

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA

UNAN-MANAGUA

FAREM-MATAGALPA

*Seminario de Graduación para optar al Título de
Licenciado en Ciencias de la Computación*

TEMA:

Automatización de los procesos de Gestión y Divulgación de FAREM
Matagalpa, 2012.

Sub-Tema:

Automatización del proceso de Divulgación de información del quehacer
universitario de FAREM-Matagalpa, año 2012.

Autores

1. Br. Tatiana Elizabeth Maldonado López.
2. Br. Ronaldo José Sáenz Ruíz.

Tutor:

Lic. Rodolfo Vladimir Carmona Noguera.

Asesoras:

Lic. Guiselle Raquel Martínez Ramos

MSc. Natalia Sergueyevna Golovina.



Matagalpa, Febrero 2013

Agradecimiento	i
Dedicatoria..	ii
Dedicatoria.....	iii
Valoración del Tutor	iv
Resumen.....	v
i.Introducción.	1
ii.Justificación.	4
iii.Objetivos.....	6
iv. Desarrollo.....	7
4.1 Descripción de Ámbito.	7
4.2Proceso de Divulgación de Información.	8
4.2.1 Concepto.	8
4.2.2 Medios de Divulgación.	10
4.2.2.1 Medios Impresos.	11
4.2.2.1.1 Revista.	11
4.2.2.1.2 Periódico.	12
4.2.2.1.3 Carteles.	13
4.2.2.1.4 Folletos.....	13
4.2.2.1.5 Pancartas.....	14
4.2.2.1.6 Catálogos.....	14
9.2.2.2Medios Electrónicos.	15

4.2.2.2 .2Sitio Web.	16
4.2.2.2.3 Radio.....	17
4.2.2.2.4 Televisión.....	17
4.2.3- Tipos de Divulgación.	18
4.2.3.1Divulgación Científica.....	18
4.2.3.2 Divulgación Cultural.....	19
4.2.3.3Divulgación Histórica.	20
4.2.4 Políticas sobre la Divulgación de Información.	22
4.2.5 Descripción del proceso de Divulgación de Información.	22
4.2.6 El quehacer Universitario.	24
4.2.6.1 Definición.....	24
4.2.6.2 Compromiso Social.....	25
4.2.6.3 Compromiso Cultural.	26
4.2.6.4 Compromiso Científico.	27
4.3 Dificultades en el proceso de divulgación de información del quehacer universitario.	28
4.3.1. Dificultades Económicas.....	28
4.3.2 Dificultades Técnicas.	28
4.3.4 Dificultades Organizativas.	31
4.4 Alternativas de solución para mejorar el proceso de Divulgación de Información.	32

4.4.1.1	Ventajas de la Divulgación de Información Impresa.	33
4.4.1.2	Desventajas de la Divulgación de Información Impresa.	33
4.4.2	La Divulgación de Información Radial.	34
4.4.2.1	Ventajas de la Divulgación de Información Radial.	34
4.4.2.2	Desventajas de la Divulgación de Información radial.	35
4.4.3.	La Divulgación Información Televisiva.	35
4.4.3.1	Ventajas de la Divulgación de Información Televisiva.	36
4.4.3.2	Desventajas de la Divulgación de Información Televisiva.	36
4.4.4.	Definición de la Automatización.	37
4.4.4.1	Importancia de la Automatización.	37
4.4.4.2	Ventajas de la Automatización.	38
4.4.4.3	Desventajas de la Automatización.	38
4.4.4.4	Alternativas de Automatización.	39
4.4.4.4.1	Software Comercial.	39
4.4.4.4.2	Software a la medida.	40
9.4.4.4.2.1	Sistemas en Web.	40
4.4.4.4.2.1.1	Tipos de Sistemas Web.	41
4.4.4.4.2.1.1.1	Sitios web Dinámicos.	41
4.4.4.4.2.1.1.2	Ventajas de los sitios web dinámicos.	42

4.4.4.4.2.1.1.3 Desventajas de los sitios web dinámicos.	44
4.4.4.4.2.1.1.4 Sitios web estáticos.	45
4.4.4.4.2.1.1.5 Ventajas de los Sitios web estáticos.	45
4.4.4.2.1.1.6 Desventajas de los Sitios web Estáticos.	46
4.4.4.2.1.1.7 Selección de Alternativa.	46
V. Conclusiones.	49
VI. Bibliografía.....	50
Anexo 1	55
Anexo 3	58
Anexo 4	61
Anexo 5	63
Anexo 6	64

Índice de gráficas

Gráfica #1:

Objetivos de Divulgar Información acerca de la universidad..... 9

Gráfica #2:

Conocimiento de los medios de Divulgación de información dentro de la universidad..... 10

Gráfica #3:

Medios de Divulgación de información conocidos dentro de la universidad 12

Gráfica #4:

El tipo de Información que le gustaría Saber acerca de la universidad 19

Gráfica #5:

La frecuencia con la cual le gustaría recibir información acerca del quehacer universitario 21

Gráfica #6:

Aceptación del sitio..... 42

Gráfica #7:

Opciones que le gustaría a la población matagalpina y universitaria , que se reflejara dentro del sitio 44

Agradecimiento

A Dios por habernos ayudado durante estos años, el sacrificio fue grande pero tú siempre nos diste la fuerza necesaria para continuar y lograrlo, este triunfo también es tuyo nuestro Dios.

A Nuestros Padres por su incondicional ayuda, cariño, guía, apoyo y confianza que nos han permitido continuar con nuestra formación profesional.

A Nuestro Tutor Lic. Rodolfo Vladimir Carmona que nos ha brindado su ayuda a través del pan de la enseñanza, para transmitir sus conocimientos incondicionalmente.

A Dr. José Armando Paguaga y PHD Jorge Icabalzeta, por su colaboración, dedicación y paciencia durante el periodo de desarrollo del trabajo.

A MSC. Natalia Golovina y Lic. Guisselle Martínez, por su tiempo y dedicación, esmero y anhelo de compartir incondicionalmente sus conocimientos.

A Nuestros Amigos por su apoyo, amistad y colaboración mutua durante los años vividos y estudiados juntos.

Dedicatoria

A Dios Padre por la sabiduría, salud y el discernimiento que me ha dado durante el periodo de estudio para culminar con éxito todas mis metas.

A mis Padres que con su esfuerzo y dedicación trabajan día a día para ayudarme a salir adelante ante los problemas y adversidades de la vida. En especial a mi madre Martha Azucena Ruiz mujer luchadora, que a estado incondicionalmente a mi lado.

A mis Maestros que a lo largo de estos cinco años han compartido el pan de la enseñanza.

A mis compañeros que con su apoyo y consejos me han ayudado a salir adelante, en medios de los problemas y adversidades

Br. Ronaldo José Sáenz

Dedicatoria

Muchos iniciamos el mismo camino pero pocos pudimos llegar hasta el final, gracias a **Dios** por haberme dado sabiduría durante todo este tiempo, gracias porque sin ti no hubiese llegado a esta fase de mi vida.

A mi madre **Graciela López Guilberth** que es el ser más maravilloso que DIOS me ha dado y que con su amor, paciencia y consejos me ha conducido por la vida, apoyándome en las situaciones más difíciles de mi vida, lo cual me ha permitido realizar una de mis grandes metas lo cual constituye la herencia más valiosa que pudiera recibir.

A mis hermanos **José Adán, Ana, Juana y Francisco Maldonado López** sabiendo que no existirá forma alguna de agradecerles una vida de sacrificios, esfuerzos y amor, quiero que sientan que el objetivo alcanzado también es de ustedes y que la fuerza que me ayudo a conseguirlo fue su gran apoyo.

A mis **Amigos**, las cualidades que los distinguen haciéndolos únicos, queribles y que aun siendo tan distintos nos entendemos, gracias a sus apoyos, sus compañías, sus buenos consejos y por estar siempre con una palabra de aliento cuando los he necesitado, llegando a ser una parte muy importante en mi vida.

Br. Tatiana Elizabeth Maldonado López.

Valoración del Tutor

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN- Managua

FAREM- Matagalpa



El suscrito tutor, por este medio hace constar que el trabajo investigativo de seminario de graduación, presentado por los bachilleres: Tatiana Elizabeth Maldonado López (Carnet No. 08062731) y Ronaldo José Sáenz Ruiz. (Carnet No. 08060561) con el tema general: **Automatización del proceso de gestión y divulgación en la FAREM Matagalpa, año 2012** Y correspondiente al subtema: **Automatización del proceso de Divulgación de Información del quehacer Universitario de FAREM-Matagalpa, año 2012**, se encuentra apegado a lo dispuesto en la normativa y reglamento correspondiente y cumple con la estructura definida para éste tipo de documentos establecida por la UNAN Managua, encontrándose correspondencia entre el problema, los objetivos y el contenido del documento.

A mi criterio, el trabajo investigativo tiene la calidad suficiente, desarrollado adecuadamente y cumple con los requisitos establecidos para ser defendido ante un tribunal examinador, para optar a su título de Licenciado en Ciencias de la Computación.

Se extiende la presente a los ocho días del mes de febrero del año dos mil trece.

Lic. Rodolfo Vladimir Carmona Noguera

Cédula: 001-011084-0042Y

Maestro Tutor

Resumen

En el estudio realizado se evaluó el proceso de Divulgación de Información del quehacer universitario de FAREM Matagalpa, en el cual se identificó las dificultades de dicho proceso, logrando así dar pautas a propuestas con el propósito de mejorar el proceso antes expuesto.

De lo anterior, se logró detectar que existe el medio de Divulgación de Información impreso llamado “LA UNIVERSIDAD LA REVISTA” la cual no es suministrada a toda la comunidad universitaria y público en general.

Las dificultades encontradas dentro de este proceso fueron: la falta de personal capacitado para la elaboración de los materiales publicitarios, la falta de recursos tecnológicos con especificaciones y capacidades óptimas para la realización de dicho proceso, el presupuesto asignado no es suficiente para cubrir gastos de papelería, fotocopias, recursos humanos entre otros; lo cual hace que la Divulgación del quehacer universitario sea tardada y la información no sea precisa y completa.

Surgiendo como necesidad de crear una comunicación más continua entre los vínculos Universidad-Sociedad se valoraron varias alternativas como: Divulgación impresa, electrónica, televisiva, radial y la automatización del proceso a través de un sitio web dinámico, resultando este ser la alternativa más óptima para solucionar las dificultades encontradas en este proceso.

La solución informática propuesta vendrá a solucionar las necesidades existentes, brindando mejor servicio a la población matagalpina, universitaria y extranjera, lo cual le permitirá proyectarse a la universidad

i. Introducción.

La Divulgación de Información hoy en día es considerada, junto con la educación, entre los grandes retos de las sociedades del siglo XXI, preservar y desarrollar la cultura es una necesidad de la sociedad y constituye el encargo de Extensión Universitaria (Vega Mederos, 2002).

La Unan Managua como centro de educación superior cuenta con el departamento de Extensión Universitaria dentro de su área organizativa, el cual contempla en uno de sus objetivos el fortalecimiento de la articulación universitaria. Cabe comentar que FAREM Matagalpa como facultad multidisciplinaria no cuenta con este departamento; pero si cuenta con un representante, que se encarga de publicar a través de diversos medios las actividades que se realizan fuera y dentro de dicha facultad.

El quehacer universitario dentro de dicha facultad es reflejado a través de las participaciones en distintas actividades como: jornadas científicas, la impartición de postgrado, cursos extracurriculares, el evento de nuestras raíces, festivales de poesía y ferias dentro del departamento como: feria del café, feria del maíz, pymes, entre otras.

Dentro de este proceso se presentan inconvenientes técnicos, organizativos, económicos y tecnológicos entre los que se puede destacar: la falta de personal capacitado, recursos financieros y equipos tecnológicos entre otros.

Por tal motivo se necesitó evaluar el proceso de Divulgación de Información del quehacer universitario de FAREM-Matagalpa en el año 2012, esto permitió determinar las dificultades anteriormente citadas; y en base a estas dificultades presentar una alternativa de solución óptima que ayude a mejorar el proceso antes expuesto.

En Venezuela la Universidad de Los Andes cuenta con un Repositorio Institucional llamado SABER-ULA (Universidad de los Andes Venezuela, 2007), el cual

presenta la gestión de publicación, preservación y acceso libre a texto de documentos derivados de la producción intelectual e institucional, postgrados y revistas electrónicas.

Mientras que en Costa Rica, la universidad de Costa Rica dentro de su sitio web cuenta con la Oficina de Divulgación (ODI), la cual es la responsable de formular, ejecutar y evaluar la estrategia de difusión institucional. Además cuenta con medios e instrumentos de comunicación propios para la Divulgación de Información, entre estos medios se destacan: un portal llamado UCR, el Noticiero Radiofónico “Acción Universitaria”, la revista Presencia Universitaria, la gestión de la tienda “Línea U”(Universidad de Costa Rica, 2012).

En cuanto a Nicaragua la universidad de Ciencias Comerciales (UCC) a través del departamento Vida Estudiantil, aporta al desarrollo de valores y formación de sus estudiantes, promoviendo la integración de ellos, en actividades sociales (Universidad de Ciencias Comerciales UCC, 2010). Además UCC cuenta con una revista en línea llamada UCC en la NOTICIA, donde permite la suscripción de estudiantes, dejar comentarios y descargar información para conocer más de UCC.

Por otro lado la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-Managua junto con el Centro de Investigaciones y Estudios de la Salud (CIES), brindan información en: artículos científicos, planes de emergencia e informes de estudios sobre la evaluación de daños y la vulnerabilidad todo lo relacionado con la prevención y mitigación de los desastres naturales(Centro de Investigaciones y Estudios de la Salud.UNAN-Managua, 2012).

En el departamento de Matagalpa actualmente Extensión Universitaria cuenta con un enlace en la página web de la UNAN-Managua-FAREM Matagalpa, la cual contempla información sobre sus objetivos, galería de fotos, grupo intelectuales, actividades e información sobre el programa radial que se realiza en la radio

“Stereo Yes” (UNAN FAREM-Matagalpa, 2011) cabe destacar que este sitio fue desarrollado por el bachiller Michael Huete.

Además, en el año 2010 se realizó un estudio para el diseño de un Portal Informativo de la FAREM Matagalpa, éste fue elaborado por los Licenciados Luis Roberto Carmona Noguera y Yancy Yaosca Castillo Rodríguez, dicho sitio no se implementó (Carmona Noguera & Castillo Rodríguez, 2010).

La presente investigación es aplicada, con elementos cualitativos y cuantitativos, por su nivel de profundidad es de tipo descriptiva teniendo un corte transversal, dentro de la cual se midieron las variables de estudio: el proceso de Divulgación de Información del quehacer universitario, las dificultades en el proceso de Divulgación de Información del quehacer universitario y las alternativas de solución a las dificultades encontradas en este proceso (ver anexo 1).

El universo y la muestra que se tomaron en cuenta, estuvo conformado por el encargado de Extensión Universitaria de FAREM-Matagalpa, 12 docentes del colectivo de la UNAN FAREM Matagalpa, 47 estudiantes de las diferentes carreras de la UNAN FAREM-Matagalpa y 61 ciudadanos Matagalpinos, usando la técnica de muestreo aleatorio simple (ver anexo 2).

Los instrumentos utilizados para la recolección de información, fueron guías de entrevistas (ver anexo 3 y 4), guías de observación (ver anexo 5), guías de encuesta (ver anexo 6), el método de prueba y error y la revisión bibliográfica.

El procesamiento y análisis de la información se realizó a través de una tabla realizada en Microsoft Excel, donde se resumieron los resultados para cada indicador. En el caso de los datos recabados en la encuesta se procesaron en el programa estadístico de SPSS versión 17.

ii. Justificación.

El proceso de Divulgación de Información del quehacer universitario nace ante la necesidad de desarrollar una comunicación más continua con la sociedad.

UNAN-Managua FAREM-Matagalpa como facultad multidisciplinaria realiza una serie de actividades que forman parte del quehacer universitario, por lo que deben ser manipuladas y gestionadas, por ende la divulgación a la comunidad universitaria y a la sociedad en general es realizada por medios radiofónicos y escrito como la revista "LA UNIVERSIDAD LA REVISTA", la cual se publica tres veces al año, esta información es poco precisa, además no es suministrada a toda la sociedad, no es detallada y el tiempo de cada publicación es demasiado extenso; ya que el presupuesto destinado no es suficiente para gastos del proceso actual.

