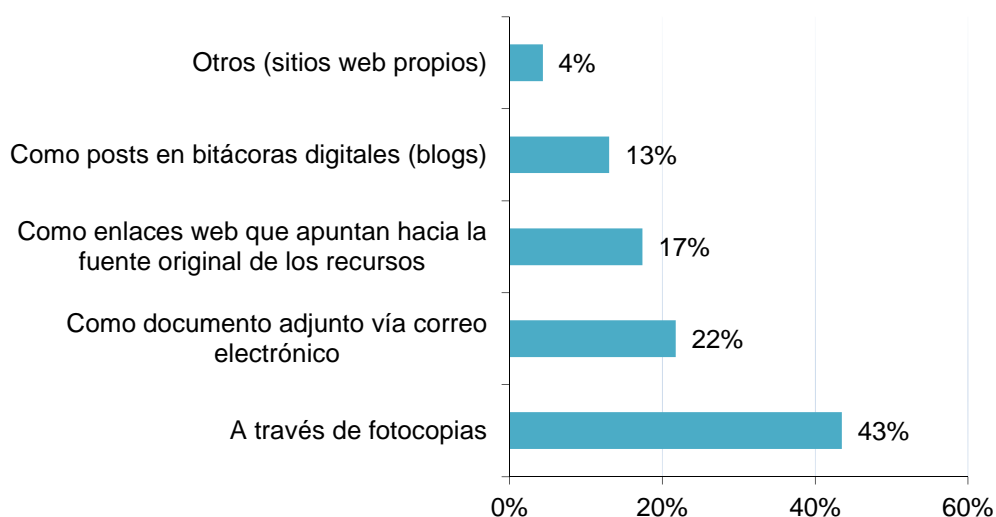
Alrededor del 80% de los docentes considera que los estudiantes tienen una participación muy pasiva, pasiva o poco activa en las actividades académicas y extracurriculares. Tan solo un 20% considera que son activos. Esta percepción es comparable con la información proporcionada por los docentes quienes indican que eventualmente participan. De acuerdo a entrevistas realizadas con docentes como Patricio Cevallos, Lourdes Pérez y Carolina Larco (Ver Anexos), se debe en ocasiones a que el cronograma de actividades se realiza en horas de clase, pero también se manifiesta que demuestran poco interés.

- ¿Con qué frecuencia requieren los estudiantes consulta académica fuera de las horas de clase?



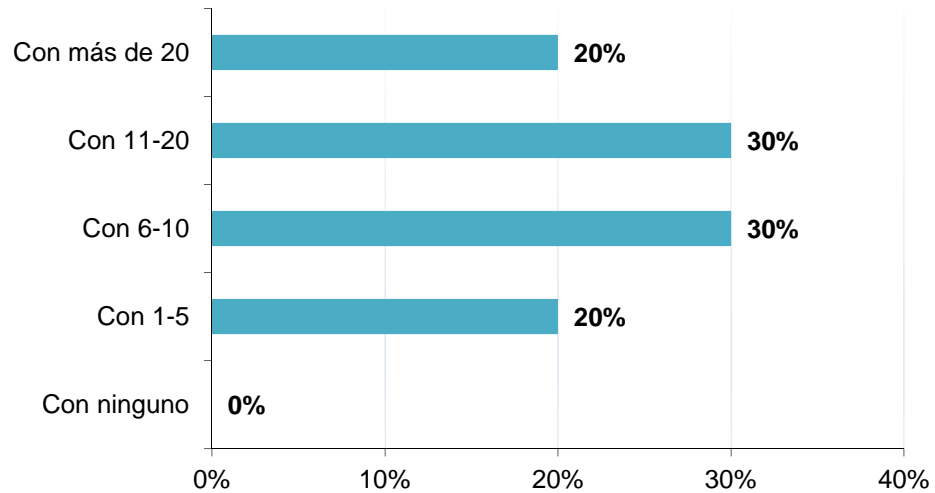
Ninguno de los docentes manifestó que los estudiantes nunca requieren de guías académicas fuera de clase, por lo que su gran mayoría manifestó que el 40% lo solicita frecuentemente.

- ¿Cómo distribuye usted material de respaldo de las materias, lecturas y otros, para sus estudiantes?

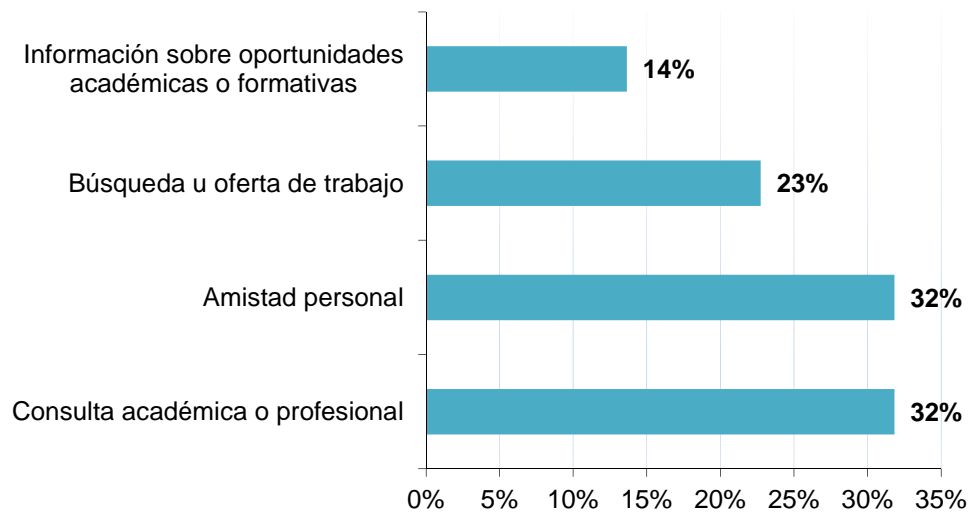


El principal mecanismo de traslado de la información por parte de los docentes hacia los estudiantes son las fotocopias (43%), después documentos adjuntos vía correo electrónico (22%) y enlaces web en un 17%. Las bitácoras digitales son menos utilizadas para este servicio, pero cualquiera de las tres primeras opciones permitiría la transmisión de la información mediante un recurso de este tipo, siendo una oportunidad de desarrollo en “e-comunicación”.

- ¿Mantiene contacto regular con los exalumnos de la Escuela de Comunicación?



Alrededor del 50% de docentes mantiene contacto con los estudiantes que egresaron de la Escuela de Comunicación, por varios motivos que se seleccionaron de las siguientes opciones:

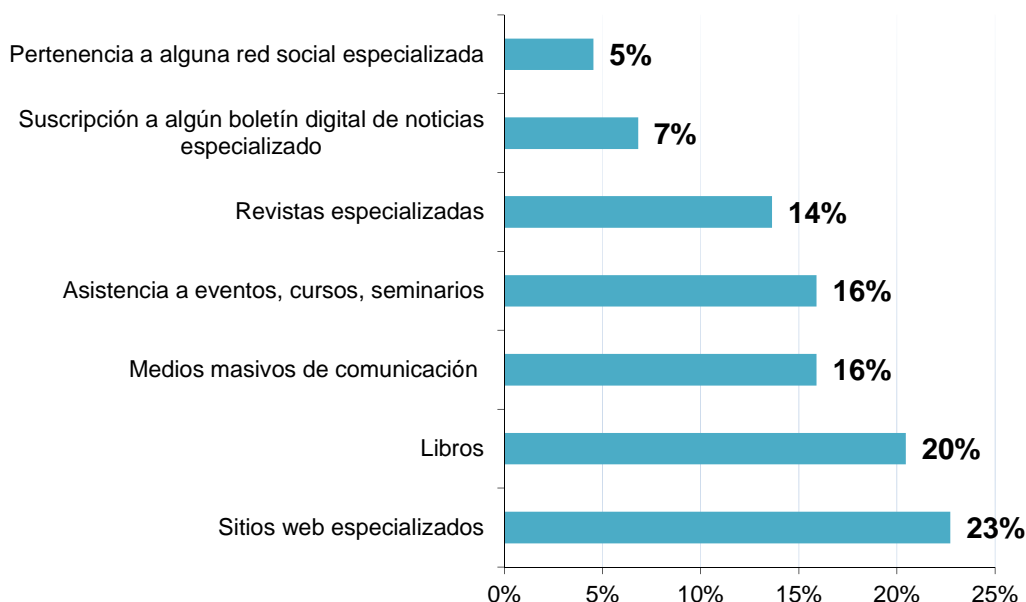


De esta manera se observa que hay dos principales razones: una por continuar una atención académica o profesional y otra por amistad personal.

d) Intereses

En este apartado de diagnóstico con los docentes se busca conocer sus intereses en relación a recursos o fuentes de información para su preparación académica, además de cuáles son sus expectativas en relación a la creación de un portal web que ayude tanto para la comunicación interna como externa de la organización.

- ¿Qué medios utiliza con más frecuencia para mantenerse al día en su ámbito académico?



En primer lugar se encuentra que los sitios web especializados son la fuente más frecuente de consulta, además de los textos. También los medios de comunicación tienen un peso relevante junto con la asistencia a eventos, cursos o seminarios. Esto demuestra que los intereses de los docentes se cubren en espacios web y se complementan con texto académico.

Con respecto a los comentarios y sugerencias sobre la realización de un portal web para la Escuela de Comunicación que sirva como canal de comunicación interna y externa, los docentes plantean prioritariamente sus recomendaciones con base en tres ámbitos: mejoramiento de la cultura organizacional para poner en práctica un canal como este, que

los contenidos sean de utilidad e interés de todos miembros de la comunidad educativa y que las condiciones tecnológicas sean accesibles y de fácil uso.

Sugerencias de los docentes	
Ámbitos	Elementos
Cultura organizacional	<ul style="list-style-type: none"> - Reforzar los procesos de comunicación que ya estén instaurados para aplicarlos posteriormente en un canal de comunicación. - Se plantea que no hay mecanismos de comunicación adecuados, por lo que se los califica como imprescindible.
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener información actualizada por lo menos una vez a la semana. - Incluir un calendario de actividades tanto de la PUCE, como FCLL y de la Escuela de Comunicación. - Procurar espacios interactivos entre los docentes, alumnos y ex alumnos para que la información generada no sea unidireccional sino compartida.
Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> - Que sea accesible de cualquier tipo de ordenador como PC o MAC. - Recibir capacitación para aprender a utilizar bitácoras digitales. - Mejorar el respaldo tecnológico de los docentes.

3.1.4.3. Resultados de las encuestas aplicadas a los exalumnos

Un público de igual forma representativo para la Escuela de Comunicación son los ex alumnos, pues pueden brindar una perspectiva de uso de los canales de comunicación durante el período de sus estudios, como también son destinatarios de información relativa a oportunidades de empleo y de actualización académica que la institución pueda ofrecer.

En el año 2008, se realizó el diagnóstico a partir de una base de datos de correos electrónicos de los egresados de la Escuela de Comunicación, recopilada por Mtr. Patricio Cevallos López, quien contaba con una lista con 98 ex alumnos. Si bien a la fecha esta información se actualiza a medida que los estudiantes terminan el último nivel de estudios o en sus trámites de egreso, la Secretaría de la Escuela de Comunicación no poseía una base estandarizada de este público en el período de aplicación de este cuestionario.

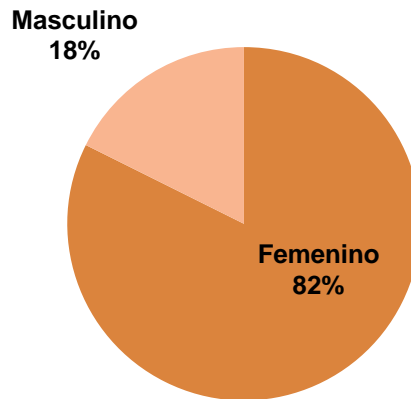
Sin embargo, sí contaba con información relativa a los estudiantes quienes se graduaron, es decir que obtuvieron el título sin contar con los datos de estudiantes que egresaron y estaban en procesos de exámenes complexivos, asistencia social o en elaboración de sus disertaciones de grado.

La información de graduados es la siguiente: desde el año 2000 hasta el año 2007, se considera que alrededor de 480 egresaron de la Escuela de Comunicación, de los cuales 186 poseen su título de Licenciatura. La encuesta fue enviada a 98 personas, lo que representa el 20,5% de este público. De este número de personas que recibieron dicha encuesta se obtuvo respuestas de 51 personas, es decir el 11% del número de egresados. Esta muestra contempla las respuestas de estudiantes desde el año 2000 hasta el año 2007, a excepción del año 2001.

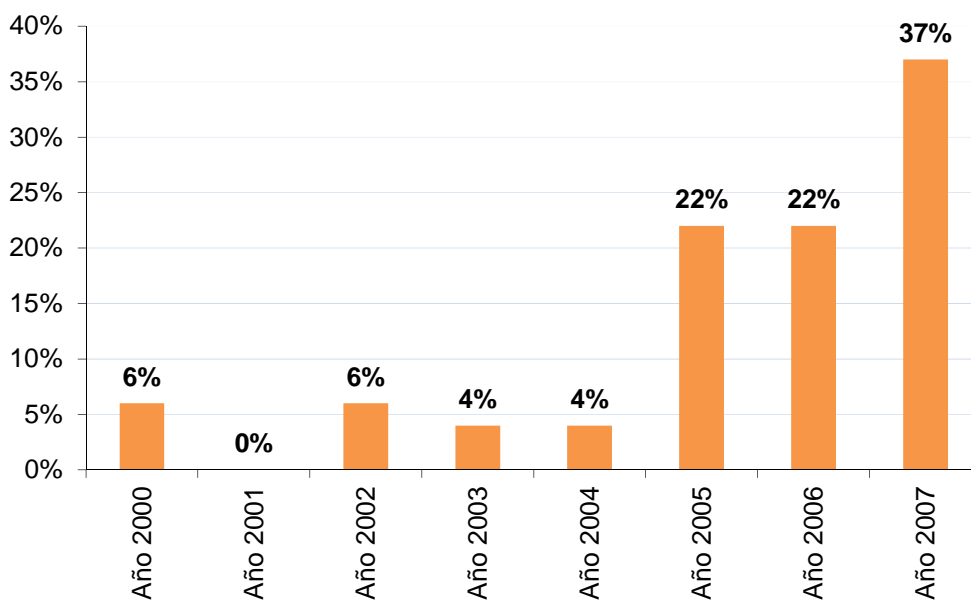
Al igual que se realizó con los otros dos públicos encuestados, los resultados de este apartado se analizarán con base en los siguientes criterios: contexto del público, uso del Internet, situación de comunicación institucional, vinculación laboral e intereses académicos.

a) Contexto del público

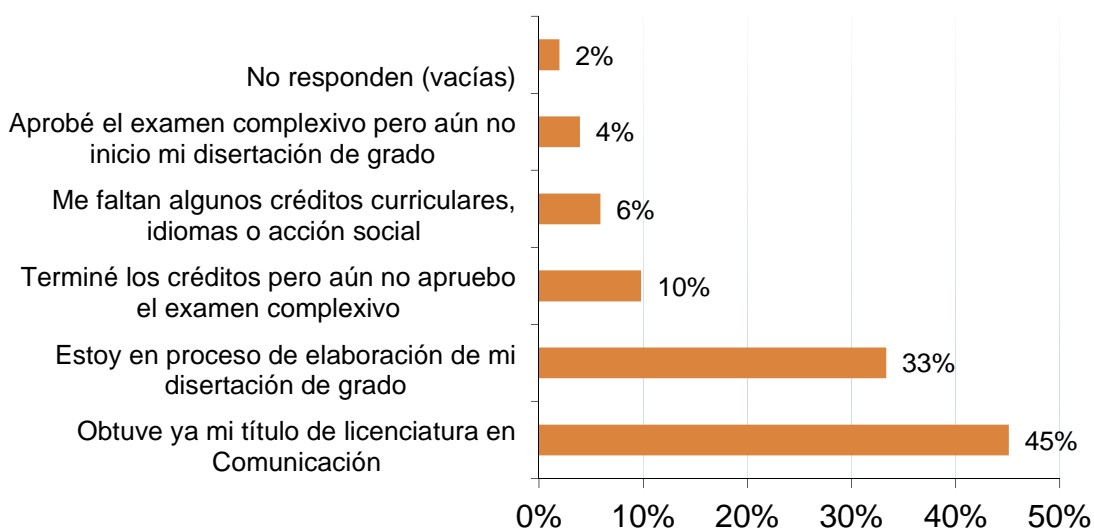
El 82% de la muestra corresponde a ex estudiantes de género femenino y el 18% a género masculino.



Con respecto al año de egreso la mayoría de respuestas fueron enviadas por ex alumnos que egresaron en el año 2007 (37%), 22% de los años 2005 y 2006, 4% de los años 2003 y 2004 y 6% de los años 2000 y 2002, del año 2001 no hubo respuestas.



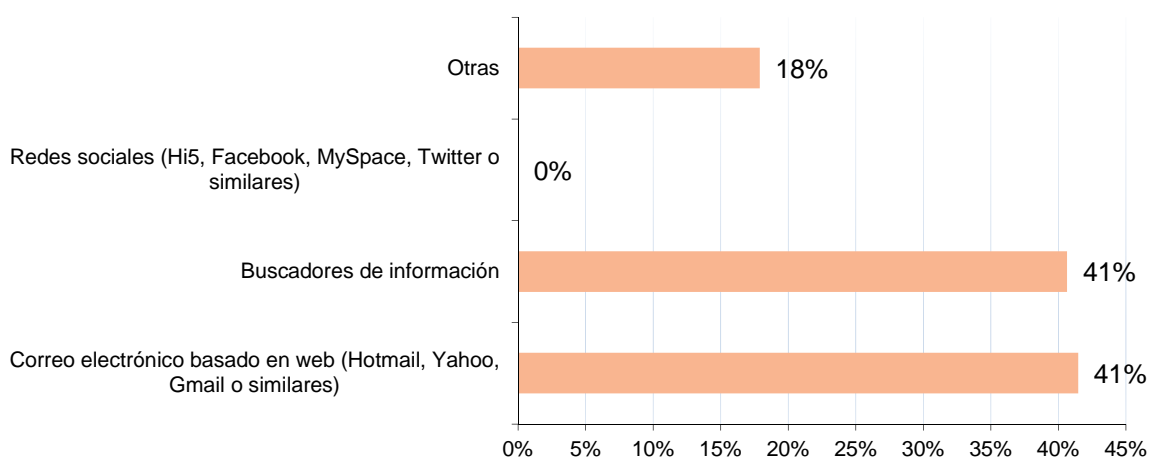
- ¿Cuál es tu estado actual de egreso de la Escuela de Comunicación de la PUCE?



El 45% de ex alumnos encuestados ya obtuvo su título de licenciatura en Comunicación, mientras que el 33% está en proceso de elaboración de la disertación de grado, seguido del 20% que todavía tienen requisitos por cumplir como el examen complejo, idiomas, acción social. El 2% no respondió a esta pregunta.

b) Uso del Internet

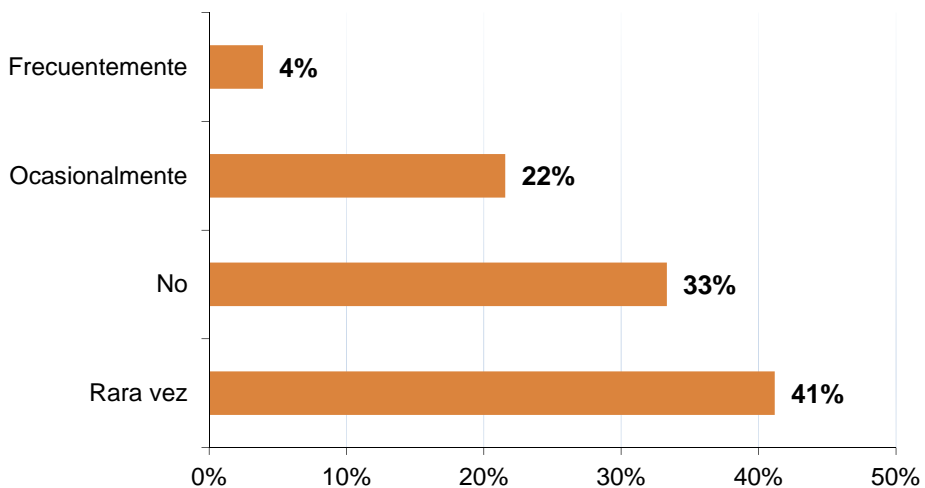
- ¿Qué aplicaciones de Internet utilizas? (Selección múltiple)



Principalmente emplean el correo electrónico basado en la Red, buscadores de información y redes sociales, lo que demuestra que no existe una brecha generacional en el uso de estas aplicaciones.

c) Situación de comunicación institucional

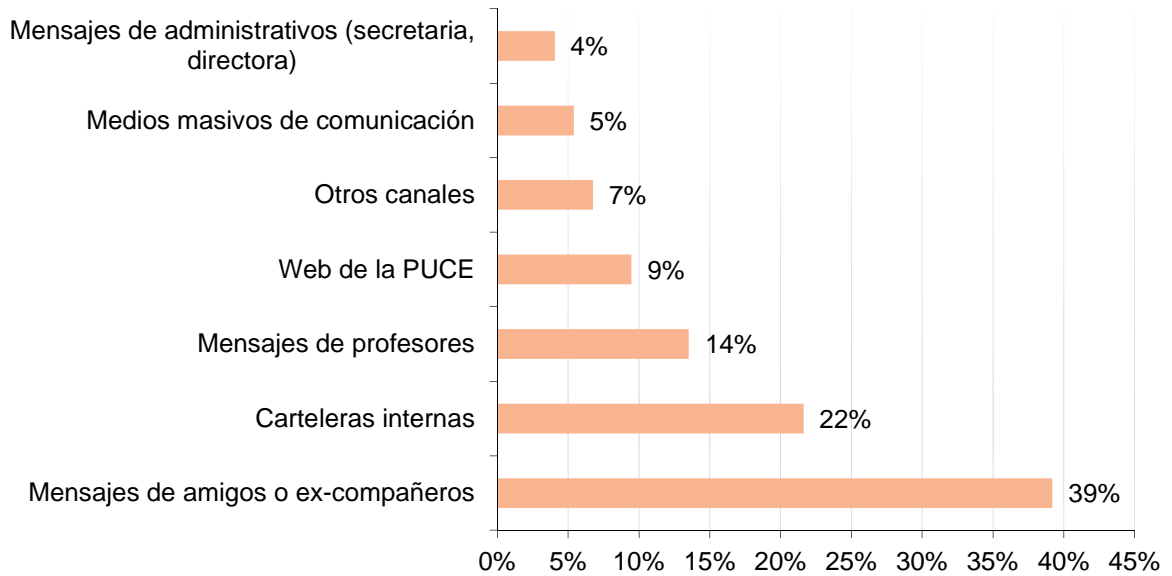
- ¿Mantienes contacto con la Escuela de Comunicación después de tu egreso?



