

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA:

COMUNICACIÓN SOCIAL

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de: LICENCIADO
EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**INVESTIGACIÓN SOBRE LA INSERCIÓN LABORAL DE LOS
EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DENTRO DE LOS ÚLTIMOS 2
AÑOS EN LA CIUDAD DE QUITO, ECUADOR.**

AUTOR:

STALIN EDUARDO CISNEROS MUÑOZ

DIRECTORA:

NARCISA JESSENIA MEDRANDA MORALES

Quito, enero del 2015

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaro que los conceptos, análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor.

Quito, enero del 2015

Stalin Eduardo Cisneros Muñoz

C.I. 172246856-6

DEDICATORIA

A mi familia, al señor Eduardo Cisneros, a la señora Yolanda Muñoz, por ser los pilares de empuje, apoyo, dedicación para poder alcanzar mis metas. Gracias padres por haberme regalado los valores la educación, gracias sin ustedes simplemente no existiría motivación.

A Fernando Cisneros gracias por el apoyo incondicional, por regalarme tanto de ti, eres mi inspiración.

A mis hermanos, Patricia, Verónica, Andy, aún componemos una maravillosa familia.

A Adriana Rojas, por todo su tiempo, paciencia, apoyo moral y económico. Gracias.

A la señora Cecibel Valdivieso, gracias por tanto, sin su bondad esto no se pudo haber escrito.

AGRADECIMIENTO

A la docente Narcisa Medranda por ser una excelente guía, amiga que brindo todos sus materiales y conocimientos para lograr un buen trabajo.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	3
MUNDO DE LA VIDA ADAPTADO AL CAMPO LABORAL PROFESIONAL	3
1.1. Acontecimientos históricos	3
1.2. Habla y lenguaje.....	4
1.2.1. Escritura.....	4
1.2.2. Imprenta.....	4
1.3. Teorías suplementarias.....	5
1.3.1. Mass Communication Research	5
1.3.2. La nueva educación universitaria sumada al uso de micromedios.....	8
1.3.3. Micromedios: alternativas de liberación	8
1.3.4. ¿Que son los micromedios?.....	8
1.3.5. Micromedios y educación: Una propuesta liberadora.....	9
1.3.6. El rechazo a los grandes medios en la dialéctica universitaria.....	10
1.4. El funcionalismo dentro de campo laboral profesional del comunicador social	13
1.4.1. Acción Comunicativa	14
CAPÍTULO 2	19
ACTUALIDAD DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL COMO PROFESIÓN..	19
2.1. Perfil del comunicador social.....	21
2.1.1. Perfil del comunicador social de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito	21
2.2. Comunicador social/ Periodismo de investigación	22
2.2.1. Campo ocupacional	23
2.3. Comunicador social/ Comunicación para desarrollo	23
2.3.1. Campo ocupacional	24
2.4. Comunicación social/ Producción Audiovisual y multimedial.....	24
2.4.1. Campo ocupacional	25
2.5. Foda de la UPS (Fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas)	25
2.6. Campo laboral del comunicador social	26
2.6.1. Empresa pública, privada y comunitaria	27
2.7. Modelo de encuesta.....	28

2.7.1. Encuesta.....	28
CAPÍTULO 3.....	29
PROBLEMÁTICA LABORAL DEL COMUNICADOR SOCIAL	29
3.1. Origen de la problemática laboral	29
3.2. Empleabilidad	30
3.3. Causas	31
3.4. Sobre la evaluación de influencia del programa en el medio.....	35
3.5. Consecuencias	44
3.5.1. Materias y malla curricular.....	44
CAPÍTULO 4.....	46
MÉTODO PARA UNA INSERCIÓN LABORAL EFECTIVA.....	46
4.1. Diseño del plan de bolsa empleo para el comunicador social.....	46
4.1.1. Políticas	47
4.1.2. Estrategias	49
4.2. Desarrollo del plan	50
CONCLUSIONES.....	52
LISTA DE REFERENCIAS	54
ANEXOS	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Menciones de Comunicación Social/ UPS	22
Tabla 2. Graduados por género	30
Tabla 3. Distribución de graduados por situación laboral de la muestra	31
Tabla 4. Graduados por tipo de sector empresarial.....	32
Tabla 5. Aplican su profesión en el trabajo.....	33
Tabla 6. Remuneración	34
Tabla 7. Las herramientas dadas por la Carrera para ejercer la profesión son las adecuadas.....	35
Tabla 8. Las especialidades y materias que ofrecen la UPS le parecen acordes al mundo laboral.	36
Tabla 9. Aprendizaje de la Universidad Politécnica Salesiana satisfizo sus expectativas.	37
Tabla 10. El índice y la calidad del empleo.	38
Tabla 11. La contribución del comunicador a la generación de empresas.....	39
Tabla 12. La formación académica recibida en la UPS	40
Tabla 13. Los contenidos de las asignaturas.	41
Tabla 14. Los temas tratados en las asignaturas fueron.	42
Tabla 15. La pedagogía utilizada en el desarrollo de las asignaturas.	43
Tabla 16. Es recomendable unificar la malla curricular.	45
Tabla 17. Desarrollo del plan bolsa de empleo	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Foda	26
Figura 2. Diseño bolsa de empleo	47

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Lista de graduados	56
Anexo 2. Modelo de encuesta	60
Anexo 3. Datos.....	64

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo principal identificar el nivel de posibilidades que dispone el comunicador social en el momento que culmina sus estudios universitarios.

La investigación sobre la inserción laboral se lo llevo a cabo en la ciudad de Quito Ecuador, logrando obtener resultados significativos mediante una investigación de campo que permitirán el desarrollo tanto del graduado de la Universidad Politécnica Salesiana así como de la elaboración de alternativas propuestas por parte de alumnos y autoridades para el involucramiento laboral por parte de los estudiantes que cursaron sus estudios en la facultad de Comunicación Social.

El trabajo contiene un levantamiento de información mediante encuestas, entrevistas a graduados, empleadores y personas involucradas en el medio comunicativo.

Permitiendo identificar las fortalezas y deficiencias que puede presentar el nivel educativo que presenta tanto la Universidad Politécnica Salesiana en la Carrera Comunicación Social, como los conocimientos que este dispone al pretender articularse al ámbito laboral.

Como aporte a la investigación se creó el diseño de una bolsa de empleo que muestra los pasos para el involucramiento por parte del graduado hacia el campo laboral.

ABSTRACT

This work has as main objective to identify the level of possibilities available to the social communicator at the time culminating college.

Research on employment took him out in the city of Quito Ecuador, achieving significant results through field research that will enable the development of both the graduate of the Salesiana Polytechnic University and the development of alternative proposals from students and authorities for labor involvement by students who studied at the Faculty of Social Communication.

The work contains a collection of information through surveys, interviews with graduates, employers and individuals involved in the communication medium.

Allowing identify the strengths and weaknesses that can present the educational level presents both the Salesiana University in Race Social Communication, and the knowledge that this has to pretend articulate the workplace.

As a contribution to research the design of an employment showing the steps for engagement by the graduate to the workplace was created.

INTRODUCCIÓN

Tras culminar los estudios universitarios el comunicador social de la Universidad Politécnica Salesiana en la mayoría de los casos piensa hallar lugares de trabajo donde pueda ejercer los conocimientos logrados al haber cursado una carrera universitaria por casi 5 años.

La educación de tercer nivel está pensada en formar profesionales que se apeguen a las necesidades que solicitan en la actualidad los diversos campos de comunicación que requieren expertos en la materia.

El propósito de la siguiente investigación es medir los niveles de inserción laboral que tiene el graduado de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana en los dos últimos años en las diferentes áreas de empleabilidad que brinda la ciudad de Quito Ecuador.

El primer capítulo de la investigación se compone de variadas corrientes teóricas en las cuales se aborda el problema que ha generado mantener una postura funcionalista en la enseñanza que reciben los comunicadores sociales. Teniendo como guía de aprendizaje a los grandes medios y su alianza para ser los educadores en América Latina.

El segundo capítulo aborda la actualidad en la que se encuentra la Comunicación Social como profesión, las cualidades, debilidades, oportunidades, fortalezas, que el graduado de la Universidad Salesiana posee ante el mundo laboral. Se muestra los diferentes perfiles de las menciones que oferta la Carrera de Comunicación Social.

También se encuentra la aplicación de encuestas y entrevistas realizadas a los ex estudiantes de Universidad Politécnica Salesiana, logrando tener una idea más detallada de cuáles son los puntos altos y bajos en el campo ocupacional de los graduados.

El tercer capítulo de la investigación genera un gran significativo ya que se encuentra el aporte que los graduados han generado a este estudio, los datos encontrados en este capítulo generan indicadores que muestran la actualidad del comunicador social como profesional, el nivel de remuneración, así como las sugerencias para actualizar la presente malla curricular de la Carrera de Comunicación Social.

En el cuarto capítulo se realiza el aporte a la Universidad Politécnica Salesiana, mediante la creación de una bolsa de empleo, en la cual se encuentra el manejo, políticas, y seguimiento de los graduados.

La utilidad de esta investigación pretende verificar la actualidad de la inserción laboral del comunicador social, así como las falencias académicas que se encuentran en el método de enseñanza que emite la Carrera de Comunicación Social

Los beneficiarios de esta investigación serán los estudiantes, investigadores y autoridades de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana.

Por tal motivo el presente trabajo se encuentra enfocado en desarrollar alternativas que permitan un exitoso involucramiento de los estudiantes en el campo laboral.

CAPÍTULO 1

MUNDO DE LA VIDA ADAPTADO AL CAMPO LABORAL PROFESIONAL

1.1. Acontecimientos históricos

La comunicación humana se ha formado bajo un largo proceso evolutivo. Aunque se desconoce desde cuándo empezó a construirse canales de entendimiento entre la especie Hominidae (criaturas de aspecto humano)(Rokeach & Fleur, 2001, pág. 21) .Puesto que se tiene escasa información a cerca del tema. Además los hallazgos arqueológicos no muestran pruebas fehacientes que respalden cualquier vestigio de intercambio comunicativo, porque al parecer sus procedimientos comunicativos eran relativos, espontáneos e intermitentes.