De lo antes expuesto surge la necesidad de evaluar el proceso de Divulgación de Información del quehacer universitario; por lo que se pretende la mejora del proceso actual, por medio de una solución informática dándole un valor de innovación por el uso de la tecnología, obteniendo el rompimiento de las barreras de incomunicación entre ambas sociedades, así mismo llegando a la población Nicaragüense y extranjera lo cual servirá como un canal de información con acceso mundial que proyectará a la comunidad universitaria, de lo cual surgen beneficios como llevar una mejor gestión y control de la información siendo está más eficiente y confiable, además se obtienen beneficiarios como la universidad, ya que presentará la capacidad de producir y responder a los diferentes compromisos de la sociedad de forma fácil y rápida.

Uno de los beneficiarios sería la Universidad en cuanto al presupuesto que es destinado para la realización de este proceso reduciendo los contratiempos presentados, además del colectivo de docentes y estudiantes; ya que ellos podrán dar a conocer a la sociedad en general las actividades realizadas, así mismo todos tendrán acceso de compartir, publicar y descargar de manera fácil y actualizada la

información de su interés, logrando de esta manera una mejor interacción entre universidad-sociedad.

iii. Objetivos.

Objetivo general.

Evaluar el proceso de Divulgación de Información del quehacer universitario en
FAREM Matagalpa, año 2012.

Objetivos Específicos.

1. Describir el proceso actual de la Divulgación de Información del quehacer universitario en FAREM Matagalpa.
2. Identificar las dificultades del proceso de la Divulgación de Información del quehacer universitario en FAREM Matagalpa.
3. Valorar las alternativas de solución a las dificultades encontradas en el proceso de Divulgación de Información del quehacer universitario en FAREM Matagalpa.
4. Implementar una solución informática para mejorar el proceso de Divulgación de Información quehacer universitario en FAREM Matagalpa.

iv. Desarrollo

4.1 Descripción de Ámbito.

La Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa (FAREM-Matagalpa), funciona desde Marzo de 1980, fecha en que se fundó el Centro Popular de Estudios Superiores (CPES), primer centro de Educación Superior de Matagalpa.

El 15 de Noviembre de 1983 obtiene la personería jurídica, pasando a ser un Centro de Educación Superior (CES) más del Consejo Nacional de Educación Superior CNES con presupuesto del Estado, eliminándose así el carácter privado que hasta esa fecha mantenía.

En 1995 tras la necesidad de divulgar las actividades y eventos que se realizaban dentro de dicha casa de estudio el Lic. Roger Kühn de la Rocha, Director de CUR-Matagalpa en ese tiempo, se da a la tarea de diseñar un boletín informativo, siendo esta alternativa acogida por la población universitaria y matagalpina. Esta aceptación da pauta al diseño de una edición especial de este boletín en el cual se plasma la oferta educativa de CUR-Matagalpa e ingreso de ese año.

En el mes de junio del mismo año, el dueño de la Radio “Estero Yes”, Salvador Mendoza Castillo (Q.E.P.D.) le ofrece al Lic. Roger Kühn de la Rocha la fundación del programa radial, mencionando que se concedió sin costo alguno, con el fin de ayudar al desarrollo cultural de la región norte de Nicaragua. Tras aceptar la oferta de Salvador Mendoza, da inicio el espacio radial cada semana llamado “Universidad en Marcha”. Posteriormente nombró al Dr. Douglas Stuart Howay, para que compartiera las tareas de edición y dirección del espacio radial; luego el Maestro Stuart se responsabilizó de la dirección del mismo.

Poco después la Divulgación del quehacer universitario ya se había consagrado como parte de la articulación de CUR – Matagalpa; pero el Lic. Kühn no se queda satisfecho con estos logros, y se da a la tarea de mejorar el boletín ingresándole mejoras haciendo una publicación más extensa; de esta manera el boletín se

transforma en revista; pero dicha revista es aprobada hasta septiembre del 2002 donde la autoridades de UNAN-Managua autorizan la publicación de esta revista en sustitución del boletín informativo(Kühl de la Rocha, 2013).

El 24 de Enero del 2009 se comienza a transmitir en KissFM el Atabal Universitario, el cual es un programa que destaca el quehacer de toda la Comunidad Universitaria, en especial la del Norte de Nicaragua, con un nuevo concepto diferente a los demás.

En el año 2011 este proceso tuvo mejoras como la integración de medios digitales como es una pantalla informativa, la cual está ubicada en el cafetín “El Universitario” del recinto Mariano Fiallos Gil. Además en septiembre del 2010 se diseño un sitio web estático para FAREM-Matagalpa, el cual da a conocer de forma general las actividades que realiza esta facultad.

Actualmente FAREM-Matagalpa cuenta con un sitio web Dinámico diseñado en el gestor de contenido de Joomla, una página en Facebook , un programa televisivo transmitido en el canal Perla TV los días lunes y un programa radial trasmitido en la Radio Kiss los días sábados (Selva Ochoa, 2013).

4.2 PROCESO DE DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN.

4.2.1 CONCEPTO.

La Divulgación de Información se define como una estrategia centrada en publicar la misión general de la empresa, caracterizándose por revelar información sobre el futuro de la compañía(Sánchez, Dominguez, & García, 2010).La Divulgación de Información es una decisión empresarial, ya que dicho proceso destaca información estratégica; además define las proyecciones de su vida funcional.

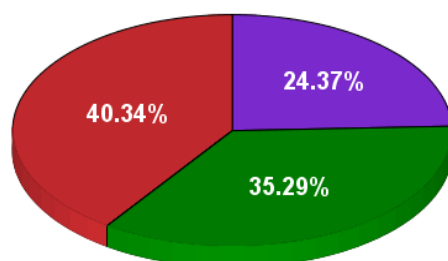
Se puede decir que en la actualidad existe un nuevo concepto de empresa, la empresa abierta o transparente en la que la información ya no es manejada en secreto; la revelación de información es de forma fiable, correcta, simétrica y oportuna. Está información está relacionada cada vez más con empleados o

clientes de la empresa, lo cual es un bien esencial para garantizar el éxito de la empresa. Hoy en día FAREM -Matagalpa en base a este contexto resalta la importancia del papel de Extensión Universitaria en el proceso de Divulgación, formación e integración de los vínculos universidad-sociedad; o sea, que las universidades hacen uso de estos procesos permitiéndoles así dar a conocer, como en otras épocas, lo que hombres y mujeres han realizado a partir de sus proyectos, intereses y sueños; el cual es el principio de una nueva historia(Paguaga Barreto, 2012).

Cabe destacar que según opiniones de la sociedad matagalpina y universitaria algunos de los objetivos de divulgar información acerca de la universidad, es el darse a conocer a la sociedad y mantener informada a la población de todas las actividades que se realizan dentro y fuera de la universidad, estos resultados se pueden visualizarlos en la siguiente gráfica.

Gráfica N° 1 Objetivos de divulgar información acerca de la universidad.

- Darse a conocer a la sociedad.
- Mantener informado a la población de las actividades que se realizan dentro y fuera de la universidad.
- Todas las anteriores.



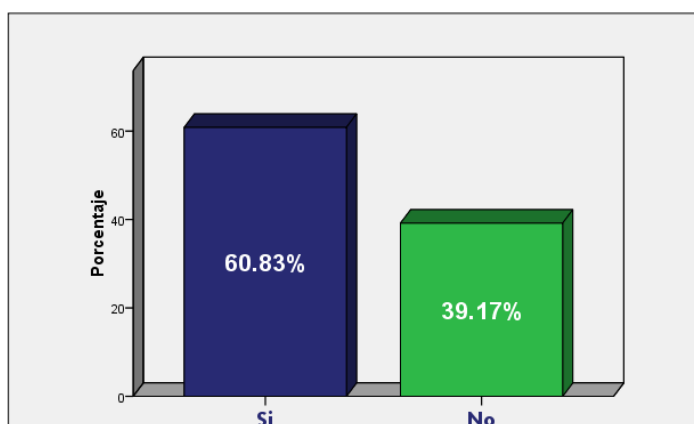
Fuente: Elaboración propia, en base a encuestas realizadas a docentes, estudiantes de FAREM Matagalpa y población Matagalpina.

Los resultados anteriores demuestran que la población universitaria está consciente que debe de haber otras opciones que permitan la comunicación con la población matagalpina, en la cual Divulgación de Información juega un papel primordial, ya que ésta sirve como un canal comunicativo entre dicho extracto.

4.2.2 MEDIOS DE DIVULGACIÓN.

La divulgación se manifiesta de forma heterogénea y a través de múltiples medios; pero es un hecho fundamental discursivo. El saber se representaría en textos y éstos son a su vez sucesivamente reformulados según los circuitos de difusión del saber, tanto si es a través de la enseñanza como a través de la divulgación (Calsamiglia, 2002). Los medios de divulgación son definidos como los medios que manifiestan la información de una forma interactiva, los cuales tienen que llamar la atención del público. La sociedad matagalpina y universitaria está consciente de la existencia de medios de Divulgación de Información en los ámbitos publicitarios de FAREM-Matagalpa, ya que se puede observar en la gráfica #2 que el 60.8% de las personas correspondiente a 73 individuos de la muestra dijeron que conocían medios de divulgación dentro de la universidad y el 39.2% que corresponde a 47 personas dijeron que desconocían la existencia de medios divulgatorios dentro de la universidad.

Gráfica N° 2 Conocimiento de medios de Divulgación dentro de la Universidad.



Fuente: Elaboración propia, en base a encuesta realizadas a docentes, estudiantes de FAREM Matagalpa y población Matagalpina.

4.2.2.1 MEDIOS IMPRESOS.

Según(Alvarenga, 2009)los medios de comunicación impresos son recursos didácticos de gran poder educativo, su información genera impacto e interés ante la sociedad. Los medios impresos como los periódicos, revistas especializadas y revistas de divulgación científica utilizan recursos gráficos que dan a conocer una información de algún medio escrito. En la sociedad Nicaragüense se observa que en las universidades, colegios e institutos publican panfletos, folletos con el fin de informar e instruir a sus estudiantes; además de periódicos y revista que informan y sirven de hobbies para sus lectores. En este ámbito FAREM-Matagalpa no es la excepción ya que esta universidad tiene una revista que se publica 3 veces al año, folletos que contienen información sobre las actividades de la universidad, pancartas y volantes que sirven como invitaciones a los eventos que realiza Extensión Universitaria (Paguaga Barreto, 2012).

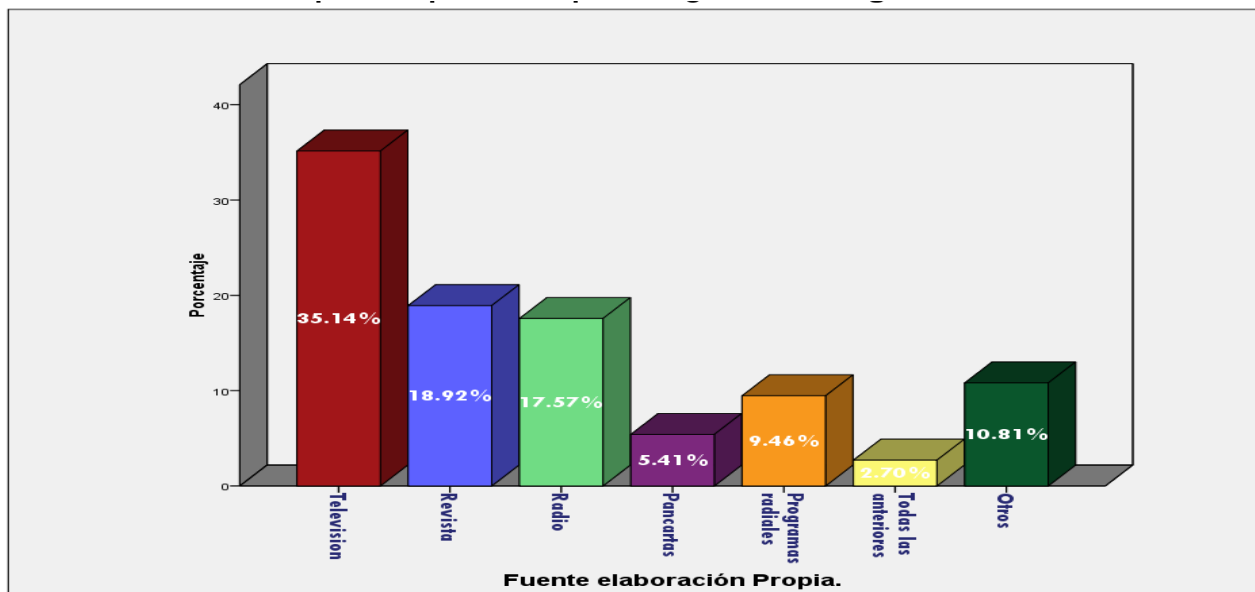
4.2.2.1.1 REVISTA.

Una revista es una aplicación impresa que es editada de manera periódica (semanal o mensual). Al igual que los diarios las revistas forman parte de los medios gráficos, aunque también pueden tener su versión digital o haber nacido directamente en internet(Wells, 2007). Se puede diferir que las revistas son escritos que llegan a una audiencia en general, respondiendo a diferentes necesidades y creando vínculos con sus lectores. Hay revistas especializadas en negocios, creatividad, publicidad, medicina, leyes, científicas y electrónicas.

Las universidades hoy en día utilizan mucho este medio de divulgación ya que su meta es comunicarle a la población estudiantil todas las actividades que realizan, así como la involucración de los mismos a dichas actividades, FAREM-Matagalpa no es la excepción ya que cuenta con una revista, la cual es conocida entre el colectivo de docentes, estudiantes de esta universidad y el público general, esto se refleja en la gráfica #3, donde el 18.92% de las personas respondió que la revista era uno de los medios de Divulgación de Información sobre la universidad que ellos conocían; además FAREM –Matagalpa publica una revista llamada “LA

UNIVERSIDAD LA REVISTA” la cual contiene artículos realizados por docentes y estudiantes de dicha universidad, así mismo como las actividades que se realizan dentro y fuera de la facultad(Paguaga Barreto, 2012).

Gráfica N° 3 Medios de Divulgación conocidos dentro de la universidad.



Fuente: Elaboración propia, en base a encuesta realizadas a docentes, estudiantes de FAREM Matagalpa y población Matagalpina.

4.2.2.1.2 PERIÓDICO.

La función de los periódicos es publicar las noticias e intentar llegar a un mercado local, hace una clara distinción en cuanto a los temas y el tipo de lector que lee cada publicación (Wells, 2007). Periódico es toda publicación que aparece con cierta periodicidad. Así, con este parámetro, se designa como tal a los diarios, semanarios, las revistas mensuales entre otros. La razón principal de la existencia de los periódicos es divulgar e informar sobre una serie de actividades a un número de suscriptores que diariamente lo compran y de esta manera mantenerse al tanto de todo lo que pasa a nivel mundial y nacional.

Actualmente en Nicaragua el periódico El Nuevo Diario, en la sección Nacionales da a conocer las diferentes noticias relacionadas con la UNAN-Managua, ejemplo de ello la cantidad de personas que realizaron exámenes de admisión, el último día para realizar matriculas entre otros, y un sin número de personas compran estos ejemplares para mantenerse informado.

4.2.2.1.3 CARTELES.

El cartel es una técnica de difusión de la información que permite llegar a gran cantidad de público, sin necesidad de invertir grandes recursos. Sus posibilidades comunicativas dependen en gran medida de su calidad técnica, estética y de su adecuada ubicación (Pérez Ruiz, 2002). Se pueden definir a los carteles como material gráfico que transmite un mensaje, el cual está integrado en una unidad estética formada por imágenes y textos breves que causan impacto al lector; en la actualidad el desarrollo del arte gráfico ha permitido el mejoramiento de este medio de divulgación, ya que al lanzar un mensaje al espectador el propósito de éste es, que capte, recuerde y actúe de forma concordante a lo sugerido por el propio cartel.

Hoy en día son medios utilizados por las empresas, instituciones y universidades para dar a conocer sus eventos o dar promoción a un producto, como es el caso de FAREM- Matagalpa, ya que este medio de divulgación es utilizado dentro de la universidad; pero la comunidad desconoce de él, esto se puede verificar al observar las opiniones de la población universitaria y matagalpina. Ver gráfica 3 anteriormente citada.