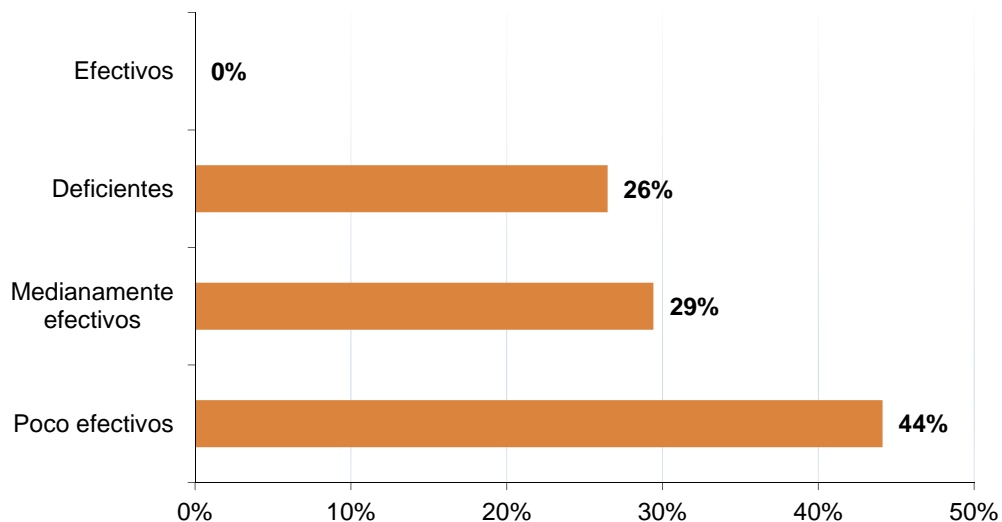
De acuerdo al año de egreso se puede identificar que muy pocos exalumnos mantienen contacto frecuente con la organización (4%). En su mayoría aseguraron que su contacto se efectúa rara vez (41%), seguido del 33% que no mantienen contacto alguno y tan solo el 22% reconoce mantener un contacto ocasional. Cabe indicar que inclusive estudiantes que egresaron en el año 2007, aseguran mantener un contacto ocasional.

- ¿De qué manera te informas sobre las actividades que realiza la Escuela de Comunicación? (Pregunta dirigida a los estudiantes que seleccionaron las opciones rara vez, frecuentemente y ocasionalmente).

Para aquellos que respondieron que se contactan con la Escuela de Comunicación rara vez, ocasionalmente y frecuentemente, afirman que las principales fuentes de información son sus amigos o ex compañeros de la Escuela, las carteleras internas y mensajes de profesores.



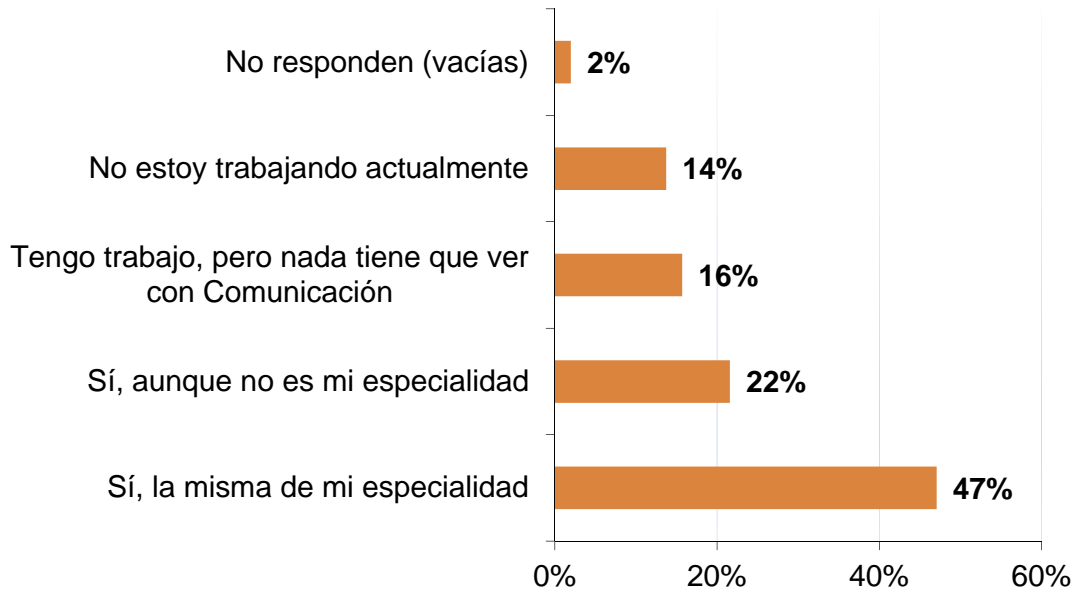
- ¿Cómo valorarías a los canales de comunicación externa para informar este tipo de actividades de la Escuela de Comunicación? (Pregunta dirigida a los estudiantes que seleccionaron mantiene contacto con la organización).



Para los 37 estudiantes que mantienen contacto con la organización, el 44% afirma que los canales empleados para la comunicación externa son poco efectivos, seguido del 29% que los califica como medianamente efectivos y el 26% los define como deficientes. Ninguno de ellos respondió que sean efectivos.

d) Vinculación laboral

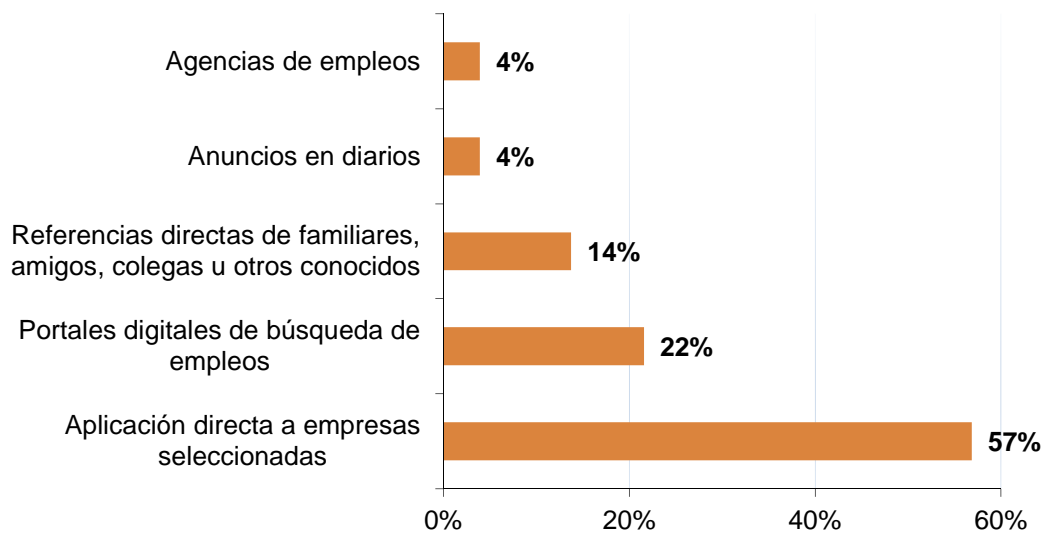
- ¿Estás trabajando actualmente en el área de Comunicación?



El 47% trabaja en su misma especialidad, mientras que el 22% trabaja en el área de Comunicación pero no en su misma especialidad. Seguido de un 16% que trabaja pero no tiene que ver en el área de comunicación. El 14% de ex alumnos asegura no tener empleo. Por esta razón es importante determinar un espacio de ofertas laborales que puedan acceder también este tipo de públicos.

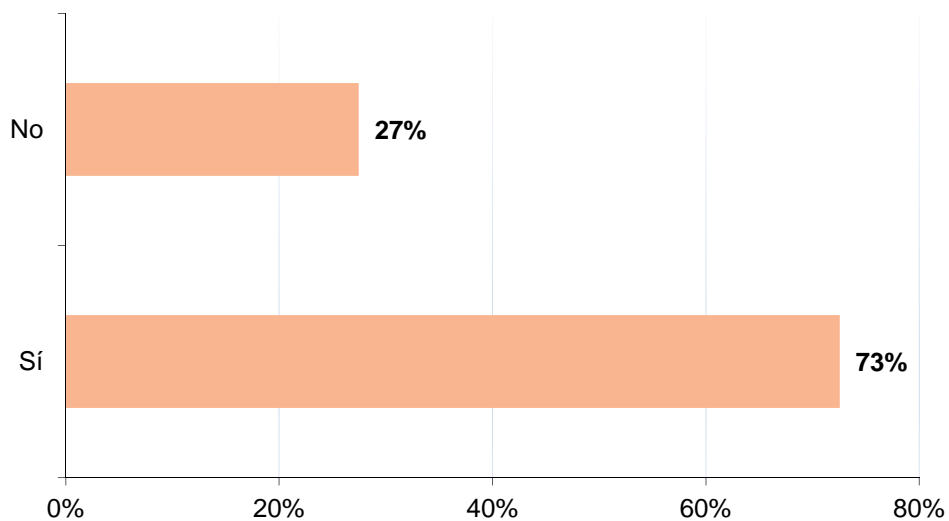
- ¿Cuál es el medio que preferirías para buscar un empleo en Comunicación, si lo necesitaras?

El 57% aplicarían directamente a empresas seleccionadas y el 22% emplearía portales digitales de búsqueda de empleos existentes en la Web.



e) Intereses académicos

- ¿Has buscado alguna manera de mantenerte al día con lo que sucede en el campo de la comunicación desde que egresaste de la Universidad?



El 73% busca información con respecto al campo de la comunicación desde que salió de la Escuela de Comunicación.

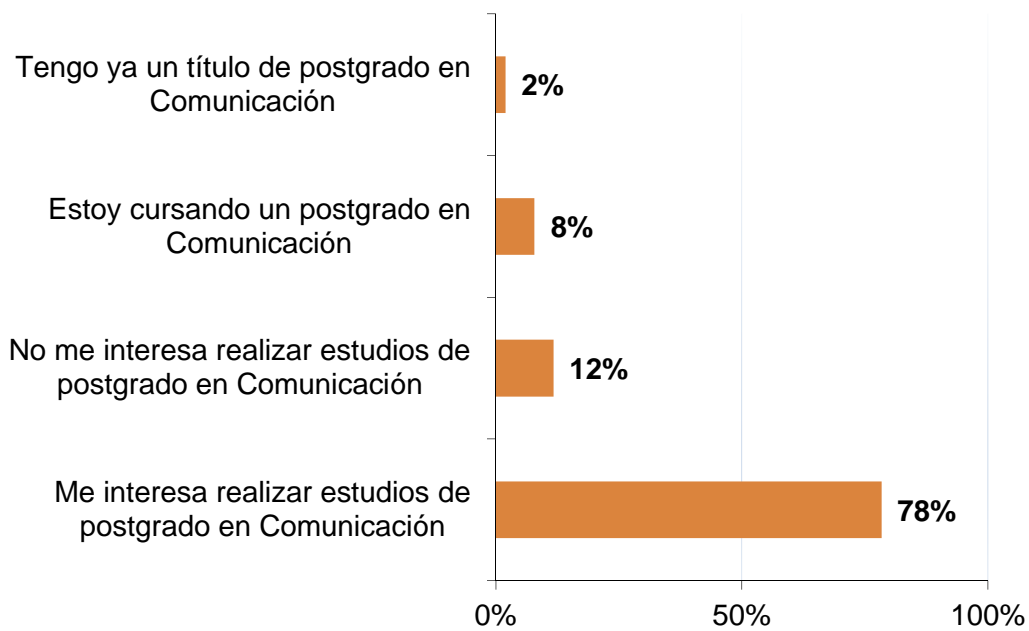
- Si tu respuesta a la pregunta anterior fue afirmativa, elige 2 medios que empleas con más frecuencia para esa actualización. (Aplica para el 73% de estudiantes)



La mayoría de estudiantes seleccionaron que la principal fuente de información para conocer sobre las ciencias de la comunicación es la Web. También a través de cursos, seminarios o eventos relacionados y a través de los medios de comunicación social.

- ¿Has realizado o estás interesado en realizar estudios de postgrado en Comunicación?

La mayoría de los entrevistados (78%) están interesados en realizar estudios de postgrado en Comunicación, por lo que sería importante entregar este tipo de información a este público.



- Sugerencias de Ex alumnos

En una última sección de este cuestionario se plantea la recolección de información referente a los comentarios y sugerencias que tienen los ex alumnos con respecto a la creación de un portal web para la Escuela de Comunicación. Es importante destacar que la mayoría de ellos reconocen que esta herramienta facilitaría el trabajo de los públicos de la Escuela, así como se establecería un canal de contacto con los ex alumnos.

Por lo tanto, con base en sus argumentos se plantea recoger la información de interés de este público para estructurar los contenidos que como audiencia externa deberían encontrar en “e-comunicación”.

Para el análisis de estos comentarios se ha segmentado a la información recopilada en 5 ámbitos: Académico, Administrativo, Laboral, Condiciones técnicas de la herramienta, relación entre públicos.

Comentarios	
Académico	<ul style="list-style-type: none">• Actualización de información referente a la organización y a las ciencias de la comunicación. Se propone también enviar la información a través de un boletín electrónico.• Publicar información referente a cursos, seminarios, charlas y cursos de interés referentes a comunicación.• Promover y publicar información sobre becas, postgrados, maestrías y otras oportunidades de estudio.• Informar y promover las actividades desarrolladas por estudiantes de las tres especialidades, que no sea excluyente a ningún público.• Incluir contactos o redes de comunicación a nivel mundial.• Incluir biografía actualizada de las ciencias de la comunicación.

Comentarios	
Administrativo	<ul style="list-style-type: none">• Publicar información permanente sobre los procedimientos administrativos para la graduación.• Incluir un espacio de sugerencias y comentarios.

Comentarios

- Promover y publicar información sobre ofertas laborales y pasantías, debido a que algunos ex alumnos consideran que es complicado conseguir trabajo en esta área.
- Crear una base de datos para que los estudiantes puedan aplicar.
- Establecer una vía para que las empresas interesadas en contratar profesionales de comunicación puedan hacerlo a través del portal.

Comentarios

- Sugieren que sea un canal de comunicación interactivo, no estático.
- Establecer espacios de debate y participación.
- Sugieren incluir una sección de “comunidad de ex alumnos” con el fin de compartir experiencias profesionales, mantener contacto y generar nuevas formas de participación. También destacan que se puede conformar una “red de profesionales en la comunicación”.
- Elaborar una red de contactos de los estudiantes formados en la Escuela, con el fin de establecer en un futuro alianzas y proyectos en conjunto

Comentarios

- Destacan que el Internet es una herramienta “más completa, fácil, rápida y vital en el campo de comunicación”. Además destacan la utilidad de este canal pues permite acceder a la información de la Escuela sin necesidad de dirigirse al campus para conseguirla a través de las carteleras.
- Aseguran que este medio reemplaza a los demás canales de comunicación, debido a “lo que no está en Internet, prácticamente no existe”.
- Aseguran que a través del portal se puede construir un referente académico en las ciencias de la comunicación.
- Sugieren elaborar campañas de difusión de este canal que invite a la participación de todos los públicos.

3.1.4.4 Grupo focal a estudiantes

Para complementar el análisis cuantitativo y cualitativo de los cuestionarios aplicados a los estudiantes, y tras haberlos analizado junto con las respuestas de los docentes y ex alumnos, se desarrolló un grupo focal con la presencia de ocho estudiantes del sexto nivel del primer semestre del año 2012. La guía de preguntas fue similar a la planteada en los cuestionarios pero desarrolladas de forma abierta para que los estudiantes expliquen la razones, circunstancias y contextos de sus respuestas.

A continuación se presenta un cuadro de sistematización de las ideas planteadas en dicho grupo focal, al cual se puede acceder a través de los archivos digitales de audio que se encuentran como anexo de a esta disertación.

Argumentos	
Comunicación	<ul style="list-style-type: none">• Desactualización: Los canales de comunicación de la Escuela casi siempre están desactualizados y esto no genera interés.
	<ul style="list-style-type: none">• Responsables: La difusión de los mensajes en el blog están a cargo de personal administrativo que solo traslada información pero no hay criterios de difusión. Se plantea que también haya colaboraciones de parte de los estudiantes, pues se resalta el trabajo que realiza la Asociación Escuela de Comunicación.
	<ul style="list-style-type: none">• Veracidad: Para dar fiabilidad a los mensajes se indica que si es mejor que esté publicado porque en varias ocasiones lo que se manifiesta es de una forma resulta ser de otra.

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">E - comunicación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidad: Plantean que emplear una herramienta digital como portal de inclusión de contenidos, depósito de materiales académicos y como herramienta de comunicación entre públicos es una oportunidad para dar a conocer sobre el trabajo de la Escuela. • Actual: Se plantea que si una organización no está en la Red no existe, por eso es relevante que exista ese canal. • Otros modelos: Encuentran que sí puede ser aplicable pues ha habido experiencias de canales ya implementados por las administraciones de las Asociaciones Escuelas de Comunicación, siendo una gran ayuda para estar enterado de lo que sucede. También se cuestionó que este tipo de información e interés por desarrollar estos grupos en Redes Sociales como Facebook nacen del interés de los Presidentes de turno pero no está estructurado.
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Participación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Horario de estudios: Los estudiantes participantes plantearon que uno de los principales impedimentos para estar en las actividades de la Escuela es que se desarrollan en horarios de clase, no solo de la Escuela sino también de los idiomas. • Falta de información oportuna: Asimismo se plantea que se avisa con poco tiempo antes de la actividad, durante el mismo día, por lo que en ocasiones ya se tienen programadas actividades para hacer trabajos en grupo o familiares. • Interés: Se manifiesta que en ocasiones los temas son de poco interés para algunos estudiantes, pues se realizan actividades prioritarias para estudiantes de Periodismo, pocos de Literatura y escasos en Comunicación Organizacional. • Otras actividades: También se indicó que se participa en actividades por afinidad de amistad entre estudiantes, siendo un factor clave por ejemplo cuando los estudiantes que han organizado o son parte de la organización de ciertas actividades son quienes convocan y motivan al resto de estudiantes.

3.1.5 Estructuras de análisis

Para realizar un diagnóstico de comunicación de esta organización es necesario elaborar estructuras que permitan identificar claramente las causas y los efectos de este problema, a través del Árbol de Problemas. Por otro lado, es conveniente identificar cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del estado de la comunicación en esta organización.

A continuación se presenta las dos estructuras mencionadas:

Árbol de Problemas

Es un método que ayuda en la identificación de los problemas y ayuda a estructurar el proyecto de forma que exista una secuencia vertical en la obtención de los resultados

Para la identificación de los problemas es importante conocer que se tiene por entendido pues una adecuada identificación de este punto permitirá trabajar sobre el problema de interés de la investigación aun cuando existan otro tipo de problemas.

El problema es el punto de partida de la investigación. Surge cuando el investigador encuentra una laguna teórica, dentro de un conjunto de datos conocidos, o un hecho no abarcado por una teoría, un tropiezo o un acontecimiento que no encaja dentro de las expectativas en el campo de estudio.⁴⁰

De igual forma el Árbol de problemas facilita en la elaboración del resumen narrativo el cual está compuesto por dos grandes ámbitos como las causas y los efectos que se producen desde la identificación del problema central. A continuación se presenta el resumen correspondiente al análisis del problema de este proyecto y posteriormente su estructura gráfica.

⁴⁰ Tamayo, Mario. El proceso de la investigación científica. México; Editorial Limusa, 1996. Página 84

Causas: Para determinar el problema central de comunicación se considera como causa estructural a la conformación burocrática de la PUCE, que de acuerdo a su definición es una organización que transmite información respetando el orden jerárquico y ceñida a normas y reglas estandarizadas para los públicos. Esto conduce a que existan políticas de comunicación interna y externa relacionadas exclusivamente a procesos administrativos y se empleen canales tradicionales de comunicación como son los memorandos, oficios, solicitudes, carteleras internas y al personal de la Secretaría de la Escuela. De esta manera, se dificulta el acceso a esta información fuera del campus, lo que genera que la información no esté disponible permanentemente para consulta de los públicos.

Por otra parte, este tipo de canales son unidireccionales, es decir no hay formas de retroalimentación para que los públicos realicen sus consultas o participen en este flujo informativo.

También se reconoce que estos canales no están adaptados a la realidad comunicativa de los públicos, como por ejemplo los medios digitales de información. A esto sumado los insuficientes recursos y mecanismos de actualización, el retraso en la recepción de la información, la informalidad en el empleo de estos canales y la dispersión de canales formales e informales como: las bitácoras de apoyo docente, las redes sociales de alumnos y ex alumnos, consiguen que la información esté desorganizada y desactualizada provocando el desinterés de los receptores.

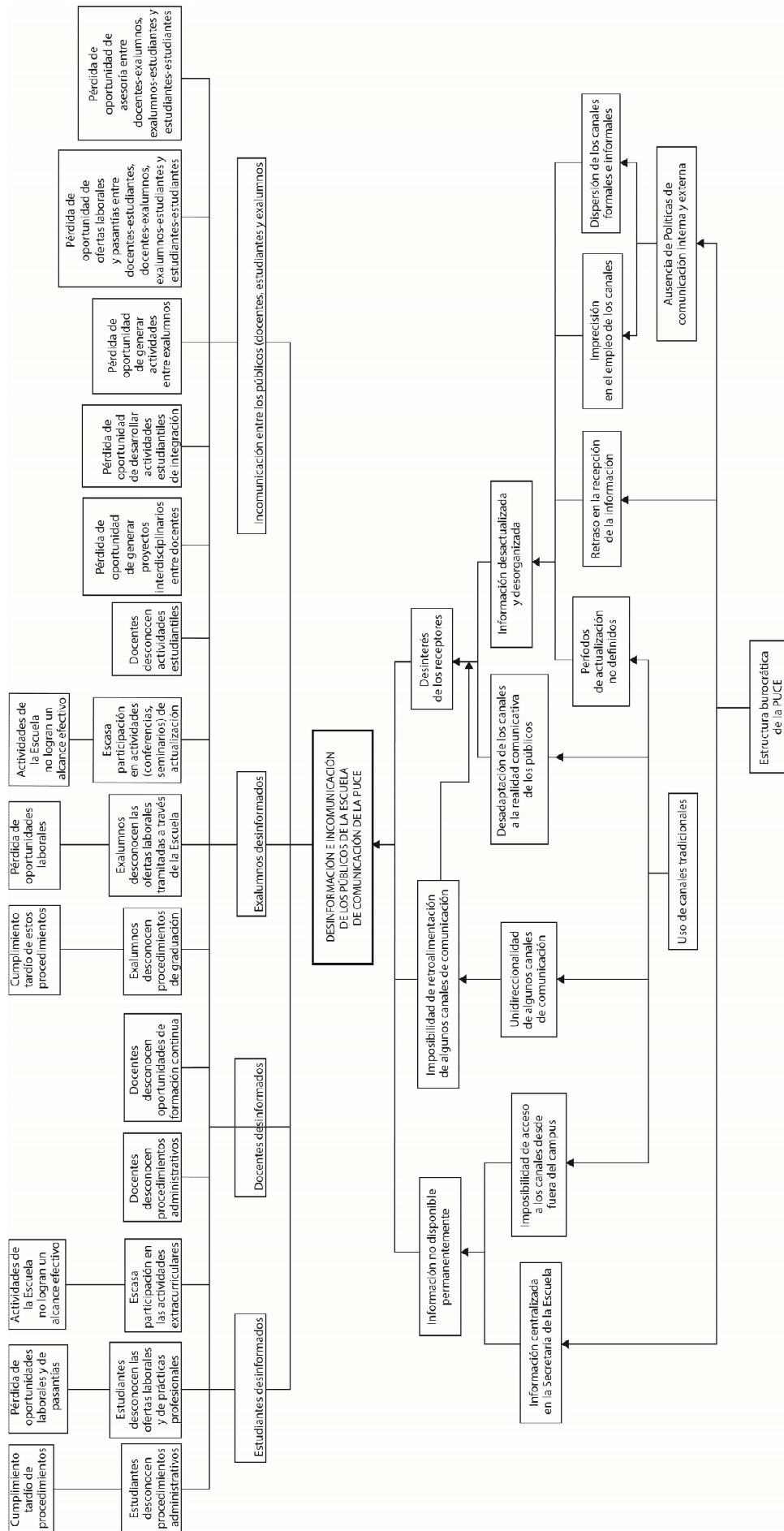
Por estas causas mencionadas se identificó como principal *Problema* a la: Poca información y comunicación entre los públicos de esta organización.