Debieron transcurrir miles de años para que el ser humano empiece a enlazar signos comunicativos un tanto más complejos. De esa forma les permitió concluir sus labores de: caza, pesca, recolección y auto protección; de una mejor manera. Consolidando así su sustentación diaria y su permanencia, a pesar de los distintos peligros que los asediaban día tras día.

Al hombre de CroMagnon se lo cataloga como fruto de un proceso complejamente evolutivo, (homo sapiens sapiens) dentro de ese proceso logra mantener signos comunicativos y ya utiliza herramientas con un fin específico que es la cacería. Además busca refugio provisional en cavernas o hacen campamentos al aire libre con el fin de juntarse y esa misma acción de unirse dará como resultado una comunicación primitiva pero eficiente.(Rokeach & Fleur, 2001, pág. 24)

Entonces ese fue un primer paso gigante para que la comunicación vaya dando forma a sus conceptos y a sus procesos lógicos. Así la comunicación avanzó con un sentido unificador a través del tiempo. La comunicación se fue consolidando cuando el ser humano se hizo sedentario porque la convivencia le impulsó a buscar nuevas formas de comunicación y nuevas formas de interrelacionarse. Pero se necesitaba rapidez al momento de difundir el mensaje, así aparecieron instrumentos que le dieron al ser humano la posibilidad de comunicarse con mayor eficiencia, los cuales daremos una breve explicación de su aparición.

1.2. Habla y lenguaje

El habla y el lenguaje se desarrolló aproximadamente de 35000 a 40000 años atrás (Rokeach & Fleur, 2001, pág. 35) Se desarrolla gracias a la necesidad de mantener un vínculo familiar entre los hombres de Cro Magnon. Lo cual aseguró su permanencia sobre la faz de la tierra, ya que el lenguaje les permitió razonar, implicando la planificación de sus actividades de caza, pesca y recolección. (Rokeach & Fleur, 2001, pág. 35)

1.2.1. Escritura

Se empezó desde la idea de plasmar mediante pinturas las diferentes etapas de la vida del ser humano. Las representaciones de la cacería fueron las primeras en adherirse a las paredes de las cuevas donde se refugiaba el hombre primitivo. La escritura fue un eje fundamental para el progreso de estos pueblos.

Luego vendrían los pictogramas que fue un avance para desarrollar la memoria y así poder transmitir ideas a sus tribus de los peligros que los acechaban en su entorno. Los pictogramas darían una idea para crear los glifos egipcios y luego se formarían gracias a interpretaciones una escritura fonética de los antiguos sumerios.

Al finalizar, la escritura permitió un acceso prominente hacia un conocimiento antes desconocido por el mundo. Puesto que se podían plasmar ideas sobre una superficie y así mantener un legado de información valiosísima para los pueblos. Un claro ejemplo es la cultura egipcia donde el escriba era visto como una ser derivado directamente de la deidad Thot, quien era el guardián del conocimiento y las letras.

1.2.2. Imprenta

En el siglo XV Gutenberg un orfebre de Mainz (Alemania) inventa la imprenta tal cual la conocemos en nuestro tiempo. Gutenberg aunque no podría ver nunca el fruto de su invento; Incentivó gracias a su máquina revolucionaria la erradicación del monopolio de los grandes eruditos y sacerdotes copistas.

Así fue como cambió la comunicación a nivel mundial. Con un proyecto firme de la invención de un sistema para mezclar plomo con otros metales en una especie de aleación que realmente funcionó muy bien. (Rokeach & Fleur, 2001, pág. 44)

Esa idea revolucionaria cambiaría drásticamente el curso de la vida social y permitió que la información sea difundida a mayor velocidad y con un costo bajo a diferencia del extinto monopolio de los escribas.

Realmente la imprenta fue uno de los mayores inventos dentro de la comunicación. Ya que formó sociedades enteras ávidas de conocimiento como la inglesa, la francesa y la alemana. Contribuyendo al desarrollo intelectual del ser humano y a la formación de instituciones educativas mucho más enfocadas en el conocimiento.

1.3. Teorías suplementarias

1.3.1. MassCommunicationResearch

La comunicación de masas data desde 1927. Teoría que tiene como fin generar propaganda política. Fue utilizada dentro de la Segunda Guerra Mundial. Por eso Lasswell dice: los medios de difusión han aparecido como instrumentos indispensables para la gestión gubernamental de las opiniones, tanto de las poblaciones aliadas como la de sus enemigos (1927). Lasswell identifica a los medios de masas como una herramienta totalitaria, de la cual se puede sacar provecho para manipular y gobernar a la masa, sea cual fuere la ideología que se intente proyectar.

La masscommunicationresearch tiene también como propósito conocer la influencia de los mass media sobre la sociedad en general. Puesto que debían analizar los mensajes susceptibles a una observación y medición y tienen ciertas características que son:

- Analizar de manera exhaustiva los efectos que se pretenden alcanzar. Conocer las características específicas de los receptores consumidores.
- Estudiar el desarrollo de mensajes apropiados para que lleguen al público y produzcan los efectos buscados.
- Medir resultados para retroalimentar el proceso y mejorar las estrategias.

Los investigadores de la *MassCommunicationResearch* (MCR) comparten el interés por analizar y medir la influencia de la comunicación masiva (publicidad, propagandas bélicas, campañas electorales), pero luego se diferencian respecto de los alcances de la comunicación. (Matellart & Matellart, 2003)

La idealización de un modelo que manipula a la masa era la conclusión de los investigadores que se enfocan en dar un sentido al cómo son manejadas las masas. La principal herramienta.

Esa influencia de los medios se pudo observar en:

La guerra de los mundos que Orson Wells escenificó la noche del 30 de octubre de 1938 en las ondas de la CBS, cuyo relato de ciencia ficción sobre la invasión de los marcianos, aterrorizó a miles de crédulos norteamericanos. (Matellart & Matellart, 2003, pág. 29)

De esa manera se dieron cuenta que la comunicación de masas tomada desde una postura lineal es prácticamente un poder totalitario y que logra controlar e influenciar en la masa. Matellart(2003) dice:

La observación de los medios de comunicación en los receptores, la evaluación constante, con fines prácticos, de los cambios que se operan en sus conocimientos, sus comportamientos, sus actitudes, sus emociones, sus opiniones y sus actos, están sometidas a la exigencia de los resultados formulada por quienes las financian, preocupados por evaluar la eficacia de una campaña de información gubernamental, de una campaña de publicidad o de una operación de relaciones públicas de las empresas y, en el contexto de la entrada en guerra, de las acciones de propaganda de los ejércitos. (pág. 30)

Es también obligación hablar que los medios masivos fueron pensados desde la lógica del panóptico ya que Foucault(2002) indica:

Es un espacio cerrado, recortado, vigilado, en todos sus puntos, en el que los individuos están insertos en un lugar fijo, en el que los menores movimientos

se hallan controlados, en el que todos los acontecimientos están registrados, en el que un trabajo ininterrumpido de escritura une el centro y la periferia, en el que el poder se ejerce por entero, de acuerdo con una figura jerárquica continua, en el que cada individuo está constantemente localizado.(pág. 187)

Pero también son ciertos factores que alteran la capacidad de respuesta de la masa de este nivel habla(Durkheim, 2001)y lo explica de la siguiente forma:

El sujeto, no es sujeto sino un objeto que se entremezcla con factores externos y dichos factores externos tienen la capacidad de impedir al sujeto a fijarse en su realidad porque los modos de actuar, de pensar y de sentir, exteriores al individuo, y están dotados de un poder de coacción en virtud del cual se imponen sobre él.

Es entonces esa coacción que limita al sujeto y por ende a la masa a tener una reacción ante una montaña de información cargada de mensajes pensados e impulsados desde una élite que controla la información. Pero Freud(1998) indica además que es causada porque:

En una multitud, se borran las adquisiciones individuales, desapareciendo así la personalidad de cada uno de los que la integran. Lo inconsciente social surge en primer término, y lo heterogéneo se funde en lo homogéneo. Diremos, pues, que la superestructura psíquica, tan diversamente desarrollada en cada individuo, que destruida, apareciendo desnuda la uniforme base inconsciente, común a todos. De este modo, se formaría un carácter medio de los individuos constituidos en multitud.(pág. 11)

Además la comunicación de masas no solo se centra en una influencia informativa sino también que: los mecanismos económicos no están totalmente ausentes en un caso de tipo masivo(Burgelin, 1974)ya que se vincula también el sentido del consumo pensado desde el modelo neoliberal capitalista.

1.3.2. La nueva educación universitaria sumada al uso de micromedios

1.3.3. Micromedios: alternativas de liberación

Los micromedios parecen surgir en respuesta a los medios masivos pero en realidad siempre han estado presentes en nuestra historia como formas políticas de descubrir el mundo. Pero conocen un auge y un reconocimiento real desde la Segunda Guerra Mundial cuando se descubrió el alcance posible que tenía estos medios en las personas.

Desde tiempos antiguos los micromedios, más conocidos como medios de comunicación alternativa, han sido de gran ayuda en ámbitos de orden político primeramente, y teniendo su mayor auge en las dictaduras militares dadas en todo el mundo. Hasta hoy en día no existe una definición cerrada de lo que es un micromedio, puesto que este depende del contexto en el cual se emplee este medio de comunicación y el fin último. El término micromedio recién es empleado a partir de los años 90's ligándose estrechamente con las nuevas tecnologías y la amplia oferta y posibilidades que esta traía al contexto comunicacional de la época.

Desde esta mirada alternativa se trabaja una comunicación pensada en la comunidad, desligada de los mass media; se maneja una mirada hacia la comunidad como eje central y principal actor y receptor, puesto que desde la contemplación de lo micromedial la verdadera educomunicación y desarrollo socio-comunicacional se hace desde una visión de lo no hegemónico.