4.2.2.1.4 FOLLETOS.

Según (Wells, 2007) un folleto es un documento de varias hojas que puede variar en su diagramación, en su diseño, en la cantidad de información con la que cuenta y sirve como instrumento de divulgación. El autor se refiere al folleto como un instrumento que informa e instruye a una persona ya que este debe de contener elementos como imágenes, colores vivos, títulos, diagramas fáciles de entender,

palabras grandes y atractivos, al mismo tiempo los folletos no pueden ser grandes ni muy pequeños; ya que de este modo la persona pierde interés en ellos. Hoy en día, los folletos que se publican por las calles han evolucionado en gran modo, contando con diseños muy complejos y formas muy variadas, coloridas y atractivas. Además son utilizados como medios para la impartición de clases en varios ámbitos educacionales. En FAREM-Matagalpa se imprimen una serie de boletines que dan a conocer a la sociedad universitaria y matagalpina las distintas actividades y eventos que realiza dicha casa de estudio. “El boletín informativo es un medio utilizado para publicar las actividades realizadas por FAREM-Matagalpa en los distintos ámbitos científicos, académicos y culturales” (Paguaga Barreto, 2012).

4.2.2.1.5 PANCARTAS.

Son elementos publicitarios de carácter circunstancial, realizados sobre telas, lonas, plásticos, paneles y similares. Se han convertido en partes habituales de los paisajes presentando anuncios o mensajes publicitarios; la cantidad, ubicación y colocación de las pancartas está determinada por su localidad (Ayuntamiento Santander, 2006). Se puede decir que las pancartas son componentes publicitarios que se encuentran en un determinado lugar de manera circunstancial para dar a conocer alguna actividad a realizar. Hoy en día grandes cantidades de pancartas se encuentran a lo largo de las calles, las cuales dan a conocer a la población las actividades que las empresas o instituciones realizarán. La UNAN FAREM-Matagalpa utiliza este medio para dar publicidad a sus actividades aunque es un medio poco conocido, ya que tan solo un 5.41% de las personas encuestados respondió tener conocimiento sobre este medio.

4.2.2.1.6 CATÁLOGOS.

Publicación comercial y publicitaria que describe los principales bienes y servicios de una empresa o institución, que son puestos a la venta para los consumidores. En las empresas de tipo industrial el catálogo es el medio publicitario y

permanente modo de promoción de ventas más importante (Sappiens, 2001). Un catálogo es una forma innovadora de publicar información que se muestra de forma visual, atractiva, correcta y ordenada la información sobre los productos o servicios que se ofrecen por la empresa. Los cuales están destinados a informar a la población sobre productos con sus precios respectivos. Hoy en día las casas comerciales, tiendas y empresas distribuyen un sin números de catálogos ofertando a sus clientes sus productos. Cabe señalar que FAREM-Matagalpa no hace uso de este medio de divulgación, debido a que el medio utilizado para ofertar sus carreras son los brochures en los cuales se reflejan los perfiles, funciones y planes de clase de cada carrera.

9.2.2.2 MEDIOS ELECTRÓNICOS.

Los medios de divulgación electrónicos son aquellos que transmiten sonidos o imágenes de manera electrónica; a diferencia de los impresos estos son medios dinámicos. Su edición y procesamiento se realiza mediante programas y computadoras (Wells, 2007). Se puede afirmar que aquellos medios que permiten la transferencia de todo tipo de datos son considerados medios electrónicos, que divulgan información internamente a través de un medio que monitorea todas las funciones antes citadas. Hoy en día se usan un sin números de medios electrónicos como: páginas web, los sitios web, la televisión, la radio entre otros. Según la sociedad matagalpina y universitaria los medios electrónicos que ellos más conocen son los sitios web, páginas de internet y programas radiales que la universidad realiza como “El Atabal Universitario” transmitido en “Kiss FM”, a la vez el programa “La universidad en marcha” que se ha transmitido en “Stéreo Yes”, entre otro medio conocido esta la divulgación televisiva reflejada en los distintos programas que los canales locales han realizado acerca de la universidad. (Ver gráfica 3).

. 4.2.2.2.1 INTERNET.

Internet es una red de redes informáticas distribuidas por todo el mundo que intercambian información entre sí, mediante la familia de protocolos TCP/IP (Ceballos Sierra, 2008).

Internet es la red mundial, en la que se abarcan todas las redes y no se enfoca un sitio en específico sino que trasciende fronteras, permitiendo día a día que la sociedad en general se mantenga comunicada.

Antiguamente era muy difícil comunicarse pero hoy en día el internet ha llegado a gran parte de los hogares y de las empresas de los países desarrollados, logrando abrir una brecha digital con los países pobres, por lo tanto se ha superado esta dificultad y ha permitido tener accesibilidad de comunicarse y divulgar información de todo lo que pasa a nivel mundial, para la mantener a la sociedad en continua interacción no importando el lugar de residencia.

4.2.2.2 .2SITIO WEB.

Un sitio web es un conjunto de páginas web enlazadas entre sí, por vínculos de hipertexto que se instalan en un servidor web(Prat, 2007).Recapitulando, los sitios web son las vinculaciones de un sinnúmeros de páginas que típicamente están dedicados a algún tema en particular, empresas o propósito específico, otorgando una mayor interactividad con el navegante. Actualmente la mayoría delas empresas como las universidades, casas comerciales, tiendas y centros turísticos han optado por adquirir este concepto elaborando su propio sitio web para mejorar su publicidad, mejorar la comunicación con sus clientes y la divulgación de la información mantenerla actualizada. FAREM –Matagalpa cuenta actualmente con un sitio web alojado en el servidor de la UNAN Managua, el cual es conocido por la población matagalpina y universitaria, ya que en una encuesta realizada el 10.81% afirmó que, otra alternativa de publicad que utiliza esta facultad para dar a conocer de las actividades es el sitio web, este dato se puede verificar en la gráfica #3 anteriormente citada.

4.2.2.2.3 RADIO.

Según (González A. , 2010) la radio digital es la optimización de la interacción con el receptor, Se puede decir que la radio digital consiste en que el receptor además de escuchar pueda interactuar dentro del proceso comunicativo.

Hoy en día la mayoría de los radios deciden cambiar su concepto analógico al digital para mejorar su frecuencia de transmisión y así establecer un contacto más personal, llegando a todas las clases sociales.

Las universidades a su vez incursionan en este concepto analógico, utilizando este medio para publicar sus actividades. FAREM Matagalpa hace uso de este medio de divulgación, donde en una encuesta realizada el 17.57% (Ver gráfica 3 anteriormente citada), de la población matagalpina y universitaria respondió conocer de la transmisión del programa radial llamado “La universidad en marcha” que era transmitido en “Stereo YES” y que se discontinuó para iniciar la versión televisiva de dicho programa (Encargado de Extensión Universitaria, 2012).

4.2.2.2.4 TELEVISIÓN.

La televisión uno de los más importantes medios de comunicación que se ha instalado en la modernidad, se basa en como transmitir imágenes a distancia mediante la electricidad o sistemas mecánicos (Lombardi, 2008). En las últimas décadas la televisión se ha transformado en un instrumento poderoso, instalándose en la vida de las sociedades con gran fuerza. Ese poder de la televisión radica en muchos factores, pero sobre todo en el hecho de que permite que los telespectadores puedan aprovecharla en las distintas informaciones presentadas independientemente de sus recursos, formación, expectativa y necesidades.

Hoy en día se puede observar que en cada hogar hay una televisión, la cual es usada para el entretenimiento, información personal, difusión de valores positivos,

educación, preservación de la identidad cultural, estímulo de la economía de las regiones, entre otros.

La población matagalpina, el colectivo de docentes y estudiantes de FAREM-Matagalpa tienen el conocimiento que existen programas televisivos que emiten todo lo que pasa dentro y fuera de la facultad, todo esto gracias a la gran cantidad de canales locales que se dan a la tarea de publicarlos, para afirmar lo anterior. (Ver la gráfica 3 antes citada), ya que en el momento de realizar una encuesta, las personas se inclinaron por este medio de divulgación obteniendo un 35.14% de las respuestas suministradas. Cabe señalar que a finales del 2012 FAREM-Matagalpa comenzó a transmitir el programa televisivo “La Universidad en Marcha” los días lunes por el canal “Perla tv” de la compañía Telecable, el cual es dirigido y coordinado por el encargado de Extensión Universitaria.

4.2.3- TIPOS DE DIVULGACIÓN.

4.2.3.1 DIVULGACIÓN CIENTÍFICA.

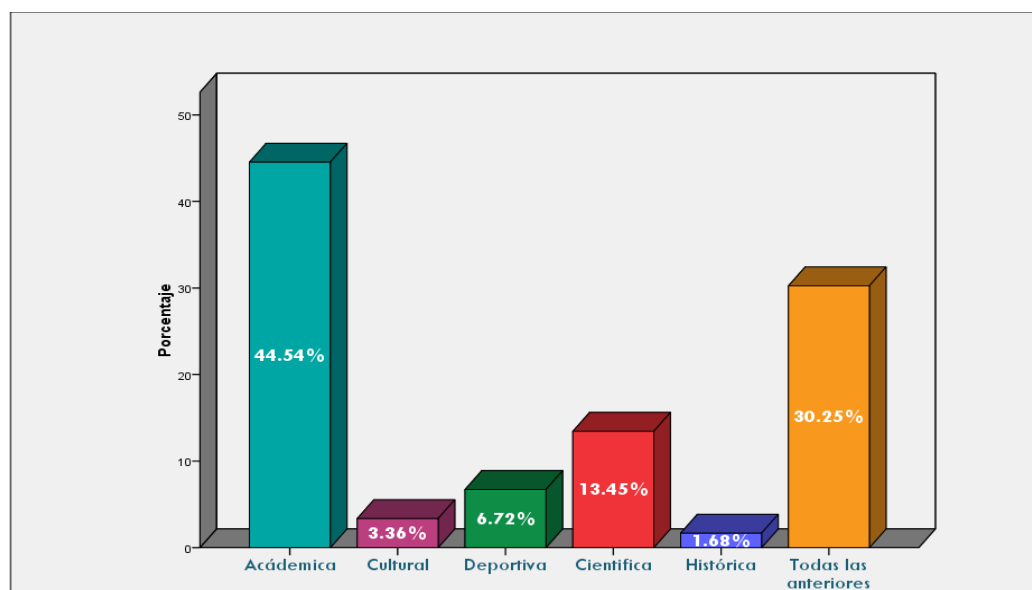
El concepto de divulgación científica es más amplio que el de periodismo científico, ya que comprende todo tipo de actividades de ampliación y actualización del conocimiento con una sola condición, que sean tareas extraescolares y que se encuentren fuera de la enseñanza académica. La divulgación nace en el momento en que la comunicación de un hecho científico deja de estar reservada exclusivamente a los propios miembros de la comunidad investigadora o a las minorías que dominan el poder, la cultura o la economía (Hernando, 2007).

El autor se refiere al proceso de divulgación científica como la ampliación del conocimiento científico en el individuo, mediante el enriquecimiento de temáticas en dicha área ayudando a mejorar el proceso investigativo en el ámbito educacional.

En la actualidad se divulgan una gran variedad de trabajos con base científica lo cual ayuda a los estudiantes a desarrollar su aptitud investigativa, mejorando de

esta manera el proceso de aprendizaje en los estudiantes. En FAREM-Matagalpa se realizan un sin número de actividades científicas y tecnológicas de las cuales los estudiantes, docentes y públicos en general desean conocer, esto se determina en la gráfica 4, la cual arroja como resultado que el 13.45% de las personas encuestadas solicitan información sobre las actividades científicas que se realizan dentro y fuera de la universidad.

Gráfica N° 4 Tipo de información que le gustaría saber a la población acerca de la universidad.



Fuente: Elaboración propia, en base a encuesta realizadas a docentes, estudiantes de FAREM Matagalpa y población Matagalpina

4.2.3.2 DIVULGACIÓN CULTURAL.

Divulgar la cultura impone varios retos en principio modificar la actitud adoptada hacia ella. Es necesario enfatizar la importancia de investigar, cuestionar, en fin, de repensar lo recibido a efecto de propiciar a la generación un nuevo conocimiento. La divulgación de la cultura es un compromiso social adquirido por la institución universitaria la cual ha de fomentarse no sólo que la sociedad vaya hacia la universidad, si no que la propia universidad también acuda a la sociedad a efecto de compartir sus avances y sus logros(Ramirez, 2012).

El autor explica los retos a los que se enfrenta la difusión cultural en el actual contexto universitario. Aunque se dedican presupuestos diferenciados hacia la promoción y difusión de la cultura propia, éstos han sido y son parte de las estrategias de posicionamiento exitoso dentro de la globalización, ya que esto permite dar a conocer la identidad de las personas o instituciones a la sociedad a través de un sin número de actividades que refleja la identidad del ser humano.

El propósito fundamental de FAREM Matagalpa es proporcionar información sobre los hábitos, prácticas culturales, los carnavales, festivales de poesías y desfiles que reflejan la cultura a la sociedad de la comunidad universitaria, aportando con ello conocimiento acerca de las actividades pertenecientes al ámbito cultural que desenvuelven los docentes, personal administrativo y estudiantes universitarios, por lo que la investigación se considera conveniente en el marco institucional descrito; pero esta información cultural aunque es muy poco demandada, no deja de ser importante ya que existen grupos de personas que desean saber de ella, la gráfica 4 anteriormente citada, refleja que un 3.36% quieren saber acerca de las actividades culturales que se realizan dentro de la universidad.

4.2.3.3 DIVULGACIÓN HISTÓRICA.

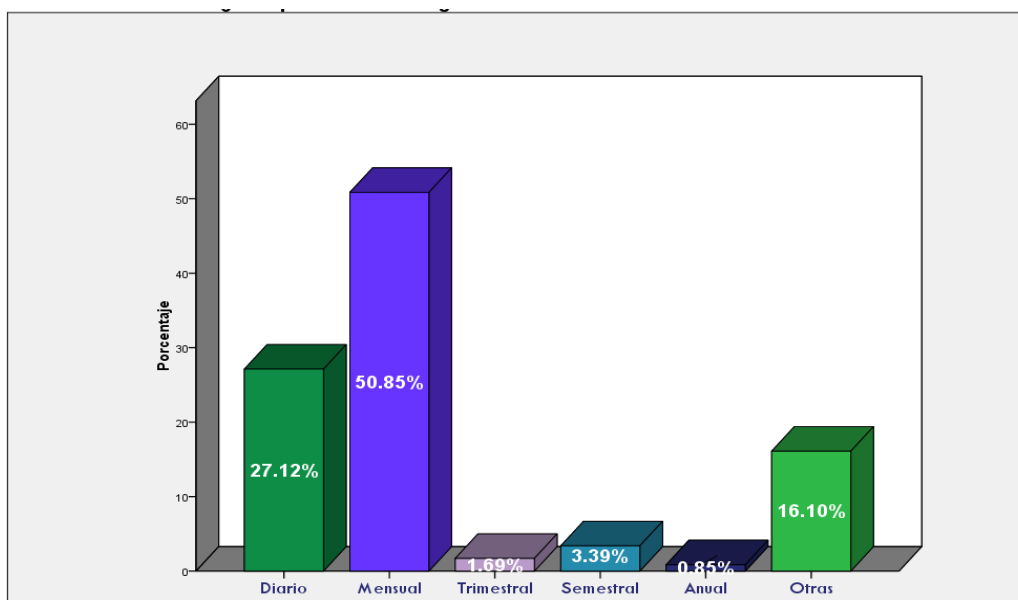
El conocimiento histórico, entendido como el conjunto de “Los acontecimientos pasados y dignos de memoria, ya sean públicos o privados”, participan, en primer lugar en uno de los principales rasgos de documentos descritos, la representación y explicación veraz por parte del realizador de hechos pretéritos, valiéndose no sólo de filmaciones de archivos, sino también de fotografías, obras de arte, mapas, gráficos, periódicos, planos recientes de lugares históricos y entrevistas a testigos, incluso de reconstrucciones parciales de sucesos (Corchete Hernández, 2004.).

Se puede decir que la divulgación histórica es dar vida de hechos pasados para que las nuevas generaciones comprendan como hechos anteriores han dado cambios a la vida social de algún país.

En FAREM-Matagalpa, en una encuesta realizada a la comunidad universitaria y población matagalpina afirman que desean informarse acerca de las actividades culturales, dónde el 27.12% asegura que le gustaría obtener esta información de forma diaria, permitiéndoles tener un mejor conocimiento acerca del trabajo que hace la universidad, el 50.85% mensual, 1.69% trimestral, 3.39% semestral y 0.85% anual.