Efectos: Este problema ha provocado dos grandes efectos: la poca información hacia los públicos internos y externos de la organización y la poca comunicación e integración entre estos públicos: docentes, estudiantes y ex alumnos.

Con respecto a la poca información hacia los públicos se obtiene principalmente el desconocimiento de los procedimientos administrativos que genera su cumplimiento tardío y las repetitivas consultas al personal administrativo sobre los mismos trámites. Además el desconocimiento de las oportunidades de estudio, empleos, prácticas pre profesionales, de formación continua e intercambios, lo que produce una baja aplicación a este tipo de oportunidades académicas. Asimismo la poca información hacia los

públicos ocasiona el desconocimiento de las actividades de la organización y en consecuencia una baja participación por parte de los docentes, estudiantes y ex alumnos.

Por otra parte, la poca comunicación y desintegración entre los públicos es causa de que existe un desconocimiento de las actividades que realizan cada tipo de públicos, que se realicen pocos y aislados proyectos interdisciplinarios y que se realice un mínimo aporte investigativo en el campo de la Comunicación. Esto a su vez ha originado un bajo impacto de la Escuela en los medios de comunicación social, poca difusión de los temas investigados por los públicos o la organización y una escasa relación con entidades externas de Comunicación u otras para aportar a esta ciencia social.



FODA del estado de la comunicación en la organización

Por otra parte, la poca comunicación y desintegración entre los públicos es causa de que existe un desconocimiento de las actividades

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Los estudiantes emplean habitualmente herramientas desarrolladas por las nuevas TICs.• La información oficial de la Escuela se maneja a través de los canales estandarizados por la PUCE.• Se emplea el correo electrónico como medio inmediato de comunicación interna entre: estudiantes-estudiantes, profesores-estudiantes, profesores-profesores, autoridades-profesores.• Los estudiantes emplean redes sociales en Hi5 y Facebook.	<ul style="list-style-type: none">• Las nuevas TIC desarrollan nuevos productos y servicios.• Se podría socializar las experiencias con otras escuelas de comunicación, por pertenecer a asociaciones internacionales (Felafacs). Oportunidad de compartir información.• La organización y sus integrantes podrían ofrecer sus actividades, productos y servicios a través de la Red.• La totalidad de los miembros de la comunidad educativa de la organización tienen acceso a los instrumentos y a la conexión a la Red desde la PUCE. Además, una gran mayoría posee las condiciones de conectividad también en sus casas.• La PUCE cuenta con convenios y proyectos afines al empleo de las nuevas TIC para la educación en Red y difusión de actividades. Como por ejemplo: el convenio con la Universidad UNIVERSIA HOLDING S.L., grupo iberoamericano de universidades integradas en la Red, aplicación de Google Apps, servicio de audio y videoconferencias por Internet.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Los canales de comunicación interna y externa son poco efectivos por su permanente desactualización. • Los canales de comunicación para públicos externos (egresados de comunicación, público en general) tienen poco alcance. • Las carteleras internas tienen información sin clasificar, sin un período de actualización definido, que genera deficiente legibilidad. • Los públicos no tienen hábito de leer las carteleras internas. • Los estudiantes y docentes participan pocas ocasiones en las actividades de la organización. • La organización no posee un canal de comunicación sobre los procedimientos administrativos para estudiantes, docentes y egresados. • Algunos docentes tienen recelo hacia los cambios y nuevos avances de la tecnología. • La organización no tiene presupuesto definido para implementar un portal web institucional. • La organización no tiene un grupo de trabajo definido para implementar nuevos canales de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las autoridades estudiantiles y administrativa cambian de acuerdo a cierto período, lo que puede generar discontinuidad en la utilización de ciertos canales de comunicación. • La estructura burocrática de la PUCE imposibilita el empleo de canales alternativos de comunicación con los públicos.

4. Justificación

Actualmente los canales de comunicación empleados por la Escuela de Comunicación (carteleros y circulares) transmiten información general a todos los públicos sin distinción; su alcance es mínimo, su difusión es unidireccional y no invita a la participación del público (retroalimentación). El creciente y variado número de participantes con características y necesidades informativas distintas vuelven más complejo el proceso comunicativo.

En este tipo de sistemas, es necesaria la creación de canales innovadores de comunicación que faciliten la transmisión pronta y efectiva de los mensajes y permitan la interacción de los públicos internos que conforman la Escuela de Comunicación: docentes, estudiantes, personal administrativo y autoridades, así como una adecuada vía de contacto con los públicos externos como por ejemplo: ex alumnos, profesionales y académicos de la comunicación, potenciales empleadores de los egresados y estudiantes de otras escuelas de comunicación a escala nacional e internacional.

El desarrollo de las TIC ha permitido la creación de nuevos mecanismos de interacción, participación y comunicación entre personas, rompiendo barreras de tiempo y espacio. Por esta razón, esta disertación práctica tiene como propósito la elaboración de un portal Web para la Escuela de Comunicación, el cual servirá como medio de comunicación interna y externa. A través de este portal, los distintos públicos recibirán información oficial sobre la Escuela, sobre la comunicación social y su entorno general. Además con la implementación de herramientas basadas en la tendencia Web 2.0, los públicos conseguirán nuevas formas de interacción y relación, compartiendo artículos de su autoría, documentos sobre comunicación, nueva bibliografía, bolsas de trabajo, pasantías, oportunidades de estudios, becas, entre otras.

Adicionalmente, esta propuesta responde a mi motivación personal de desarrollar un espacio digital que concentre recursos e insumos para comunicadores a nivel local. Su puesta en marcha y mantenimiento podría ser una oportunidad de práctica extra-académica para que los estudiantes de comunicación organizacional o los becarios de la Escuela puedan ejercer este oficio.

5. Objetivos

5.1. Objetivo general

Mejorar la comunicación y el sistema de información de la Escuela de Comunicación de la PUCE y de los públicos internos y externos que la conforman, a través de herramientas basadas en las nuevas TIC y la Web 2.0.

5.2. Objetivo del Proyecto

Crear el portal web temático (e-comunicación) de la Escuela de Comunicación de la PUCE como canal de información y comunicación para los públicos internos y externos.

5.3. Árbol de Objetivos

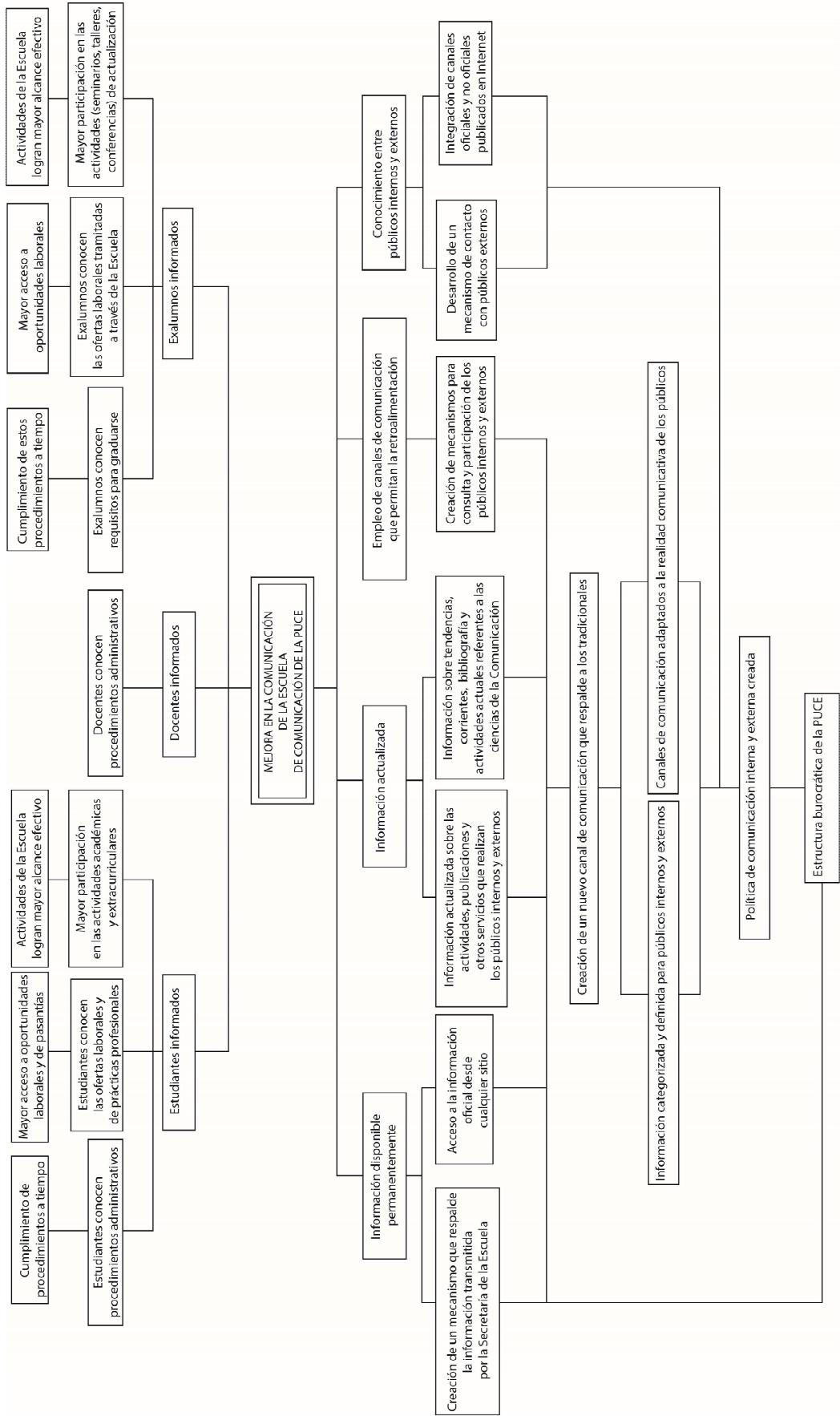
En el siguiente cuadro se puede observar como las causas del problema de comunicación determinado pasan a ser las estrategias, los objetivos planteados y sus efectos. Además se observan los resultados que se esperan a través del cumplimiento del objetivo del proyecto.

De igual manera que en la construcción del árbol de problemas, a continuación se presenta el informe narrativo, que resulta del análisis vertical de todos los puntos identificados.

Estrategias: Debido a que la estructura burocrática de la PUCE es una causa estructural y está fuera de los límites del proyecto, se decidió eliminarlo del Árbol de Objetivos. A continuación se plantea la definición de políticas de comunicación interna y externa para el empleo de la Red como nuevo canal de comunicación de la organización.

A través del empleo de la Red se pretende compartir la información en línea y que los públicos puedan acceder desde cualquier espacio a dicha información, con esto se conseguirá permanencia en la difusión de noticias, proyectos, actividades, entre otros.

Asimismo, a través de la Red, por su naturaleza, se puede establecer canales de comunicación que permitan la retroalimentación de los públicos, mediante consultas, participación en foros, sugerencias, comentarios, sondeos, entre otros. De igual manera, se plantea la definición de mecanismos de actualización, propios de la Red, y la asignación de recursos humanos y económicos para el desarrollo de este canal. Además establecer formas de búsqueda de información referente a la carrera de comunicación, estandarizar los canales empleados para la comunicación con los públicos y concentrar los canales formales e informales ubicados en la Red en el portal. Como consecuencia la información destinada a los públicos será más actualizada y organizada, lo que provocará un mayor interés de los receptores.



Resultados

Entre los principales resultados de la creación del portal están los siguientes:

El primer resultado es que los públicos internos y externos estén informados sobre los procedimientos administrativos, actividades, oportunidades de estudio, laborales, de prácticas pre-profesionales, de formación continua e intercambios publicados en el portal. Gracias al conocimiento de los procedimientos administrativos, los públicos disminuirán las consultas a la Secretaría de la organización y podrán cumplir dichos trámites en el plazo establecido. Con la información publicada sobre las oportunidades laborales y académicas, se pretende incrementar el número de aplicaciones por parte de los públicos interesados y la asistencia a las actividades programadas por los públicos de la organización.

Como otro resultado, los públicos de la organización podrán comunicarse e integrarse mediante las redes sociales presentadas en el portal. Con esto se conocerán las actividades que realizan cada uno de los públicos: estudiantes de distintos niveles, ex alumnos y docentes. De igual forma, se podría fomentar mayores y nuevos proyectos interdisciplinarios, que apoyen la formación académica.

Además como resultado se pretende el incremento del aporte investigativo de la Escuela, mediante los foros de discusión, publicación de los artículos e investigaciones realizadas, promoviendo de esta manera nuevas relaciones con entidades de comunicación externas, mayor impacto de la organización en los medios de comunicación social y en la difusión de los proyectos que lleva a cabo la organización.

Actividades

- Analizar los canales de comunicación interna de la Escuela de Comunicación y evaluar su actual impacto en los públicos externos.
- Analizar los canales de comunicación externa de la Escuela de Comunicación y evaluar su actual impacto en los públicos externos.
- Investigar las necesidades comunicativas de los públicos internos y externos para recopilar y elaborar los contenidos del portal Web.

- Desarrollar un prototipo Web del portal, el cual debe integrar todos los servicios, procedimientos, actividades, noticias de la Escuela de Comunicación, basados en las necesidades comunicacionales de los públicos.
- Planificar una campaña de capacitación del uso del portal web de la Escuela de Comunicación para los usuarios: estudiantes, alumnos y exalumnos; y para el administrador del portal.
- Establecer mecanismos de monitorización y evaluación para medir el cumplimiento de las actividades y del objetivo del proyecto.
- Establecer los recursos humanos y materiales para la implementación del portal Web.

5.1. Plan operativo de actividades

PLAN OPERATIVO DE ACTIVIDADES																		
Actividades	Responsables	Cronograma (por meses)												Recursos		Fuentes		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Financieros	Técnicos			
Análisis de las necesidades comunicativas de los públicos de la organización. Aplicación de encuestas y obtención de resultados.	Coordinador del proyecto	x														Honorarios	Encuestas electrónicas. Computador con acceso a Internet.	Información de los públicos.
Desarrollo de la arquitectura de contenidos en base a los resultados de las encuestas. Recopilación de la información.	Coordinador del proyecto		x													Honorarios	Computador con acceso a Internet.	Resultados de encuestas y referencias bibliográficas.
Desarrollo del portal “e-comunicación”: diseño, programación y	Desarrollador multimedia. Coordinador del proyecto.			x	x	x										Sin costo, por acceso a dominio de Wordpress.	Programas de diseño web y servidores web.	Software Wordpress

prueba de las funcionalidades. Ubicación en dominio de la PUCE.																	
Selección de un estudiante de categoría “becario”, como responsable del portal.	Dirección de Escuela. Coordinador del proyecto.					x									Honorarios	No aplica	No aplica.
Capacitación del empleo del portal a los públicos responsables del manejo del portal.	Desarrollador multimedia. Coordinador del proyecto.					x									Honorarios	Discos compactos con vídeo del manejo del portal. Sala de reuniones.	Módulo administrativo.
Desarrollo de Campaña de divulgación de empleo del portal.	Coordinador del proyecto. Área de comunicación organizacional de la Escuela.					x	x								100 dólares	Computador con acceso a Internet.	Proyecto de desarrollo del portal “e-comunicación”.
Actualización de la información del portal.	Estudiante responsable del portal y públicos en general.						x	x	x	x	x	x	x		Sin costo	Computador con acceso a Internet.	Distintas fuentes de información: administrativas, de los estudiantes, de

																		los docentes, de los ex alumnos y la comunidad en general.
Publicación y actualización de la reseña y PDF de la portada de las publicaciones periódicas de la Escuela (El Imperdible, El Juglar).	Directores de El Imperdible y El Juglar						x	x	x	x	x	x	x	Ninguno	Computador con acceso a Internet.			Publicaciones periódicas.
Gestión de la información enviada a través de formularios de reserva de equipos para Centro de Audiovisuales.	Coordinadora del Centro de Audiovisuales							x	x	x	x	x	x	Ninguno	Computador con acceso a Internet			Reservaciones de los estudiantes
Desarrollo de Foros de Discusión y sondeos de opinión (planteamiento de temáticas)	Dirección de Escuela							x	x	x	x	x	x	Ninguno	Computador con acceso a Internet			Contexto social y de la comunicación.

Actualización de la información de las Redes de Estudiantes, docentes y exalumnos	Públicos mencionados							x	x	x	x	x	x	Ninguno	Computador con acceso a Internet	Información de los públicos mencionados.
Monitoreo y evaluación de resultados del empleo del portal.	Coordinador del proyecto							x	x	x	x	x	x	Ninguno	Computador con acceso a Internet. Bases de datos obtenidas del contador de visitas y empleo de las aplicaciones del portal.	Software de monitoreo de visitas de páginas web.
Difusión de resultados a representantes de la organización.	Coordinador del proyecto.												x	Ninguno	Sala de reuniones.	Ninguno

5.3 Matriz de Marco Lógico

Tema: Desarrollo del portal “e-comunicación”, como herramienta de comunicación interna y externa de la Escuela de Comunicación de la PUCE.

Línea base: 1 año

	DESCRIPCIÓN	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Objetivo de desarrollo (FIN)	Mejoramiento de la comunicación interna y externa entre los públicos de la Escuela de Comunicación de la PUCE	Públicos internos y externos interrelacionados e informados sobre las actividades de la organización.	Informes de encuestas aplicadas para medir el conocimiento de estas actividades. Número de proyectos o actividades de relación entre públicos.	La organización desarrolla eventos o seminarios de comunicación entre sus tres ramas, en coordinación con todos los públicos, a partir del segundo semestre del proyecto.
Objetivo del proyecto (Propósito)	Sistema de comunicación e información interno y externo diseñado, a través del portal “e-comunicación”.	En el segundo mes de aplicación del portal, 25 personas de los públicos internos emplean el portal como canal de comunicación y 25 ex alumnos lo empleen como referencia académica y laboral.	Registro diario de visitas y participación de los públicos en el portal.	La organización realiza seminarios con expertos en informática sobre el empleo de las TIC
Resultados esperados	1. Públicos conocen sobre los procedimientos a seguir.	En los primeros meses de cada semestre académico los estudiantes y docentes realizan 20 consultas menos al personal académico.	Registro del número de personas que realizan consultas presencialmente.	La organización establece mecanismos para facilitar el cumplimiento de ciertos procedimientos administrativos, a través del portal.

	2. Públicos conocen y aplican a las oportunidades laborales y prácticas pre-profesionales.	Del total de los estudiantes, 50 consulten y apliquen a las oportunidades publicadas en el portal. Del total de ex alumnos registrados en el portal, 20 apliquen a las ofertas laborales.	Registro e informe de los estudiantes y ex alumnos que han aplicado a estas ofertas laborales, a través de consultas a los empleadores. Registro de visitas semanales a las páginas que contengan esta información.	La organización elabore convenios con distintas empresas y medios de comunicación para contratar estudiantes y ex alumnos de la Escuela. La organización acondicione los horarios de los últimos niveles para que los estudiantes tengan la oportunidad de aplicar a estas ofertas laborales y de prácticas.
	3. Públicos conocen las actividades que realizan los públicos de la organización.	50 estudiantes, docentes y ex alumnos accedan semanalmente a la página de noticias y actividades que desarrolla la organización, para el segundo mes de implementado el portal.	Registro de asistentes a cada una de las actividades. Registro de los públicos inscritos al RSS del portal. Comentarios y sugerencias sobre las actividades desarrolladas.	La organización elabora convenios con distintas organizaciones de comunicación para promover actividades con los públicos. Establecer horarios adecuados y convenios con los docentes para que permitan la asistencia a estas actividades.
	4. Públicos conocen y solicitan acceso a las oportunidades de estudio, becas, posgrados, seminarios, entre otros.	50 estudiantes y ex alumnos acceden a la página de este tipo de oportunidades para el	Registro de aplicaciones de los estudiantes y ex alumnos a las oportunidades que ofrece la PUCE y otras entidades	La organización ofrece semestralmente conferencias gratuitas para la aplicación a estas oportunidades con las

		segundo mes de implementado el portal.	académicas. Registro de visitas semanales.	entidades respectivas (PUCE, IECE, Fundación Carolina, entre otras).
	5. Públicos integrados y relacionados a través de las redes sociales virtuales.	Registro del 70% de estudiantes, docentes y ex alumnos en cada una de las redes.	Registro y base de datos de los públicos que pertenecen a las distintas redes.	Desarrollo de actividades interdisciplinarias, académicas o de entretenimiento que puedan ser trasladadas a un trabajo comunitario, mediante las redes del portal, durante el segundo semestre de ejecución del proyecto.
	6. Públicos emplean el portal como medio prioritario de información de la organización.	Al término del año de desarrollo del proyecto el 75% de los estudiantes, docentes y ex alumnos acuden a este canal.	Registro del número de usuarios o personas, clasificados entre estudiantes, docentes y ex alumnos, que visitaron el portal. Registro de las páginas más visitadas por estos usuarios.	La organización elabora estrategias de comunicación interna y externa, empleando canal adicional al portal.
Actividades		Insumos	Costos	Precondiciones
	Adquisición de computador, selección de personal, diseño, programación, capacitación, promoción y monitoreo del portal.	Computador con acceso a Internet, programas de diseño web, afiches, invitaciones electrónicas, registro de visitas al portal.	Sin costo	Espacio físico para desarrollo del proyecto.

	Recopilación y publicación de la información sobre los procedimientos administrativos en el portal.	Computador con acceso a Internet. Documentos y Reglamentos de comunicación.		Archivo digital de documentos.
	Recopilación y publicación de la información sobre las oportunidades laborales y prácticas pre-profesionales.	Computador con acceso a Internet, portales web especializados, solicitudes enviadas directamente a la organización.		Suscripción a portales de empleo y convenios con empresas e instituciones de comunicación.
	Recopilación y publicación de las actividades que realiza la organización y los públicos que la conforman.	Computador con acceso de Internet, Documentos de los responsables de las actividades.		Elaborar breves resúmenes sobre las actividades que se realizarán.
	Recopilación y publicación de las oportunidades de estudio, becas, posgrados, seminarios, etc.	Computador con acceso a Internet, portales web con este tipo de información, datos enviados directamente a la organización.		Suscripción a instituciones que publiquen este tipo de oportunidades.
	Creación de redes sociales virtuales para docentes, estudiantes y ex alumnos.	Computador con acceso a Internet, información de cada uno de los públicos.	No	Que los públicos tengan acceso a Internet para actualizar sus datos.

5.4 Monitorización

El portal “e-comunicación” de la Escuela de Comunicación cuenta con un contador de visitas, lo que determinará el número de usuarios que visiten diariamente el portal. Este registro permite observar la frecuencia de visita y participación en este sitio. De igual manera, el administrador del portal podrá conocer los nombres de los usuarios que más participan en esta herramienta. Asimismo el buzón de sugerencias permitirá conocer cuan interesados estén los destinatarios en su empleo.

Otro mecanismo necesario para verificar que los públicos participan en las actividades extracurriculares de la Escuela es llevar un Registro de Asistencia, que sea repartido al inicio del desarrollo de este tipo de actividades.