1.3.4. ¿Que son los micromedios?

No existe una definición exacta de lo que es un micromedio, en el caso de América Latina se trata más de un concepto en construcción porque está ligado a todo un contexto en el cual se desenvuelve. El único punto que se puede definir es su orientación política.

Esto se debe a que los micromedios surgen de los ideales anarquistas, es oponerse al poder desde la comunicación pero sin tomar el poder. En este continente también tienen esa noción de clandestinidad, al no ser enmarcados por ninguna institución se vuelven contestatarios e irreverentes dándoles una gran acogida en la población.

Son formas de expresión y comunicación codificadas y decodificadas que permiten crear espacios de resistencia, reflexión, pero sobre todo de creación de alternativas. Los micromedios al no estar fijos en su definición están libres de transcurrir en todos ámbitos donde se siente necesario.

La educación: Una lucha política.

Siguiendo en América Latina se puede identificar como estos micromedios estuvieron directamente ligados a formas de resistencias a las dictaduras pero también en la construcción de propuestas dentro de las bases universitarias, claro está, una vez repensada a la comunicación, tomada desde una visión netamente alternativa, siendo la comunicación una herramienta de liberación social, económica y política. Exiliada del mismo modelo opresor funcionalista.

1.3.5. Micromedios y educación: Una propuesta liberadora

Los micromedios y la educación como acción o propuesta liberadora, no deja, de ser una utopía, cuando es pensada desde la postura mass mediática, pues los medios masivos miran a lo alternativo como lo obsoleto, como lo estúpido y poco coherente. Se conjeturan al decir cómo un simple verso de diez palabras, puede armar una revolución en las mentes de los individuos. Pero ese tema no es nuevo y permite que desde esos espacios pequeños se pueda mejorar un poco el contexto social y el contexto universitario desde el mismo hecho del impartir cualesquier cátedra. Para eso se teoriza y explica nuevas formas de educación vista desde la postura micromediática.

Los micromedios por ende y como establece Freire, serán esa voz de liberación del oprimido, que nace para restaurar la humanidad del hombre; la característica informal que presenta los medios alternativos, brindaran por ende el medio perfecto para que la voz del pueblo sea escuchada, una voz ya no apagada y sometida por los medios de comunicación masiva, puesto que en los micromedios ellos no tienen cabida.

En definitiva los medios tradicionales por su alianza más que conocida con la política y su falta de independencia real se volvieron en las universidades de América Latina un enemigo interno. En muchos casos por defender sus opiniones y beneficios no dudaron en vender su propio espacio educativo.

1.3.6. El rechazo a los grandes medios en la dialéctica universitaria

Al inicio se creyó que funcionaría la idea mediática de un modelo funcionalista, para comunicar a la sociedad y para educarla. La concepción de comunicar no era del todo descabellada, pues era exponer mensajes a través de un aparato tecnológico hacia receptores, y esos receptores a través de los parlantes llevar la información hecho ondas a los sentidos de los espectadores.

Así se confrontó las realidades sociales e históricas, de aquellos tiempos. Durante años se empezó a ver al público como simple receptor eso se evidenció con mayor fuerza en los años 60-70 sobre todo porque no podía existir una crítica frente a estos modelos de comunicación. Dicho modelo “educativo” se instauró, se lo automatizó y se lo instaló en las aulas de clases principalmente en las universitarias. Puesto que con ese modelo funcionalista se empezó a controlar todas las esferas de la vida social, lo cual logró hacer de la libertad de las aulas un panóptico, vigilado y asediado todo el tiempo desde la matriz neoliberal.

Así se empezó a incubar en los gobiernos de todo el mundo y principalmente en los de Latinoamérica la falaz idea de: vigilar, castigar y amedrentar a la sociedad; utilizando el arma de los medios y estos condicionando a la vez el mensaje. Las universidades se vieron obligadas a replegarse y aceptar como premisa mayor a dicho modelo funcionalista, el cual destrozó toda creación micro-mediática y simplemente las universidades pasó de ser entes con la capacidad de respuesta crítica a entes condicionados por un modelo totalizador y alienante.

Entonces ciertos sectores intelectuales y revolucionarios nacidos desde cunas universitarias, empezaron a preguntarse si: ¿es necesario escuchar lo que digan los grandes medios? ¿Serán los grandes medios los causantes del manejo de una sociedad títere y cegata que no logra distinguir las verdaderas problemáticas coyunturales de un país o de un contexto social? ¿Se podrá llegar a ver al receptor como un sujeto de cambio, capaz de interrogarse sobre los problemas que aquejan a la sociedad? ¿Será capaz la sociedad de levantar un razonamiento crítico ante los mensajes de las esferas de poder? ¿Habrá otras formas alternativas de comunicación?

Para responder a esas preguntas aparecen teorías en las cuales se acepta que: el receptor sea un sujeto de acción. Es así que Barbero (1987) propone:

Las mediaciones las cuales son desarrolladas como espacios y formas de uso y apropiación de bienes culturales producidos por los sectores dominados. Las formas de uso y apropiación en las mediaciones se caracterizan en que la resignificación que las audiencias o receptores hacen de la cultura hegemónica subvierte el sentido original de forma que resulta útil a los grupos subalternos.(pág. 75)

Como él numerosos autores reconocen que dentro de las mentiras expuestas desde el atril universitario, aún existe la posibilidad de pensar de forma distinta, hacer metanoia, e impulsar el florecimiento de un espíritu crítico, en los estudiantes universitarios y en todos los individuos a través de la práctica y aplicación de los micromedios (medios alternativos, liberadores y de desarrollo); que los llevan a releer los mensajes bajo una mirada nueva de la cual surgirá una férrea oposición a cualquier régimen autoritario.

Ahora bien dentro de la educación superior las metodologías educativas y la pedagogía dada en las aulas de clase apuestan en su mayoría a los medios de comunicación tradicionales; sin tomar en cuenta a los micromedios y el gran aporte que estos hacen a la educación, puesto que dentro del ámbito educacional la vinculación con la comunidad promoverá un acercamiento hacia la praxis de la profesión que desempeña, no solo como medio de aprendizaje profundo, sino explotando el lado más creativo y descolonizado del estudiante. Los micromedios son un reto, en función de realizar un trabajo de investigación profunda y vinculada estrechamente y directamente con la población con la cual se trabaja, así como también se maneja temas no convencionales que dan resultados únicos y objetivos en la mayoría de los casos.

Los medios tradicionales(radio, televisión, prensa) responden a una línea hegemónica, que se maneja bajo estándares comerciales y que llevan esquemas específicos, donde la información es mera mercancía y tanto la televisión como la radio comercial maneja cierta censura de acuerdo a los medios privados a los cuales responde, y así mismo llegar a ser visibilizados en los grandes medios comunicacionales dependerá de manejar la línea político-social del dueño del medio; por su parte los medios

alternativos dejan paso libre a otro tipo de temas, que no conocen de cesura y que por lo general responde a temáticas no populares ni tomadas en cuenta por los grandes medios, como plantea M. Kaplun “lo que para las demás radios no es “noticia”, la vida y la lucha cotidiana de la gente, alimenta nuestro informativo. En el cual, en lugar de entrevistar a “personajes estrellas”, es la gente de a pie la entrevistada”.

El reto del estudiante dentro de estos dos tipos de comunicación radica en que mientras los medios de comunicación tradicionales ya han dejado el campo copado, los micromedios llevan un extenso bagaje de oportunidades y temas que deben ser explorados y estudiados para hacer que estos lleguen al público o cumplan con el objetivo propuesto, el espacio micromedial se convertirá en la voz verídica y apegada a la realidad sobre la sociedad en sí.

Mientras que los medios tradicionales siempre trabajaran la mirada ya conocida de la sociedad aquella que ya está dada y que responde a necesidades poco vinculadas con el tema de estudio o trabajo; los micromedios implica involucrarse y adentrarse en el tema de estudio, vivir y experimentar, haciendo una investigación profunda desde el surgimiento de los hechos; los medios tradicionales siempre responderán de manera superficial, puesto que toda la información está dada y no es necesario un involucramiento profundo; por último la apuesta hacia los micromedios no solo generara un vínculo estrecho del estudiante hacia la coyuntura social que estudia, sino que es el observador principal y a la vez el actor que promueve una nueva mirada de la sociedad que antes no era tomada en cuenta.

Al hablar de productos micromediales, nos referimos a utilizar el teatro como medio no solo de expresión artística sino también como medio educacional, una manera de comunicar y llegar con el mensaje propuesto, existen también las radios, periódicos y televisiones comunitarias que no solo aportan experiencia al estudiante sino que lo obligan a desarrollarse ya como profesional, teniendo en cuenta que estos productos surgen desde la comunidad y para ella, no existe algún beneficio económico egoísta, sino que la creatividad y las necesidades sociales son las que dan impulso a los proyectos micromediales.

El estudiante ya no tendrá la mirada funcionalista, donde el sujeto es mero objeto y reducen al estudiantes a seres conformistas y sin creatividad, negándole el poder de

proponer y criticar lo que se halla en su entorno. Además que los medios alternativos son de fácil acceso y que proporciona una autonomía y no es exclusiva ni excluyente.

Es así que la metodología que se ha venido impartiendo en las aulas de educación primario, secundario y superior, son manejadas bajo viejas posturas de la escuela tradicional la cual operaba una enseñanza de repetición y direccionada hacia una sola visión de los hechos o historia.

1.4. El funcionalismo dentro de campo laboral profesional del comunicador social

Laswell es uno de los principales teóricos de la teoría funcionalista, el cual se encarga del estudio de los ejes definidores de la acción comunicativa. Autor de la fórmula ¿Quién dice que, a quién, por qué canal y con qué efecto?, Su principal enfoque aplicando esta fórmula es el mensaje que emiten los medios de comunicación y como llega al receptor ocasionando los efectos deseados.