Además el 16.10% optó por otras opciones para recibir información siendo esta semanal y quincenal. La cual refleja que el 11.67% de las personas encuestadas les gustaría saber sobre las actividades que se realizan semanalmente y un 1.67% les gustaría obtener información quincenalmente.(Ver gráfica 5).

Gráfica N° 5 La frecuencia que les gustaría recibir información acerca del quehacer Universitario, a la población Matagalpina y universitaria.



Fuente: Elaboración propia, en base a encuesta realizadas a docentes, estudiantes de FAREM Matagalpa y población Matagalpina.

4.2.4 POLÍTICAS SOBRE LA DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN.

Según (Wells, 2007) se tiene como propósito asegurar que toda información esté a disposición del público, a excepción de la información limitada que se considera confidencial. Además debe presentar efectos como marca registrada o sello de legitimación, derecho de autor y regulación de la publicación que se realiza.

Para lograr la divulgación se debe de pasar por un proceso de revisión, en el cual se verifica su contenido para comprobar su objetivo, luego de haberse revisado se define si la persona que escribió dicho artículo declara privilegios para que se divulgue y luego regular que personas puedan acceder y leer dicha información.

Extensión Universitaria de FAREM-Matagalpa como parte de sus funciones es manejar y divulgar información relacionada con asuntos estudiantiles, información de sus empleados y de la propia universidad. La mayor parte de esa información es de carácter confidencial, por lo tanto se debe de asegurar que los procedimientos que se llevan a cabo en los procesos de divulgación de información cumplan con las normas de confidencialidad, con leyes y reglamentos entre las cuales se destacan: la discreción propia, el derecho de autor y revisión Homóloga (Paguaga Barreto, 2012).

4.2.5 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN.

Según (Calvo Hernando, 2007) la divulgación es la descodificación de lenguajes críticos, que son enviados por medio de mensajes a lenguajes comprensibles a la totalidad del universo perceptor disponible.

En la divulgación se parte, en general, que el mensaje es dirigido a un público formado por personas con distintas preparaciones, es por ello que la Divulgación de Información se desarrolla mediante la interacción social, haciendo uso de símbolos y sistemas de mensajerías que se producen inmersos en la actividad humana, permitiendo el intercambio de información que hace consiente dicho proceso.

Hoy en día las diferentes entidades presentan dentro de su esquema organizacional un área específica que da lugar a la Divulgación de Información. En el caso de UNAN - Managua cuenta con el área de Extensión Universitaria, la cual da a conocer un sinnúmero de actividades realizadas dentro y fuera de la misma por medio de diarios, revistas especializadas, radio, televisión, blogs y sitios web que ayudan a conocer y a comprender las necesidades de la sociedad.

En la actualidad FAREM –Matagalpa cuenta con el medio de divulgación impreso llamada “LA UNIVERSIDAD LA REVISTA”, la cual contiene gran variedad de contenido, por lo tanto para que esta revista sea publicada debe de presentar una serie de pasos.

En primera instancia el encargado de Extensión Universitaria pasa por las diferentes secciones de clases comunicando que pueden hacerle llegar a su oficina o por medio del correo electrónico alguna información que deseen que se publique, de igual manera hace el mismo comunicado a los docentes; pero recorriendo cada cubículo.

En segunda instancia los suscriptores envían sus artículos científicos, poemas o cualquier actividad que quieran dar a conocer al administrador del departamento de Extensión Universitaria; posteriormente estos documentos son enviados al grupo de editores que está conformado por: Lic. Roger Kühl de la Rocha, MSc Víctor Gutiérrez Laguna y MSc Ramón Zeledón Alanís, los cuales desempeñan el trabajo de revisar minuciosamente el contenido y si todo está correctamente dan su aprobación para su debida publicación, de lo contrario editan el contenido dando recomendaciones al autor, de esta manera se da una mejor calidad al contenido que vaya a ser publicado, al finalizar esta revisión es enviado nuevamente al administrador del departamento, que se encarga de notificarle a los suscriptores por medio de un correo electrónico que su documento será publicado.

Siguiendo con este proceso el encargado de Extensión Universitaria le proporciona al grupo de colaboradores los artículos enviados por el grupo de edición para que estos le den formato y sean anexados a la revista. Dicho grupo

al finalizar con todos los documentos anexados revisan minuciosamente, para que esta no contenga errores, al terminar esta revisión se le envía al encargado de Extensión Universitaria, por lo tanto se dirige a revisar el formato de la revista, si esta no contiene errores se dirige al Decano de la Facultad Víctor Gutiérrez Laguna, para que revise la revista y autorice a la administración el desembolso del dinero, que será utilizado para la impresión de la revista, y que de esta forma se dé por finalizado el proceso de publicación de la revista.

Cabe mencionar que cuando la revista está impresa, esta se reparte a algunos docentes y estudiantes de la universidad para que conozcan lo que pasa dentro y fuera de la facultad, cumpliendo este último el proceso para la realización de la Divulgación de información del quehacer universitario de FAREM-Matagalpa (Paguaga Barreto, 2012).

4.2.6 EL QUEHACER UNIVERSITARIO.

4.2.6.1 DEFINICIÓN.

Según (Universidad de Colima, 2005) es reseñar las diversas actividades dentro y fuera del campus universitario a la sociedad en general, procurando renovar día con día nuestras emisiones. La universidad es una entidad que nace de maestros y alumnos el cual no se determina a la clase social, si no que se enfoca a los conocimientos de mayor excelencia que buscan la verdad.

La fama de una universidad no la da el dinero que tiene, esta se juzga por el número de investigaciones, tesis doctorales, publicaciones y gente que se ha formado en ella, un ejemplo claro es el quehacer universitario, ya que se representa por medio de presentaciones como libros, tesis u otro acontecimiento que se da dentro de la universidad para la sociedad, es decir que este proceso es importante porque ayuda a la promoción del desarrollo integral y la actualización de las y los alumnos y de las y los docentes.

En FAREM-Matagalpa este quehacer es reflejado por medio de eventos, como el encuentro cultural de nuestras raíces, encuentros de danzas universitarias, jornadas de poesías, ferias científicas, investigaciones, presentaciones de libros, simposio, prácticas de profesionalización y ferias vocacionales, todas estas actividades tienen como objetivo primordial enviar mensajes significativos a la comunidad, en tal sentido, cualquiera que sea la índole del contenido el mensaje necesariamente deberá cumplir con un mínimo de consideraciones para provocar una respuesta por parte del receptor de esta manera se obtendrá una forma de vinculación con el entorno.

4.2.6.2 COMPROMISO SOCIAL.

Según (Rojas, 2008) es un colectivo de personas dentro del ámbito universitario que promueven las condiciones sociales, independientemente de las relaciones que se den entre el estado, teniendo como objetivo favorecer a los seres humanos en el desarrollo integral de su persona.

El compromiso social facilita soluciones innovadoras a los que se debe de enfrentar la educación superior en el mundo de la globalización, por tal razón la universidad debe asumir un papel protagonista en los procesos de desarrollo humano, explorando y llevando a la práctica nuevas estrategias destinadas a construir una sociedad más justa y participativa a través del voluntariado.

Ejemplo de ello es como los estudiantes de FAREM-Matagalpa reflejan el compromiso social través de las pasantías que los estudiantes realizan en las distintas empresas locales, los servicios comunitarios y año social que realizan los estudiantes de la carrera de enfermería, las jornadas de limpieza y protección del medio ambiente, las marchas y protestas realizadas para defender sus derechos estudiantiles, entre otras, siendo el propósito de solucionar las demandas sociales concretas, enriqueciendo las experiencias de la universidad y de las personas implicadas en ellas, pero que no son suficientemente conocidas ni por la propia comunidad universitaria, ni por la sociedad.

4.2.6.3 COMPROMISO CULTURAL.

El fenómeno de la globalización amenaza el compromiso cultural de la universidad con imponer una empobrecedora homogeneidad en la cultura, que debe vincularse estrechamente con su comunidad local, regional y nacional para, desde ese enraizamiento, abrirse al mundo y con una visión universal, “Forjar ciudadanos del mundo” capaces de comprometerse con la problemática global, de apreciar y valorar la diversidad cultural como fuente de enriquecimiento del patrimonio de la humanidad (Bernheim, El compromiso cultural de las universidades, 2008).

El compromiso cultural no significa promover el aislamiento ni la confrontación con otras culturas. En realidad la cultura de un pueblo se enriquece al tener contacto con las tradiciones y valores de otras culturas, ya que permite el intercambio de ideas, experiencias, apreciando y valorando la diversidad cultural como fuente de enriquecimiento del patrimonio de la humanidad.

UNAN Managua - FAREM- Matagalpa, promueve todo tipo de actividades y proyectos relacionados con la cultura: la música, la danza y obras de teatros para proporcionar a la comunidad universitaria una formación alternativa a la especialización de su educación académica. A través de Extensión Universitaria y de la capacidad de interacción que proporcionan los proyectos que se desarrollan, se cumple con uno de los objetivos primordiales de esta institución: incidir en la vida socio-cultural de nuestra ciudad, es por ello que el trabajo de esta área se centra en dinamizar la formación integral del alumnado desde una perspectiva artística, intelectual y humanista; así mismo se exportan las inquietudes ideológicas de la comunidad universitaria, ofreciendo un contexto idóneo para poner en valor las iniciativas culturales universitarias, permitiendo desarrollar buenas relaciones entre profesionales, como parte del deber de toda universidad de integrarse con su entorno.

4.2.6.4 COMPROMISO CIENTÍFICO.

La educación superior en cumplimiento con su rol principal, en la formación de recursos humanos calificados de alto nivel, parte de, que sin información no hay logro científico, ni desarrollo y mucho menos, un nuevo conocimiento, ya que existe una relación entre ambos componentes en función de un estudio superior, donde el conocimiento saliente genera una nueva información, que permite cumplir con determinadas funciones sustantivas, en este caso, una investigación y de ello, se genera un nuevo conocimiento superior, presentando la capacidad, de desarrollar áreas de formación como la investigación (Gutierrez, 2012).

A partir de que se conoce que en las universidades se genera más del 60% de las investigaciones científicas, las universidades estudian y coordinan proyectos para el beneficio social, donde pueden realizar sus aportes, convocando a planes de colaboración y desarrollo que faciliten la ejecución de un proyecto, dando a estos resultados científicos mayor valor cuando responden a proyecto predefinido y que ofrece solución a un problema mayoritariamente de índole social. Estos son los argumentos que sirven de base para otorgar financiamiento al desarrollo científico e investigativo de los último tiempos.

En la actualidad UNAN -Managua genera planes de investigación y desarrollo por medio de convocatorias para sustentar mayores capacidades de innovación. Y es por ello que FAREM – Matagalpa realiza cada año la Jornada de Desarrollo Científico (JUDC), en el cual estudiantes y docentes dan a conocer diferentes proyectos innovadores, que responden a problemas reales de la sociedad, es decir no sólo se universaliza la docencia y la extensión, también es un compromiso de la universidad apoyar y propiciar el desarrollo de la ciencia en el territorio. Mencionando que los mejores proyectos de JUDC compiten con otros proyectos de otras universidades, además los estudiantes viajan a diferentes departamentos dando a conocer sus innovaciones, de esta manera la universidad obtiene un gran prestigio.

4.3 DIFICULTADES EN EL PROCESO DE DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN DEL QUEHACER UNIVERSITARIO.

4.3.1. DIFICULTADES ECONÓMICAS.

El problema económico en el uso eficaz de los recursos limitados para satisfacer las aspiraciones de la sociedad y el acceso generalizado al conocimiento, es uno de los problemas que la humanidad viene arrastrando al entrar en el tercer milenio (Liliana, 2008).

Las dificultades económicas afectan a la sociedad en general. Muchos comunicadores, divulgadores y periodistas desafían los obstáculos, con el objetivo de promover y facilitar la inserción en un mundo complejo, desconocido y cambiante a la sociedad, compartiendo esta función importante de sistematizar la información y el conocimiento para el público. Las dificultades económicas son factores que influyen en el proceso de divulgación.

Hoy las instituciones que se encaminan en la divulgación de información presentan dificultades económicas, como no poseer suficientes recursos de papelería, tinta, la falta de contratación de personal suficiente y el uso de la tecnología no adecuada, por lo que se han visto en la necesidad de no seguir prestando sus servicios. Se puede destacar que unas de las dificultades económicas presente en este proceso de Divulgación de Información de FAREM-Matagalpa es que el presupuesto destinado para este proceso no es suficiente, ya que según opiniones del encargado de Extensión Universitaria: “Si alguna actividad sobrepasa el presupuesto se suspende y no se realiza, además este presupuesto no satisface la demanda divulgadora”(Paguaga Barreto, 2012).

4.3.2 DIFICULTADES TÉCNICAS.

Según (Cobián, 2007) existe una dificultad cuando hay un conjunto de hechos y circunstancias que dificultan la consecución de un fin. Es frecuente que, al intentar resolver un problema sin estudiar el pro y los contras de distintas alternativas de

solución, los resultados no serán los esperados, es decir que existe una dificultad técnica.

La solución de cualquier problema, por muy sencillo que parezca, requiere un proceso ordenado, ya que de no seguir este orden puede ocasionar retraso en el trabajo laboral. Actualmente todas las empresas incrustan en sus procesos productivos o transaccionales algún software aplicado a su medida o empaquetado, por lo cual se necesita darle mantenimiento según el tiempo determinado.

Extensión Universitaria durante el proceso de Divulgación de Información presenta dificultades técnicas, ya que las personas que se encargan de la elaboración del formato de la revista, no son personas especializadas en el medio, y cuando se les presenta alguna dificultad técnica como que la máquina no responda a la ejecución de un software cuando se está trabajando debido a la gran cantidad de programas abiertos; pero no en uso, esto hace que la máquina se deba de apagar y lo peor es que si no se ha guardado el trabajo realizado, todo este se pierde, o que el cable de red se desconecta accidentalmente, por otro lado en el momento de querer instalar un software de diseño llaman a un especialista para que les ayude a resolver dicho problema, implicando esto un retraso de tiempo en su trabajo laboral, así mismo se retrasa la publicación de la revista.

Tabla N° 1: Consolidado de observación realizada al área de Extensión Universitaria.

Aspectos Observados	05/09/2012 4:00pm
Equipo Computacional	Sí.
La capacidad de almacenamiento es la adecuada	No.
El equipo cuenta con tarjeta de video	Sí.
Cuenta con impresora propia	No.
Existe incompatibilidad con los programas que utilizan	Sí.
¿Cómo son las condiciones del área de trabajo?	Cuenta con un área amplia, donde se encuentran dos escritorios, un abanico, parlantes y una computadora de escritorio con su batería.
Las versiones de los programas que utiliza son actualizadas?	Algunos como office, antivirus y navegador.
Otras observación del visitante	Cuenta con toma corriente, un estante, luz eléctrica y el disco duro se encuentra lleno de información con un 85%.

Fuente: Elaboración propia, en base a observación realizada en el área de Extensión Universitaria de FAREM Matagalpa.

Cabe señalar que se realizó otra observación el día 01/11/12 en la cual se observaron los mismos aspectos y la única diferencia que se obtuvo es que en ese día se realizó un respaldo de la información en cd para liberar el espacio del disco duro, este respaldo se hizo con el objetivo de mejorar el rendimiento de la computadora.

4.3.3 DIFICULTADES TECNOLÓGICAS.

Según (Meza, 2006) es cuando un objeto o proceso no satisface las necesidades para la cual fue inventado entonces, hay una necesidad de crearlo.

Es muy importante que el individuo vea que la tecnología se estudia y se aplica para su vida, por lo tanto debe tener en cuenta que la tecnología evoluciona muy rápido, y con el paso del tiempo queda obsoleta. Muchas veces las empresas e instituciones no cuentan con el presupuesto adecuado para adquirir equipos actuales y esto conlleva a que no agilicen sus procesos.

En cuanto al proceso de Divulgación de Información las dificultades tecnológicas se destaca la falta del equipo computacional como: scanner, impresora y una computadora con mejor capacidad de almacenamiento y memoria RAM adecuada para la realización de dicho proceso, estos datos se pueden observar en la tabla1 anteriormente citada, además el encargado de Extensión Universitaria afirma “Lo que más se necesita durante el proceso es el recurso humano y equipos computacionales capacitados para este tipo de trabajo” (Paguaga Barreto, 2012).