Modelo de registro de asistencia
Actividad/Tema: Detallar la actividad que se realiza (Ej: Conferencia sobre periodismo participativo).
Público: (Señalar una opción)
<input type="radio"/> Estudiante
<input type="radio"/> Docente
<input type="radio"/> Ex alumno
<input type="radio"/> Profesional de comunicación
<input type="radio"/> Otros
Fuente: ¿A través de qué medio conoció esta actividad?
<input type="radio"/> Portal web de la Escuela
<input type="radio"/> Portal web de la Escuela
<input type="radio"/> Medios de comunicación social
<input type="radio"/> Otros
Comentarios y sugerencias:

5.5 Evaluación

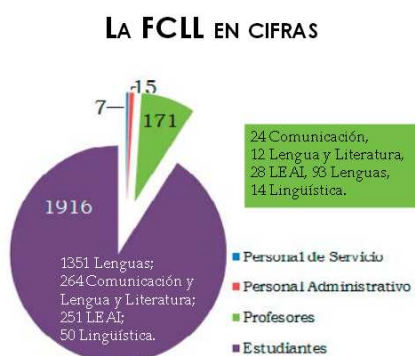
A través del mismo mecanismo empleado para el monitoreo se desarrollarán cuadros mensuales que permitan graficar el incremento de la participación en el portal “e-comunicación”. Adicionalmente se realizarán encuestas con las empresas de comunicación (empleadores), instituciones que ofrezcan oportunidades de estudio. Y finalmente, la aplicación de encuestas en línea y grupos focales un mes antes de finalizar el proyecto para recopilar las sugerencias y apreciaciones del desarrollo del portal.

6. Destinatarios /as

Los destinatarios de este proyecto se dividen en dos tipos de públicos internos y externos:

- *Internos*: Estudiantes matriculados en la Escuela, docentes a tiempo completo, parcial y por horas, autoridades y personal administrativo.
- *Externos*: Estudiantes aspirantes a la carrera de Comunicación, ex alumnos (egresados y graduados), profesionales de la comunicación (periodistas, comunicadores organizacionales, relacionadores públicos) y público en general.

De acuerdo al boletín digital “Comunicación sin fronteras” en el año 2013, existían 264 estudiantes de Comunicación y 24 docentes.⁴¹



⁴¹ Boletín digital “Comunicación Sin Fronteras” Ed, Abril 2013
http://www.puce.edu.ec/sitios/comunicacion/csf_abr13.pdf

Público:	ESTUDIANTES
Análisis demográfico	<p>Número Total: 250 estudiantes.</p> <p>Por niveles: Segundo: 81 estudiantes (61 mujeres y 20 hombres) Cuarto: 64 estudiantes (45 mujeres y 19 hombres) Sexto: 45 estudiantes (28 mujeres y 17 hombres) Octavo: 60 estudiantes (40 mujeres y 20 hombres)</p> <p>Género:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mujeres: 169 • Hombres: 81 <p>Edades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las edades de los y las estudiantes están comprendidas entre los 18 y 30 años. <p>Nivel socioeconómico: Medio y medio alto.</p>
Hábitos y comportamientos	<ul style="list-style-type: none"> • Los estudiantes poseen un alto nivel de lectura y habilidades para redacción. • Son críticos de la realidad social. • Participan en actividades culturales como: obras de teatro, conciertos, festivales de cine y otras expresiones artísticas. • La mayoría de ellos son estudiantes a tiempo completo, a excepción de los estudiantes de últimos niveles que realizan prácticas profesionales. • Frecuentan congresos, seminarios referentes a comunicación y literatura. • Buscan trabajar en los principales medios de comunicación y empresas del Ecuador. • Hablan dos o más idiomas. • Poseen habilidades para el empleo de nuevas tecnologías de la comunicación y la información (TIC). • Están a la vanguardia de la tecnología.
Asociaciones y clubes	<ul style="list-style-type: none"> • Asociación de Estudiantes de Comunicación (AEC) es un grupo de estudiantes elegido democráticamente cada año por los alumnos matriculados legalmente en la Escuela. Su directiva se compone principalmente de un presidente, vicepresidente, tesorero, representante para el Consejo de Facultad, entre otras designaciones. • FEUCE-Q: Federación Universitaria de Estudiantes de la PUCE. Grupo de representación de todos los estudiantes de la universidad. Se elige

democráticamente cada dos años y está conformado por una directiva conformada por: presidente, vicepresidente, y por los presidentes de cada asociación de escuelas o facultades. Su principal función es representar a los estudiantes de la PUCE y desarrollar proyectos y productos en beneficio de sus representados.

- Periódico “El Imperdible”. Periódico bimensual desarrollado por los estudiantes de la Escuela de Comunicación, escogidos a través de un comité de selección para ocupar los puestos de editores, redactores, diseñadores, fotógrafos y agentes comerciales. El periódico desarrolla temas de interés para los estudiantes que estudian comunicación y sobre coyuntura nacional y universitaria.
- Revista “El Juglar”. Revista que nació de la iniciativa de los representantes de las asociaciones de las Escuelas de Comunicación y LEAI. Está planteada a desarrollarse dos números por semestre.

Público:	DOCENTES
Análisis demográfico	<p>Número: 17 docentes</p> <p>Género: Hombres: 9 Mujeres: 8</p> <p>Categoría:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agregado: 4 • Principal: 2 • Extraordinario: 11 <p>Tiempo de dedicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiempo completo: 5 • Medio tiempo: 1 • Tiempo parcial (por horas): 11 <p>Título académico:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título técnico o tecnológico: 1 • Título de tercer nivel (licenciados, ingenieros, arquitectos, abogados, economistas, B.A., psicólogos): 6 • Títulos de postgrado - diplomado, especializaciones, maestrías (MA, MBA, MSc, MFA, MEE, ...), doctorados (PhD): 10
Hábitos y comportamientos:	<ul style="list-style-type: none"> • Los docentes poseen un alto nivel de lectura • Frecuentan espacios culturales de expresión artística como: cine, literatura, fotografía. • Son reconocidos en el ámbito catedrático. • Son líderes de opinión tanto a nivel catedrático como a nivel social. • Desempeñan otras actividades laborales, además de la docencia. • Frecuentan congresos, seminarios referentes a comunicación y literatura. • Han desempeñado funciones en instituciones y empresas de comunicación nacionales e internacionales. • Hablan dos o más idiomas.
Asociaciones	Asociación de Profesores de la PUCE.

Público:	EX ALUMNOS (Graduados)																						
Análisis demográfico	<p>Número: 186 alumnos graduados⁴².</p> <p>Género:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mujeres: 120 • Hombres: 66 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Año de graduación</th> <th>Graduados</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1999</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>2000</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>2001</td> <td>14</td> </tr> <tr> <td>2002</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>2003</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>2004</td> <td>43</td> </tr> <tr> <td>2005</td> <td>24</td> </tr> <tr> <td>2006</td> <td>32</td> </tr> <tr> <td>2007</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>2008</td> <td>13</td> </tr> </tbody> </table> <p>Graduación por especialización: Comunicación y Literatura: 83 Periodismo para prensa, radio y tv: 62 Comunicación Organizacional: 41</p> <p>Nivel socioeconómico: Medio y medio alto.</p>	Año de graduación	Graduados	1999	0	2000	5	2001	14	2002	16	2003	9	2004	43	2005	24	2006	32	2007	30	2008	13
Año de graduación	Graduados																						
1999	0																						
2000	5																						
2001	14																						
2002	16																						
2003	9																						
2004	43																						
2005	24																						
2006	32																						
2007	30																						
2008	13																						
Hábitos y comportamientos:	<ul style="list-style-type: none"> • Son profesionales que ocupan puestos en los principales medios de comunicación, empresas nacionales y extranjeras, productoras de televisión y en editoras. • Algunos cumplen funciones de profesores de educación secundaria y universitaria. • Asisten a actividades culturales y artísticas. • Algunos de ellos ya poseen títulos de pos grado en comunicación. 																						
Asociaciones	<ul style="list-style-type: none"> • No existe una organización oficial de egresados de la Escuela de Comunicación de la PUCE. • Poseen redes sociales en sitios como: Facebook.com y Hi5.com. • Existen estudiantes agrupados alrededor de páginas web como el blog fueradelau.blogspot.com 																						

⁴² Información proporcionada por Miriam Ruano de la Secretaría de la FCLL.

7. PROTOTIPO

7.1. Enfoque teórico

El enfoque teórico que respalda a la propuesta de esta disertación es, principalmente, la conformación sistémica de las instituciones, la participación e influencia de los actores externos e internos de una organización y las redes de comunicación propias de esta configuración sistémica (Teoría de Sistemas). Esto se complementa con la aplicación de las nuevas tecnologías de información y comunicación, web 2.0, interactividad y el desarrollo de portales web como canales de comunicación interna y externa en las organizaciones.

Teoría Sistémica

El concepto de sistema se ha desarrollado en los últimos cincuenta años, creando una nueva disciplina científica: la "teoría general de sistemas", que se ocupa del estudio sistemático de las relaciones que se establecen entre los distintos elementos que constituyen un conjunto, así como los efectos derivados de su interacción. Se puede entender que el sistema es un conjunto de elementos interdependientes e interrelacionados que constituye un todo organizado y estructurado cuya finalidad es alcanzar un objetivo concreto.

El esquema básico de un sistema consta de tres partes esenciales:

1. Una entrada de elementos (recursos)
2. Un núcleo central encargado de procesar o transformar los recursos;
y
3. Una salida de elementos (resultados).

Específicamente el sistema de las organizaciones viene definido por las siguientes características:

- Una organización constituye un sistema socio-técnico, ya que en ella interactúan entre sí elementos técnicos y elementos humanos.

- Las organizaciones pertenecen al tipo de sistemas abiertos, ya que funcionan y desarrollan su actividad en permanente interacción con su entorno, del que reciben estímulos y condicionamientos, y sobre el que influyen.
- Otra de las características de las organizaciones, consecuencia de la anterior, es su capacidad de adaptación permanente a los continuos cambios del entorno.
- Para que una organización pueda considerarse un sistema, debe adoptar una estructura que posibilite la comunicación entre sus elementos y entorno.
- Toda modificación de un elemento o de una relación implica la modificación de alguno de los restantes elementos y relaciones o de su totalidad.
- En una organización debe primar el concepto esencial de sistemas, la totalidad y supremacía del conjunto sobre las partes.

La Organización en red

La innovación tecnológica, la coalición de la informática y las telecomunicaciones benefician a la capacidad de transmitir información de manera más inmediata y de mejor calidad, además de un replanteamiento de las relaciones personales en las organizaciones.

La Escuela de Comunicación - conformada como un subsistema abierto, que pertenece a un sistema más complejo, como la PUCE- requiere establecer nuevas vías de información que satisfagan las necesidades de comunicativas y participativas de los públicos.

La consultora norteamericana Nolan E. Norton menciona que “las empresas deben utilizar las tecnologías de la información para situarse estratégicamente en el siglo XXI y, de esa manera, romper las estructuras jerárquicas tradicionales por funciones, consiguiendo una organización tipo red, que consiste en una conexión punto a punto, que sustituye a la jerarquía para identificar y compartir los conocimientos entre todos los integrantes de la empresa”.⁴³

En una organización, el manejo de información es clave en todos los niveles. A partir de la información que producen las organizaciones, entre las personas se crean nexos (internos y externos) que les ayudan a alcanzar las metas diseñadas al interior de sus grupos o

⁴³ ELIAS, Joan y MASCARAY, José. Más allá de la comunicación interna. La intracomunicación., Barcelona, Ed. Gestión 2000 S.A., 2003.

instituciones. De allí la importancia de administrar con eficiencia los procesos de comunicación organizacional.

De acuerdo a Joan Costa, la principal ventaja de la implementación de nuevas tecnologías de la comunicación y la información en las organizaciones es la transformación de los receptores y emisores en el proceso de la comunicación.

El gran cambio que ha traído Internet –y que la robótica ya había anticipado de algún modo –es la interactividad. Ya no hay emisor activo y receptor pasivo: en todo caso, hay un emisor activo y un receptor proactivo. Ya no hay aquí unidireccionalidad ni linealidad del mensaje, sea éste visual, sonoro o audiovisual. Ya no sólo hay persuasión. Lo que se maneja en la Red es información; motivante, por supuesto, pero información, es decir, conocimiento...El lenguaje comunicacional de Internet sigue el modelo psicológico y operacional del internauta. Su estructura no es lineal, sino multipolar e iterativa; una estructura arborescente, como la del cerebro humano –en parte semejante a la del hipertexto-, en forma de un algoritmo. Esta estructura es abierta y e internauta transita a us antojo por ella, se detiene en los nudos de esta red, salta de uno al otro en busca de la información y de más información o de informaciones supeditadas a las principales. La tecnología interactiva es iterativa e instantánea, y favorece un dinamismo de la navegación que es la misma esencia del lenguaje de Internet. Y se convierte, por esto, en una navegación priorizada por el internauta y jerarquizada por él, no por el emisor tradicional⁴⁴.

Asimismo Nahuel La Penna destaca que el uso de la Web para la comunicación de la una organización permite mantener conectados a todos los miembros las 24 horas del día desde cualquier espacio físico.

Las nuevas tecnologías permiten a todos los miembros de una misma red estar presentes y accesibles en todo momento. Las páginas Web ilustran esta situación, ya que proveen información sobre una organización las 24 horas en todo el mundo con sólo estar conectados a Internet. Por otra parte, como canales de comunicación, introducen la personalización de la comunicación. Al contrario de los medios masivos tradicionales, permiten segmentar los procesos comunicativos hasta volverlos personales⁴⁵.

⁴⁴ Joan Costa. Imagen Corporativa en el siglo XXI. Buenos Aires, La Crujía, 2ª ed., 2003, Págs. 182-183

⁴⁵ Nahuel La Penna. Potenciar la comunicación a través de las nuevas tecnologías en Comunicar para el cambio social, Buenos Aires, La Crujía, 1ª ed., 2006, Pág. 108

7.2. PRODUCTO “E-COMUNICACIÓN”

7.2.1. Nombre:

El nombre del portal de la Escuela de Comunicación se ha definido como “e-comunicación” debido a que abarca dos conceptos puntuales :

- “e”: indicio de electrónico, representación de las aplicaciones desarrolladas a través de la Web.
- “comunicación”: referente a la Escuela y a la utilidad definida como medio de información de los públicos.

7.2.2. Criterios de construcción

La construcción de este portal web se da a partir de algunos criterios de imagen institucional de la PUCE y de estructura de los contenidos de un portal web.

De acuerdo a las “Políticas de información electrónica y ambiente Web de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador” se plantean lineamientos generales que deben ser utilizados para cualquier producto de este estilo impulsado por las unidades académicas que la conforman. El planteamiento de este portal cumple con los requisitos planteados como un sitio web externo pero que depende de la vinculación institucional de la PUCE⁴⁶. Los requisitos son:

- Ser compatible tecnológicamente
- Brindar información que el usuario requiere
- El encabezado deberá obligatoriamente incluir la imagen institucional de la universidad acorde con los lineamientos del manual de imagen corporativa.
- El contenido debe ajustarse al estilo y características técnicas del sitio principal.

⁴⁶ Políticas de información electrónica y ambiente Web de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. PDF. Dirección de Informática. Documento actualizado al 14 de noviembre de 2011.

En vista de que la plataforma sobre la que está desarrollado este portal es *Wordpress*, la misma permite la adaptación gráfica, estructural y de contenidos de acuerdo a los lineamientos que plantea la PUCE, así como futuras actualizaciones del Manual de Imagen Corporativa. La ventaja de esta plataforma es que la administración gráfica es básica, la interfaz es amigable para cualquier administrador o usuario y está alojada en un servidor externo que no delimita su cambio en dirección o URL.

A nivel de imagen corporativa se respetan los colores y logotipos de acuerdo al “Manual de Imagen Corporativa de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador” como se lo estipula.



Gráfico 10: Manual de Imagen Corporativa PUCE⁴⁷

⁴⁷ Manual de Imagen Corporativa PUCE. PDF. Dirección de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas. Documento actualizado al 14 de noviembre de 2011.

Por otra parte, dicho producto de comunicación cumple con los rasgos definitorios que un portal web posee, siendo un portal que “provee información de actualidad, de canales de comunicación entre usuarios (en donde se despliega la interactividad), y de una amplia gama de - multiservicios”, de acuerdo a la definición de Javier Díaz Noci.⁴⁸

- Proveedores de información de actualidad: El servicio de noticias o información de actualidad puede brindarse a través de hipervínculos con otros sitios o de producción propia. Las informaciones en los portales responden a un criterio periodístico de estructura (entradilla, cuerpo, etc).
- Canales de comunicación entre usuarios (interactividad): Criterio que plantea como un portal resulta ser un espacio para la producción e intercambio de información. El uso de estos canales de interacción, lo constituyen como un espacio de comunidad que puede expandir las relaciones entre los sujetos o públicos.
- Multiservicios: Criterio con el cual se pretende abastecer a una comunidad de usuarios del máximo número de servicios posible, estableciendo una organización lo suficientemente versátil con el fin de facilitar su acceso.

De igual manera, el portal “e – comunicación” se estructura con una base de información redactada de acuerdo a los lineamientos sugeridos por Guillermo Franco, en su libro “Cómo escribir para web”, desde la ubicación de los contenidos a partir de la lectura hipertextual de los usuarios como de la forma de redacción periodística que genera interés por parte del lector⁴⁹.

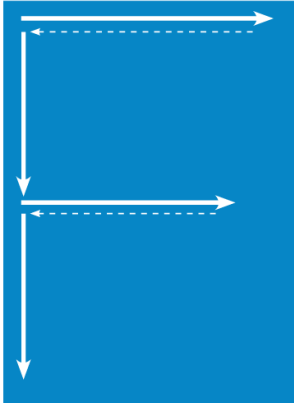
A nivel de estructuras de los contenidos el portal cuenta con los principios básicos de lecturabilidad E, F y L invertida, definidos por Jakob Nielsen, desarrollados a partir del estudio *Eyetrack* en el cual se analizaron los comportamientos de lectura de los usuarios, los cuales están influenciados notablemente por el periodismo, pues la lecturabilidad parte de la esquina superior izquierda, espacio donde se ubican los titulares de los periódicos.

⁴⁸ Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría (coords.). Manual de Redacción Ciberperiodística. España: Editorial Ariel S.A., 2003. Páginas 291-293

⁴⁹ Franco, Guillermo. “Cómo escribir para web”. PDF – Internet.
https://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf

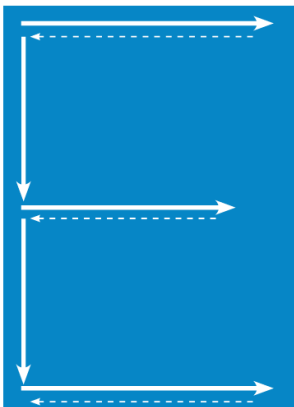
Patrón de lectura en F

De acuerdo con las investigaciones de Jakob Nielsen, hay un movimiento horizontal en la parte superior del área de contenido, de izquierda a derecha, luego se regresa, hay un movimiento vertical por la parte izquierda de la pantalla; hay segundo movimiento horizontal, pero más corto que el anterior y, finalmente, un movimiento vertical en la parte izquierda de la pantalla. Las flechas indican la trayectoria.



Patrón de lectura en E

El patrón en F, advierte Jakob Nielsen, algunas veces adquiere la forma de E. Las flechas indican la trayectoria.



Patrón de lectura en L invertida

El patrón en F, advierte Jakob Nielsen, algunas veces adquiere la forma de L invertida, con la barra horizontal en la parte superior de la pantalla. Las flechas indican la trayectoria.



Gráfico 11: Patrones de lectura Jakob Nielsen⁵⁰

Por otro lado, también se considera como criterio relevante la forma de estructurar los contenidos en web a partir de la estructura de la pirámide invertida como sugiere Jakob Nielsen, y Guillermo Franco lo retoma en su texto como una forma necesaria para redactar en la Red. También se basa en la construcción de mensajes a partir de las 5 o 6 W en el lead (qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué).

⁵⁰ Franco, Guillermo. "Cómo escribir para web". PDF – Internet.
https://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf Páginas 39-41

Utilizar la estructura de pirámide invertida significa comenzar el texto con la información más importante y después ir entregando más en orden decreciente de importancia. Nielsen describe la estructura de una forma sutilmente diferente: La entrada o 'lead'; el material que explica y amplía el 'lead'; párrafos de contexto; y Material secundario o menos importante⁵¹.

Contenidos:

La información dispuesta en el portal responde a las necesidades de los públicos. En primer lugar se encuentra información de la Organización, dentro de la barra principal:

- Carta de la Dirección de la Escuela: Invitación a emplear este canal de comunicación y presentación de la organización ante los públicos interesados.
- Filosofía institucional: Descripción de la misión, visión, historia y objetivos.
- Membresías: Conviene resaltar a qué entidades o asociaciones está suscrita la organización. Se incluyen enlaces a FELAFACS y a AUSJAL.
- Reconocimientos y premios: Se incluye esta categoría para informar sobre los reconocimientos recibidos por la institución y por sus públicos con el fin de promocionar las buenas prácticas realizadas.
- Información sobre el Centro de Audiovisuales, entidad de la PUCE que trabaja en conjunto con la Escuela de Comunicación. A través de este enlace los estudiantes podrán reservar sus equipos y cabinas en línea.
- Plan de Estudios: Contiene la descripción de las materias y su respectiva concatenación.
- Admisiones: Contiene información sobre las inscripciones con su respectivo enlace a la Dirección General de Estudiantes de la PUCE. Además cuenta con información sobre matrículas y costos.

⁵¹ Franco, Guillermo. "Cómo escribir para web". PDF – Internet.
https://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf Páginas 51

- Procedimientos y reglamentos: Se detallan los procedimientos que deben seguir los estudiantes con su respectivo formulario de demostración y los reglamentos que respaldan esta información.



Gráfico 12: Página principal e-comunicación

Por otro lado se muestran los Servicios a los que pueden acceder los distintos públicos de la organización:

- Redes de estudiantes, docentes y ex alumnos: La Web 2.0 se ha consolidado gracias a la participación de millones de personas en el mundo. Esta aplicación se originó justamente con los objetivos de mantener contacto con personas que compartan un mismo interés y establecer relaciones laborales como se le denomina al *networking*. Las redes de mayor éxito en el Ecuador son Facebook y Hi5, a las cuales varios estudiantes y ex alumnos están suscritos. Facebook fue desarrollada por estudiantes de la Universidad de Harvard, como un proyecto de tesis, con el propósito de

mantener contacto con los alumnos graduados de esta institución. A partir del éxito obtenido, este portal se abrió al público en general y se conformaron varios grupos de personas a nivel geográfico, académico, laboral y de entretenimiento.

El mayor resultado de este tipo de redes es el incremento de la participación de las personas, por lo que en “e-comunicación” se plantea el desarrollo de redes para los tres públicos antes mencionados, con el fin de promover una nueva vía de contacto. En cada una de las redes se muestra: información personal, contactos, oportunidades laborales, oportunidades de estudio, material de apoyo en el caso de los docentes y bitácoras o portales personales. El propósito es que entre estas redes sean un enlace para conocer a los públicos que conforman la organización y se puedan establecer proyectos laborables y académicos en conjunto.

En el caso de las redes de los docentes también se publicarán los horarios de atención al público y la posibilidad de definir reuniones en este espacio de tiempo.

Este mecanismo también servirá para llevar un registro de los ex alumnos de la organización con sus datos de contacto e información profesional. De esta manera se llevaría un registro actualizado de este público y se podrá otorgarles información sobre las actividades de la organización y establecer una vía de contacto oficial. Esta aplicación pretende ser una red de profesionales en la comunicación que puedan encontrar relaciones laborales con las personas que alguna vez compartieron las aulas.

The image shows a screenshot of a website interface. On the left, there is an article titled "EBOOK: ESCRIBIR EN INTERNET DE MARIO TASCON" dated May 02, 2013, by Maguirren. The article text discusses a book by Mario Tascón about writing in the internet. On the right, there is a sidebar with several sections: "ETIQUETAS" (tags) including "comunicación", "redes sociales", and "web 2.0"; "ENTRADAS RECIENTES" (recent entries) showing a calendar for June 2014; "REDES SOCIALES" (social networks) with links to Facebook and Twitter; and "CATEGORÍAS" (categories) including "Artículos", "Biblioteca", "Bolsa de Empleo", "Institucionales", "Pasantías", and "Posgrados". At the bottom of the sidebar, there is a section titled "EL IMPERDIBLE" (must-read) with a link to a Buffalo 66 article.