Para Lasswell, el proceso de la comunicación en la sociedad realiza tres funciones: a) vigilancia del entorno, revelando amenazas y oportunidades que afecten a la posición de valor de la comunidad y de las partes que la componen; b) correlación de los componentes de la sociedad en cuanto a dar una respuesta al entorno; c) transmisión del legado social.(Matellart & Matellart, 2003)

El sistema social es un aliado ya que la concepción estructural funcionalista de la vida social concibe al subsistema cultural como articulador del conjunto.(Cruz E. , 1992)Es decir como un todo que abarca una misma problemática y por ende se extrapola ese mismo sentido a la razón de la masa. Que se ve obligada a seguir un proceso de alienación y de cosificación. La comunicación funcional no crea solo estereotipos sino que también los reproduce.

1.4.1. Acción Comunicativa

Llamamos racional a la persona que enfrenta en conflicto comunicativo sin permitir que sus pasiones se enraícen e impidan el acto comunicativo, tomando en cuenta las normativas vigentes.

Para que las teorías sociológicas de la acción se vinculen a la colectividad de una forma más directa, se debe empezar por estudiar el contexto, en donde se desarrolla la situación de los sujetos, es decir hablar desde el punto de los sujetos, mas no desde el punto de vista de los teóricos.

Por eso aparecen teorías en las cuales se acepta que el receptor sea un sujeto. Es así que Barbero(1987) propone:

Las mediaciones las cuales son desarrolladas como espacios y formas de uso y apropiación de bienes culturales producidos por los sectores dominados. Las formas de uso y apropiación en las mediaciones se caracterizan en que la resignificación que las audiencias o receptores hacen de la cultura hegemónica subvierte el sentido original de forma que resulta útil a los grupos subalternos. (pág. 32)

Para Habermas la acción comunicativa tiene que ver con una determinada concepción de lenguaje y entendimiento: Por ello, se propone articularlos como un aspecto central en los aspectos práctico formal de la teoría de la acción comunicativa con la pretensión de desarrollar una teoría del significado: Con una teoría que permitiera identificar grados de acuerdo según el reconocimiento intersubjetivo de validez de una emisión susceptible de crítica, aquí señala que las cuestiones de significado no pueden separarse del todo de las cuestiones de validez.

A través de este supuesto señala que lo básico de la teoría del significado es saber qué es lo que se quiere decir o, en otras palabras, cómo entender el significado de una expresión lingüística y bajo cuáles contextos esa expresión puede ser aceptada como válida. Esto es notable en el sentido de entender el significado de una expresión lingüística en términos de su uso. Bajo esto es posible señalar que existe en las emisiones lingüísticas una orientación de validez, la cual pertenece a las condiciones pragmáticas, ya no sólo al entendimiento, sino que a la propia comprensión del

lenguaje. En este sentido, en el lenguaje posee una dimensión del significado y una dimensión de la validez que están íntimamente unidas unas con otras.

Habermas nos dice que la semántica verídica sirve para ratificar la idea sobre la oración asertoria que es cuando la oración es verdadera. Según esta teoría la problemática de la validez se sitúa exclusivamente en la relación del lenguaje con el mundo como totalidad de hechos. Todo acto de habla, puede ser criticado como no verdadero en lo que concierne al enunciado hecho, como no correcto en lo que concierne a los contextos normativos vigentes, y como no veraz en lo que concierne a la intención del hablante. A partir de esto Habermas explica, las consecuencias que tocan en cuanto a las cosas básicas de la teoría del significado: ya no hay que definir a la pretensión de verdad semántica, ni siquiera sólo desde la perspectiva del hablante.

Las pretensiones de validez constituyen un punto de convergencia del reconocimiento intersubjetivo por todos los participantes. Por tanto éstas cumplen un papel pragmático en la dinámica que representan todas las ofertas contenidas en los actos de habla y toma de posturas de afirmación o negación por parte de los destinatarios.

Un hablante, al asumir con su pretensión de validez susceptible de crítica la garantía de aducir razones que avalen la validez del acto de habla, así como el oyente que conoce las condiciones de aceptabilidad entiende lo dicho, debe tomar una postura racionalmente motivada. Si reconoce la pretensión de validez acepta la oferta que el acto de habla comporta y asume la parte que le toca de obligaciones relevantes para el posterior uso de la interacción.

Pretensiones de validez

Dentro de las pretensiones de validez el hablante vincula a su emisión una única pretensión de validez ya sea con:

- Una promesa reclama validez para una declaración de intención
- Una orden reclama validez para una exigencia
- Una confesión reclama validez para la expresión de sus sentimientos
- Una predicción reclama validez para un enunciado

Actos de habla

Actos de habla constatativos:

- Presenta los hechos del exterior
- Expresa el sentido del uso de las frases
- Explica el sentido de las afirmaciones ya que existen formas de describir, referir, comunicar, explicar. Dentro de este acto se ubican verbos como: asegurar, negar, dudar.

Actos de habla expresivos:

Estos principalmente aparecen en oraciones de vivencias, es decir, son los estados del sujeto que habla, se presenta con verbos como: revelar, confesar, expresar, engañar.

Actos de habla regulativos:

“Son aquellas donde el hablante y el oyente aceptan conseguir las reglas o acatar las órdenes dadas. Se emplean verbos como ordenar, prohibir, prometer”.(Habermas, 1997, pág. 19)

Leist ha formulado una tesis fundamental de Habermas del siguiente modo:

En todos los actos de habla de la acción orientada al entendimiento, que sean ilocucionarios, proposicionalmente diferenciados y no ligados institucionalmente, todos los hablantes y oyentes se suponen mutuamente al tanto de que hay que considerar las respectivas emisiones como verdaderas y de que hay que considerar correcta una norma relevante para el acto de que se trate” y esta formulación requiere de la precisión de los actos de habla orientados al entendimientos desde el punto de vista de la teoría de la interacción ya que esta teoría es aquella que estudia las maneras en que la gente se relaciona entre sí, y su comportamiento con el otro hace una acción o interacción social entre ellos.

Pero Leist propone objeciones contra los supuestos:

- a) La primera objeción se refiere a las tres pretensiones de valides las cuales están orientados al entendimiento en los actos de habla donde dice que no cabe duda

que los actos de habla se lo pueden asociar a la pretensión de un enunciado verdadero. Es decir que esta objeción se basa en las actitudes proposicionales del hablante que en los actos de habla expresivos emplea oraciones de vivencia donde van a hacer referencia a la verdad.

- b) La segunda objeción es en relación con la posibilidad de una discriminación entre pretensiones de verdad y veracidad y estos no se refieren a la clase de los actos de habla expresivos en su totalidad, sino en aquellas emisiones donde en cuyo componente proposicional aparecen verbos como (yo pienso, sé, creo, sospecho u opino) y no cabe duda que a través de estos existe una relación interna. Ejemplo, a pesar de las conexiones que existen una persona puede decir: está haciendo sol, pero yo no creo que esté haciendo sol, es decir que pueda estar rechazando dos pretensiones de validez con la toma de una postura negativa y con esto desenmascara una emisión verdadera como no veraz y la toma como falsa.(Habermas, 1997)

Mundo de la vida

El mundo de la vida es un concepto complementario a la razón comunicativa, es el contexto donde se acuerdan los procesos de entendimiento, pues parte de un mundo externo (objetivo y social) y un mundo interno (subjetivo), es decir el mundo de la vida es un estadio donde las convenciones ajenas y propias de cada actor es decir el hablante y el oyente; se entrelazan para poder llegar a un entendimiento en base al lenguaje, lugar en el cual las divergencias se aclaran para que el acto comunicativo cumpla con su propósito básico que es llegar al entendimiento.(Habermas, 1997)

Se trata por un lado de la diferenciación de los componentes estructurales del mundo de la vida estrechamente entrelazados al principio en la conciencia colectiva, es decir de que cultura, sociedad y personalidad se separan. Y por otro lado, de las transformaciones en parte paralelas y en parte complementarias que en esos tres planos se producen a saber; del desplazamiento del saber sacro un saber basado en razones y especializado según las distintas pretensiones de validez.

Las valías comunicativas pueden ser vistas como un proceso racional que se involucra dentro de un diálogo, por eso no se puede pensar a la comunicación como un mero acto de difusión ya que Lazarsfeld(1997):

Es engañoso hablar simplemente de la decadencia de los gustos estéticos. Es probable que los públicos de masas incluyan una mayor cantidad de personas con criterios estéticos y más elaborados, pero éstas se pierden entre las grandes masas que constituyen el nuevo público ineducado de las artes. Mientras que ayer la elite constituía prácticamente todo el público, hoy es una pequeña parte del todo.(pág. 35)

En ese aspecto se da un paralelo entre la forma de vida de un colectivo y la biografía de un individuo. Cuando se parte del concepto de identidad del yo de Mead, se plantea la cuestión de qué es lo que queda de las identidades concretas ligadas a determinadas normas y roles sociales cuando el adulto ha adquirido la capacidad generalizada de realizarse autónomamente.

CAPÍTULO 2

ACTUALIDAD DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL COMO PROFESIÓN

Los días en que la comunicación llegaba con grandes dificultades hacia las sociedades dejaron de existir, vivimos en un mundo acelerado en el cual pulsar un botón nos permite conocer todos los acontecimientos que envuelven a los personajes de una población.

Esta aceleración comunicacional, mediante los nuevos medios de comunicación (internet) ha llegado a todos los rincones del mundo y esto ha permitido que los lugares más remotos y alejados se mantengan informados y de una u otra manera.

Marshall McLuhan(1962), ha citado, tres innovaciones tecnológicas fundamentales que se constituyen en factores claves para la evolución de la comunicación:

1. La invención del alfabeto fonético, y con ello, el uso de las primeras formas literarias para la comunicación y las primeras formas de transmisión del conocimiento con fines educativos.
2. La introducción por parte de Gutenberg, de los tipos móviles, que aceleró el proceso de comunicación y apropiación de la formas de pensamiento literario, dejando algunas evidencia tangibles de lo que se conoce como protoperiodismo.
3. La invención de los medios electrónicos, que inicia con el telégrafo en 1844, luego la radio, el cinematógrafo, el teléfono y la computadora. (pág. 148)

La evolución de nuestra sociedad ha permitido crear nuevas tecnologías al alcance de cualquier individuo, es sumamente fácil saber cuál es la actualidad en la que se desarrollan las naciones al otro lado del mundo.