4.3.4 DIFICULTADES ORGANIZATIVAS.

Según (Mesa, 2001) los conflictos pueden ser de orden intrapersonal (propios del "yo") o interpersonal (propios de un grupo de personas que forman una organización). Se basa en una perspectiva sistémica que concibe a la organización como un ‘todo’ en el que sus partes se encuentran interrelacionadas y que la presencia de conflictos, más que una dificultad, es una oportunidad de evolucionar hacia un nuevo orden más complejo y dinámico.

Este comportamiento organizacional no beneficia a los objetivos establecidos para el desarrollo de la empresa, perjudicando a la organización y por ende a todo el recurso humano que labora en ella, un ejemplo claro es como ocurre el despido personal cuando existe este tipo de problemas dentro de una organización.

En el proceso de Divulgación de Información cabe destacar que existe este tipo de dificultad, la cual recae sobre el encargado de Extensión Universitaria, ya que para realizar este proceso, él debe de buscar al recurso humano que le ayude a desarrollar los materiales como lo son brochures, boletines entre otros que dan a conocer las actividades realizadas en dicha facultad, es decir que la universidad no presenta a un grupo de personas que estén organizadas según sus capacidades para ayudar a la realización de esta divulgación. (Paguaga Barreto, 2012).

4.4 ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PARA MEJORAR EL PROCESO DE DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN.

4.4.1. LA DIVULGACIÓN DE LA INFORMACIÓN IMPRESA.

Según(Alessandri, 2012), la divulgación es la adquisición, representación, almacenamiento, organización y acceso a elementos de información. Dada una necesidad del usuario de obtener información, la divulgación impresa produce como salida un conjunto de documentos cuyo contenido distribuye noticias e ideas.

En la actualidad se ve reflejado como en la comunidad se reparten folletos, catálogos o se pegan papeletas en las paredes de domicilios y lugares de trabajo reflejando información de interés a la sociedad.

En el proceso de Divulgación de Información FAREM-Matagalpa hace uso de este medio, ya que hacen publicaciones de revistas, folletos y brochures que varían en su tiempo de circulación, pudiendo ser quincenal, mensual, bimestral y hasta semestral. Además su arte final es muy vistoso y llamativo puesto que su distribución no es diaria.

4.4.1.1 VENTAJAS DE LA DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN IMPRESA.

Según (Alessandri, 2012), a través de múltiples instrumentos se puede llevar un mensaje personalizado a la sociedad, estableciendo una vía directa ágil y eficaz de comunicación.

Las ventajas más significativas en un mercado específico son la creatividad y originalidad de la información a proporcionar, es por ello que los medios impresos son muy variados; en primer lugar, toda la población tiene acceso a este medio y en segundo, cada lector exige el que mejor satisfaga sus necesidades.

En la actualidad el proceso de Divulgación de Información de FAREM – Matagalpa, hace uso de los medios impresos como boletines para dar a conocer a su audiencia todo lo que pasa dentro de la facultad logrando sus objetivos como es ayudar a la sociedad a tomar buenas decisiones, ya que cada mensaje que se envía es de manera individual e independiente.

4.4.1.2 DESVENTAJAS DE LA DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN IMPRESA.

Según (Alessandri, 2012), las desventajas más significativas son: el rechazo, por parte de aquellos que lo perciben como una entrada en su espacio de intimidad, ya que la mayoría de los jóvenes muestran sus preferencias por los nuevos medios de comunicación interactivos que hacen uso de la tecnología, en contra de su falta de interés por los medios tradicionales.

En la actualidad el proceso de Divulgación de Información de FAREM- Matagalpa las desventajas encontradas en cuanto a la publicación de medios impresos, como revista, broshures y boletines es la escasa durabilidad y la facilidad con que se pueden violar los derechos de autor, difundiendo ilegalmente publicaciones protegidas por convenios internacionales, por otra parte la mayoría de la sociedad prefiere hacer uso de la tecnología para leer cualquier noticia.

4.4.2 LA DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN RADIAL.

Según (Espindola H, 2006), señala que es un medio de comunicación que se caracteriza por sus mensajes sonoros, que son producto de los temas de actualidad y de los lineamientos específicos del medio que lo llevan a trabajar interdisciplinariamente, para contribuir con el desarrollo de la comunidad.

La Divulgación radial como medio de comunicación es tan poderosa que crea formas de opinión, por este motivo todos quieren tener control sobre lo que se habla en radio tomando en cuenta la programación, que es la previsión de los espacios que van a ser emitidos durante un tiempo determinado, a través de una emisora radial.

En la actualidad el proceso de Divulgación de Información de FAREM- Matagalpa se realiza por medio de programas radiales como “El Atabal Universitario” y “La Universidad en Marcha” que divulgan las actividades como Feria del Maíz, publicaciones de libros, las cuales se realizadas dentro y fuera de la universidad; pero estos medios son poco conocidos dentro de la universidad, ya que de las personas encuestadas el 9.46% comentaron tener conocimientos sobre los programas radiales realizados por la universidad. (Ver gráfica 2).

4.4.2.1 VENTAJAS DE LA DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN RADIAL.

Según (Paiz, 2010), entre las ventajas se encuentra, que la radio produce una relación interpersonal llegando a los lugares más recónditos y las clases sociales de cualquier país, es económico y amistoso; además el mensaje es preciso.

Así como sin anunciantes no hay publicidad, sin los medios de comunicación radial tampoco se logra la promoción publicitaria de cobertura masiva como la que se conoce en la actualidad.

Hoy en día el proceso de Divulgación de Información de FAREM- Matagalpa se da por medio de programas radiales que sirven para informar, educar y entretener.

Una ventaja importante de la radio es que su costo de producción es menos elevado que el de los otros medios, esta característica beneficia al presupuesto destinado para este proceso.

4.4.2.2 DESVENTAJAS DE LA DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN RADIAL.

Según(Paiz, 2010), entre las desventajas están: que el locutor en ocasiones impone al oyente, es decir el ritmo de lectura es superior a su grado de captación, no puede volver atrás en la lectura.

En la actualidad cuando se está ofreciendo un producto a la sociedad, este no puede ser visto, por lo cual es una desventaja para quien lo oferta, es decir que el anuncio se transmite y luego se pierde, es por ello es que se escucha varias veces el mismo spot publicitario.

4.4.3. LA DIVULGACIÓN INFORMACIÓN TELEVISIVA.

Es un proceso social en el que entra en juego los individuos y la transmisión de imágenes y representaciones, lo que implica un fenómeno educacional y lleva inmerso en sí mismo un conjunto de aspectos personales como: sentimientos, autoestima, valores, entre otros(Valero Matas & Coca, 2010).

Tras lo antes citado se puede afirmar, de un modo general, que la divulgación televisiva está profundamente relacionada con la transmisión de imágenes, la cual establece una serie de pasos en el proceso de Divulgación de Información, centrándose en el aspecto educacional del ser humano.

En la actualidad FAREM-Matagalpa está consciente que la población en general destina un espacio de su tiempo para ver la televisión, por tal razón a finales del 2012 comenzó a transmitir el programa radial “La Universidad en Marcha”, el cual conlleva a ofertar sus servicios y da a conocer las actividades que se realizan en esta facultad a través de este medio.

4.4.3.1 VENTAJAS DE LA DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN TELEVISIVA.

Según (Degrado Godoy, 2005), las ventajas que ofrece la Divulgación de Información televisiva, destaca que la televisión ofrece alternativas visuales, de sonido, movimiento, color y efectos especiales, por lo cual los anunciantes consiguen llegar a casi todas las familias a través de este medio, además su amplia cobertura, el anunciante repite el mensaje con la frecuencia televisiva deseada.

Se puede decir que la televisión es el medio de transmisión por excelencia, ya que combina el movimiento de las imágenes y el sonido para dar vistosidad a sus anuncios, viñetas y spots publicitarios, los cuales tienen como finalidad vender un producto o anunciar alguna actividad a un público en general.

Actualmente el proceso de Divulgación de Información de FAREM- Matagalpa al realizar divulgación por medio de la televisión ha proporcionado experiencia en el campo cultural, el cual ha permitido desarrollar una actitud activa para la observación de televisión, formando a los jóvenes y adultos que de otra manera estarían marginados.

4.4.3.2 DESVENTAJAS DE LA DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN TELEVISIVA.

Según (Fontanez, 2005) la desventaja es el costo, que para muchos anunciantes suelen ser altos, los mensajes pueden ser cortados por el televidente, ya sea porque cambia de canal o porque bajan el volumen de la tv.

Se sabe que la televisión tiene como objetivo primordial retener la atención del televidente, es por ello que es difícil encontrar programas con contenidos educativos que se ajusten a los requerimientos culturales.

FAREM- Matagalpa al divulgar información por este medio, puede presentar desventajas como que el anunciante en los espacios de ser creativo, dinámico y

audaz para satisfacer sus metas publicitarias. Además que en ocasiones algunas transmisiones de estos programas educativos no coinciden con el horario de la sociedad.

4.4.4. DEFINICIÓN DE LA AUTOMATIZACIÓN.

La automatización se refiere a una amplia variedad de sistemas y procesos que operan con mínima o sin intervención del ser humano, es decir que son operadas por máquinas para realizar funciones repetitivas basadas en la tecnología para operar y controlar la producción (González Palomeque & Verdugo Segovia, 2011).

En la actualidad la automatización de procesos no ha parado de evolucionar en los últimos años, esto gracias a la tecnología se han producido cambios muy importantes. En Nicaragua se destaca TOYOTA en la industria automotriz, ya que esta empresa hace uso del sistema JIT (Just In Time) el cual reduce los sistemas de inventarios en todos los pasos de la línea productiva, logrando minimizar perdidas a la empresa y facilita acordar compras aseguradas a lo largo del año, beneficiando a la empresa de gran manera.

FAREM – Matagalpa ha hecho uso de la automatización para procesar y organizar las tareas de mayor demanda, en el caso del proceso de la Divulgación de Información se ha visto en la necesidad de automatizar este proceso para gestionar de una mejor manera la información de las revista, boletines, espacios radiales y televisivos manteniendo a la sociedad actualizada y optimizando el tiempo de servicio y de sus propios recursos.

4.4.4.1 IMPORTANCIA DE LA AUTOMATIZACIÓN.

Para(Jara & Téllez, 2008)es importante automatizar para mejorar las condiciones de trabajos haciéndolo más productivo y eficiente; sin embargo alcanzar dichos objetivos no representa plena garantía de obtener una mayor rentabilidad.

Es muy importante automatizar un proceso en una entidad, ya que posee mayor rentabilidad y su productividad aumenta lo cual le ayuda a desarrollarse en este

mundo globalizado, proyectando así mejor sus servicios, al realizarlos con mayor eficiencia.

En la actualidad, en Nicaragua la mayoría de las empresas tienen presente que es de vital importancia la disminución de la sobrecarga de trabajo para el recurso humano, por esa razón deciden automatizar sus procesos, logrando así satisfacer cada vez más las exigencias de la sociedad y ganando campo en el mercado.

4.4.4.2 VENTAJAS DE LA AUTOMATIZACIÓN.

Según(García Purche, 2010)la automatización de un proceso brinda ciertas ventajas y beneficios de orden económico, social y tecnológico, pudiéndose resaltar las siguientes:

- ❖ Se obtiene una reducción de costos, puesto que se racionaliza el trabajo, se reduce el tiempo y dinero.
- ❖ Mejorar la seguridad del trabajador. Pasa a supervisar en lugar de “manipular”.
- ❖ Ventaja competitiva frente al cliente y ahorro de material inmovilizado.

De lo anterior, se puede deducir que la automatización facilita las operaciones rutinarias realizadas en el ámbito laboral, además involucra a la información en la toma de decisiones de la empresa. En la modernidad las empresas se han percatado de esta realidad, por lo que han decidido aplicar la automatización de información a las funciones administrativas de sus empresas como: el control de horarios, control de inventarios, control de nóminas de pagos, entre otros.

4.4.4.3 DESVENTAJAS DE LA AUTOMATIZACIÓN.

Según(García Purche, 2010)entre las desventajas de automatización se pueden citar:

- ❖ El capital inicial de inversión, ya que en ocasiones resulta inaceptable la inversión ante los costos de las máquinas y equipos automatizados.

- ❖ Resistencia al cambio ya que los operadores e incluso los gerentes lo ven como algo innecesario.
- ❖ La falta de conocimientos ante el constante cambio de tecnología.
- ❖ La ausencia de personal capacitado para adecuarse a las nuevas necesidades.

En la actualidad se puede decir que hay empresas que han decidido seguir con sus trabajos tradicionales, ya sea por recursos económicos o porque, el personal debe de ser altamente calificado a lo largo de todo el proceso de implantación, desde el diseño de línea y los equipos, hasta el mantenimiento regular y las modificaciones de mejora. Este personal es muy caro y escaso.

4.4.4.4 ALTERNATIVAS DE AUTOMATIZACIÓN.

4.4.4.4.1 SOFTWARE COMERCIAL.

Es el software desarrollado por una empresa con intención de venderlo y obtener beneficios. Es decir que cuenta con licencias, las cuales están limitadas por usuarios, además el desarrollo, programación y actualización de este software solo lo hace la empresa que tiene derechos (Grimolde Porras, 2005).

De lo ante expuesto estos sistemas abarcan todas las áreas funcionales y su tarea es ejecutar los procesos de toda la empresa, así ayudan a esta a volverse más flexible y productiva mediante la coordinación más estrecha de los procesos y la integración, buscando siempre una mayor eficiencia y productividad de las empresas.

En la actualidad empresas como Microsoft, Adobe, Corel, Autodesk, Apple entre otras ofrecen software como paquetes de oficina Office, aplicación para el tratamiento de imágenes Photoshop, en los cuales el código de su programación no puede ser modificado.

4.4.4.4.2 SOFTWARE A LA MEDIDA.

Según(Sistema Tecnológico de Monterey, 2012)el software a la medida consiste en unos programas concretos para la realización de determinadas tareas realizadas por el usuario.

Se puede decir que a diferencia del software comercial el software a la medida, está adaptado a las necesidades específicas delos clientes y no enfocando en general como el comercial. Hoy en día las empresas cada vez adaptan a sus procesos software que se ajusten a sus necesidades para mejorar su productividad y rentabilidad.

Por ejemplo en Matagalpa las farmacias OZIRIS utilizan un programa llamado Mónica el cual permite realizar facturas, controlar el inventario, realizar listas de precios, tener archivo de clientes, proveedores, las cuentas corrientes y la contabilidad; obteniendo resultados rápidos y a la vez cumple con todos los requerimientos.

9.4.4.4.2.1 SISTEMAS EN WEB.

Según (Rodríguez Perojo, 2006)“Es un sitio web es un área del World Wide Web donde se encuentra una página o conjunto de páginas web que conforman una unidad, debido a que comparten un mismo tema e intención” La evolución del internet como red de comunicación global ha permitido el surgimiento y desarrollo dela web como servicio imprescindible para compartir información, el cual es un excelente espacio de interacción del hombre con la información hipertextual, a la vez que sentó las bases para el desarrollo de una herramienta integradora de los servicios existentes.

Se puede definir como un sistema de información, que presenta un conjunto de elementos relacionados y ordenados, siguiendo ciertas reglas que aportan al desarrollo y diseño del mismo.

Actualmente empresas como Office Live, Google Docs y Yahoo Respuesta hacen uso de estos sistemas de información que se encuentran al alcance de las grandes masas de usuarios que interactúan directamente con los sistemas de información para satisfacer sus necesidades de información por medio de Internet.

4.4.4.4.2.1.1 TIPOS DE SISTEMAS WEB.

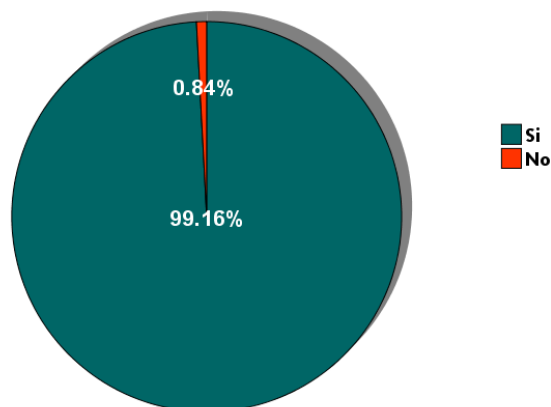
4.4.4.4.2.1.1.1 SITIOS WEB DINÁMICOS.