Gráfico 13: Redes sociales en e-comunicación

- Noticias

En la parte central del portal, se publicarán noticias sobre la Escuela, sobre las ciencias de la comunicación, seminarios, cursos de actualización y otro tipo de información que sirva para complementar la formación profesional y académica de los públicos. Las personas que accedan a estas noticias podrán imprimirlas o compartir a través del correo electrónico o por sitios como Delicious, Meneame, My Space, Google, Facebook, que tienen como propósito socializar la información publicada con las personas interesadas.

Además podrán acceder a esta información suscribiéndose al RSS a través de un formulario. Los RSS o sistemas de sindicación de contenidos es otra herramienta propia de la Web 2.0, a través de la cual los usuarios pueden acceder a esta información sin necesidad de ingresar al portal, debido a que la misma información resumida se envía a sus correos electrónicos o puede ser incluida en sitios de lectura de RSS cada vez que sea actualizada.



Gráfico 14: Noticias en e-comunicacion

- Foros de discusión

Los foros de discusión están divididos por tres categorías: Literatura, Periodismos y Organizacional. Esta aplicación tiene por objetivo generar mayor participación y criticidad en los estudiantes, docentes y ex alumnos, quienes después de registrarse en el portal, podrán aportar con sus opiniones sobre las temáticas que se planteen. Estos temas deberán ser planteados y contextualizados en el momento por la Dirección de la Escuela o por sugerencias de docentes, estudiantes o ex alumnos. Los foros de discusión no están abiertos al público, sin embargo podrán revisar los comentarios incluidos, por lo tanto, es un mecanismo que aportará a la opinión pública. A partir de los foros también se podrá medir la participación de los públicos en este canal de comunicación.

The screenshot shows the 'e-comunicación' website interface. The top navigation bar includes links for ESCUELA, ESTUDIANTES, POSTULANTES, PROFESORES, and CONTACTOS, along with a search bar. The main header features the 'e-comunicación' logo and the FCLL (Escuela de Comunicación) logo. Below the header, there are tabs for NOTICIAS, FORMACIÓN, PASANTÍAS (selected), BOLSA DE EMPLEO, and BIBLIOTECA. The main content area displays a news article titled 'PASANTIA EN CUERPO DE BOMBEROS DE QUITO' dated MAYO 01, 2013, by MAGUIRREN. The article text states: 'La Dirección de Comunicación del Cuerpo de Bomberos de Quito invita a los estudiantes de últimos niveles de la carrera a realizar una pasantía. A continuación se detalla la información:'. A list of activities is provided: 'Monitoreo de medios', 'Cobertura de emergencias y eventos del Cuerpo de Bomberos', 'Elaboración de boletines de prensa', 'Actualización de base de datos de medios de comunicación', and 'Manejo de archivo y documentación'. An image shows a fire truck and firefighters. Contact information for the Dirección de Comunicación Social is provided: '3953700 Ext: 1060' and 'vibarra@bomberosquito.gob.ec'. A 'Read More' button is visible. To the right, there are sections for 'VIDEOS' (showing a video player for 'Tv Noticias PUCE'), 'ULTIMAS ENTRADAS' (listing 'Empleo: Ministerio de Justicia del Ecuador' and 'El Ministerio de Justicia Derechos Humanos y Cultos se encuentra en proceso de selección de estudiantes de últimos niveles...'), and social media links for 'RSS PUCE' and 'TW PUCE'.

Gráfico 15: Información sobre pasantías y bolsa de empleo en e-comunicación

- Sondeos de opinión

En el portal e-comunicación se incluirán cuestionarios sobre temas de comunicación referentes a la organización para obtener un resultado cuantitativo de cuál es la percepción de la gente con respecto a los temas planteados. Este mecanismo también servirá para medir la participación de los públicos.

- Biblioteca digital

En este apartado se coloca una lista de las disertaciones realizadas por los estudiantes de la Escuela de Comunicación, con su respectivo resumen en un archivo digital que pueda descargarse. Además se incluirán enlaces a portales y textos digitales sobre comunicación y enlaces de búsqueda en línea de los textos de la PUCE. De esta manera, los públicos podrán hacer las consultas en menor tiempo, a través de los medios que se proponen es este espacio.



Gráfico 16: Biblioteca digital

- **Publicaciones**

En esta sección se incluyen las notas de prensa que se refieran a la Escuela de Comunicación y a sus públicos, con el fin de mantener un banco de imágenes que respalden la presencia de la organización en los medios de comunicación social.

También se incluirán los mejores artículos, ensayos, cortometrajes, programas de radio, entre otros, que los estudiantes realizan en las distintas asignaturas, con el propósito de incentivar la elaboración de trabajos de mayor calidad y sean expuestos en este portal.

Asimismo se publicará información sobre publicaciones periódicas con las que cuenta la organización como el periódico El Imperdible y la revista El Juglar.

- **Actividades de la Escuela**

Es pertinente mantener un espacio en el cual se publique información sobre las actividades que realiza la Escuela en cierto momento, como: Festivales de Cine, Semana de la Comunicación, Campañas de Comunicación y otros proyectos puntuales. Para que dentro de este espacio los públicos de la organización y el público en general pueda observar con más detalle en qué consisten estas actividades. Como en el caso del Festival de Cine, los usuarios podrán suscribirse, acceder a la información sobre las conferencias, horarios de programación, entre otros servicios.



Gráfico 16: Biblioteca digital

- Enlaces

Dentro de un portal es necesario incluir enlaces que sirvan de ayuda y referencia a los visitantes. En “e-comunicación” se plantea sumar enlaces a nivel institucional, a redes de comunicación, a los medios de comunicación y a otras organizaciones que brinden información referente a la comunicación social.



Gráfico 17: Enlaces institucionales

- Otros servicios

El portal “e-comunicación” también cuenta con buscadores de información que facilitan el acceso a la información requerida por el usuario. Esta búsqueda puede ser realizada por categorías en los foros, en las noticias, en las publicaciones y en la biblioteca digital.

Entre otros servicios se destaca el apartado Contáctenos, a través del cual se podrán enviar consultas, comentarios, sugerencias y enviar información sobre las oportunidades laborales y académicas que otras instituciones deseen enviar.

El portal “e-comunicación de igual forma estaría estructurado bajo criterios de *Creative Commons* es decir que los textos que se publiquen pueden ser tomados por cualquier internauta, siempre que se cite la fuente respectiva.

Acceso al prototipo

Para acceder al prototipo del portal se puede visitar en línea el enlace: <http://pucefcl.edu.ec/comunicacion2/> o a través del vídeo de navegación dispuesto en el canal de Youtube de Miguel Aguirre en el enlace: <http://www.youtube.com/channel/UcHT82zdW6llAn2JbeT0v2rg/videos>

8. CONCLUSIONES

- El diseño de un canal de comunicación digital, como “e – comunicación” establece varias ventajas frente a las necesidades comunicacionales de los públicos que conforman la Escuela de Comunicación, así como permite dar mayor visibilidad a la institución, sus actividades y los conocimientos con los que aporta a público interesado en la comunicación.
- Si bien la Escuela de Comunicación ha implementado una serie de canales de comunicación institucional, muchos de ellos pierden vigencia en el tiempo, afrontando uno de los mayores riesgos en comunicación, como es la desactualización de contenidos. El portal “e- comunicación” no estaría fuera de correr el mismo riesgo, sin embargo con la estructuración de un comité de responsables conformado por representantes de Dirección de la Escuela, personal administrativo, cuerpo docente, estudiantes y con la colaboración de ex alumnos, el portal será una construcción colectiva sin depender un interés o no la Dirección de la Escuela.
- Las necesidades comunicacionales tanto de públicos internos como externos es amplia y se cubre a través de distintas fuentes o mecanismos, pero que se encuentran dispersos en la institución, por este motivo el portal resulta ser un mecanismo adecuado que compile toda esta información y llegue a convertirse en un canal oficial de comunicación que perdure en el tiempo, pues los públicos encontrarán toda la información que requieren.
- De acuerdo al diagnóstico realizado la participación de los públicos se encuentra en niveles bajos, debido a la desactualización de la información, a la organización de horarios y poco interés en algunas temáticas. En este sentido, el portal buscará medir a través de mecanismos automáticos el acceso a las noticias, actividades y número de compartición mediante redes sociales, para diagnosticar de forma periódica la participación y tomar medidas previas.
- Asimismo este portal busca generar interacción entre los públicos que conforman la Escuela de Comunicación y logra una mejor canalización de los mensajes entre los distintos públicos internos, permitiendo una retroalimentación permanente.

- En el ámbito académico también se busca que el portal sea un espacio de construcción colectiva de la información, pues así lo permite la interfaz de un canal de comunicación web. Por otra parte, sería una fuente de acceso permanente de los estudiantes ya que la información relativa a las materias que cursan estaría dispuesta en este portal, pasando de ser un portal estrictamente informativo a un portal de servicios académicos.
- Si bien la interfaz de manejo de este portal es amigable, la tecnología, los recursos web y los comportamientos de los usuarios digitales cambian permanentemente por lo que se plantea como recomendación que se establezcan períodos de capacitación a personal administrativo y docente, a través de los estudiantes quienes cuentan con el conocimiento y las habilidades de desarrollo.
- Por otra parte, considerando los cambios en el ejercicio del profesional de comunicador en cualquier de sus especializaciones, el portal “e-comunicación” resulta ser una oportunidad de práctica que se manejen canales multimedios, para todos los públicos de la Escuela de Comunicación. Factor que es tomado en cuenta en cualquier proceso de comunicación tanto para el desarrollo de proyectos internos, campañas, ejercicio profesional como hábito de participación diaria como sujetos que interactúan en una sociedad digital.

9. BIBLIOGRAFÍA

- ANDER – EGG, Ezequiel, Introducción a las técnicas de investigación social, Buenos Aires, Ed. Humanitas, 1972.
- ARQUÉS I SALVADOR, Neus, Aprender comunicación digital, Barcelona, Ed. Paidós Ibérica S.A., 2006
- BURIN D., LEVIN L., KARL I. Hacia una gestión participativa y eficaz. Manual con técnicas de trabajo grupal para organizaciones sociales. Buenos Aires, Ediciones Ciccus, , 2003.
- CEDEÑO Egúez, María Fernanda. Tesis: La Tecnología WEB, con información on line, como medio para la integración y la sustentación de la identidad corporativa, Universidad Andina Simón Bolívar, 2004.
- DIAZ Noci Javier y Ramón Salaverría (coords.). Manual de Redacción Ciberperiodística. España: Editorial Ariel S.A., 2003.
- ELIAS, Joan y MASCARAY, José. Más allá de la comunicación interna. La intracomunicación., Barcelona, Ed. Gestión 2000 S.A., 2003.
- GOODE W., HATT P., Métodos de investigación social, México, Trillas, 1972.
- KRIEGER, Mario, Sociología de las Organizaciones, Buenos Aires, Ed. Pearson Education S.A., 2001.
- LIGHT D., KELLER S., CALHOUN C., Sociología, Bogotá, McGraw – Hill, 1991.
- POZO LITE, Marisa. Cultura empresarial y Comunicación interna. Su influencia en la gestión estratégica. Madrid, Editorial FRAGUA, 1997.
- PUETATE, Paola. Tesis: El podcast como nueva herramienta de comunicación interna para las organizaciones. Caso específico: Escuela de Comunicación de la PUCE. PUCE, 2008
- PICK, Susan y Ana Luisa López. Cómo investigar en ciencias sociales. México: Ed. Trillas, 1982.

- REGALADO, Luis. Metodología de la investigación: Cualitativa, participativa y acción. Quito, Abya – Yala, 2001.
- RENAUD, Claire, “Optimizar la comunicación interna: expansión y empleo”, documento electrónico, www.expansionyempleo.com/edicion/noticia/0,2458,174264,00.html.
- SALÓ, Núria. Aprender a comunicarse en las organizaciones, Barcelona, Paidós, 2005
- TAMAYO, Mario. El proceso de la investigación científica. México; Editorial Limusa, 1996. Página 84
- URANGA W., MORENO L., VILLAMAYOR C. Diagnóstico y Planificación de la Comunicación. s/l , La Crujía Centro de Comunicación Comunicativa.
- VEEN, Jeffrey. Arte y Ciencia del Diseño Web, Madrid, Ed. Pearson Educación S.A., 2001.
- ZANONI, Leandro. El Imperio Digital. Buenos Aires; Ediciones B, 2008.

Portales Web

- Franco, Guillermo. “Cómo escribir para web”. PDF – Internet. https://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf
- Revista Actualidad PUCE. PDF - Internet. <http://www.puce.edu.ec/documentos/2013/Revista-Actualidad-26-2013.pdf> Edición N° 26, versión digital.
- PUCE. Dirección de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas. Internet. <http://www.puce.edu.ec/portal/content/Comunicaci%C3%B3n%20institucional/100?link=oln30.redirect>
- O’Reilly, Tim. What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. Internet, <http://www.oreillynet.com/lpt/a/6228> Publicación: 09/30/2005.
- Martinez, Borja. “Hi5, una red poco conocida”. Internet. <http://www.editoresweb.es/hi5-una-red-social-poco-conocida/>
- Hi Social! The engagement platform. “Cuántos usuarios tiene Facebook?” Internet. <http://www.hisocial.com/esp/blog/cuantos-usuarios-tiene-facebook> Acceso: 05/06/2014
- CEAACES. “Fichas Técnicas – Evaluación PDF”. Internet. <http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2013/10/Fichas-Te%CC%81nicas.pdf>

10. ANEXOS

Anexo 1: Encuestas realizadas a los públicos

Encuesta: ALUMNOS DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN
<p>Instrucciones: Llena los datos solicitados en el siguiente formulario, de acuerdo al tipo de respuesta que se solicite ya sea que se deba llenar con una sola opción o de una lista de opciones. Las respuestas de esta encuesta conservarán su carácter de anónimas y serán empleadas únicamente para fines académicos.</p> <p>Acceso: http://spreadsheets.google.com/viewform?key=paXrFOtOYfJHVapOd5ljHDg</p>
PREGUNTAS
1. Género <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Masculino<input type="radio"/> Femenino
2. Nivel <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Segundo<input type="radio"/> Cuarto<input type="radio"/> Sexto<input type="radio"/> Octavo
3. ¿Tienes Internet en tu casa? <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> No<input type="radio"/> Sí, con conexión telefónica ilimitada<input type="radio"/> Sí, con conexión telefónica limitada<input type="radio"/> Sí, con banda ancha
4. ¿Con qué frecuencia te conectas al Internet? <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Estoy conectado (a) todo el tiempo<input type="radio"/> Varias veces al día<input type="radio"/> Al menos una vez al día<input type="radio"/> Pasando un día<input type="radio"/> Semanalmente<input type="radio"/> Ocasionalmente
5. ¿En qué período del día te conectas con más frecuencia al Internet? <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Mañana<input type="radio"/> Tarde<input type="radio"/> Noche
6. ¿Qué aplicaciones de Internet utilizas? Marca todas las que correspondan. <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Redes sociales (Hi5, Facebook, My Space, Twitter o similares)<input type="radio"/> Correo electrónico basado en web (Hotmail, Yahoo, Gmail o similares)<input type="radio"/> Correo de la PUCE<input type="radio"/> Buscadores de información<input type="radio"/> Otros:
7. ¿De qué manera te informas sobre las actividades de la Escuela de Comunicación? <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Cartelera internas<input type="radio"/> Mensajes presenciales de profesores

<ul style="list-style-type: none"> ○ Mensajes presenciales de administrativos (secretaria, directora) ○ Conversaciones con compañeros ○ Correo electrónico ○ Otros canales
<p>8. ¿Participas en las actividades extracurriculares de la Escuela, de la AEC y de la PUCE?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Siempre ○ Frecuentemente ○ A veces ○ Rara vez ○ Nunca
<p>9. ¿Cómo valorarías a los canales de comunicación interna que existen actualmente en la Escuela de Comunicación?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Muy efectivos ○ Medianamente efectivos ○ Poco efectivos ○ Deficientes
<p>10. ¿Con qué frecuencia lees las carteleras internas de información de la Escuela?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Diariamente ○ Dos o más veces por semana ○ Una vez por semana ○ Cada dos semanas ○ Cada mes ○ Nunca
<p>11. ¿Conoces los procedimientos administrativos (forma de llenar hojas de créditos, matricularte, cambiar horarios, dar pruebas atrasadas, conseguir casillero, entre otros) de la Escuela?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Sí ○ Algunos de ellos ○ No
<p>12. ¿Cómo puede un estudiante averiguar algún proceso administrativo que requiera?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Preguntando al personal administrativo ○ Preguntando a un profesor o compañero ○ En la web de la PUCE ○ En las carteleras de la Secretaría de la Escuela ○ No sé
<p>13. ¿De qué forma conoces las oportunidades de prácticas estudiantiles que ofrece la Escuela de Comunicación?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ A través de las carteleras internas ○ A través de los profesores ○ A través de los compañeros ○ A través de la secretaria de Escuela ○ No las conozco ○ Otros:
<p>14. ¿Cuánto conoces sobre las prácticas profesionales, los procesos y mecanismos que las regulan?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Todo lo necesario ○ Lo suficiente

<ul style="list-style-type: none"> ○ Poco ○ No conozco
<p>15. ¿De qué manera te enteras de las oportunidades de empleo en Comunicación?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ A través de carteleras internas de la Escuela ○ A través de los profesores ○ A través de tus compañeros ○ A través de la secretaria de Escuela ○ Por correo electrónico enviado por portales de empleo ○ Por familiares y amigos externos de la Escuela ○ Búsqueda o anuncios en la Web ○ No he requerido un empleo
<p>16. ¿Es posible conocer los horarios de atención de tus profesores?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Sí, de todos ○ Sólo de algunos ○ No
<p>17. ¿Cómo distribuyen, preferentemente, material de respaldo los profesores?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Copias ○ Correo electrónico ○ Sitios personales de profesores ○ Otros
<p>18. ¿Cuáles son las fuentes de información que utilizas con más frecuencia cuando realizas un trabajo de investigación? Selecciona tres que empleas con más frecuencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Libros y revistas de la biblioteca de la PUCE ○ Tesis de grado ○ La mediateca de la FCLL ○ Otras bibliotecas ○ Web ○ Trabajos de otros estudiantes ○ Otras

**Encuesta N° II: EX ALUMNOS (EGRESADOS) DE LA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN**

Instrucciones: Llena los datos solicitados en el siguiente formulario, de acuerdo a las indicaciones descritas en cada pregunta. Las respuestas de esta encuesta conservarán su carácter de anónimas y serán empleadas únicamente para fines académicos.

Acceso:

<http://spreadsheets.google.com/viewform?key=paXrFOtOYfJEsLpMmbRTbJw>

PREGUNTAS

1. Año de egreso

- Del 2000 al 2008

2. ¿Qué aplicaciones de Internet utilizas? Marca todas las que corresponda

- Redes sociales (Hi5, Facebook, My Space, Twitter o similares)
- Correo electrónico basado en web (Hotmail, Yahoo, Gmail o similares)
- Correo de la PUCE
- Buscadores de información
- Otros:

3. ¿Mantienes contacto con la Escuela de Comunicación después de tu egresamiento?

- No
- Rara vez
- Ocasionalmente
- Frecuentemente

4. Si tu respuesta a la pregunta anterior fue el literal NO, pasa a la pregunta número 6. Caso contrario responde a las siguientes preguntas (4 y 5): ¿De qué manera te informas sobre las actividades que realiza la Escuela de Comunicación? Marca todas las que correspondan.

- Carteleras internas
- Mensajes de profesores
- Mensajes de administrativos (secretaria, directora)
- Mensajes de amigos o ex compañeros
- Medios masivos de comunicación
- Web de la PUCE
- Otros canales:

5. ¿Cómo valorarías a los canales de comunicación externa para informar este tipo de actividades de la Escuela de Comunicación?

- Muy efectivos
- Medianamente efectivos
- Poco efectivos
- Deficientes

6. ¿Cuál es el estado actual de egresamiento de la Escuela de Comunicación?

- Me faltan algunos créditos curriculares, idiomas o acción social
- Terminé los créditos pero aún no apruebo el examen complejo
- Aprobé el examen complejo pero aún no inicio mi disertación de grado
- Estoy en proceso de elaboración de mi disertación de grado
- Obtuve ya mi título de licenciatura en Comunicación.

7. ¿Has buscado alguna manera de mantenerte al día con lo que sucede en el campo de la comunicación desde que egresaste de la Universidad?

<ul style="list-style-type: none"> ○ Sí ○ No
<p>8. Si tu respuesta a la pregunta anterior fue afirmativa, elige dos medios que empleas con más frecuencia para esa actualización. Si tu respuesta fue negativa pasa a la pregunta 9.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Libros ○ Revistas especializadas ○ Asistencia a eventos, cursos, seminarios ○ La Web ○ Pertenencia a alguna red social de comunicadores ○ Suscripción a algún boletín digital de noticias ○ Medios masivos de comunicación
<p>9. ¿Has realizado o estás interesado en realizar estudios de posgrado en Comunicación?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Tengo ya un título de posgrado en Comunicación ○ Estoy cursando un posgrado en Comunicación ○ Me interesa realizar estudios de posgrado en Comunicación ○ No me interesa realizar estudios de posgrado en Comunicación
<p>10. ¿Estás trabajando actualmente en alguna área relacionada a la Comunicación?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Sí, la misma de mi especialidad ○ Sí, aunque no es mi especialidad ○ Tengo trabajo, pero nada tiene que ver con Comunicación ○ No estoy trabajando actualmente
<p>11. ¿Cuál es el medio que preferirías para buscar un empleo en Comunicación, si lo necesitaras?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Anuncios en prensa ○ Agencia de empleos ○ Portales digitales de búsqueda de empleos ○ Aplicación directa a empresas seleccionadas ○ Referencias directas de familiares, amigos, colegas u otros conocidos
<p>12. Escribe tus comentarios o sugerencias sobre la realización de un portal web para la Escuela de Comunicación de la PUCE</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Pregunta abierta al público encuestado.