Ante esta realidad es necesario que un comunicador social pueda manejar, criticar, analizar el abanico de contenidos que se presentan en diferentes espacios de comunicación. Estos contenidos que permiten estar al tanto del desenvolvimiento, comportamiento de pueblos y civilizaciones.

Este nuevo escenario comunicacional ha llevado a los diferentes entes generadores de información a buscar la estrategia correcta para llegar a una sociedad, teniendo que

utilizar todos los instrumentos que sean necesarios para un exitoso desenvolvimiento de su información.

Entonces dentro del ámbito laboral, que evidentemente resulta muy atractivo, más de la mitad de las actuales ofertas de trabajo para el periodista provienen de los medios digitales, donde saber aplicar correctamente los criterios de utilización de las nuevas tecnologías es imprescindible.(leon, 2005, pág. 65)

Es imprescindible que mediante esta actualidad laboral que se presenta para los comunicadores sociales, las instituciones educativas se despojen por completo de técnicas de enseñanza funcionalista dada en pasados años en donde se buscaba una sola reproducción de la información.

Hoy, la profesión de un comunicador social embarca una gran cantidad de responsabilidades y competencias por lo cual se debe obtener una adecuada formación académica que este dirigida hacia la adquisición de innumerables formas y maneras de investigar para el exitoso desenvolvimiento en sus actividades.

La evolución de la comunicación social ha permitido que los profesionales de la materia naveguen en el estudio de nuevas formas de comunicar.

La historia de la comunicación ha marcado varios modales de llevar información a las sociedades. La comunicación como una acción humana está en todo.

Monsiváis(2007)Indica:

Comunicar sustituye a la demasía de verbos: hablar, dialogar, relacionar, expresar, informar, poner al tanto. Único verbo con aureola, por así decirlo, comunicar es la acción que invade los hogares, preside las conferencias de los medios y los mítines, y da cuenta de los escenarios aerodinámicos.(pág. 32)

Es decir comunicamos al formular nuestras ideas, nuestros pensamientos, La comunicación debe ser hablada desde todas partes, siendo así que esto debe manejarse en todo modo de enseñanza.

2.1. Perfil del comunicador social

El perfil profesional de un comunicador social mediante su formación académica debe tener la capacidad de manejar las diferentes características:

- Tener como punto de partida la investigación para realizar su trabajo profesional.
- Ser crítico sobre la labor dentro de una sociedad.
- Investigar, comentar, llevar conjuntamente información con las sociedades para crecimiento de una comunidad.
- Actualizarse con las nuevas tecnologías de información para poder obtener un exitoso desenvolvimiento con los nuevos escenarios de la comunicación.
- Generar igualdad, respeto, para ser partícipe de los acontecimientos sociales.

2.1.1. Perfil del comunicador social de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito

Cuando hablamos de perfil nos referimos a un conjunto de habilidades, destrezas y capacidades que atañen a una persona en este caso a un profesional a un puesto de trabajo.

Los medios de comunicación masiva se han convertido en entes propulsores de comportamientos en los individuos de una sociedad regida por la aportación de la información.

Es así que el funcionalismo y sus articulaciones son una realidad a la que se enfrenta la sociedad moderna.

Si tomamos en cuenta que en los años 70 el método de estudio de ciertas instituciones del Ecuador estaban regidas por la influencia de los medios de comunicación y el poder político se podrán encontrar grandes falencias en la adquisición de conocimientos los cuales aún se encuentran impregnados en ciertas instituciones superiores que muestran en su praxis a un sistema ya establecido al cual hay que acoplarse, siendo esto por el contrario una práctica ya caduca en la cual el funcionalismo conjuntamente con el

poder de medios logra aun tener preso las habilidades de cada uno de los individuos de esta sociedad.

Los datos que arrojo el Consejo Nacional de Educación Superior (CONESUP) institución que en la actualidad ya no realiza funciones, en los inicios de 2006 había 39 carreras de Comunicación Social, Periodismo y Relaciones Públicas.

Los perfiles profesionales que en la actualidad maneja la Universidad Politécnica Salesiana en la facultad en Comunicación Social indican que hay una relación en la concurrencia académica con las demás universidades del país que ofertan la carrera de comunicación en sus instalaciones.

Siendo las siguientes especialidades las que se dispone la Universidad Salesiana en la actualidad para sus estudiantes:

Tabla 1.
Menciones de Comunicación Social/ UPS

Título	Mención
Licenciatura en Comunicación social	Periodismo de investigación
Licenciatura en Comunicación social	Comunicación para el Desarrollo
Licenciatura en Comunicación social	Producción Audiovisual y Multimedial

Nota: Menciones. Fuente: Universidad Politécnica Salesiana. 2015

2.2. Comunicador social/ Periodismo de investigación

La palabra periodista es incluida en la segunda edición del diccionario francés en el año de 1880, siendo confundida y relacionada en la función de un escritor.

Es en el año 1920 en el cual la profesionalización del periodismo se da en países como los EEUU y Canadá en donde se forman profesionales para ejercer la función de periodistas.

La evolución en las sociedades ha permitido que paralelamente se genere un crecimiento periodístico. En Sudamérica esta evolución vino de la mano de Joseph Pulitzer, modelo que se implementó en América Latina con algunas remodelaciones y ajustes a la realidad social en la que nos desarrollamos.

“El periodismo es una tarea colectiva, rápida y jerárquica”(Gomis, 1991, pág. 9)Que conlleva una gran responsabilidad ya que este maneja información que debe ser dirigida de manera óptima y ética a las sociedades.

2.2.1. Campo ocupacional

El campo ocupacional de un periodista está dirigido hacia:

- Medios de comunicación
- Prensa escrita.
- Televisión
- Radio.

El periodismo es un poder que conlleva una gran responsabilidad y en este se encuentra un derecho social, el tener una información veraz e individuos totalmente capacitados en todas las áreas comunicacionales es un punto de suma importancia en el perfil de un periodista, ya que este será el actor primordial en el diario de una sociedad.

2.3. Comunicador social/ Comunicación para desarrollo

La comunicación social mención en desarrollo y el profesional especializado en esta rama tiene la responsabilidad de diseñar e implementar estrategias y planes integrales de comunicación, que aporten al crecimiento de toda la entidad, empresa o comunidad en la que este ejerza su profesión.

El escenario ocupacional de esta rama permite tener un abanico de alternativas en las cuales se puede desarrollar un profesional de la comunicación. Tales como planes para un desarrollo cultural, áreas periodísticas de una determinada empresa, siempre y

cuando se tengan una propuesta comunicacional en el momento de su difusión y puesta en práctica.

2.3.1. Campo ocupacional

- Instituciones públicas y privadas locales nacionales, e internacionales.
- Medios de información masivos y comunitarios.
- Movimientos y organizaciones socioculturales.
- La dimensión comunicativa de proyectos de desarrollo en instituciones públicas y privadas, locales, regionales, nacionales e internacionales.
- En medios de comunicación social masivo y comunitarios.
- En movimientos y organizaciones socio- culturales, en procesos de fortalecimiento organizativo, comunicación corporativa, comunicación organizacional.(Universidad Politécnica Salesiana, 2011, pág. 1)

2.4. Comunicación social/ Producción Audiovisual y Multimedial

La iniciativa que maneja la universidad Salesiana al preparar profesionales con mayores habilidades en ramas técnicas es poder formar un individuo competitivo hacia el mundo de las nuevas tecnologías comunicativas.

Se requiere una gran cantidad de creatividad para un buen desenvolvimiento profesional, mucho más cuando los planes están enfocados en proyectos tecnológicos que pueden tener acceso a los medios de comunicación.

Este es una innovación de una rama comunicacional que permite ver una figura más participativa del profesional en temas relacionados a la edición, producción y posproducción de materiales comunicativos. A la vez diseñar, ejecutar, proyectos y productos comunicacionales, informativos y educativos para el desarrollo.

La oferta en la mención multimedia, se basa de manera particular en ofertar clases prácticas que acercan a los estudiantes a las prácticas de producción en algunos casos análogas y en otros digitales. Permitiendo tener actividades laborales independientes

y poder relacionarse con las nuevas propuestas mundiales que manejan una visión digital.

2.4.1. Campo ocupacional

- La producción audiovisual y multimedia y la educación entendidas como medios para la transformación de la realidad.
- En instituciones de formación y capacitación.
- En medios de comunicación social masivo y comunitarios.
- Medios de comunicación televisivos y multimediales.
- Organizaciones públicas y privadas nacionales e Internacionales.(Universidad Politécnica Salesiana, 2011, pág. 2)

2.5. Foda de la UPS (Fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas)

La matriz Foda permite encontrar factores críticos, positivos con los que cuenta un comunicador, a la vez permite encontrar las oportunidades, amenazas, debilidades, y fortalezas que puede tener un profesional.