Es un espacio virtual en internet que posee un conjunto de páginas web que son accesibles desde un mismo dominio o subdominio que “permiten crear aplicaciones como encuestas, votaciones, foros de soporte, libros de visita, envío de e-mails inteligentes, reserva de productos, pedidos on-line, atención al cliente personalizada” dentro de la propia web, otorgando una mayor interactividad con el navegante(Hanke, 2009).

A lo antes expuesto un sitio web dinámico es aquel que puede tener cambios frecuente en cuanto a la información que se divulga, en el cual son accedidos a través de una dirección URL (generalmente un dominio), utilizando un navegador web, por lo cual estos son más complejos en cuanto a su programación; asimismo permiten controlar y mantener el contenido de forma actualizada. Cabe mencionar que esto se da entre un cliente – servidor.

En la actualidad la población matagalpina y universitaria conformando por un 99.16 % le gustaría que la UNAN-FAREM Matagalpa contará con un sitio web dinámico que permita que todos tengan acceso a la información de lo que sucede dentro de esta casa de estudios superiores, contra un 0.84 % que optan de no querer un sitio web dinámico, obteniendo esta información a través de encuesta realizada a la población antes mencionada.

Gráfico 6. Aceptación del sitio web dinámico, de FAREM- Matagalpa.



Fuente: Elaboración propia, en base a encuesta realizadas a docentes, estudiantes de FAREM Matagalpa y población Matagalpina.

4.4.4.4.2.1.1.2 VENTAJAS DE LOS SITIOS WEB DINÁMICOS.

Según(Tedyco, 2011).

- ❖ Edición y modificación de páginas web utilizando un gestor de contenidos web.
- ❖ Generador de noticias automatizado.
- ❖ Información actual de otros servidores.
- ❖ Accesibilidad y cobertura de cualquier lugar con acceso a internet.
- ❖ Se pueden hacer cambios de inmediato, debido a un proceso de cambio mucho más corto. Puede ser más barato que un sitio web estático.

Lo anterior comprueba que, existen en el mercado un gran número de gestores como WordPress, Joomla, Drupal entre otros el cual han permitido la creación de excelentes páginas dinámicas como Intel, Nesto y Ubuntu, el cual permiten de forma directa la interacción con el visitante, así mismo la información mostrada es actualizada, gestionada y organizada en tiempo real para satisfacer las necesidades de millones de usuarios que se encuentran compartiendo y

navegando. Además en estas páginas se ofrecen servicios de consultoría y formación tecnológica en línea.

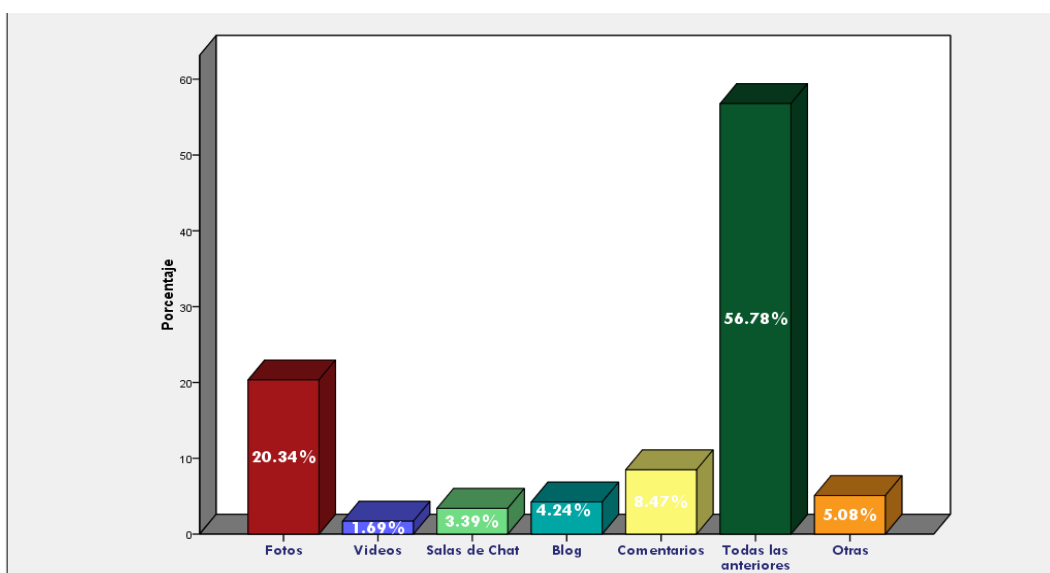
FAREM – Matagalpa no cuenta con un sitio web dinámico; pero al poseerlo tendría gran impacto, más si este estuviese directamente relacionado con el proceso de Divulgación de Información, ya que vendría a solucionar problemas presentados durante la divulgación, en otras palabras se haría uso de la automatización, lo cual aumentaría la capacidad de producción y de dar una respuesta más rápida a los clientes, entregando sus demandas de una manera fácil y con menor tiempo, además es algo muy importante para poder ser competitivo en el mercado de la Divulgación de Información(Paguaga Barreto, 2012).

La población universitaria muchas veces no sabe lo que pasa en realidad dentro de su facultad, es por ello se estaría en constante intercambio de información, además la implementación de ello beneficiaría a la facultad, comunidad universitaria y población en general, ya que se hace uso de la tecnología el cual permite satisfacer las necesidades de la sociedad y da a conocer todo lo que pasa dentro de esta facultad proyectándola no sólo para la sociedad local, si no de manera internacional. Así mismo lo afirmaron las personas encuestadas obteniendo un 100% de aceptación al sitio web, por lo cual la implementación de este sitio web dinámico tendría muchos beneficios como beneficiarios.

Algunos de estos beneficios serían: conocer y dar a conocer la información relacionada a las actividades de dicha facultad por lo que la población nicaragüense, universitaria y extranjera tendría diversas opciones del por qué visitar este sitio web dinámico, así lo afirmaron el 20.34% de las personas encuestadas que les gustaría que dentro del sitio web diseñado estén incorporadas fotos de todas las actividades, además un 1.69% optan que les atraerían los videos, el 3.39 % salas de chat, 4.24% el blog, así mismo el 8.47 % quisieran poder tener la opción de comentar de cualquier tema publicado dentro

del sitio y obteniendo una mayor votación del 56.78 % que se optaron de la posibilidad de tener todas las opciones anteriores, al mismo tiempo el 5.08 % dio como opinión que el sitio debería de tener otras opciones como tener un paseo virtual dándole una mayor ventaja al sitio web, además de mostrar información concerniente a las carreras que se ofertan y que se publiquen programas investigativos, salas virtuales para los diversos usuarios que lo visiten. (Ver gráfica #7).

Gráfica 7-Opciones que le gustaría a la población Matagalpina y universitaria, se reflejaran dentro del sitio.



Fuente: Elaboración propia, en base a encuesta realizadas a docentes, estudiantes de FAREM Matagalpa y población Matagalpina.

4.4.4.4.2.1.1.3 DESVENTAJAS DE LOS SITIOS WEB DINÁMICOS.

Según (Tedyco, 2011),

- ❖ Generalmente el costo es mayor al de un sitio estático.
- ❖ El tiempo de desarrollo es mayor.
- ❖ Las aplicaciones encontradas dentro del sitio web, dependen de internet.

Actualmente estos sistemas de gestión de contenidos suelen estar relacionadas con el tiempo que conlleva aprender a usarlos, además que si no se cuenta con el servicio de internet, la web no tiene mucha importancia; sin embargo las ventajas ofrecidas en los sitios web dinámicos hacen valer mucho más el objetivo de cualquier empresa ya que se posee el control total.

4.4.4.4.2.1.1.4 SITIOS WEB ESTÁTICOS.

Este tipo de páginas contienen información que el cliente no puede manipular, no requieren bases de datos ni lenguajes de programación, son páginas enfocadas a mostrar información permanente y no permiten grandes libertades como agregar funcionalidades (Tedyco, 2011).

A lo antes expuesto si el cliente de este tipo de páginas web desea modificar cualquier tipo de contenido mostrado en su página, deberá ponerse en contacto con la empresa que la desarrollo, para poder realizar dichas modificaciones. Esto supondrá un coste adicional e independiente al coste inicial de dicha página estática, no soporta ninguna aplicación web.

Hoy en día es muy común que las empresas tengan su página web estática que gestionan la divulgación de información ya sea información empresarial como su misión, visión, objetivos o simplemente una breve descripción de su labor social con la sociedad. FAREM-Matagalpa no es la excepción ya que esta casa de estudio cuenta con una página web estática en donde se publica información relevante de ella; mencionando que está vinculada al sitio web de UNAN-Managua.

4.4.4.4.2.1.1.5 VENTAJAS DE LOS SITIOS WEB ESTÁTICOS.

Según (Tedyco, 2011), las ventajas es que son páginas sencillas y baratas, pueden contener texto, gráficos y fotografías, el desarrollo conlleva un corto espacio de tiempo y su construcción por ser estático tiende a tener costos inferiores, además son más ligeras que el dinámico y optimiza los motores de búsqueda.

Se puede decir que un sitio ya sea estático o dinámico se debe de tener presente satisfacer las necesidades del cliente, sus objetivos y que cumpla los propósitos por los que fue creado.

En la actualidad la mayoría de las pequeñas y medianas empresas matagalpinas, deciden adoptar esta tecnología debido a que no gestión base de datos y el objetivo de la creación de dicho sitio es la publicación de información para dar a conocer sus productos, logrando llamar la atención de sus clientes.

4.4.4.2.1.1.6 Desventajas de los Sitios web Estáticos.

Según(Tedyco, 2011)cualquier tipo de modificación posterior a su desarrollo deberá de ser realizada por quienes lo desarrollaron, con su coste adicional. En las páginas web estáticas no hay manera de que se pueda cambiar el contenido de la página. En la mayoría de los sitios web estático, cada página es diferente una de la otra.

En la actualidad este tipo de páginas son una opción para las micro - empresas que simplemente ofrecen una descripción general de las actividades del mismo (Quienes somos, Donde estamos, servicios) es decir que solo desean informar a los visitantes de sus productos o servicios.

4.4.4.2.1.1.7 SELECCIÓN DE ALTERNATIVA.

Anteriormente se citaron algunas alternativas para mejorar el proceso de Divulgación de Información del quehacer universitario, de las cuales se describen las ventajas y desventajas que se tendrían al escoger algunas de ellas. Tras analizar todas las alternativas se llega a la propuesta de construir un sitio web dinámico, el cual mejorará la gestión y control del proceso deDivulgación de Información de FAREM-Matagalpa,mostrando a la sociedad en general de manera eficiente y confiableel quehacer universitario.

Esta alternativa es muy bien acogida por la comunidad universitaria y matagalpina, los cuales destacan en la gráfica6 antes mencionado, es que si existiera un sitio web dinámico que gestionara este proceso para dar mejor información, ellos lo visitarían manteniendo día a día una interacción universidad- sociedad.

Este sitio estará compuesto por los siguientes menús de navegación Inicio, Actividades, Divulgación, Multimedia, Enlaces e Interactivo. Donde se encuentra el mapa del sitio. (**Ver anexo 7**).

Para desarrollar y analizar esta aplicación se usaron combinaciones de modelos de desarrollo de software como Cascada, el cual se utilizó para el análisis, desarrollo y documentación del sistema; Modelo de Prototipo, se uso para la presentación periódica de prototipos donde el cliente decidió los cambios hasta llegar al producto final; Modeló Basado en Componentes fue usado en la reutilización de componentes como librerías de objeto definidos por varios lenguajes de programación como php y el Paradigma Orientado a Objeto que ayudó a enfocarse al problema donde los objetos pueden ser clasificados, descritos y organizados de esta manera se presentara mayor seguridad y calidad del producto.

También se hizo el análisis del proyecto informático, donde se evaluó: la Factibilidad económica, factibilidad operativa y factibilidad técnica. (**Ver anexo 8**).Asimismo se realizó un contrato de uso con el administrador del sitio web dinámico.(**Ver anexo 9**).

El uso del software es muy importante al momento de construir un sitio web dinámico, es por ello que se necesitó hacer uso de Drupal que es un programa libre con licencia GNU/GPL muy dinámico que gestiona contenido a través de módulos, el cual permite la realización de las páginas web dinámicas, este contenido y otras configuraciones se almacenan en una base de datos que se genera automáticamente de manera gráfica, la cual se edita utilizando un entorno web, con la ayuda del lenguaje de programación PHP de licencia GNU usado en

todos los sistemas operativos y plataforma se desarrolló la web, ya que este código es interpretado por un servidor web con un módulo de procesador de PHP que genera la página web resultante. Mysql Workbench se empleó para la creación de bases de datos, así mismo se usó para importar/ exportar información a la base de datos que se crea en Drupal por defecto. El uso de Xampp un servidor independiente que esta liberado bajo licencia GNU, ayudó a interpretar y probar el sitio web dinámico. Para definir el texto y otros elementos que componen una página web dinámica se usó HTML, las hojas de estilos CSS ayudaron a aplicar efecto a los elementos como imágenes, fuentes, fondos y colores que están dentro de las páginas web. En cuanto al marco de desarrollo se utilizó jQuery, el cual proporcionó un conjunto de utilidades como ocultar, mostrar, arrastrar y hacer prácticamente lo que deseemos con los elementos DOM de la página web dinámica.

El sitio Web dinámico tiene una página principal donde se encontrará información de las diferentes actividades realizadas dentro de la universidad, además se contará con formulario el cual le permitirá al visitante registrarse para poder enviar documentos y que estos sean publicados. También el administrador del sitio tendrá la oportunidad de publicar fotos y estas colocarlas en un mismo álbum, logrando de esta manera tener un orden en cuanto a la información que se dará a conocer al usuario final, así mismo si el visitante del sitio desea descargar de forma completa alguna de las revistas publicadas lo podrá hacer de manera fácil rápida y sencilla permitiéndole informarse del tema de su preferencia. (**Ver anexo 10**).

V. Conclusiones.

Al evaluar el proceso de Divulgación de Información de FAREM- Matagalpa en el año 2012, se llegó a las siguientes conclusiones:

1. El proceso actual de la Divulgación de Información del quehacer universitario de FAREM-Matagalpa consiste en la publicación de 3 ejemplares escritos de “LA UNIVERSIDAD LA REVISTA”, elaboración de volantes para comunicar los eventos realizados por la universidad, el programa televisivo “La Universidad en Marcha” que es transmitido por el canal “Perla TV”, la trasmisión Radial del “Atabal Universitario” en Kiss FM, una pantalla ubicada en el cafetín de esta facultad, una página en Facebook y un link en el sitio web actual de FAREM-Matagalpa.
2. Las principales dificultades encontradas dentro de este proceso fueron: La falta de personal capacitado para la elaboración de los materiales publicitarios, la falta de recursos tecnológicos con especificaciones y capacidades óptimas para la realización de dicho proceso, el presupuesto asignado no satisface la demanda divulgadora, además la universidad no cuenta con personal, por lo tanto el responsable de Extensión Universitaria debe de buscar por su cuenta al personal de colaboradores.
3. La alternativa óptima que se propone para mejorar el proceso de Divulgación de Información es la implementación de un sitio web dinámico, que gestione y agilice la Divulgación de Información del quehacer universitario de FAREM-Matagalpa, permitiendo que esta sea precisa, concisa actualizada, segura y ágil en cuanto a las actividades realizadas. Esta alternativa es aceptada por el encargado de Extensión Universitaria, la población universitaria y matagalpina.

VI. Bibliografía.

- Alessandri, J. (2012). *Manejo de Información de Interés para el Mercado*. Chile: Fana.
- Alvarenga, L. (2009). *Medios de Divulgación*. España: Analecta Editorial.
- Ayuntamiento Santander. (25 de febrero de 2006). *portal.ayto-santander.es*. Recuperado el 14 de mayo de 2012, de portal.ayto-santander.es:
www.portal.ayto-santander.es/portal/page/portal/inet_santander/ficha/ficha_ayto?itemId=624599
- Bernheim, C. (25 de marzo de 2008). El compromiso cultural de las universidades. *El nuevo Diario*, págs. 7-8.
- Calsamiglia, H. (2002). *Divulgar: itinerarios discursivos del saber*. Mexico: Edit clío.
- Calvo Hernando, M. (Noviembre de 2007). *Manuel Calvo Hernando*. Recuperado el 8 de Mayo de 2012, de Manuel Calvo Hernando:
<http://www.manuelcalvohernando.es/listado.php>
- Carmona Noguera, L. R., & Castillo Rodríguez, Y. Y. (2010). *Diseño de un Servicio Web para un portal informativo de la FAREM Matagalpa – UNAN Managua, año 2010*. Matagalpa -Nicaragua.
- Ceballos Sierra, F. J. (2008). *Java 2 Interfaces Graficas y Aplicaciones para Internet 3 ED*. España: RA-MA-EDITORIAL.
- Centro de Investigaciones y Estudios de la Salud.UNAN-Managua. (2012). *CIES*. Recuperado el 2 de 8 de 20, de
<http://www.cies.edu.ni/cies/www.bvd.org.ni/php/index.php>
- Cobián, A. C. (2007). *Tecnología E.S.O*. Recuperado el 20 de 4 de 2012, de Tecnología E.S.O: www.filotron.com/tecnologia/archivos/ud1.pdf
- Corchete Hernández, S. (2004.). *Hacia una definición del documental de divulgación*. Navarra.: Pamplona.
- Degrado Godoy, M. D. (2005). *Televisión, Publicidad y Comunicación*. Redalyc.
- Espindola H, D. (2006). *Extensión Rural Nuevas Oportunidades*. Panama.