Encuesta Nº III: DOCENTES DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN
<p>Instrucciones: El presente cuestionario tiene como fin determinar el estado de la comunicación interna y externa de la Escuela de Comunicación de la FCLL y la aproximación de sus actores con las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación. Los resultados de esta encuesta serán empleados únicamente con fines académicos y mantendrán absoluta reserva.</p>
<p>PREGUNTAS</p>
<p>1. Tiempo de dedicación</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Tiempo completo <input type="radio"/> Medio tiempo <input type="radio"/> Tiempo parcial
<p>2. Año de ingreso a la PUCE</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Desde 1999 hasta 2008.
<p>3. ¿Cumple otras actividades laborales además de la docencia? Marque todas las que correspondan</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Sí, como ejercicio libre de mi profesión (independiente) <input type="radio"/> Sí, trabajo para otra organización (académica, empresa privada o pública, ONG). <input type="radio"/> Sí, tengo otras actividades laborales no relacionadas con mi profesión <input type="radio"/> No, solo me dedico a la docencia en la PUCE <input type="radio"/> Otro:
<p>4. ¿Tiene acceso al Internet para el desempeño de sus actividades, desde la PUCE, su domicilio u otra oficina?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
<p>5. ¿Con qué frecuencia se conecta al Internet? Seleccione una opción</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Estoy conectado (a) todo el tiempo <input type="radio"/> La mayor parte del tiempo diario <input type="radio"/> Varias veces al día <input type="radio"/> Una vez al día <input type="radio"/> Pasando un día <input type="radio"/> Semanalmente <input type="radio"/> Ocasionalmente <input type="radio"/> Nunca
<p>6. Si no está conectado permanentemente ¿en qué período del día se conecta con más frecuencia al Internet? Seleccione una opción.</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Mañana <input type="radio"/> Tarde <input type="radio"/> Noche
<p>7. ¿Qué aplicaciones de Internet utiliza como apoyo para la docencia o la investigación?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Correo electrónico de la PUCE <input type="radio"/> Correo electrónico basado en Web (Hotmail, Yahoo, Gmail o similares) <input type="radio"/> Motores de búsqueda (como Google) <input type="radio"/> Bitácoras digitales (blogs) <input type="radio"/> Podcasts (archivos de audio)

<ul style="list-style-type: none"> ○ Wikis (documentos de escritura participativa) ○ Gestores sociales de enlaces (como Delicious) ○ Aplicaciones ofimáticas en línea (como Google Docs) ○ Plataformas telemáticas de educación (como Moodle) ○ Grupos temáticos de discusión ○ Redes sociales de entretenimiento (como Facebook, Hi5, My Space) ○ Redes sociales profesionales (como Dircom) ○ Ninguna ○ Otro:
<p>8. ¿De qué manera se informa usted sobre las actividades de la Escuela de Comunicación? Seleccione las tres principales</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Cartelera interna ○ Memorandos, esquelas u otro material impreso de información ○ Correo electrónico ○ Telefónicamente ○ Mensajes presenciales de autoridades ○ Mensajes presenciales del personal administrativo ○ Mensajes presenciales de otros docentes ○ Mensajes presenciales de los estudiantes ○ Otro:
<p>9. ¿Participa en las actividades académicas y extracurriculares de la Escuela o de la PUCE?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ En todas ○ En muchas ○ En algunas ○ En pocas ○ En ninguna
<p>10. ¿Con qué frecuencia lee las cartelera interna de información de la Escuela de Comunicación? Seleccione solo una opción</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Diariamente ○ Dos o más veces por semana ○ Una vez por semana ○ Cada dos semanas ○ Cada mes ○ Nunca
<p>11. ¿Cómo valoraría a los canales de comunicación interna que existen actualmente en la Escuela de Comunicación? Seleccione solo una opción</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Muy efectivos ○ Medianamente efectivos ○ Poco efectivos ○ Deficientes
<p>12. ¿Por qué razón? Explique la razón de su respuesta</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Pregunta abierta al público encuestado.
<p>13. ¿Conoce los procedimientos administrativos (programación académica, definición de horarios, presentación de calificaciones, recalificaciones, entre otros) y los reglamentos de la FCLL?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Sí, todos ○ Sí, la mayoría ○ Algunos de ellos

<ul style="list-style-type: none"> ○ Unos pocos de ellos ○ Ninguno
<p>14. ¿Ha recibido inducción o capacitación para el manejo y cumplimiento de estos procedimientos?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Sí ○ No
<p>15. Considera que la participación de los estudiantes en las actividades académicas y extracurriculares es:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Muy activa ○ Activa ○ Poco activa ○ Pasiva ○ Muy pasiva
<p>16. ¿Con qué frecuencia requieren los estudiantes consulta académica fuera de las horas de clase?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Frecuentemente ○ A veces ○ Rara vez ○ Nunca
<p>17. ¿Cómo distribuye material de respaldo de las materias, lecturas y otros, para los estudiantes? Seleccione todas las que correspondan</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ A través de fotocopias ○ Como documento adjunto vía correo electrónico ○ Como opiniones (<i>posts</i>) en bitácoras digitales (<i>blogs</i>). ○ Como enlaces web que apuntan hacia la fuente original de los recursos ○ Otros:
<p>18. ¿Qué medios utiliza con más frecuencia para mantenerse al día en su ámbito académico? Seleccione los tres principales</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Medios masivos de comunicación (televisión, radio, prensa escrita) ○ Libros ○ Revistas especializadas ○ Portales Web especializados ○ Asistencia a eventos, cursos o seminarios ○ Pertenencia a alguna red social especializada ○ Suscripción a algún boletín digital de noticias especializado ○ Otros:
<p>19. ¿Considera que Internet es una fuente legítima de consulta académica?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Siempre ○ Algunas veces ○ Rara vez ○ Nunca
<p>20. ¿Por qué razón? Explique la razón de su respuesta a la pregunta anterior</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Pregunta abierta al público encuestado.
<p>21. ¿Mantiene contacto regular con los ex alumnos de la Escuela de Comunicación? Seleccione solo una opción</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Con ninguno ○ Con uno a cinco ○ Con seis a diez

- Con once a veinte
- Con más de veinte

22. Si mantiene contacto con ex alumnos ¿por qué motivos principalmente? Marque todos los pertinentes

- Búsqueda u oferta de trabajo
- Consulta académica o profesional
- Información sobre oportunidades académicas o de formación
- Amistad personal
- Otros:

23. Escriba sus comentarios o sugerencias sobre la realización de un portal web para la Escuela de Comunicación que sirva como canal de comunicación interna y externa.

- Pregunta abierta al público encuestado.

Anexo 2

Entrevistas realizadas a integrantes de las Escuela de Comunicación. El registro de audio de todas ellas se encuentra en el respaldo digital de esta disertación.

Las entrevistas realizadas son:

- Personal PUCE:
 - o Yohanna Piedra, Directora de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas
- Personal Administrativo
 - o Patricia Cahueñas, Secretaria de la Escuela de Comunicación
- Personal Docente
 - o Mrt. Mercedes Mafla
 - o Dra. Lourdes Pérez
 - o Dra. Carolina Larco
 - o Mtr. Patricio Cevallos
- Personal Estudiantil
 - o Alberto Rengifo, Presidente de Asociación Escuela de Comunicación, 2011 -2012

Entrevista: Patricia Cahueñas, secretaria de la Escuela de Comunicación

- **¿Qué canales emplea el personal administrativo para comunicarse con las autoridades, estudiantes y docentes?**

Principalmente utilizamos el correo electrónico y mensajes de texto vía celular, porque son más rápidos e inmediatos.

- **¿Qué documentos se emplean para trámites a través de la secretaría de la Escuela de Comunicación?**

Se emplean memorandos, oficios internos y externos. Los oficios tiene como destinatarios los docentes o para las dependencias externas a la Universidad y tiene la aprobación o el visto bueno de la decana.

También se emplean formularios que llenan los docentes para ausentarse hasta ocho días, con la autorización también de la Decana. Así como también un formulario de vacaciones.

- **¿Con los estudiantes qué tipo de canales se utilizan y cuáles son sus principales requerimientos?**

Con los estudiantes es más práctico comunicarse vía correo electrónico. Sus principales requerimientos son los horarios, la definición de la cita para auto matrícula, si es que este procedimiento pueden hacerlo sus familiares, porque van a salir de viaje; también preguntan solicitan qué se debe hacer cuando no ha rendido algún examen, recalificaciones, entre otros trámites y yo les conduzco a la Secretaría de la Facultad.

- **¿Cree usted que los canales de comunicación que emplea la Escuela son efectivos?**

Lo que me ha resultado efectivo son los correos electrónicos y los mensajes de texto a través del celular. Al enviarles estos tipos de mensajes se enteran de todo y vienen inmediatamente.

- **¿Para emplear este mecanismo se dispone de una base de datos de los números celulares y correos electrónicos de los estudiantes?**

Absolutamente, estos datos se solicitan cuando los estudiantes llenan las hojas de crédito y después se clasifica esta información. También cuando son estudiantes nuevos circulamos un registro para que los estudiantes llenen con sus datos personales, y para los demás estudiantes se les solicita que cuando llenen su auto matrícula actualicen sus datos cada semestre.

- **¿También se realiza este proceso con los egresados o graduados de la Escuela?**

Sí, debido a que guardo estas bases de datos aunque egresen es importante tenerlos registrados para cualquier necesidad de la Escuela.

- **¿Cuál es el canal de comunicación más efectivo empleado con los profesores y cuáles son sus requerimientos principales?**

Con ellos principalmente nos comunicamos a través del correo electrónico. Entre las solicitudes que realizo están: que pasen notas si se atrasaron a la fecha, pasarles los requerimientos o formatos que necesita la universidad, los programas académicos, las cátedras, todo lo que tenga que ver con el aspecto académico y administrativo.

- **¿Cómo se comunica con las autoridades de la Escuela y de la Facultad?**

La comunicación es directa con la Directora de la Escuela y la de Decana de la Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura. Mucha de la información proviene del Decanato con su aprobación, ya sea interna (dentro de la Escuela), externa (con otras instancias de la PUCE) y externa (fuera de la PUCE). Siempre la información tiene salir con el visto bueno del Decanato.

- **¿Cuáles son las funciones que desempeña el becario o becaria que trabaja junto a usted en la Escuela?**

Este tipo de estudiantes principalmente se encarga de actualizar las carteleras internas, coordinar las actividades extracurriculares de la Escuela, recopilar y actualizar información general de los estudiantes.

- **¿Considera que el/la becario/a podría encargarse también de actualizar la información que se transmita en el portal Web de la Escuela?**

Definitivamente la becaria podría cumplir con esas funciones. Estos estudiantes deben cumplir con cuatro horas diarias, lo que representa veinte horas a la semana y podría dedicar parte de este tiempo a la actualización de la información de este portal. La planificación del trabajo con el/la becaria/o se realiza todos los días.

- **¿Las carteleras internas tienen algún criterio de categorización de la información?**

La Escuela cuenta con tres carteleras: una donde se publican las notas, otra donde se publican los horarios y las pasantías y otra con información variada, proveniente del Decanato.

- **¿En el caso de que la secretaría de la Escuela reciba o adquiera información de la Red, pueden publicarla en la cartelera?**

Sí pero debe tener el consentimiento y la aprobación de la Directora.

- **¿Es muy frecuente que los estudiantes y los docentes se acerquen a solicitarle información sobre los procedimientos que deben cumplir, como cambio de horarios, solicitudes académicas, entre otros?**

Sí es habitual tanto en los estudiantes como en los docentes.

Entrevista:

Dra. Lourdes Pérez, Directora de la Escuela de Comunicación de la FCLL de la PUCE.

Realizado en el año 2008

- **¿Cuál es el principal canal de comunicación que se emplea entre los públicos?**

La principal forma de comunicación que utilizamos con los profesores es el correo electrónico. Esto es información oficial de la Escuela de Comunicación al profesor. Existe una lista de distribución a la cual se reparte información con respecto a las actividades y asuntos administrativos de la Escuela.

- **¿Cuán efectivo ha resultado este canal de comunicación?**

Ha resultado bastante efectivo. Primero creamos un hábito, porque si no se crea el hábito la gente no responde. Entonces en el momento que la gente conoce que por Internet pueden recibir información, la gente responde. Para quien no responde es porque tampoco le interesa, no tiene una educación para que cuando necesite una respuesta se la puede hacer a través del correo electrónico de forma oportuna e inmediata. Esta falta de interés puede verse representada en que no dan una respuesta ni personalmente, ni por Internet.

- **¿Qué canales de comunicación emplea la Dirección de Escuela con los/as estudiantes?**

Fundamentalmente, el principal medio han sido las carteleras. Su efectividad es cuestionada porque es verdad que los estudiantes no leen las carteleras. Y en algunos momentos se ha pedido a la becaria, quien tiene una lista de todos los correos electrónicos de los estudiantes, que también se envíe información por correo electrónico.

- **¿El uso del correo electrónico con los estudiantes se ha convertido en un hábito?**

No es un hábito porque no está creado un mecanismo para hacerlo efectivo. Esta herramienta debe funcionar independientemente de la persona que está a cargo y la voluntad que tenga el estudiante para emplear este mecanismo.

- **¿Cómo evaluaría usted a la efectividad de las carteleras?**

Algunos estudiantes se conectan con las carteleras, pero en su gran mayoría no la leen. Ni esta que está afuera de la Dirección de Escuela, ni ninguna. Cada aula tiene carteleras, pero los estudiantes tampoco las leen. Hay veces que cuando hay información importante, se llevan el documento presentado para tenerle personalmente y no piensan que es información de uso colectivo.

- **¿Por qué cree que es importante mantener mecanismos de comunicación efectivos dentro de una institución educativa?**

Porque en primer lugar es la forma que tenemos para informar de una manera más inmediata y oportuna algo que tenga que ser conocido; y además sobre la cual hay que actuar. Por lo tanto es indispensable de que haya una comunicación que fluya para sepan desde pasantías hasta eventos pero también comunicaciones puntuales que por ahora hay que ir de aula en aula indicando, lo cual se convierte en un problema, puesto que son más de 200 estudiantes.

Entonces lo que debemos crear son mecanismos que sean rápidos, efectivos y además sistemáticos. Por ejemplo el blog de la Escuela de Literatura es un buen mecanismo pero veo que no se actualiza frecuente, por lo que pongo énfasis en que deben ser sistemáticos porque no se saca nada en crear mecanismos que luego los reciclas, no se actualizan y no existe retroalimentación para saber si la gente entra o no y conocer cuán efectivo es.

- **¿Quién cree usted que es responsable de actualizar la información del blog, como mecanismo de comunicación? ¿Puede ser el personal administrativo, un grupo de docentes, un grupo de estudiantes?**

Yo creo que se puede tomar como modelo el consejo editorial de un medio. Se podría crear un grupo que esté conformado por representantes de la Dirección de Escuela, de la Asociación de Escuela de Estudiantes, de docentes. Si no se puede crear un Consejo, puede haber como alternativa un administrador del espacio que pueda encargarse principalmente de la actualización de los contenidos.

- **¿Este administrador puede ser un pasante de la especialización de Comunicación Organizacional?**

Podría ser una buena opción. No un grupo de estudiantes de la especialización porque finalmente pueden no tomar responsabilidades y no dar buenos resultados. Sin embargo se puede considerar un par de estudiantes que se encarguen de estas funciones, en base a un sistema operativo que fluya.

- **¿Qué necesidades comunicativas tiene un docente?**

Un docente principalmente tiene la necesidad de compartir información de las materias, que quizás en clase no se puede dar. Necesitan compartir información adicional como complemento de la asignatura. Por el momento, el mecanismo que se utiliza es sacar fotocopias, pero si se puede enviar por Internet mejor.

El profesor podría hasta evaluar por Internet, enviar y recibir trabajos, realizar dudas y aclaraciones para conseguir una manera más interactiva.

- **¿Cuáles son las necesidades comunicativas del personal administrativo?**

El personal administrativo, principalmente requiere mecanismos que en los períodos pico de tomar créditos, entrega de notas, entre otros, se podría difundir información sobre los procesos que deben cumplir los estudiantes, asuntos operativos que necesitan ser difundidos de manera masiva y que a veces se hace de estudiante por estudiante.

Ahora en la universidad se está sistematizando mucho este tipo de mecanismos de llenar los créditos por Internet que facilitan la gestión del estudiante.

- **¿Qué posibilidades habría de realizar un cambio de información con organismos y asociaciones internacionales como la FELAFACS, a los cuales pertenece la FCLL?**

El ser miembro de la FELAFACS abre oportunidades para que estudiantes de la Escuela puedan tomar créditos en otras universidades de la red de facultades de comunicación de América. De igual manera, existe la posibilidad de que profesores de estas organizaciones internacionales dicten clases en la Escuela.

Estamos empezando a utilizar estas oportunidades, pero se presentan nuevas posibilidades de realizar intercambio de información y de aprovechar la experiencia que tienen otros en cosas que nosotros estamos empezando a hacer. El único problema de esto es el financiamiento, porque esto implica invertir en los sueldos de estos profesores extranjeros.

- **¿A qué otro organismo pertenecemos?**

A la AUSJAL, que es la Asociación de Universidades Jesuitas. Aunque esta membresía es a nivel de universidad, nos da la oportunidad de hacer cosas en conjunto si nos proponemos. A través de esta red de universidades jesuitas ya hemos circulado, información sobre maestrías, temas académicos, entre otros. Este tipo de noticias nos llega por la red y es repartida a una lista de distribución de correo electrónico de docentes de la Escuela.

También distribuimos la revista electrónica de la FELAFACS que me llega a mí y yo las redistribuyo a los docentes. Por el momento me toca a mí enviarles, porque no existe un mecanismo que permita distribuirlos inmediatamente.

- **¿Qué tipo de información se destina a los públicos externos: egresados, padres de familia, aspirantes, entre otros?**

En primer lugar, pienso que se debe seleccionar el tipo de información que se envía a los padres de familia, porque o sino podrían cuestionar porqué se realiza cierto tipo de actividades y porqué no se realizan otras. Esto puede perjudicar a los estudiantes, quienes deben aprender a ser adultos, manejar su vida universitaria y no ser tan pasivos. Se podría incluir información sobre los logros de los estudiantes para que ellos se sientan estimulados de que su dinero está bien invertido en la educación de sus hijos.

Con respecto a los aspirantes pueden acceder a información en la Dirección General de Estudiantes, pueden inclusive ver información en el portal Web de la PUCE. Pero culturalmente, la mayoría de gente piensa que la información no es verídica y necesita comprobarla presencialmente. Creo que transmitir este tipo de información es tarea más de la Dirección General de Estudiantes, más que de la Escuela. Como Escuela nosotros podemos difundir información que sea atractiva de la carrera, que sea motivadora.

- **¿Qué mecanismos de comunicación se han empleado para informar sobre los logros, documentos destacados, de los miembros de la Escuela y de la organización en sí, para motivar la calidad en el trabajo de los públicos? ¿Cree usted factible que esto puede comunicarse a través de la Red?**

A la gente le interesa leerse en un periódico escrito más que en la Red, porque es más valorado algo que queda escrito y no de manera efímera que se queda y se borra como en la Red. Sin embargo, podría experimentarse difundir este tipo de información en la

Red, sin embargo en la actualidad se emplean medios de difusión como El Imperdible y El Juglar. Habría que ver si en la Red los estudiantes le dan el mismo valor, como una especie de blog con el trabajo de los estudiantes.

Segunda parte de entrevista

Enero 2012

- **¿Cómo se vincula la estrategia de Comunicación Digital que está implementando la PUCE desde el área de Relaciones Públicas, con la Escuela de Comunicación? Específicamente con el Blog de la Escuela.**

Efectivamente hay un blog de la Escuela, nació como una estrategia de este plan, de cada escuela cuenta con un blog. Sin embargo no todas las actualizan.

- **Este blog pertenece a la Universidad, ¿se administra desde ahí?**

No este blog pertenece a la Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura. En este blog se ha buscado poner información como las prácticas pre profesionales, convocatorias, noticias que puedan ser de interés. También se incluyen documentos relativos a las disertaciones, a los exámenes complexivos, las orientaciones para estos procedimientos, información que los estudiantes pueden acceder desde sus casas.

Existe también una materia que se llama “Nuevas Tecnologías”, entonces los estudiantes saben manejar perfectamente el blog.

Es así que el blog es una herramienta interesante, que permite actualizar hasta cierto punto información que además se publica en las carteleras.

- **¿Quiénes actualizan la información de este blog? ¿Existe un grupo humano que se encarga de esto?**

No, me encargo solo yo de la actualización. A veces cuando tenemos estudiantes becarios que nos apoyan en el departamento de la Escuela, le pido que actualice la información. Sin embargo fundamentalmente soy yo la que lo manejo, esto porque con muchos administradores se puede entrar en conflicto.

- **¿Por qué traería conflictos con muchos administradores?**

Porque hasta ver quien actualiza y cómo se mantiene, entonces puede afectar el orden que se establezca. No sé cuando haya otra dirección de la Escuela qué hará, pero por lo menos yo lo manejo así. Y lo que se quedó en la Facultad es que los directores seamos los que manejáramos; inclusive el Pato (Patricio Cevallos, docente de la Escuela) dio un curso sobre Wordpress...bien sencillo, no tiene ninguna ciencia para poderlo manejar.

- **¿Esta capacitación se realizó únicamente a los directores o también a los profesores?**

No, a los directores fundamentalmente.

- **¿Se realizaron estas capacitaciones sobre lo que significan estos entornos virtuales además de los estudiantes, a profesores, personal administrativo?**

Bueno hay profesores que utilizan el Moodle por ejemplo. Aquí el por ejemplo el profesor de Marketing utiliza el Moodle, Pacheco (Francisco Pacheco, docente de la Escuela) también lo utiliza. Entonces hay algunos profesores que ya tiene su plataforma virtual con los estudiantes. Santiago Páez tiene un blog de su materia, donde coloca para sus estudiantes documentos y cosas para que consulten en el blog de su materia. Entonces creo que se ha avanzado en eso. Además somos pocos no? Estoy diciendo casi los que somos.

Y también por ejemplo en metodologías de la Investigación utilizan el Google Group que se ponen grupos de discusión.

- **Esto de que los profesores usen los blogs para sus clases, ya sea a través de Wordpress, Moodle, etc...nació de iniciativa de ellos?**

Nace de la iniciativa de ellos, de necesidades de las materias. Acuérdate que esto es educación superior...

- **¿Cuál es la receptividad que han tenido los estudiantes con respecto a estas herramientas?**

Yo creo que muy buena, porque empezando que si tú tienes la posibilidad de que tienes un documento en línea, no tienes que fotocopiarlo por ejemplo, me parece que ahorra entre tiempo, esfuerzo.... Además ya están acostumbrados a manejar estas plataformas digitales, de alguna manera por las redes sociales. Nosotros hemos utilizado el Facebook para el Festival de Cine que no pudimos hacer porque no hubo dinero, pero se hizo una página en el Facebook, El Imperdible tiene Facebook; entonces se ha ido abriendo poquito a poco las vías de las redes sociales para comunicarse.

- **¿A qué se debe que se hayan utilizado las redes sociales para estos proyectos académicos?**

En primer lugar porque los chicos están cada vez más metidos a las redes sociales, entonces tú tienes que comunicarte con las propias herramientas, con canales que ellos utilizan. Creo que es una manera también fácil de llegar a ellos; porque si ellos están en la redes sociales y tú además no solamente le pones cosas de amistad en las redes sociales sino también cosas interesantes, creo que también amplía el uso de las redes sociales porque les puede parecer atractivas e interesantes-... mucho más que mandar un papel

- **Parte de las consultas que se realizó a los estudiantes, como resultado se obtuvo que su medio de comunicación principalmente era el personal administrativo, la persona que esté a cargo de la Secretaría de la Escuela, la Dirección de la Escuela y también cualquier información que salga publicada en la cartelera Administrativa. ¿Esto ha cambiado actualmente?**

Bueno hay cosas que yo creo que necesariamente tienen que ser por la vía administrativa, porque hay cosas que si tú la pones también en la página web, corre riesgo de que no la vean, y hay cosas que hay que cumplirlas. Y en la Escuela el usuario puede decir yo no me enteré, porque yo no frecuento, que puede ser real o no; pero hay cosas que se tiene que seguir utilizando la vía administrativa. Ahora cada vez más la universidad, la matrícula es por la web, por Internet. Los profesores ya no entregamos en papel las notas, sino que eso se pone en el *kardex* en la red de la Universidad. Entonces cada vez más se amplía la base, el soporte de Internet como base para los procesos.

Pero hay cosas que se siguen diciendo también en la Escuela, los estudiantes vienen a la Escuela. Ahora mismo tengo estudiantes que tienen impedimentos, entonces tienen que venir a la Escuela para saber cuál es el impedimento para que después puedan entrar en la Red. Osea cosas que necesariamente tienen que tener todavía un canal más directo.

- **¿Y ese canal tiene que ser a través del personal, o puede ser con comunicados oficiales?**

Están las dos cosas: comunicados oficiales y además directo, porque hay quien dice que no vio, no leyó, no se enteró, entonces bueno, que venga a la Escuela o venga a la Secretaría y averigüe.