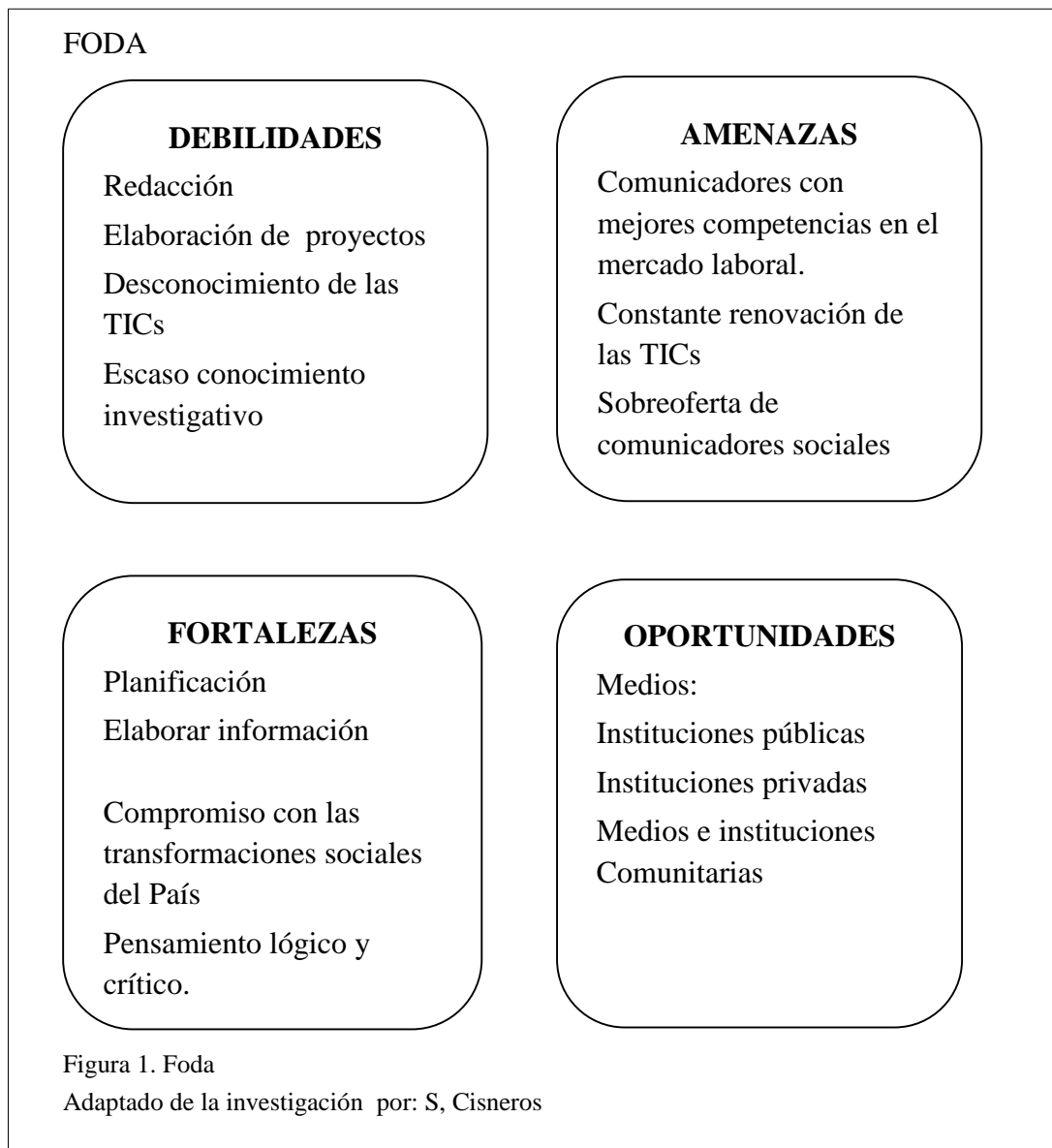
El estudio de la actualidad del graduado mediante el instrumento FODA permitirá conformar un panorama del contexto del individuo permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita tomar decisiones en las cuales se maneje un perfil óptimo del comunicador ante los nuevos escenarios que muestra la sociedad.

El nexo que se encuentra entre el comunicador social y los acontecimientos informativos comunicacionales permitirán un análisis de la matriz del graduado de comunicación de la Universidad Salesiana sede Quito.

A la vez dentro FODA se accederá a desarrollar conclusiones sobre la actualidad que posee el comunicador social ante la colectividad, permitiéndonos obtener una idea más amplia de cuál es el panorama al que se enfrenta el profesional de la comunicación.

Matriz Foda del Comunicador Social de la Universidad Politécnica Salesiana:

La matriz Foda fue desarrollada en base a los resultados obtenidos por parte de los encuestados en la investigación.



2.6. Campo laboral del comunicador social

A lo largo del desarrollo humano la comunicación ha sido indispensable para la evolución de las sociedades, con el paso de los años esta ha sido involucrada en diferentes áreas del campo profesional.

La comunicación puede ser requerida en una gran variedad de instituciones. Las principales estructuras y campos en las que un capacitado en comunicación genera conocimientos son las siguientes:

Entidades

- Públicas

- Privadas
- Comunitarias

2.6.1. Empresa pública, privada y comunitaria

La empresa pública en el Ecuador es la entidad generadora de los recursos económicos en los cuales su misión es obtener ganancias que están destinadas hacia la riqueza y desarrollo del país. Las organizaciones públicas están creadas con la finalidad de obtener un crecimiento social a través de sus diferentes Ministerios.

Las empresas privadas tienen como fin primordial obtener ganancias y utilidades. Por lo que su principal fin es el lucro comercial.

Mientras tanto que la empresa comunitaria tiene como propósito principal la inclusión de sus pueblos, ya que la colectividad adopta el liderazgo para hacer que sus recursos económicos, humanos, naturales y materiales sean administrados buscando el desarrollo de la comunidad.

Entre las actividades laborales que un comunicador social realiza en este tipo de empresas tenemos:

- Comunicación interna
- Comunicación externa
- Relaciones públicas
- Comunicación corporativa
- Comunicación e imagen de la institución.
- Comunicación audiovisual
- Manejo de equipos de producción.

2.7. Modelo de encuesta

2.7.1. Encuesta

Según datos proporcionados por el Senescyt (Secretaría Nacional de Educación Superior Ciencia Tecnología e Innovación) hasta la fecha 30 de Septiembre de 2014, en los dos últimos años, se han graduado 387 estudiantes de la Carrera Comunicación Social en la Universidad Politécnica Salesiana, por lo tanto el Universo de la investigación serán 387 graduados, la muestra será de 91 estudiantes.

H= tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

O= desviación estándar

Z =niveles de confianza

E = límites aceptables de error.

Total de universo de graduados = 387

	$\frac{387*0.96}{3.13+0.96}$
Rompemos paréntesis:	$\frac{371.52}{4.09}$
Obtenemos la muestra:	90.83
Los graduados encuestados serán:	91

Los graduados encuestados son los ex estudiantes de las diferentes mallas curriculares que oferta la carrera de Comunicación Social, en la sede de Quito Ecuador.

CAPÍTULO 3

PROBLEMÁTICA LABORAL DEL COMUNICADOR SOCIAL

3.1. Origen de la problemática laboral

El estudiante de comunicación social de la Universidad Politécnica Salesiana en el transcurso de su carrera adquiere conocimientos que le permite generar pericia en el campo comunicacional, con el fin de desarrollarse eficiente, eficaz y efectivamente en el campo profesional.

Mediante la adquisición de dicho conocimiento teórico y práctico los estudiantes tendrán la capacidad de desenvolverse en el campo profesional de una forma más objetiva, teniendo en cuenta una visión ligada al desarrollo.

Pero existe un problema de fondo, las especializaciones no permiten que el comunicador social sea un individuo capaz de desenvolverse en un campo laboral más amplio. El nivel educativo superior que genera la Universidad en la carrera de Comunicación Social presenta deficiencias en su estructura al delimitar en tres especialidades una carrera que debería tener los mismos conocimientos tanto para el periodista, para el comunicador en desarrollo, como para el comunicador multimedia.

Las competencias que presenta el campo laboral no permiten falencias e insuficiencias en el conocimiento que debe presentar el comunicador para ejercer como un ente profesional.

El comunicador social en esta nueva era tecnológica no debe ser un simple redactor de información, tampoco debe limitarse a crear productos impresos y audiovisuales los cuales no puedan ser introducidos a nuevas tendencias comunicativas. El comunicador social debe tener la suficiente capacidad para poder abarcar el abanico de posibilidades en las cuales se pueda desenvolver.

El profesional tiene que enfocarse en ser un participante de esta nueva era, creando y desplegando conocimientos competentes a su actividad profesional dentro de cualquier área.

La investigación desarrollada identificará, que tan perjudicial pueden resultar las deficiencias del futuro comunicador social, al momento de involucrarse con el mundo laboral, pues al no poseer conocimientos necesarios se limita dentro de ciertas ramas.

3.2. Empleabilidad

➤ Graduados por género

Mediante las encuestas realizadas a los estudiantes graduados de los últimos dos años de la Universidad Politécnica Salesiana, se pudo determinar que de 91 personas encuestadas, 60 pertenecen al sexo femenino y 31 personas al sexo masculino, obteniendo un mayor porcentaje de participación por parte de mujeres en el levantamiento de este estudio.

Tabla 2.
Graduados por género

Total: 91 Alumnos encuestados de la Carrera Comunicación Social	Total Hombres	% de hombres graduados	Total Mujeres	% de mujeres graduadas
91	31	34,07%	60	65,93%

Nota: Graduados por género de la Universidad Politécnica Salesiana. Adaptado de la investigación, por S. Cisneros, 2015

- Distribución de graduados por situación laboral de la muestra.

Según los datos proporcionados por parte de los encuestados de la muestra su situación laboral es positiva ya que de 91 personas encuestadas el 71 % se encuentra ocupando puestos de trabajo, y tan solo el 28% no se encuentra realizando ninguna actividad productiva. Permitiendo observar saldos efectivos ante su inserción laboral.

Tabla 3.
Distribución de graduados por situación laboral de la muestra

Situación laboral	Cantidad	Porcentaje %
Trabaja	65	71,43%
No trabaja	26	28,57%

Nota: distribución de graduados la Universidad Politécnica Salesiana. Adaptado de la investigación, por S. Cisneros, 2015

3.3. Causas

- Graduados por tipo de sector empresarial en la que se encuentran trabajando de la muestra.

La situación laboral de los graduados en la actualidad según el sector empresarial muestra una deficiencia por parte del desarrollo de sus capacidades en el área comunicativa, tan solo el 49% de las personas que trabajan realizan funciones apegadas a su carrera. Mostrando que ni siquiera la mitad de graduados cumplen funciones comunicativas e informativas en sus empleos.