- Fontanez, D. (08 de Abril de 2005). *La estrategia de la Publicidad*. Recuperado el 20 de Agosto de 2012, de Comercio Hispano:
www.gestiopolis.com/canales5/comerciohispano/112.htm#mas-autor
- García Purche, E. J. (12 de Enero de 2010). *Ventajas Y Desventajas de la Automatización*. Recuperado el 22 de mayo de 2012, de Slide Share:
www.slideshare.net/guest8f6e58/la-automatizacin-un-beneficio-o-un-maleficio-3792387
- González Palomeque, C., & Verdugo Segovia, J. (4 de Junio de 2011). Universidad Politécnica Salesiana. *Handle System*, 10.
- González, A. (2010). *La Radio*. Buenos Aires: Larrea.
- Grimolde Porras, J. (10 de marzo de 2005). *Junta de Andalucía*. Recuperado el 16 de mayo de 2012, de Junta de Andalucía:
www.juntadeandalucia.es/averroes/manuales/guadaconceptos.html
- Gutierrez, N. C. (2 de Agosto de 2012). *Necesidad e Importancia del aporte Científico*. Oruro: LA PATRIA Ltda.
- Hanke, J. C. (2009). *PHP Sitios Web Dinámicos*. Francia: Coedis s.l .
- Hernando, M. C. (14 de Noviembre de 2007). *Ciencia Digital*. Recuperado el 8 de mayo de 2012, de Ciencia Digital:
<http://www.manuelcalvohernando.es/listado.php>
- Jara, E., & Téllez, D. (2008). *Sistema de Gerencial para Industrial IPMIS*. Lima-Peru.
- Kühl de la Rocha, R. (10 de Enero de 2013). Historia de la Divulgación de Información en FAREM- Matagalpa. (S. Ronaldo, Entrevistador)
- Liliana, S. (2008). *Apuntes Universitarios*. Salamanca: 2011 orange.
- Lombardi, F. (30 de septiembre de 2008). *Definición Televisión*. Recuperado el 09 de mayo de 2012, de Definición abc:
<http://www.definicionabc.com/comunicacion/television.php>
- Mesa, P. C. (25 de 12 de 2001). *Gestión Política*. Recuperado el 2012 de 5 de 20, de Gestión Política:
<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/rrhh/conflab.htm>

- Meza, T. P. (4 de 8 de 2006). *Métodos de solución de Problemas Tecnológico*. Colombia: cvbx.
- Paguaga Barreto, J. A. (28 de octubre de 2012). Descripción del proceso de Divulgación de Información. (R. Sáenz Ruiz , Entrevistador)
- Paiz, C. (2010). *Programas radiales de noticias y su efecto en los estudiantes*. Guatemala: Ariel.
- Pérez Ruiz, M. A. (2002). *La Publicidad en España Anunciantes Agencias y Medios*. Madrid: Fragua.
- Prat, M. (2007). *Crea tu primer Sitio Web con Dreamweaver8*. Barcelona: ENI.
- Ramirez, R. (2012). La ciencia parte de la Cultura Ciudadana. *Divulgación y Cultura Científica Iberoamericana*, 9-11.
- Rodríguez Perojo, K. (2006). El web como sistema de información. *ACIMED*, 12.
- Rojas, M. (2008). El Compromiso social de las Universidades de América Latina Yel Caribe. *Las Americas* (pág. 7). Chile: Mix.
- Sánchez, L. R., Dominguez, Á. I., & García, I. M. (2010). Determinantes de la Divulgación voluntaria. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 26.
- Sappiens. (16 de febrero de 2001). *La Comunidad del Conocimiento*. Recuperado el 17 de mayo de 2012, de La Comunidad del Conocimiento: [http://www.sappiens.com/castellano/glosario.nsf/Publicidad/Catalogo___\(Catalogue\)/FCF1930688737F61002569F5005AC784!opendocument](http://www.sappiens.com/castellano/glosario.nsf/Publicidad/Catalogo___(Catalogue)/FCF1930688737F61002569F5005AC784!opendocument)
- Selva Ochoa, J. (20 de Enero de 2013). Divulgacion Tecnológica. (T. Maldonado, Entrevistador)
- Sistema Tecnológico de Monterey. (11 de Enero de 2012). *Software a la Medida*. Recuperado el 17 de Agosto de 2012, de itesm: <http://www.itesm.edu/wps/wcm/connect/Campus/CVA/Cuernavaca/Soluciones+empresariales/Programas+a+la+medida/>
- Tedycó. (5 de Junio de 2011). Soluciones Informaticas. 4. España, Madrid. Obtenido de Soluciones Informaticas.
- Tedycó. (2 de Enero de 2011). Soluciones Informativos. Madrid, España.

- UNAN FAREM-Matagalpa. (marzo de 2011). *UNAN FAREM-Matagalpa*. Recuperado el 2 de 8 de 2012, de http://www.unan.edu.ni/farem_matagalpa/Paginas/EXTENSION.html
- Universidad de Ciencias Comerciales UCC. (2010). *Universidad de Ciencias Comerciales*. Recuperado el 2 de 8 de 2012, de <http://www.ucc.edu.ni/vida-estudiantil.html>
- Universidad de Colima. (2007). *Ficha de preegreso*. Recuperado el 18 de Agosto de 2012, de Programa Institucional de seguimiento de graduados: <http://www2.ucol.mx/egresados/licb.php>
- Valero Matas, J., & Coca, J. (2010). *TELEVISIÓN Y DIVULGACIÓN TECNOCIENTÍFICA. ANÁLISIS*. Valladolid-España: Universidad de Valladolid.
- Vega Mederos, J. f. (2002). La Extensión Universitaria función integradora del quehacer universitario en el presente siglo. *Investigacion & Desarrollo*, 10.
- Wells, W. (2007). *Publicidad Principios y Prácticas*. Mexico: pearsoneducation.

ANEXOS

ANEXO 1

Operacionalización de Variables.

Variable	Sub variable	Indicadores	Instrumentos
Proceso de Divulgación de información del quehacer Universitario.	Medios de Divulgación de Información	<ul style="list-style-type: none"> • Conoces los medios de divulgación de información existente dentro de la universidad. • Cuáles son los medios de divulgación que Conoces. • Los medios de divulgación de información Que se utilizados Actualmente. 	Encuesta
	Las políticas para la Divulgación de Información	<ul style="list-style-type: none"> • Las políticas de divulgación de información que se utilizan • Los tipos de información que se publican • Se toma en cuenta el derecho del autor al publicar algún información • Esta información es monitoreada por alguien quien da su aprobación • Cualquier persona puede visualizar esa información • Restricciones para descargar información 	Entrevista
	Quehacer universitario	<ul style="list-style-type: none"> • Descripción del proceso de divulgación de información del quehacer universitario • Compromiso social ,científico y cultural 	Entrevista Revisión Bibliográfica

Variable	Sub variable	Indicadores	Instrumentos
Las alternativas de solución a las dificultades encontradas en el proceso de Divulgación de Información del quehacer Universitario.	Recurso técnico.	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de Recurso humano. • El equipo Computacional Adecuado. • Materiales. • El área de trabajo. 	Observación
	Automatización del proceso de Divulgación de Información del quehacer universitario.	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivo de la automatización. • Para que es necesaria la automatización. • Alternativas para la automatización de información • tareas que se automatizaran • Que información manejara la alternativa de • Automatización propuesta. • Registros que manejaran. 	Entrevista
	Financiamiento de la automatización	<ul style="list-style-type: none"> • Costo de Inversión. • Derecho de autor. • Publicidad mediante papelería, banners y brochures. 	Revisión Bibliográfica
	Nivel de Aceptación de la alternativa de Solución	<ul style="list-style-type: none"> • La información que desearía saber acerca de la universidad. • La frecuencia que le gustaría obtener información. • Los beneficios que obtendrías. 	Encuesta



ANEXO 2

Fórmula

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA
FAREM –MATAGALPA.

Ecuación utilizada para el cálculo de la muestra.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * e^2 + Z^2 * p * q}$$

$N = 200,000$ habitantes

$z = 92\% = (0.92)^2 = 3.07$

$e = 8\% = (0.08)^2 = 0.0064$

$$n = \frac{(3.07) * (0.5) * (0.5) * (200000)}{(200000) * (0.0064) + (3.07) * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{153500}{1280 + 0.7675}$$

$$n = \frac{153500}{1280.7675}$$

$n = 119.85001181 \approx 120$ personas



ANEXO 3

ENTREVISTA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA FAREM –MATAGALPA.

Dirigida a Encargado del área de Extensión Universitaria.

Mediante este instrumento de recolección de información estamos solicitando a usted, como encargado del área de Extensión Universitaria de FAREM -Matagalpa, nos facilite la información necesaria para satisfacer el siguiente objetivo:

1. Identificar las dificultades del proceso de la divulgación del quehacer universitario de FAREM Matagalpa en el año 2012.

I. Datos Generales.

Nombre del entrevistado _____

Cargo _____

Fecha _____

De antemano se le agradece por haberle dedicado una parte de su tiempo para realizar esta entrevista.

II Cuestionario.

1. ¿Cuenta usted con un financiamiento por parte de la universidad para la realización del proceso de Divulgación de Información?
2. En caso que la respuesta sea positiva ¿Cada cuánto le proporciona la universidad dicho presupuesto?
3. ¿Todas las actividades realizadas para la Divulgación de Información son financiadas por la universidad?

4. ¿El presupuesto destinado satisface las necesidades publicitarias del quehacer universitario?
5. En el caso que el presupuesto no satisfaga la necesidad ¿Cómo soluciona esta problemática?
6. ¿Cómo valora la accesibilidad de los costos de los materiales utilizados para la Divulgación de Información?
7. ¿Cómo maneja las variaciones del costo de los materiales publicitarios que utiliza para la divulgación de información?
8. ¿Qué tipo de material utiliza para la Divulgación de Información?
9. ¿Los materiales que utilizan para la Divulgación de Información son accesibles dentro de la ciudad o tiene que trasladarse o realizar pedidos en otro lugar para obtenerlos?
- 10 ¿Con qué frecuencia se publican los materiales informativos?
- 11 Según su criterio. ¿Actualmente usted cuenta con un equipo computacional adecuado?
- 12 Según su criterio ¿Cómo evalúa el rendimiento de la computadora que se le asigno para la realización de los materiales divulgatorios?
- 13 ¿Qué equipo computacional cree usted necesario para la realización del proceso de Divulgación de Información?
- 14 ¿Cuáles son los programas que usted utiliza para la realización de los materiales publicitarios?
- 15 ¿En su área laboral cuenta con acceso a internet?
- 16 ¿La versión de los navegadores que usted utiliza son antiguas o Actuales?

17 ¿Cómo valora la velocidad del internet dentro de su institución

Buena_____ Mala _____ Regular_____

18 ¿El departamento cuenta con el recurso humano necesario?

Sí_____ No_____

19- ¿Cuenta con las habilidades técnicas necesarias para la realización de este proceso?

20¿Cree usted que el personal está abierto al trabajo en equipo?

21. ¿Cuáles son los medios de Divulgación de Información que utiliza actualmente?



ANEXO 4

ENTREVISTA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA FAREM –MATAGALPA.

Dirigida al Encargado del área de Extensión Universitaria.

Mediante este instrumento de recolección de información estamos solicitando a usted como encargado del área de Extensión Universitaria de FAREM - Matagalpa, nos facilite la información necesaria para satisfacer el siguiente objetivo:

1. Identificar las alternativas de solución a las dificultades encontradas en el proceso de Divulgación de Información del quehacer universitario.

I. Datos Generales.

Nombre del entrevistado _____

Cargo _____

Fecha _____

De antemano se le agradece por haberle dedicado una parte de su tiempo para realizar esta entrevista.

II. Cuestionario.

1-¿Cómo realiza actualmente el proceso de Divulgación Información?

2-¿Qué usuarios intervienen en este proceso?

3- ¿Qué tipo de Información es divulgada dentro de la Universidad?

4-¿Que políticas se aplican sobre la Divulgación de Información?

5-¿Cuáles son las tareas que se realizan en este proceso?

6-¿Cuáles son los objetivos de cada una de las tareas que se realizan?

7-¿Cree que es necesario automatizar el proceso de divulgación de información?

8- Cual de las siguientes alternativas de Automatización cree conveniente aplicar para el proceso de Divulgación de Información del quehacer universitario.

a) Software comercial.

b) Software a la medida.

c) Sitios Web Dinámicos.

d) Sitios web estáticos.

9-¿Cuál será el objetivo de la Automatización de este proceso?

10-¿Qué información quiere manejar dentro del sitio de alternativa?



ANEXO 5

Observación UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA FAREM –MATAGALPA.

Observación dirigida al área de Extensión Universitaria.

Objetivo:

Determinar las dificultades y requerimientos técnicos en el proceso de divulgación de información del quehacer universitario de FAREM –Matagalpa en el año 2012.

I. Datos Generales:

Área Observada _____

Fecha _____

Proceso _____

- | | | |
|--|-----------------------------|-----------------------------|
| 1- Equipo Computacional | SI <input type="checkbox"/> | NO <input type="checkbox"/> |
| 2- La capacidad de almacenamiento es la adecuada | SI <input type="checkbox"/> | NO <input type="checkbox"/> |
| 3- El equipo cuenta con tarjeta de video | SI <input type="checkbox"/> | NO <input type="checkbox"/> |
| 4- Cuenta con impresora propia | SI <input type="checkbox"/> | NO <input type="checkbox"/> |
| 5- Existe incompatibilidad con los programas que utilizan | SI <input type="checkbox"/> | NO <input type="checkbox"/> |
| 6- ¿Cómo son las condiciones del área de trabajo? | | |
| 7. ¿Las versiones de los programas que utiliza son actualizadas? | | |
| 8- Otras observaciones del visitante. | | |



ANEXO 6

Encuesta UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA FAREM –MATAGALPA.

Dirigida a Estudiantes, Docentes y Población Matagalpina

Objetivo:

Estudiantes de V año de la carrera de Lic. Ciencias de la Computación. Determinaremos los requerimientos no funcionales en el proceso de Divulgación de Información del quehacer universitario de FAREM –Matagalpa.

I. Datos Generales.

Dirigido a: Estudiantes, Docente y Público General.

Fecha _____

1- Conoces de algún medio de divulgación de información existente dentro de la Universidad.

Sí _____ No _____

2- En caso que la respuesta sea positiva ¿Cuáles de los siguientes medios conoces?

Televisión Periódico Programas radiales
 Revista Pancartas Catálogos
 Radio Carteles Otros (especifique)

3- ¿Cuál crees que es el objetivo de divulgar información sobre la universidad?

Darse a conocer a la sociedad.
 Mantener informado a la población estudiantil de las actividades que se realizan dentro y fuera de la universidad
 Todas las anteriores
 Otras (especifique)

4- ¿Qué información te gustaría saber sobre la universidad?

Académica__ Cultural __ Deportiva __ Científica __ Histórica__

5- ¿Con qué frecuencia te gustaría obtener información sobre la universidad?

Diario__ Mensual__ Trimestral__ Semestral__ Anual__
Otras (Especifique) _____

6- ¿Cómo te beneficiarías al conocer información acerca de la universidad?

7- ¿Le gustaría que la unan-FAREM Matagalpa contara con un sitio web que muestre dinámicamente información y todo lo relacionado a la divulgación de información del quehacer universitario?

Sí _____ No _____

8- En caso que la respuesta sea positiva ¿Serías usuario del sitio?