- **En el caso por ejemplo del blog, este no tiene una temática exacta de cuántas notas se ha publicado sobre temas administrativos, pasantías y otros. Pero creo tiene la mayor tendencia de facilitar información sobre pasantías, incluso oportunidades laborales, lo cual sirve a un público como egresados, cierto?**

Como yo tengo en Facebook a muchísima gente que ya fueron alumnos de la Escuela, por ejemplo Carolina Mella se ganó una beca el año que viene porque yo publiqué por Facebook que había una beca para jóvenes periodistas, entonces ella se enteró. Son cosas que vienen a la Escuela entonces yo le pongo en el blog pero también subo a mi Facebook, por lo menos alguien ve. Y si tú ves y sabes de algún amigo que le interesa entonces le dices “mira leí tal cosa”. Entonces yo creo que por lo menos buscar vías alternativas de información que tú puedas socializar más las cosas a través de diferentes vías, para la gente que egresó, la gente que está. El blog en realidad lo ven más chicos de acá, incluso algunos me “halan las orejas” y me dicen que no está actualizado...y digo bueno ya voy a poner; pero uno no siempre tiene que poner porque las ofertas de pasantías por ejemplo cuando llegan yo trato de ponerlas y cuando hay premios o concursos, que no siempre hay...pero bueno

también yo pongo en Facebook entonces bueno por lo menos publico cosas que creo que a los chicos les interesa.

- **Por el concepto de lo que es la blogósfera, si particularmente en mi blog tengo algo que publicar, lo escribo y lo pongo...si no tengo algo que me interese no lo escribo. En el caso institucional ¿se ha planteado algún tipo de estrategias o planificación de contenidos digitales específicos, como por ejemplo hablar bimensualmente sobre el cine Latinoamericano o algún otro tema?**

¿Para publicar cosas? No lo hemos propuesto así, porque en realidad no hay mucho tiempo. Como publicaciones no se ha planteado, como poner aportes. Yo puse una vez sobre el futuro de Google, cuando se estaba discutiendo si podía ser el buscador o no favorito, entonces ahí lo subí. Alguna vez también me dio Santiago Páez (docente de la Escuela), un análisis de Manuel Castell, docente de la Universidad de Barcelona, sobre el futuro del Internet, entonces ahí lo puse. Entonces son cosas así que puedan ser de interés pero no de publicar, porque entonces van a pensar, te lo digo honestamente, que el blog es mío y no de la Escuela, pero el blog es de la Escuela, entonces por eso no meter cosas de cine, porque el blog es de la Escuela.

- **El denominador común de los temas que están publicados en el blog son generales para todas las especializaciones, pero a nivel temático todavía existe una brecha informativa en ese sentido porque no hay información sobre temas específicos que puedan interesar a un profesional de comunicación con cierta especialización...¿Se ha pensado así también la plataforma del blog para que se publiquen estos temas especializados?**

No, en ese sentido no se ha pensado para hacer publicaciones de cosas específicas.

- **Por otra parte, sobre la participación de los estudiantes, los canales digitales permiten recibir comentarios como una evidencia de retroalimentación del consumo de esta información. ¿En el caso del blog ha resultado ser una experiencia de conocer los comentarios o consultas de parte de los estudiantes?**

Sí, incluso tuve que decirle a una estudiante de una Universidad de Chimborazo, que me escribió que le interesaba una de las pasantías que había puesto ahí. Entonces le respondí que qué pena pero era para los estudiantes nuestros, le pedí que consultara con la empresa pero yo no le podía gestionar su pasantía. Entonces se han recibido cosas...pocas pero se han recibido.

- **A nivel de Dirección, hace unas tres semanas vino un experto que se llama Cristóbal Cobo, investigador de la Universidad de Oxford, y se refirió al analfabetismo digital provocado por la limitación del Internet, sino también del analfabetismo en la publicación de contenidos en plataformas digitales pues se considera que toda la comunidad universitaria (docentes, estudiantes) a nivel de Latinoamérica estamos muy atrás a comparación de Europa, en nuestra región solo la estamos consumiendo...¿Se ha pensado realizar algo con el blog en este sentido?**

Se ha pensado, pero no se ha hecho, porque una de las cosas que yo siempre he dicho es por ejemplo recoger los mejores trabajos de los estudiantes. Los estudiantes han hecho buenísimos trabajos como ejercicios para las materias y eso se queda ahí y no se divulga. Hacen buenos estudios a veces, pero ahí tendríamos que conciliar las dos partes: la parte del docente y de los estudiantes. Para eso crear una plataforma donde se suba eso, incluso yo he dicho miles de veces hacer una especie de foro que después se publique en papel, virtual, pero ahí está el problema, hemos analizado varias veces los derechos de autor, es un problema terrible porque hay gente que lo quiere publicar e indica que son “mis” resultados, “mi” trabajo y cuando se suben los derechos no quedan de nadie, porque ya están en el ciberespacio, como diría Umberto Eco en los “apocalípticos integrados” entonces no publico porque me van a copiar mientras que otros dicen que la cultura es de todos, no para frasenado a Correa (Presidente de la República Rafael Correa), pero tú sabes que cuando tú publicas lo haces para todo el mundo, ahí saltan José Ignacio López Vigil y otros que tiene esta otra idea de que en América Latina todo se publique y que ya después veremos con los Derechos qué pasa. Entonces eso se ha discutido pero no se ha hecho y sería bueno que se hiciera en algún momento.

- **Y como planteamiento a nivel institucional, tal vez tienen alguna política de derechos compartidos con la Universidad y el autor? En el caso de estos trabajos específicos que menciona son producto de las clases regulares se podría acordar algo en este sentido pensando en los derechos intelectuales compartidos?**

Claro que puede ser. Lo que tienes que poner en ese blog o revista virtual. Yo escribo para una revista que es un grupo de investigación de la Universidad donde se aborda la memoria vista de forma transdisciplinaria y entonces yo escribo ahí de cine, otros sobre literatura, artes plásticas, pero ellos te den *copyright*. Entonces abría que ver la manera cómo se puede hacer una revista virtual; porque con el papel siempre hay problema y se necesita mucho presupuesto, eso está claro. Ahora los chicos de Literatura sacaron una revista (enseña un ejemplar físico) que presentaron en la Feria del Libro, pero ahora ¿cuánto durará este proyecto? Yo estoy segura que a lo mejor no mucho, porque este tipo de proyectos los veo saliendo desde hace once años que estoy en la universidad, he visto como seis, y se mueren porque hace falta mantenimiento. Si fuera virtual creo que sería muchísimo mejor, porque no importa que los estudiantes se vayan, siempre va a haber estudiantes nuevos, los docentes van a estar ahí, entonces siempre vas a tener contenidos para publicar sea de uno o de otro.

- **¿Qué sucedió en el caso de El Imperdible, un periódico que inició de forma impresa, incluso tenía un departamento comercial para conseguir publicidad que aporte a las impresiones...por qué cambió a un entorno digital para que más estudiantes tengan acceso o fue por un tema presupuestario?**

Fue presupuestario también. ¿El dominio cuánto nos cuesta? Nos cuesta alrededor de USD 500 para dos años, con eso hubiéramos hecho una tirada del periódico. Y lo otro es que con el espacio virtual te da la posibilidad de ensayar, de practicar varios espacios de comunicación, como está lo multimedia, además de la redacción periodística tienes otras posibilidades de fotografías, la posibilidad de insertar vídeo

y otros ejercicios de comunicación que te da otras posibilidades. También puedes escribir cuántas páginas quieras, sin limitación de caracteres como sucede en materiales impresos.

Ahora cuál es el problema que yo veo es la falta de cultura para consultar las cosas en Red. Los estudiantes son más habituados a ver un mensaje cortito en el celular que a sentarse a ver una revista en línea. Eso todavía creo que en el Ecuador es un problema. La gente no se sienta a leer un libro, entonces imagínate tú cómo se sientan a ver una revista digital. Sentarse a leer un texto en Internet es un problema. Como yo les he dicho a los chicos, les he propuesto que les mando que les mando el documento para que lo lean y ellos prefieren que les dé para fotocopias, pero yo les digo que les mando y ellos me responden que quieren las fotocopias, entonces ¿en qué quedamos?

- **¿Tal vez depende esto porque para revisar un formato digital se requiere un soporte como un computador, una tablet, un celular que no todos pueden tener acceso?**

Yo no creo que sea un tema de acceso, como de comodidad. Pienso que es de comodidad porque ellos se sientan dos minutos antes a leerse eso que uno les va a preguntar y lo otro en cambio implica que se carguen en la computadora y revisen...creo que es un problema de comodidad, porque lo otro exige tiempo frente al computador.

- **¿Qué ha ocurrido con los programas de estudios? Antes la bibliografía estaba dirigida a los textos que se pueden encontrar en la biblioteca de la Universidad o que el profesor facilitaba para fotocopias, incluso algunos portales web, esto ha cambiado?**

No eso sigue estando ahí, hay también portales web, pero siguen estando los libros como base. Además no me parece que sea malo o sino el libro se muere. Hay materias que requieren cosas en web pero también está el problema del plagio que hay quien baja, lo pone como propio y no lo cita. Entonces aquí hay un problema que hay que manejar, que hay que luchar, la honestidad a la hora de ubicar la fuente. Cuando te bajas algo lo tienes que citar, no lo puedes poner como que fuera tuyo.

- **Con respecto a la forma de citar, recuerdo que hubo una campaña dirigida a los estudiantes para que conozcan la forma correcto de hacerlo. ¿Se ha retomado esto?**

Bueno hay que seguir insistiendo. Ahora tenemos en todas las aulas conexión a internet, computadores donde se puede utilizar el Power Point. Por ejemplo yo tengo en Youtube los *video clips* y los tengo en mis favoritos. También entramos a los medios digitales cuando tenemos que analizarlos...entonces hay esa posibilidad. Ahora también está la preocupación del profesor de hacerla. Ahora tenemos muchas más herramientas que cuando tú eras alumno de nosotros...muchísimas más; pero el profesor también debe tener la responsabilidad de actualizarse, entonces o sino para qué están los equipos.

- **Por ejemplo en el caso de los profesores, es muy común escuchar que no utilizan estos recursos, como por ejemplo en mi trabajo, observamos que los docentes todavía no saben cómo...**

...O no les interesa...y dicen que no lo va a usar nunca. Depende también porque hay quien quiere seguir con lo mismo que no es malo, pero por ejemplo cómo les voy a dar yo una clase de videoarte, cuando los tengo en Youtube para presentarles a los estudiantes. Y esos recursos están ahí, no tengo que buscar un reproductor de vídeo. Me siento mejor porque ahora puedo hacer más cosas, pero no todo el mundo hace eso.

- **¿Y los estudiantes también utilizan estos recursos?**

Sí también, hacen sus presentaciones y tienen todo ahí. Por ejemplo yo uso el Power Point que además me facilita la vida porque no tengo que estar poniendo pedacitos de vídeo en VHS, porque tengo la pantalla ahí, los busco y los veo directamente. Hay gente que ya está utilizando el Prezi, entonces hay varias cosas. Claro que no son todos, no lo son porque hay gente que seguirá con la pizarra hasta que se mueran y ¿qué vas a hacer? Y a lo mejor sus clases son buenas, no digo que sean malas...y hay otros que utilizarán tecnología y no serán buenas clases; porque la tecnología no lo es todo, sino es la capacidad que tenga el docente de enseñar y que tengas contenidos bien explicados; pero de que te alivia la vida, te alivia muchísimo.

- **El periódico El Imperdible, el noticiero de la PUCE, Radio Activa son canales que les sirve a los estudiantes de la especialización de Periodismo iniciar sus prácticas. Los canales como Blog, Página Web o algún otro canal institucional ¿podrían ser una plataforma de experiencia primaria para los estudiantes de la especialización de Comunicación Organizacional...cuán factible es que estos estudiantes se encarguen de la administración de este tipo de canales, como un sistema de gestión donde practiquen estos estudiantes?**

Si pudiera crearse, ojalá se lo hiciera. De la misma manera que hay un Consejo Editorial para El Imperdible se puede crear uno para la administración del *blog*. Este blog que tú dices se utiliza para que el área Administrativa ponga información general, pero lo que tú me decías de la posibilidad de ofrecer otros contenidos, interactuar con otros contenidos, se podría hacer perfectamente.

- **¿No habría impedimentos a nivel administrativo?**

No habría impedimentos, en verdad mientras haya una máquina y haya la gente que pueda producir cosas, no cuesta tanto, pero lo que sí cuesta es ponerse de acuerdo.

- **¿Cuál es su perspectiva del trabajo del Noticiero PUCE TV? ¿Qué ha percibido como Directora de la Escuela?**

¡Que es muy buena! Que la gente se entera de lo que ocurre. Primero la Escuela (Comunicación) tiene visibilidad que antes no tenía, porque se hacían cosas y? Y que bueno que los chicos no solo se aparezcan con una cámara en una reunión, porque para eso tenían a los chicos, ni que tampoco tomen fotografías en un evento. Entonces en resumen que la Escuela tenga visibilidad. Que produzcan cosas por sí mismos y que demuestren que son capaces de hacer cosas por sí mismos. La gente en la Universidad sabe que hay un noticiero, que se ponen cosas y que se demuestran áreas de la Universidad y que se permita una interacción, un intercambio. Ahora los chicos de Comunicación saben lo que hacen los chicos de Medicina, o que hace la gente en Biología, Administración, Biología, etc... Además los de allá conocen lo que se hace acá, entonces creo que es muy positivo, y sobretodo qué mejor que se haga aquí en la Universidad.

- **En verdad que como egresado, es un canal que me permite estar al tanto de lo que ocurre en la Universidad. Frente a esto por favor cuénteme sobre este grupo en Facebook que se está creando con los Alumni de la PUCE, cuál es el objetivo de vincularnos?**

Hay una necesidad que es que la Universidad quiere saber qué hacen los ex estudiantes, qué necesitan de posgrados, tener como retroalimentación lo que carrera no les dio y que ahora la vida les está obligando a hacer, y cómo la Universidad también puede crear Maestrías, Doctorados o cursos de especialización... Entonces yo creo que es importante conocer qué ha pasado con ustedes tiempo después, en qué medida los conocimientos que hay acá son válidos o no, cómo las carreras se pueden perfeccionar, y además sobre la base de lo que la vida exige. Lo otro es que cómo los podemos ayudar para mejorar profesionalmente, me parece que es necesario, toda Universidad lo tiene que hacer, sino está perdida. Porque además el problema de ustedes no es darle los cuatro años aquí, sino también contribuir a la formación de ustedes como profesionales plenos que tengan donde ir a perfeccionar cosas y aprender otras.

- **Con respecto a este público de egresados, en el caso específico de la Escuela ¿se ha realizado alguna iniciativa, independiente a la de la PUCE, para consultar, evaluar a este público?**

Se hizo un proyecto, que bueno no se aprobó el presupuesto, pero planteamos realizar un Banco de información de los Egresados para saber qué hacen, qué necesitan y todo eso... Primero saber dónde están ubicados, en qué medida están involucrados en áreas de Comunicación o no, si ha logrado espacio en la vida laboral. Y lo otro es tenerlos ubicados para ofrecerles cosas, también para que nos digan qué necesitan y también hacer un proyecto de educación de Posgrado en la Escuela. Está en Proyecto. Le pedí a Pato que me ayudara con eso el año pasado, lo pusimos en el Plan Operativo, pero no había dinero. Entonces dijeron que se iba a hacer centralmente desde la Universidad. Así cada facultad o escuela tiene que insertarse en ese proyecto.

- **Con respecto al flujo de comunicación, me queda claro por ejemplo que si viene una empresa para alguna pasantía, se debe entregar la información a usted y usted y ordena la publicación en el blog o usted mismo lo publica ahí...**

Si eso mismo, se publica en el blog, se utiliza la cartelera, se le dice a la gente; en el caso de las pasantías se envía la información a León.

- **¿Es decir cuentan con una base de emails todos los estudiantes para enviar esta información?**

Si tenemos una base de correos electrónicos de los estudiantes porque cuando se matriculan se pide que pongan mail, dirección, teléfono.

- **¿Este correo electrónico de los estudiantes es el de la Universidad o puede ser cualquiera?**

Es cualquiera.

- **El área de Relaciones Públicas tiene a su cargo también el manejo de twitter, vinculado a Facebook, si bien estos canales no son exclusivos de la Facultad y Escuela de Comunicación, ¿cómo funciona para que se publique esta información cuando sea relativa a la Escuela?**

Hay que enviarle a Yohanna las cosas que queremos que ella publique.

- **¿En el twitter por ejemplo se ha recibido también consultas u opiniones por parte de la audiencia? Esto porque dentro del análisis que estaba realizando de los canales resultan ser unidireccionales, más la gente no opina al respecto. ¿Qué opina al respecto?**

Yo creo que no opina. Ahí se manda pero no se sabe qué pasa con la información. Sabes que esto a veces asusta. Cuando Pato nos reunió para la capacitación de los blog, hubo un director que preguntó ¿qué pasa si alguien nos escribe? Los demás dijimos nada, que escriban. Pero hay un poco de temor de que te escriban algo o te digan algo. A veces yo encuentro *spam*, malas palabras, pero yo les borro para eso existe la posibilidad de administrar. Pueden poner lo que quiera, pero no yo no voy a publicar.

- **¿Entonces usted tiene toda la facultad de decidir si se publica o no?**

Si por ejemplo, un chico estudiante, un día me dijo “Lourdes actualice el blog” y le contesté “gracias, lo voy a hacer” Pero también hay quien me ha escrito malas palabras, entonces bueno yo lo borro, no me voy a poner a responder malas palabras...Pero tú sabes que eso puede pasar en toda red social. Sabes que por ejemplo en El Comercio hay toda una posibilidad de que puedan comentar y la gente pone ahí horrores.

- **¿Por qué cree que haya ese temor?**

No sé, porque yo creo que hay gente que no le gusta que le cuestionen o que no sepan cómo van a solucionar un problema.

- **¿Pero en la Escuela se han producido ese tipo de comentarios que atente contra la institución, además de la sugerencia bastante directa del estudiante que me comentó como ejemplo?**

Hasta ahora no he recibido nada, bueno hay gente que ha puesto malas palabras, yo no sé...a lo mejor son de afuera, como te dije una chica de Chimborazo me escribió por otro tema...Cuando son malas palabras yo los quito, para que me voy a dar el trabajo de responderle que por favor no escriba eso que eso está prohibido, lo quito y se acabó, por eso tienes la posibilidad de borrar la publicación y mantener lo que me interese, como este niño que me pone “Lourdes actualice el blog”, yo sé quién es, le respondí que muchas gracias y al otro día lo hice, me di cuenta que estaba desactualizado...pero qué le voy a decir que es atrevido... El que tiene miedo de que le pase algo, no publique, no use redes sociales...ese es una de las cosas que tú tienes a favor y en contra.

- **¿Pero entonces la Escuela tendría total apertura para la implementación del canal del blog cierto?**

Sí claro, para eso está. Si no, no lo hago. Si tengo miedo no lo hago.

Entrevista a Patricio Cevallos, Docente Tiempo Completo de la Escuelas de Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador

- **¿Qué es un blog institucional y cómo debería ser concebido para que se implemente en la Escuela de Comunicación?**

El blog debería entenderse como un espacio de comunicación institucional, que en general será de una vía, casi siempre será una información que proviene de la institución y que llega a los integrantes de la comunidad universitaria, dígase estudiantes, profesores, administrativos, e incluso podría proyectarse hacia entidades

externas como medios de comunicación, otras facultades de comunicación, potenciales estudiantes, proveedores de servicios, etc.

Yo plantearía que el blog como tal provenga de la esfera institucional que reside en la Escuela de Comunicación, es decir que la cabeza editorial y administrativa de los contenidos sea el titular de la Escuela de Comunicación, en este caso la Directora; pero que pueda recibir el aporte para la creación de esos contenidos. Yo no le dejaría en las manos de estudiantes, como mucho yo les dejaría como unos mediadores tecnológicos que siendo más cercanos a las nuevas tecnologías faciliten el proceso de integración de los contenidos, por ejemplo por los docentes, por ciertos administrativos para que la información llegue adecuadamente y de modo concentrado en ese canal a todos los estamentos de la comunidad.

Yo pienso que el tema de no tener tanta generación de propuestas de pasantías y todo esto, proviene exactamente de la ausencia de un canal apropiado que llegue a los estudiantes con esa información relevante; es decir que si bien hoy en día tenemos pocas pasantías o prácticas profesionales que se anuncian en el blog, la existencia del blog y la actualización constante generaría una mayor oferta de propuestas de pasantía que busquen determinado perfil.

¿Qué es lo que sucede ahora? ¿Cómo se canaliza el tema de las prácticas? Por ejemplo un estudiante está terminando sus prácticas y le pide que recomiende a alguien, entonces entre compañeros se recomiendan, ellos hacen el contacto directo y lo oficializan con la persona encargada. Hay otros que vienen directamente donde la persona encargada de las prácticas, que es León Espinosa, a quien le presentan las ofertas y él recomienda o se canaliza a través de la Dirección para que circule por el blog o por las carteleras. Tenemos otro caso, que le llega a un docente específico, porque le han pedido directamente que necesita un estudiante con tal perfil, pero no está centralizado. Entonces debería generarse alrededor del blog un proceso de concentración de la información y difusión a través de este nuevo canal que puede ser, siempre tomando en cuenta a la cabeza del canal informativo, o bien que puede diversificarse, ceder ciertos derechos a ciertas personas con ciertas responsabilidades. Por decir algo si somos tres o cuatro profesores que estamos a tiempo completo y que a quien nos llega la mayor parte de ofertas, en lugar de tener que centralizar a través de un proceso administrativo que termine en la asistente de la Dirección para que la Directora resuelva, podríamos tener acceso a alimentar los contenidos, si se quiere con acceso a la publicación, de lo contrario simplemente para que en el escritorio digital de la Directora para que esté la posibilidad de publicar o no publicar, pero eso descentraliza las cosas y eso facilita muchísimo la existencia de mucha información.

¿Qué pasa con los procedimientos? Los procedimientos administrativos son comunes, en general para toda la Facultad, con ciertas especificidades para cada Escuela, entonces la Secretaría de la Facultad y la Asistente Administrativa de la Escuela deberían ser capaces de resolver por sí mismos alguna información que le es de utilidad al estudiante.

Y si a nivel estudiantil se quiere abrir todavía una oportunidad, entonces puede haber un editor, alguien que tenga los privilegios para publicar pero que reciba

contribuciones de distinta temática de parte de los estudiantes, no necesariamente generada por ellos, pero si puede ser un tablero de anuncios digital con información que sea de interés sobre todo para estudiantes, que es el mercado más grande que tenemos o el destinatario más numeroso en público.

- **¿Qué pasa con la comunidad docente, específicamente sobre lo que hablábamos de los derechos de autoría en las publicaciones, pensando en que además de que tenga un carácter institucional, sino que también brinde un aporte académico, pensando en que los talleres o los materiales que prepare la comunidad docente sean publicados?**

Yo creo que la única posibilidad de que alguien no quiera difundir sus ideas, es el temor al plagio, que es un temor que tiene demasiada importancia en el ámbito digital en nuestro medio, puesto que obras físicas – impresas, se plagian de igual manera y de hecho se tiene mucho menos registro cuando se plagian por esta vía, porque finalmente uno va a un buscador en Red y digital una expresión literal de un trabajo propio y puede encontrar los plagiadores y exigirles que por lo menos quiten de circulación el material o resarcir económicamente por el perjuicio económico que pueda haber recibido por esa publicación. Entonces yo creo que es un tema de mentalidad. Ahora cuanta información haya de ese tipo que sea susceptible de publicación, yo creo que no existe mucha producción; básicamente porque aquellos profesores que tenemos el tiempo para poder dedicarlo a eso tenemos llenas las tareas con otras de índole administrativo, académico, prestación de servicios, generación de productos, entonces no estamos produciendo como para publicar resultados de investigación, eventualmente dirigimos disertaciones de grado que pueden ser temas interesantes de difusión y ahíabría que consultar con la institución si es que existe la posibilidad. Yo creo que hay apertura, hay pistas que nos llevan a pensar que la mentalidad está abierta, por ejemplo repositorios digitales de información a los que ya se está teniendo acceso y a los que ya se está motivando desde la institución misma a que se publiquen los trabajos que se están realizando dentro de la Universidad.