La docencia en diferentes establecimientos educativos es requerida hacia los comunicadores sociales, ya que en el estudio realizado este empleo es realizado por más del 7% de graduados, siendo la segunda ocupación más realizada por los estudiantes encuestados de la Universidad Politécnica Salesiana.

Actividades financieras, servicio al cliente, administración pública, áreas administrativas y otras áreas ocupacionales son las actividades en las que se completa el 100% del porcentaje de la muestra.

➤ Graduados por tipo de sector empresarial

Tabla 4.
Graduados por tipo de sector empresarial.

Sector empresarial	Cantidad	Porcentaje
Comunicación, Información	32	49,23%
Enseñanza (Docencia)	5	7,69%
Actividades financieras	3	4,62%
Servicio al cliente	4	6,15%
Administración pública	3	4,62%
Áreas administrativas	5	7,69%
Otras actividades profesionales	9	13,85%
Otras actividades de servicio	4	6,15%

Nota: Graduados por tipo de sector empresarial de la Universidad Politécnica Salesiana. Adaptado de la investigación, por S. Cisneros, 2015

- Graduados por ejercicio de la profesión en el trabajo que realizan de la muestra.

Los graduados de la Carrera de Comunicación Social de los dos últimos años en la aplicación de sus conocimientos en su trabajo, indican que de 65 personas que laboran, tan solo 32 de estas generan aportes comunicativos en su área laboral, obteniendo el 49% del porcentaje total de los encuestados que realizan alguna actividad productiva. El 24% aplica sus conocimientos en su trabajo y el restante 25 % no realiza aporte alguno de su profesión en su institución. Obteniendo un 75% de profesionales que utilizan de alguna manera las herramientas comunicativas que fueron adquiridas en la Universidad Politécnica Salesiana.

Tabla 5.
Aplican su profesión en el trabajo

Aplican su profesión en el trabajo	Cantidad	Porcentaje
Nada	16	24,62%
Poco	17	26,15%
Totalmente	32	49%

Nota: Aplican su profesión en el trabajo. Adaptado de la investigación, por S. Cisneros, 2015

➤ Graduados por rango de remuneración de la muestra.

La Comunicación Social en rangos de remuneración es una disciplina media a comparación de empleos como el de un profesional de la salud que sus ingresos bordean los 2500 dólares americanos, arquitectos 1900 dólares americanos, ingenieros 1800 dólares americanos. En comparación a profesionales de la educación estos rangos vienen a ser más equitativos siendo los 1000 dólares americanos el promedio de pago por el desarrollo de las actividades profesionales en sus diferentes áreas de trabajo. El graduado que más ingresos tiene en esta muestra bordea los 2000 dólares americanos y el que menos ingresos mensuales adquiere son los 300 dólares. El 43 % de los encuestados disponen entre 500 a 1000 dólares mensuales por su aporte a sus áreas laborales siendo este el promedio de pago que tienen en sus trabajos.

Tabla 6.
Remuneración

Rango de remuneración	Cantidad	Porcentaje
Menor o igual a 500	12	18,46%
Mayor a \$500 pero menor o igual a \$750	15	23,08
Más de \$ 750 pero menor o igual a \$ 1000	28	43,08%
Más de \$ 1000 pero menor o igual a \$1500	10	15,38%

Nota: remuneración. Adaptado de la investigación, por S. Cisneros, 2015

3.4. Sobre la evaluación de influencia del programa en el medio

- Las herramientas dadas por la Carrera para ejercer la profesión son las adecuadas.

Los graduados de la Carrera de Comunicación Social que fueron encuestados ven a la institución educativa de la que recibieron su preparación profesional como buena en la presentación de las herramientas que esta brinda para poder ejercer la profesión. Casi el 36 % de los profesionales creen que los instrumentos que brinda la Universidad son adecuadas para su adecuado desenvolvimiento profesional, siendo el rango de bueno como es más repetido en el estudio. Los siguientes rangos son: muy bueno, excelentes, aceptable y por ultimo deficiente

Tabla 7.
Las herramientas dadas por la Carrera para ejercer la profesión son las adecuadas

Preguntas	Cantidad	Porcentaje
Excelente	11	12,09%
Muy bueno	27	29,67%
Bueno	32	35,16%
Aceptable	18	19,78%
Deficiente	3	3,30%

Nota: las herramientas de la Carrera. Adaptado de la investigación, por S. Cisneros, 2015

- Las especialidades y materias que ofrecen la UPS le parecen acordes al mundo laboral.

Sobre las especialidades y materias que ofrece la Universidad Politécnica Salesiana los graduados muestran una inclinación hacia el rango “bueno” con el 43 % mostrando una postura no afirmativa, ni negativa hacia las materias y especialidades ofertadas que la Universidad en su Carrera de Comunicación Social brinda en la actualidad a sus estudiantes. En esta pregunta realizada a los profesionales es importante observar la cantidad de respuestas al rango “aceptable” ya que el 20% que alcanza este ítem muestra una clara declinación hacia las materias que se brinda la institución educativa. Los rangos “muy bueno”, “excelente”, “deficiente” completan el estudio sobre las especialidades y materias ofertadas.

Tabla 8.

Las especialidades y materias que ofrecen la UPS le parecen acordes al mundo laboral.

Preguntas	Cantidad	Porcentaje
Excelente	10	10,99%
Muy bueno	22	24,18%
Bueno	40	43,96%
Aceptable	17	18,68%
Deficiente	2	2,20%

Nota: especialidades y materias. Adaptado de la investigación, por S. Cisneros, 2015

- El proceso de enseñanza – aprendizaje de la Universidad Politécnica Salesiana satisfizo sus expectativas.

El proceso en el cual se imparte clases para poder desarrollar enseñanza hacia los alumnos por parte de la Universidad Salesiana concluyo en que sus graduados ven como bueno a su metodología y proceso de enseñanza, obteniendo casi el 70% de respuestas entre los rangos “buena” y “muy bueno” en métodos de aprendizaje. Con el 17% la aceptabilidad sigue en el estudio y la excelencia ocupa casi el último puesto de la encuesta obteniendo el 10 % de las respuestas.

Tabla 9.
Aprendizaje de la Universidad Politécnica Salesiana satisfizo sus expectativas.

Preguntas	Cantidad	Porcentaje
Excelente	9	9,89%
Muy bueno	33	36,26%
Bueno	31	34,07%
Aceptable	16	17,58%
Deficiente	2	2,20%

Nota: expectativas. Adaptado de la investigación, por S. Cisneros, 2015

- El índice y la calidad del empleo, para el perfil de los egresados y graduados de la Ups son satisfactorios.

Tras culminar los estudios universitarios los graduados de la Carrera de Comunicación Social miran como muy bueno el perfil del graduado y el egresado para poder ubicar un empleo de calidad, teniendo como buena a la labor por parte de la Universidad al momento de generar profesionales capaces de ocupar empleos de alta relevancia. Los datos indican que la cantidad y calidad de ocupación son acertadas para los estudiantes de la Universidad, obteniendo respuestas afirmativas hacia la pregunta realizada.

Tabla 10.
El índice y la calidad del empleo.

Preguntas	Cantidad	Porcentaje
Excelente	7	7,69%
Muy bueno	27	29,67%
Bueno	29	31,87%
Aceptable	20	21,98%
Deficiente	8	8,79%

Nota: Empleo. Adaptado de la investigación, por S. Cisneros, 2015

- La contribución del comunicador a la generación de empresas está de acuerdo al perfil propuesto por la Universidad.

El rango de aceptabilidad ante la contribución del Comunicador Social a la generación de empresas genera respuestas que mantienen a la Universidad en una línea de bueno ante su labor. Se debe tomar en cuenta que el rango “bueno” se encuentra en la mitad de la tabla de posibles respuestas, siendo esta una contestación en la cual los profesionales posicionan a la Universidad como una institución con un índice medio en la formación de líderes capaces de formar empresas hacia la sociedad.

Tabla 11.
La contribución del comunicador a la generación de empresas.

Preguntas	Cantidad	Porcentaje
Excelente	8	8,79%
Muy bueno	21	23,08%
Bueno	41	45,05%
Aceptable	18	19,78%
Deficiente	3	3,30%

Nota: El desarrollo de empresas. Adaptado de la investigación, por S. Cisneros, 2015

- La formación académica recibida en la UPS le brindó los elementos necesarios para competir en el mercado laboral.

En el rango de formación académica podemos verificar que los estudiantes tienen una visión de la Universidad Salesiana como buena, seguido del rango muy bueno. Obteniendo una aceptabilidad en su emisión y oferta académica.

Tabla 12.
La formación académica recibida en la UPS

Preguntas	Cantidad	Porcentaje
Excelente	5	5,49%
Muy bueno	25	27,47%
Bueno	37	40,66%
Aceptable	20	21,98%
Deficiente	4	4,40%

Nota: Formación académica. Adaptado de la investigación, por S. Cisneros, 2015

- Los contenidos de las asignaturas le permitieron desarrollar habilidades y destrezas para el adecuado desenvolvimiento laboral.

Las respuestas obtenidas sobre los contenidos de las asignaturas para el desarrollo de destrezas para el desenvolviendo laboral muestran que los graduados posicionan a la Universidad como buena en su labor para desarrollar habilidades en sus estudiantes para un exitoso desenvolvimiento profesional. Los profesionales muestran en un 38% su aceptabilidad ante los las asignaturas impartidas por parte de la institución siendo este el valor más alto en las respuestas.

Tabla 13.
Los contenidos de las asignaturas.

Preguntas	Cantidad	Porcentaje
Excelente	7	7,69%
Muy bueno	28	30,77%
Bueno	35	38,46%
Aceptable	16	17,58%
Deficiente	5	5,49%

Nota: Asignaturas. Adaptado de la investigación, por S. Cisneros, 2015

- Los temas tratados en las asignaturas fueron pertinentes para su desempeño profesional.