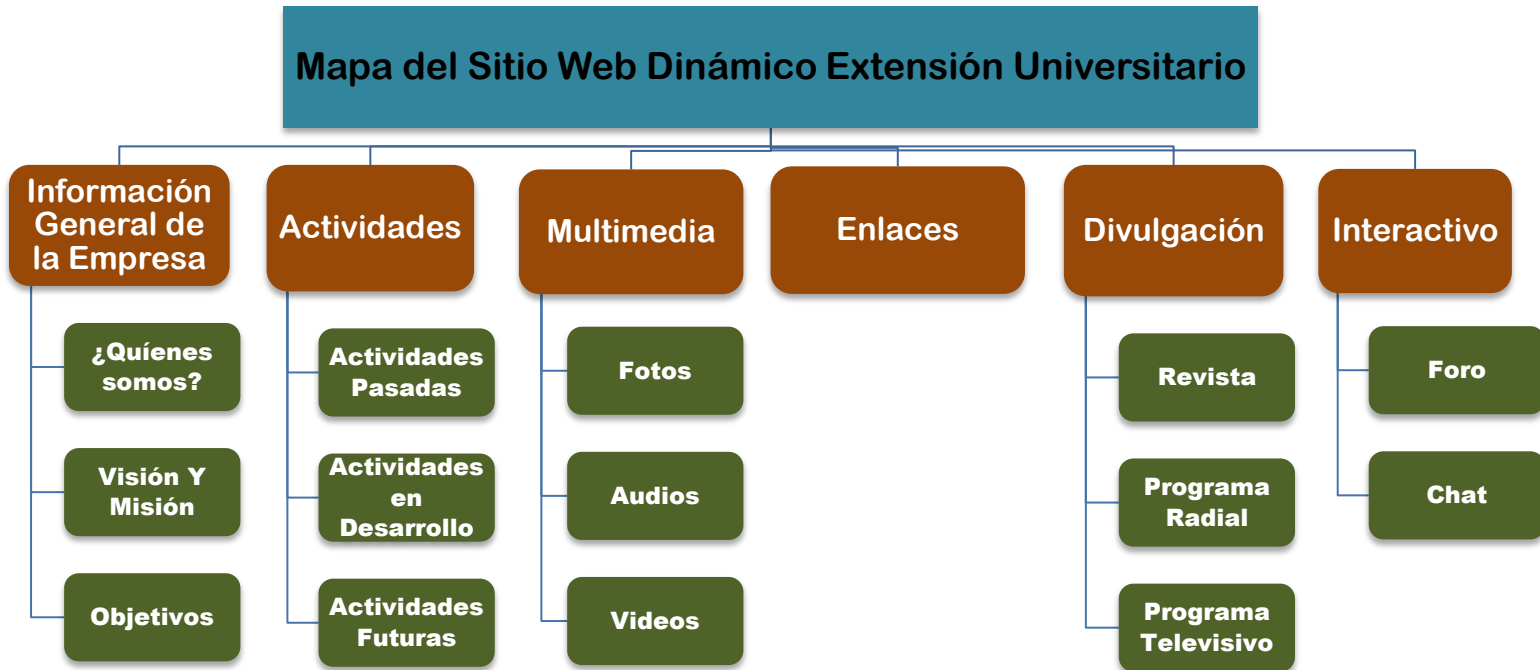
Sí _____ No _____

9- Además de la información ¿Qué te gustaría que se reflejara dentro del sitio Web?

_____Fotos. ___Comentario
_____Videos. ___Otros (Especifique)
_____Salas de chat.
_____ Blog.

ANEXO 7

Mapa del sitio web.



ANEXO 8

Estudio de Factibilidad.

FACTIBILIDAD TÉCNICA.

Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo objetivos señalados, esta se evalúa si el hardware y software están disponibles para el diseño del sitio web dinámico. En este proyecto no se incurrirá en la adquisición de nuevos equipos Hardware – Software ya que la FAREM-Matagalpa cuenta con ellos.

En cuanto a hardware FAREM-Matagalpa cuenta con un servidor web con las siguientes especificaciones:

Marca.	HP ProLiant DL380 Generation 4.
Procesadores.	2xProcesadores Intel Xeon 3,0 GHz bus 800 MHz 1MB Cache nivel 2 extensiones 64Bit.
Memoria RAM.	4 GB de RAM.
Disco Duro.	5 Discos duros de 36 GB cada uno.
Tarjeta controladora de la unidad - Controladora RAID.	Smart Array 6i Controller, la tarjeta controladora SCSI Ultra320 integrada de canal dual ofrece la tecnología SCSI de más elevado rendimiento del mercado sin ocupar ninguna ranura PCI, con 64 MB de caché.
Unidades Ópticas.	IDE DVD-ROM / CDRW combo.
Sistema Operativo.	Ubuntu Server 12.04.
Servidor Web.	<ul style="list-style-type: none">❖ Lighttpd.❖ Mysql.❖ PHP.

MYSQL 5.5

Navegadores web con versiones recientes (Chrome, Firefox Mozilla).

Un ancho de banda mínimo 128 kbps.

En cuanto al software actualmente FAREM-Matagalpa cuenta con un ancho de banda 5120 kbps para una transferencia de 5 Mbps (megabits por segundo), por tanto la implementación de este sitio web dinámico en línea no presentará ningún problema, ya que la mayoría de los usuarios utilizan internet como herramienta fundamental para la búsqueda de información, por lo tanto podrán acceder fácilmente tanto la comunidad universitaria como usuarios extranjeros. Se recomienda que para el debido funcionamiento del sitio, se debe contar con las siguientes especificaciones:

Por otro lado, para que la aplicación web se desempeñe sin ningún problema en un navegador, por parte de los usuarios finales; se necesita que los equipos tecnológicos tengan como requerimientos mínimos las siguientes capacidades:

En caso que el navegador web utilizado sea **Mozilla Firefox**:

Sistema Operativo	Procesador	Disco Duro	RAM
Microsoft Windows XP ó posterior	500 Mhz	100MB	256MB
MAC OS X 10.2.x	PowerPc G3	75MB	128MB
Linux Kernel 2.2.14	233 Mhz	50MB	64MB
MAC	PowerPc G4 o Intel	150MB	512MB
Distribución actual de Linux	500Mhz	100MB	256MB

En caso que el navegador web utilizado sea **Google Chrome**:

Sistema Operativo	Procesador	Disco Duro	RAM
Microsoft Windows XP o posterior	Intel Pentium 4 o posterior	100MB	128 MB
MAC OS X 10.6. o posterior	Intel	100 MB	128MB
Ubuntu 10.04, Debian6,OpenSuSE 11.3, Fedora Linux 14 o posterior	Intel Pentium 3 / Athlon 64 o posterior	100 MB	128 MB

FACTIBILIDAD OPERACIONAL.

Para realizar este proyecto se propone el siguiente personal:

Diseñador web.

HABILIDADES.

- ❖ Utiliza buena tipografía y buenas fuentes
- ❖ Desarrollo de widgets
- ❖ Domina Frameworks Servicios de PSD a HTML
- ❖ CMS Personalizado
- ❖ Personalización de CMS y desarrollo de plugin

Analista y Programador de Sistemas.

HABILIDADES.

- ❖ Determinar la relación del procesamiento de cada módulo, la estructura de las bases de datos y los algoritmos de cada programa, elaborar y probar los contenidos correspondientes.
- ❖ Evaluar lo requerimientos de información de una organización y definir aquellas funciones que han de computarizarse, diseñando en detalle cada aplicación.
- ❖ Evaluar y emitir una opinión técnica respecto de la seguridad, confiabilidad y calidad.
- ❖ Diseñar y/o implementar proyectos de desarrollo de sistemas de información.
- ❖ Determinar, basándose en las necesidades de información de una organización, el modo de procesamiento más adecuado para satisfacer sus necesidades.

Usuarios

Usuario Administrador

HABILIDADES

- ❖ Debe de combinar conocimientos técnicos y visión estratégica con algo de creatividad.
- ❖ Debe conocer los principales lenguajes de los scripts elegidos por la compañía. Además debe tener un entendimiento básico de bases de datos y en los estándares web.
- ❖ Debe contar con una experiencia sólida en seguridad de aplicaciones web.
- ❖ Debe tener capacidades interpersonales y debe estar dispuesto a escuchar a los demás, para poder coordinar a los distintos miembros del personal involucrados en la construcción de un sitio web.

Usuario operativo

HABILIDADES

- ❖ Conocimiento básico en Informática en cuanto al uso de los navegadores web.
- ❖ Habilidad para localizar, evaluar y utilizar efectivamente la información.
- ❖ Debe de tener nociones acerca del manejo de foros, chat y comentario

FACTIBILIDAD ECONÓMICA.

Determina el costo de los recursos a utilizar tanto humano como de software y hardware que serán necesarios para el diseño del web.

Cabe destacar que para este proyecto no se incurrió en ningún gasto ya se mencionó anteriormente que FAREM-Matagalpa cuenta con su propio servidor web, los software utilizados para la realización de este sitio fueron software con licencias libres y el personal que trabajó en el análisis y diseño de este sitio no recibió ninguna bonificación por su servicio, ya que el proyecto se presentó como un trabajo Final, para la defensa del título universitario.

ANEXO 9

Contrato:

Nosotros: **Tatiana Elizabeth Maldonado López**, con cédula de identidad 441-140190-0011E, **Ronaldo José Sáenz Ruíz** con cédula de identidad: 441-190690-0007T, ambos solteros, mayores de edad, estudiantes universitarios, con domicilio Matagalpa-Nicaragua. Actuando como analistas, programadores y diseñadores del sitio web dinámico y el señor **Jorge Icabalzeta** Divorciado con cedula de identidad 441-040166-000B, actuando como encargado del área de Extensión Universitaria de FAREM-Matagalpa, al que se le denominará cliente.

Convenimos realizar el presente contrato con forme las siguientes cláusulas:

Primera: Contratación de Servicio.

El cliente acuerda contratar los servicios de analistas, programador y diseñadores de sitio web, los cuales deberán realizar un estudio para el análisis de un software que gestione la Divulgación de información del quehacer universitario de FAREM-Matagalpa, el cual implemente las siguientes funciones:

Realizar la base de datos para la gestión de Divulgación de Información del quehacer universitario, esto dependerá del tipo de usuario, este puede ser común o administrador.

Acceso al Sistema: Antes de ingresar al sitio web, se debe de entrar ala página web de FAREM-Matagalpa, en la cual se debe de acceder a la pestaña llamada Extensión, y es ahí donde se muestra la página principal del proyecto realizado, el cual muestra información general de Extensión Universitaria, pero a medida que el usuario interactúa podrá navegar por los distintos menús los cuales contienen información de interés, cabe señalar que si el usuario desea tener más privilegios debe de registrarse, ya que pasará a ser suscriptor del sitio web dinámico.

Seleccionar tarea: Como segundo paso, se mostrará una pantalla que indicará un menú con todas las tareas que será capaz de realizar el sitio, a esta pantalla le llamaremos Menú principal, a partir de ésta se tendrá acceso a las siguientes páginas:

- ❖ Inicio.
- ❖ Actividades.
- ❖ Divulgación.
- ❖ Multimedia.
- ❖ Enlaces.
- ❖ Interactivo.

Segunda: Compromiso de los Analistas.

- 1.- Recopilar lista de requerimientos por parte del cliente para el desarrollo del sitio web dinámico.
- 2.- Análisis y diseño del sistema.
- 3.- Diseño de prototipos.

Tercera: Sobre los Derechos de Autores.

La licencia de este software o programa de aplicación está dado para que sea difundida en internet, a través de su alojamiento en un servidor web. Los programadores que contrate el cliente concederán el derecho de la utilización del análisis y diseño realizado de acuerdo con los términos que la ley establece para tales efectos. El diseño del sistema podrá ser modificado por el administrador del sitio web dinámico, sin necesidad de solicitar permiso a los analistas, diseñadores y programadores.

Cuarta: Mutuo Acuerdo.

Cualquier otro acuerdo que no esté contemplado en el presente contrato será resuelto en común convenio entre el cliente y los servidores, sin perjuicios de ninguna de las partes dejando por última instancia cualquier otro trámite legal. Damos fe a lo antes mencionado, en la ciudad de Matagalpa, departamento de Matagalpa, Nicaragua a los veintitrés días del mes de Enero del año 2013.

Tatiana Maldonado López
(Analista y programador)

Ronaldo José Sáenz Ruíz
(Analista y programador)

PHD. Jorge Icabalceta
(Encargado de Extensión Universitaria)

Anexo 10

Interfaz No 1: Página de Inicio del Sitio Web.

Logo: **Extensión Universitaria UNAN-FAREM -MATAGALPA**

Fecha: **Viernes 22 de Febrero de 2013 04:36 pm**

INICIO | **ACTIVIDADES** | **DESCARGAS** | **MULTIMEDIA** | **ENLACE** | **INTERACTIVO**

VISITAS

- » Contador del Sitio: 609
- » Registrados: 3
- » No registrados 3
- » Desde: 2013-02-06 12:58:52
- » Visitors:

Hoy: 3
Semana 12
Mes: 609

EN LINEA

Hay actualmente 0 usuarios conectados.

CALENDARIO

« **Febrero** »

L	M	M	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24						

V encuentro Danza Universitaria

Nuestras Raíces

Aniversario FAREM-Matagalpa

InterfazNo2: Panel de Navegación Principal.

INICIO | **ACTIVIDADES** | **DESCARGAS** | **MULTIMEDIA** | **ENLACE** | **INTERACTIVO VISITAS**

Interfaz No 3: Página de Eventos y Actividades.



The screenshot displays the website header with the logo of UNAN-FAREM-MATAGALPA and the date 'Viernes 22 de Febrero de 2013 04:43 pm'. The main navigation menu includes 'INICIO', 'ACTIVIDADES', 'DESCARGAS', 'MULTIMEDIA', and 'ENLACE'. The 'ACTIVIDADES' menu is expanded, showing 'ACTIVIDADES PASADAS', 'ACTIVIDADES FUTURAS', and 'ACTIVIDADES EN DESARROLLO'. A large photo shows a man in an orange shirt holding a rooster, with the caption 'Feria Agronoma 2012.'. Below the photo are two smaller images: 'Nuestras Raíces' and 'Añosario FAREM-Matagalpa'. On the right side, there is an 'INTERACTIVO' section with statistics: 'Contador del Sitio: 615', 'Registrados: 3', 'No registrados 3', 'Desde: 2013-02-06 12:58:52', and 'Visitors: Hoy: 9, Semana 18, Mes: 615'. Below this is an 'EN LINEA' section stating 'Hay actualmente 0 usuarios conectados.' and a 'CALENDARIO' section for the month of 'Febrero'.

L	M	M	J	V	S	D	
					1	2	3
4	5	6	7	8	9	10	
11	12	13	14	15	16	17	
18	19	20	21	22	23	24	
--	--	--	--	--	--	--	

Para registrar alguna Actividad inicialmente, nos ubicamos en el menú principal y escogemos la opción de la actividad que deseamos registrar, al ingresar a cualquiera de estas páginas de actividades, encontraremos un menú en la parte superior izquierda de la página el cual nos dará la opción de crear un nuevo evento



Eventos Universitario

- [Crear Evento](#)
- [Editar Evento](#)
- [Eliminar Evento](#)

Dentro de este menú de navegación podemos escoger las opciones de crear, editar y eliminar los eventos, al escoger cualquiera de estas opciones se nos abriera un formulario en donde editaremos cualquier evento publicado o suministrar uno nuevo

InterfazNo3: *Página de Multimedia en donde se muestran las galerías de fotos*

Agregar contenido Hallar contenido Art Editar atajos

Galerías Universitaria

Galería Universitaria

- [Crear Album de Foto](#)
- [Editar Album](#)
- [Eliminar Album](#)

ghh

V Encuentro de Danza Universitaria

Celebración del día del Agronomo

Jornada Danzana 2012

Galeria Universitaria

- [Crear Album de Foto](#)
- [Editar Album](#)
- [Eliminar Album](#)

Dentro de esta página se trata que el usuario pueda crear su propia galería de fotos correspondiente a cualquier actividad, dichas galerías pueden ser comentadas y compartir su enlace con Facebook.

Para proceder a crear álbum o editar alguno, nos ubicamos en la parte superior de la página donde nos encontraremos con el siguiente menú de navegación en la cual podemos realizar las funciones: crear, editor y eliminar álbumes, en el cual al escoger alguna iteración nos llevara a un formulario en donde se creara y editaran dichos álbumes.