A parte de eso yo diría que los profesores a tiempo parcial suelen ser profesionales en ejercicio de sus profesiones, lo cual quiere decir que muy poco o nada hacen en el ámbito investigativo o académico. En la Escuela de Comunicación en particular, en este momento no hay temas docentes de trabajo científico o de investigaciones que estén en estado de publicación, considero yo.

En lo que son disertaciones de estudiantes, yo no creo que tenga que publicarse en el Blog la disertación necesariamente pero sí eventualmente que sea una especie de gancho para que la gente visite la Biblioteca y acceda a los trabajos de primera mano pero eventualmente a repositorios digitales que sí los contenga, sea con algún tipo de pago de regalía o *fee* o también hay repositorios abiertos.

Están trabajando en eso, yo he visto varias Facultades que han empezado a publicar repositorios como *Dspace*, que es uno abierto propio de la Universidad donde todo está absolutamente etiquetado, catalogado para que se sepa de la autoría, para que se

concedan los créditos respectivos en el ámbito académico, más una remuneración académica.

- **¿Cómo ha incidido la inclusión en la comunidad estudiantil y docentes algunos avances que ha tenido la Escuela con respecto al uso de la Tecnología, desde la incorporación de la materia de Nuevas Tecnologías dentro de la carrera, la implementación de equipamiento con conectividad en cada aula de clase y el uso de moodle para desarrollar clases?**

Empecemos por el ámbito estudiantil; en el pñsum de 1999 que es el que está vigente no se consideraba la presencia de las nuevas tecnologías por obvias razones, porque no se habían popularizado, las experiencias que existían eran muy escasas, nunca se pensó que la tecnología se masificara de modo como lo ha hecho, y el conocimiento tecnológico que uno necesitaba para ser no solamente un consumidor de información, sino un generador de contenidos era distinto en esa época.

Cuando ya se vino la Web 2.0, entonces lo que hicimos fue un poco forzar al pensum, para que una materia de un crédito que se había constituido como un espacio excesivo para el contenido que estaba previsto, se llamaba Seminario Carpeta y Curriculum y su objetivo principal era que el estudiante pudiera generar su hoja de vida y prepararse para una entrevista de trabajo; entonces decidimos aprovechar el tema de promoción personal introduciendo algunos elementos tecnológicos como la creación de un blog personal, que poco a poco fue acaparando el programa de esa materia para convertirse prácticamente en una clase de Nuevas Tecnologías.

Un crédito era un tiempo excesivamente corto para tener una introducción efectiva hacia el mundo de las nuevas tecnologías para los estudiantes y sexto que era el semestre en el que se impartía resultaba un poco tarde para que tomaran un poco en serio las cosas y para que lo introdujeran como una herramienta real no solo de lo que a ser su profesión en el futuro sino que estaba haciendo su formación profesional. Por otro lado sí estaba contemplado una materia de educación básica en primero, cuyos contenidos eran realmente para una época, desde hace unos años atrás innecesarios, porque el programa contemplaba el uso de Internet de modo básico y la generación de contenido en un editor de textos, hoja de cálculo y en un software de presentaciones, es decir toda el software de Office. Dado que en la mayor parte de colegios ya este contenido está contemplado como parte de la formación secundaria entonces se tomó la decisión de cambiar los contenidos de computación básica e implementar una materia nueva que se denomina Nuevas Tecnologías de la Comunicación, que asumía los contenidos de Carpeta y Curriculum e introducía otros en primer nivel. ¿Cuál es el riesgo que corrimos? Que los estudiantes recién salidos del colegio tengan todavía poco manejo adecuado de lo que es el tema de comunicación; es decir es diferente que un estudiante de Sexto nivel que ha tomado materias básicas, que sabe lo que es la opinión pública, que sabe lo que es la comunicación, que ha visto brevemente cuáles son los modelos comunicativos utilice la herramienta de un modo más profesional. Pero por otro lado existía la percepción de los estudiantes “ya me estoy graduando y apenas aprendo esto” entonces corrimos el riesgo de darlo en primer nivel.

Estamos terminando la tercera promoción de Nuevas Tecnologías de la Comunicación y lo que hemos conseguido es interesante. Por un lado hemos logrado que se sintonicen con el uso de las nuevas tecnologías, no todos, pero sí un buen porcentaje. Hablamos específicamente de lo que son las herramientas sociales de la Web para producir contenidos, para compartir contenidos, para relacionarse con otras personas y para diferentes realidades prácticas que les permitan apoyarse tanto para el periodismo, las relaciones públicas, la comunicación organizacional y eventualmente la literatura. Las herramientas que vemos son ofimáticas de tipo generación de documentos al estilo Office pero en la nube (Web), es decir con toda esta filosofía de *cloudcomputing*, maneras de compartir, de publicar, de generar contenidos propios, manera de administrar esos contenidos a través de un CMS, estamos usando Wordpress, anteriormente lo habíamos hecho con Blogger, que era limitado en ciertos sentidos, mientras que Wordpress es una herramienta que ya cae en la categoría de usos profesionales, tanto para generar web estática como dinámica, que se está actualizando con regularidad, permite la jerarquía de los usuarios, el rastreo en buscadores. Entonces todo eso ha generado una dinámica, como por ejemplo hemos hecho cobertura periodística tanto con texto y con múltiples formatos (audio, vídeo, audiovisuales), integración con redes sociales, con microblogging, manejo de etiquetas o palabras claves, un poco de posicionamiento en motores de búsqueda; es decir es un contenido bastante más completo, más pausado y más profundo que para un nivel de principiante es interesante.

Este es el tercer año que se da la clase. Los que recibieron Seminario de Carpeta y Curriculum, ya empezaron a presionar en sus cursos de redacción periodística, ya que tenían documentos que iban a ir evolucionando con el transcurso del tiempo, la profesora dejara de utilizar Word y documentos estáticos, pero que empiece a trabajar en documentos que están colgados en la web como en *Google Docs*, donde tienen la última versión colgada en línea. Con esa presión lograron que empezaran a trabajar con nuevas metodologías. El periódico digital universitario, El Imperdible, se volvió digital hace dos años, antes era un periódico de papel. Esto implicó el cambio de mentalidad, de conceptos periodísticos básicos como el cierre, que antes consistía que en una semana antes los editores no asistían a clases, producían dos artículos al semestre y se volvió una suerte de locura que todo el tiempo está en funcionamiento. Ahora la madurez de la nota es la que genera el cierre de cada nota; entonces si yo tengo una idea, la pongo en la mesa de redacción la gente la va retroalimentando, genero un primer borrador, pasa por filtro de editor y finalmente cuando está lista se publica, cuando está madura se difunde. Es un ritmo en el que los chicos han entrado y no necesariamente todos los profesores se han involucrado, en el que de hecho algunos de los profesores se ha dado cuenta del ritmo que tiene este régimen de publicación.

¿Qué pasa con los nuevos que ya recibieron la cátedra de Nuevas Tecnologías? Ellos ahora saben por ejemplo gestionar un streaming de audio de vídeo para conectar al Internet, es decir pueden transmitir al mundo potencialmente cualquier tipo de evento con un dispositivo móvil. Son generaciones que además ya tienen dispositivos móviles inteligentes en su bolsillo y no sé si es un tema generacional o si ha influenciado la cátedra de nuevas tecnologías, esto se puede prestar a una nueva investigación, sin embargo sí es interesante verles circular por la universidad con sus dispositivos móviles haciendo uso de la conectividad aprovechando la red

inalámbrica de la universidad. Así uno sabe que si lanza un tweet es respondido si no inmediatamente en el breve plazo. Esa es otra generación de comunicadores.

- **Esto sucede con respecto a los estudiantes y a la clase. ¿Pero qué sucede con los docentes?**

Hay profesores que hacen uso de las nuevas tecnologías y para los estudiantes ya no les resulta nuevo nada, porque en primer nivel ya recibieron la clase de nuevas tecnologías y ya tienen nociones claras de cómo funciona, de qué se trata y cómo se debe hacer. Hay profesores que ya se han involucrado, que ya tienen sus blog para brindar sus materias, otros que han decidido abrirse cuentas en redes sociales y gestionar a través de ellas sus materias. Entonces yo diría que si ha habido un avance a nivel individual pero no podría decir que es de toda la Escuela.

- **La Escuela ahora cuenta con infraestructura tecnológica como los computadores en cada aula y el acceso a la conectividad. ¿Cómo ha contribuido esto?**

Con respecto a la infraestructura que se ha implementado pienso que es interesante que las aulas tengan posibilidades tecnológicas y de conectividad, si les facilita a los docentes la inclusión de contenidos digitales. Desconozco el nivel de tecnología que manejen esas aulas puesto que mis materias se imparten en el centro de informática, entonces personalmente como docente no me aporta en que existan estos recursos en las aulas, pero yo supongo que a algunos docentes sí, dudo que a todos, porque a unos pocos todavía les parecerá que es un aparato más, que pone en riesgo la seguridad del aula. Ahí también habría que hacer una consulta de cuántos de ellos están haciendo uso de estos recursos tecnológicos. Sin embargo a mí me parece que sí ha faltado dar el último impulso que se debe dar, que es cubrir con la red inalámbrica todo el edificio de la facultad, porque hay lugares estratégicos como la Sala de Grados, donde no existe cobertura de la red *Wifi*. El computador que se exhibe en las aulas de clase, que es muy antiguo, tiene conectividad a Internet de un buen ancho de banda, que es el de la Universidad, es decir que el estudiante que expone lo puede hacer pero cada vez más hay público presente que quiere estar inmerso en la dinámica de la exposición, ya no quiere únicamente sentarse sino comentar, tomar una foto, lanzarla a redes sociales, a twitter, proponer desde audiencias remotas preguntas para el disertante; y esa es una dinámica a la que aún no llegamos en parte por la incapacidad de infraestructura que tiene las aulas de este tipo. Por ejemplo el auditorio de la Universidad que es un sitio donde se espera concentrar a grandes de grupos de personas, entre 200 a 300 personas, en torno a un evento, no cuenta con infraestructura como para que la gente ingrese con su dispositivo y ayude a la promoción del evento, al enriquecimiento de los contenidos. Eso no existe, a pesar de que en el antiguo computador que está conectado tenemos un ancho de banda importante. Eventualmente la gente de informática cubre con las instalaciones de infraestructura para un determinado acto al auditorio, pero no es el estándar y en ese sentido dada la alta difusión de lo que son los dispositivos móviles me parece a mí que sí debería intentarse una cobertura total de todo lo que son las instalaciones de comunicación, para que cualquier usuario que entre a ese edificio

esté conectado. Debo hacer una excepción, pues esto sí ocurre en el Centro de Audiovisuales, donde todas las máquinas están conectadas entre sí, incluso las de edición de vídeo, de audio con las cabinas respectivas, además existe un nodo de la red inalámbrica que nos da el servicio a dispositivos móviles tanto dentro de las aulas y de los espacios de producción, cuanto en el hall y en el auditorio, de modo que hacer un evento en esas instalaciones se puede conseguir mucho más de lo que en el auditorio de la facultad, que es el principal, nos puede ofrecer.

Mtr. Mercedes Mafla, Directora de la Escuela de Literatura (septiembre 2008).

- ¿Qué facilidades presta el blog de la Escuela de Literatura?

El blog de la Escuela de Literatura es para iniciar una comunicación no tanto propiamente administrativa o institucional, pero ahora que los dices podría ser completamente útil incorporar a este blog una serie de pequeñas normas sobre este tipo de problemas administrativos que todos tenemos que enfrentar en especial los alumnos.

• ¿Cuáles son los usos del blog?

Por el momento en el blog se ha priorizado información sobre las actividades de las Escuela y sobre lo que nosotros recibimos información como concursos, talleres, cursos y actos relacionados con Literatura. En este momento hemos tomado este espacio para difundir este tipo de información, mas no información más puertas adentro o administrativa.

- **¿Existe algún filtro que deben emplear los administradores del blog para publicar la información?**

No. Se maneja un criterio desde la dirección para informar sobre un ámbito de actividades vinculadas a la literatura.

- **¿Cuál ha sido la participación de los estudiantes con esta herramienta?**

No sé. Es algo que se inició en la anterior administración de la Escuela y en las últimas semanas no ha sido mi prioridad y es posible que sea un error; pero como te estaba diciendo hace un momento, lo que ha sucedido es que mi manera de comunicarme sobre todo con los estudiantes ha intentado ser más directa. Entonces he estado en constante comunicación con los estudiantes, sobre todo a partir de que realizamos un pequeño taller literario que nos ha permitido ver nuestras futuras direcciones. Este ha sido el camino casi natural que yo he estado haciendo. Esta comunicación es mucho más personal, no es administrativa.

- **¿Qué mecanismos ha empleado para difundir información administrativa?**

Lo que he podido hacer para difundir este tipo de información es ir con los alumnos a la Secretaría para que Patricia nos instruya a ellos y a mí, porque yo tampoco tengo una idea muy clara de los trámites. No sé si es porque sean enredados. En mi caso es básicamente porque no los conocía, porque solo conozco los que me correspondía en el ámbito de un profesor que lleva y trae informes, lo básico, y ahora estoy aprendiendo. Pero creo que sí debería haber un pequeño manual con las más básicas de las normas para que todos estemos enterados. Claro que esta información está en el Reglamento de Estudiantes, pero estos son un poco alejados de la experiencia del estudiante, aunque las primeras semanas se les dicen las normas pero estas nunca se aprenden así, sino hasta el momento en que se las necesita. Por eso debería haber un canal mucho más práctico.

- **¿Los docentes y autoridades tienen acceso a estos reglamentos?**

Sí, porque cada vez que te dan una agenda académica, en las que se establecen las actividades día por día en el transcurso del semestre, se añade una serie de textos que narran las normas que rigen todo lo que tiene que ver con los estudiantes, con grados, etc. Solamente que nunca nos acercamos a ver

Reseña de comentarios ex alumnos

- Actualizar información, referente a comunicación, libros recomendados, charlas y cursos de interés. También se necesita un contacto para realizar el papeleo de graduación desde un medio virtual esto aceleraría la graduación de muchos estudiantes que por cuestiones de tiempo dedican su tiempo al trabajo y cuando quieren realizar un avance en horas de la tarde la facultad ya no atiende, esto ha causado que muchos estudiantes renuncien a su trabajo para terminar todo
- Que se envíe también un boletín electrónico con los titulares de las novedades del portal al correo de cada uno
- Debe contar con la información administrativa oficial: fechas, horarios, pénsum, profesores, etc.; y debería promover concursos, seminarios, becas y ofertas laborales.
- Me interesaría que las secciones del portal se definan con claridad y se tome en cuenta a los egresados de la facultad, ya q considero que muchos estamos interesados en las actividades de la Escuela de Comunicación y en las informaciones que nos puedan ofrecer. Me parece importante que exista un espacio para dejar comentarios, dudas o sugerencias.
- No se puede pensar que una escuela de Comunicación no cuente con un portal web, pues esta es la herramienta más completa, fácil, rápida y vital en el campo de la comunicación. Lo que no está en internet, prácticamente no existe, pues este medio está reemplazando rápidamente a los demás. Creo que la escuela se ha tardado mucho tiempo en crear una web. Ya debería tener una en funcionamiento desde hace mucho.
- Sugiero incluir una sección de "comunidad" de ex graduados para que todos podamos compartir experiencias profesionales y estar conectados. El éxito sería tener una base completa de todos e incentivar la participación.
- Me parece muy buena idea, aunque podría resultar muy pretencioso pensar en tener un portal con todas las de ley. Creo que lo más importante es planearlo de una forma que no resulte excluyente para nadie, es decir, se le debe dar el mismo peso a las 3 especialidades y a quienes aún no optan por ninguna.
- Creo que es una herramienta de comunicación muy importante con la que la Facultad debería contar. UN portal web abre muchas posibilidades, y a través de un proceso de mejoramiento continuo se puede construir un referente de información del mundo de la comunicación, especialmente del académico. Esto además de todas las ventajas que representa, para nuestro trabajo en cualquier área de la comunicación,, formar parte de una red de profesionales.
- Me parece una buena idea para mantenernos informados de lo que ocurre en la escuela, además me gustaría que este tuviese algún tipo de cartelera en donde se publiquen becas, trabajos, pasantías, postgrados, etc., porque muchas veces eso esta exhibido en las

carteleras de la facultad, pero para quienes ya no vamos seguidos a la U es difícil informarnos de eso que algunas veces son buenas oportunidades. Te felicito por tu tema, me parece muy interesante y bastante útil.

- La Escuela de Comunicación nos ha ofrecido muy pocas oportunidades, por no decir ninguna, en cuanto al desarrollo de nuestra carrera (cursos, seminarios, pasantías y trabajos) por lo que yo, como ex alumna, he perdido el interés por lo que suceda en la institución, específicamente en la facultad de comunicación. El tema que a mi me gustaría que esté en este portal web, y por lo que entraría a verlo, sería temas referidos a cursos o a seminarios.

- Portal atractivo, interactivo, eficiente en información, que promueva y se promueva eficazmente.

- Me parece que es de mucha utilidad, la carrera de Comunicación Organizacional a pesar de las labores que desempeñamos quienes ya la ejercemos, aún no es tan difundida. La idea sería crearla y difundirla con el mejor contenido posible, de manera que podamos acceder a ella como fuente de información y actualización y quienes aún no la ejercen, que puedan informarse sobre ella para que la elijan como opción profesional.

- Yo creo que sería importante para los estudiantes tener en la página web de la facultad la información referente a posibilidades de acceder a postgrados con becas por ejemplo. Además, que en la web te informen sobre posibles trabajos, no solo pasantías para los estudiantes. Además, que tengan información de los estudiantes que cursamos por esa facultad por si alguna vez se necesita algún dato.

- Creo que sería muy útil, sobre todo si aparecerían anuncios sobre empleos. También nos serviría información sobre maestrías, becas y congresos que tengan que ver con la carrera

- Debe tener información completa sobre las áreas de comunicación en las que se especializa la facultad, además de que debe ser un medio de interacción entre los estudiantes y profesionales del área. realizar una base de datos de empleos y de capacitaciones

- Sería importante que este portal se convierta en una bolsa de empleos de comunicación para que las empresas puedan encontrar candidatos totalmente ajustados a este campo.

- Sería útil para crear una red de comunicación entre todos, que servirían como una base de datos y de contactos, que es muy necesario en medios...

- Considero que debería tener información sobre el proceso de disertación, postgrados y propuestas de trabajo pero que las empresas ofertantes puedan ingresar a la página y colgar la información o requerimientos. creo que eso es lo que nos interesa actualmente. Buena iniciativa; ojala sea realizable.

- Actualmente estamos en un mundo súper competitivo, así que debemos ofrecer lo mejor y que brinde mayores facilidades a los clientes o usuarios de una página.

Me parece muy bueno realizar un portal web para la escuela, pero este debería llevarnos hacia contactos del medio o con redes sociales de comunicación a nivel global.

- Para la efectividad de un portal se debe tener aliados para la difusión por lo que se debería tener actualizado la base de datos para el envío de información y hacer alianzas estratégicas con empresas vinculadas a la comunicación y servicios complementarios como marketing, publicidad, relaciones publicitarias, tecnología y servicios generales sino ocurrirá que nadie se entere de la utilidad de la página.

- Me parece muy buena la opción de tener un banco de datos para posibles trabajos puesto que es muy complicado encontrar puestos de trabajo relacionados a la comunicación, especialmente Comunicación Organizacional como tal.

- Sería bueno para las nuevas generaciones de bachilleres que aún no se deciden por una carrera; serviría como una fuente de información si es que está bien hecho y contiene toda la información necesaria, profunda no superficial, un contenido más concreto de lo que ofrece la escuela para que los futuros estudiantes no se quejen después de que no era lo que estaban buscando y se retiren a media carrera, solo eso

- Creo que sería importante que se cree un portal web de la Escuela de Comunicación, principalmente para mantener el contacto con la gente que se formó o se forma ahí porque de ese contacto pueden surgir oportunidades interesantes, alianzas, proyectos, etc. Además, todos necesitamos actualizar nuestros conocimientos y acercarnos a las posibilidades de incrementar nuestra preparación académica y profesional. "

- Me parece excelente que realicen una página. Deben asegurarse de que los egresados y graduados conozcamos sobre su existencia. Yo personalmente accedo frecuentemente al blog de la Escuela de Literatura, pues allí puedo enterarme de conferencias, programas o concursos relacionados con la literatura. Me gustaría que en el portal de Comunicación también se pueda encontrar este tipo de información.

- Excelente idea, siempre y cuando sea un portal muy interactivo para que tenga verdadera acogida, porque si es solamente informativo y estático poco efecto llegaría a tener. Sería bueno que ofrezca las últimas novedades de la facultad, del tema de comunicación, ofertas de estudio, de trabajo, etc. Varias cosas.

- Me parece súper interesante siempre y cuando contenga información útil para mí, es decir, en mi caso me interesaría un lugar donde encontrar novedades de mi especialización (Comunicación Organizacional) o similares: noticias sobre eventos, seminarios, cursos, postgrados, maestrías, oportunidades laborales, nuevas metodologías, nuevas herramientas comunicacionales, etc. En sí un portal que me mantenga al día de lo nuevo en comunicación, sobre todo en comunicación corporativa. Sería un plus que aportaría mucho a nuestra carrera y nos mantendría ligados a la Universidad.

- Hacer seguimiento a los alumnos egresados, hacer una agenda de contacto actualizada de donde trabajan, ofertar trabajos a través de ese portal, anunciar cursos y eventos relacionados.... En general hacer un seguimiento a la facultad que está por terminar y a quienes ya hemos salido de ella es muy importante los contactos para el trabajo de cada día

- Me parece una buena idea pero el reto está en que sea lo suficientemente dinámica, interesante pero sobretodo útil para que los alumnos que ya acabaron su carrera tengan un apoyo en el caso que lo fueran a necesitar.

- Me gustaría que incluyera biografía interesante y actualizada sobre las distintas ramas de la comunicación.

- Creo que el gran problema que tienen los egresados en Comunicación es la falta de empleo en la especialidad, sobre todo en organizacional, debería haber un banco de empleos o convenios o algo que garantice que ejerceremos en la especialidad que escogimos.

- Me parece una excelente idea, además creo que debe existir una comunicación entre la gente que es estudiante de la facultad y la que ya salió para que exista intercambio de información y una ayuda mutua.

- Me parece que los estudiantes al salir de la U quedan a la deriva, solo si eres amigo de otra persona o tienes algún conocido en alguna empresa se puede conseguir trabajo. Creo que entre todos nos deberíamos dar la mano y si alguien conoce alguna oportunidad y no puede acceder (por ejemplo por falta de tiempo) sería lo más justo darlo a conocer a otras personas que pueden estar necesiéndola. En fin creo que la facultad de comunicación necesita de comunicación.

- Me parece una idea estupenda. La Facultad tiene que ponerse al día con las TIC, creo que esa sería una gran herramienta para potenciar no solo a una nueva imagen de la Facultad sino también un nuevo medio para fortalecer los vínculos de los ex alumnos y ofrecerles espacios de debate, promoción actualización profesional, en fin...