La excelencia y la deficiencia son los porcentajes más bajos ante la pregunta sobre los temas que imparte la Universidad para un exitoso desempeño laboral, siendo este un indicador que los temas impartidos no se apegan al mundo laboral.

Tabla 14.
Los temas tratados en las asignaturas fueron.

Preguntas	Cantidad	Porcentaje
Excelente	8	8,79%
Muy bueno	26	28,57%
Bueno	39	42,86%
Aceptable	15	16,48%
Deficiente	3	3,30%

Nota: Temas y asignaturas. Adaptado de la investigación, por S. Cisneros, 2015

- La pedagogía utilizada en el desarrollo de las asignaturas, es la adecuada para el logro de los objetivos.

Los docentes que imparten clases en la facultad de Comunicación Social tienen la aceptación por parte de los profesionales que cursaron sus estudios en la Universidad Salesiana los rangos “muy bueno” y “bueno” disponen de la mayor aceptación ante la pedagogía que se utiliza en las aulas de la institución.

Tabla 15.
La pedagogía utilizada en el desarrollo de las asignaturas.

Preguntas	Cantidad	Porcentaje
Excelente	8	8,79%
Muy bueno	28	30,77%
Bueno	34	37,36%
Aceptable	17	18,68%
Deficiente	4	4,40%

Nota: Pedagogía. Adaptado de la investigación, por S. Cisneros, 2015

3.5. Consecuencias

3.5.1. Materias y malla curricular

- Qué materias se recomendaría incluir en la carrera Comunicación Social acorde a su malla curricular Enumere 3

Las materias más recomendadas por parte de los graduados encuestados de la muestra fueron:

- Periodismo digital
- Nuevas tecnologías de la información
- Gestión de medios
- Medios comunitarios
- Elaboración de proyectos
- Relaciones públicas
- Publicidad
- Manual y uso de redes sociales (Community manager)
- Contratación publica

La recomendación por parte de los graduados que se encuentran vinculados al mundo laboral, es generar una adquisición de conocimientos vinculados al campo tecnológico del cual se obtienen nuevas formas de informar y comunicar. Es de suma importancia lograr incluir a futuro asignaturas las cuales actualizarían al comunicador social ante las nuevas tendencias informativas.

- Qué materias se recomendaría excluir en la carrera Comunicación Social acorde a su malla curricular Enumere 3

Las materias más recomendadas por parte de los graduados encuestados de la muestra fueron:

- Pensamiento social de la iglesia
- Teoría de la imagen
- Antropología cristiana (Pastoral)
- Cultura física
- Lógica

- Comunicación para la paz
- Arte
- Espiritualidad juvenil
- Deontología

Dentro del campo ¿qué materias son recomendables excluir de la malla curricular? se logró determinar que para los graduados de la Universidad Politécnica Salesiana en la Carrera de Comunicación Social, asignaturas como Arte, Teoría de la imagen, Lógica, Deontología, no son recomendables para impartirlas, ya que estas materias no brindan un suficiente aporte a un profesional de la comunicación en su lugar de trabajo. La misión de la Universidad de formar profesionales hacia la sociedad con un perfil cristiano, tampoco es bien visto por parte de ex estudiantes ya que asignaturas como Pensamiento social de la iglesia, Antropología Cristiana, Espiritualidad juvenil, fueron las más mencionadas para ser retiradas de la formación académica de los comunicadores sociales de la Universidad Salesiana sede Quito.

- Es recomendable unificar la malla curricular por parte de la Carrera Comunicación Social

Las menciones curriculares que oferta la Carrera de Comunicación Social no tiene la aceptación por parte de sus graduados. De 91 personas encuestadas el 59% recomienda que los conocimientos que imparte la institución superior deben ser generados de igual manera para todos sus estudiantes, permitiendo así conseguir una mayor posibilidad de obtener un empleo.

Tabla 16.
Es recomendable unificar la malla curricular.

Es recomendable unificar la malla curricular en la Carrera de Comunicación social	Número	Porcentaje
SI	54	59,34%
NO	37	40,66%

Nota: Malla curricular. Adaptado de la investigación, por S. Cisneros, 2015

CAPÍTULO 4

MÉTODO PARA UNA INSERCIÓN LABORAL EFECTIVA

4.1. Diseño del plan de bolsa empleo para el comunicador social

El diseño de una bolsa de empleo. Se lo pensó desde la necesidad de integrar dentro de la Universidad Politécnica Salesiana, una herramienta capaz de encaminar al futuro comunicador hacia la obtención de un empleo, donde pueda mostrar su capacidad y sus aptitudes profesionistas.

¿Qué es la bolsa de empleo?

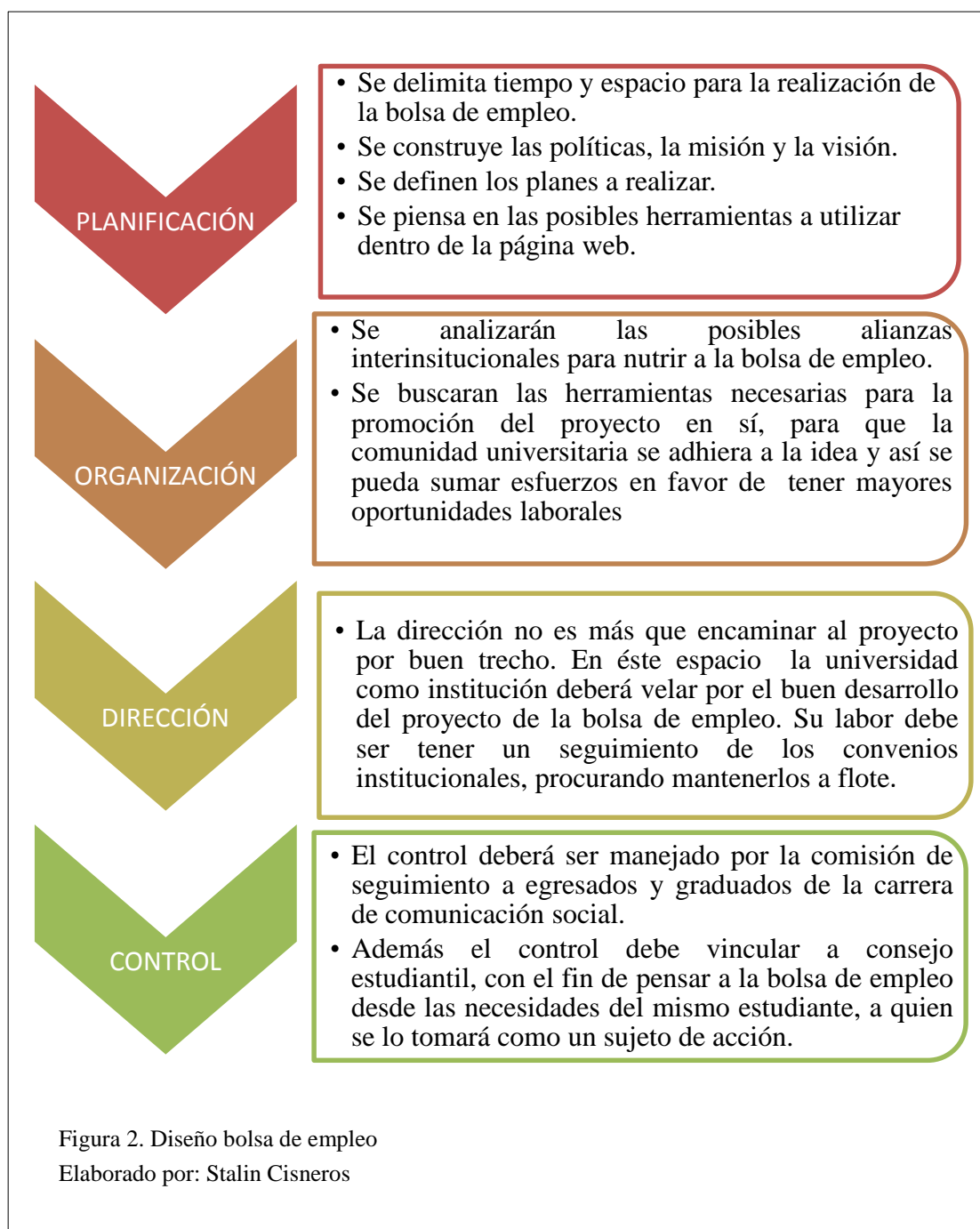
Es donde se ofertan distintas vacantes de trabajo de puestos disponibles en determinadas empresas. La bolsa de empleo además de ser una herramienta de apoyo es también un aliado, que permitirá vincular a instituciones: públicas, privadas y comunitarias a la red universitaria. Eso contribuirá al desarrollo de estrategias interinstitucionales con lo cual se vinculará al comunicador dentro del espectro mediático.

Una vez dado el preámbulo se puede delimitar al plan para la consecución de la bolsa de empleo. El proceso debe de ser constituido desde una base metodológica. Esa base deberá empezar por un proceso sistemático y lógico que permita aclarar los pasos a tomar dentro de la construcción de una bolsa de empleo. Entonces se procurará ser lo más conciso posible para que la idea sea concebida de forma sencilla y sea aplicable lo más pronto posible.

Por lo tanto empezamos diciendo que la bolsa de empleo es un recurso evidentemente necesario. Que sirve para acoplar propuestas de trabajo a una plataforma virtual que se actualiza dentro de un determinado tiempo. Haciendo de su tarea algo prioritario y útil para la comunidad universitaria.

Además la bolsa de empleo debe ser pensada con un software amigable. Donde el comunicador pueda acceder sin ninguna dificultad y sea más placentera la búsqueda. Así se evitará que la bolsa de empleo quede aislada y subutilizada. Puesto que debe ser una ayuda y no un obstáculo para la búsqueda de empleo.

El desarrollo de la planificación, organización, dirección y control de la “bolsa de empleo” se encuentra en el siguiente cuadro.



4.1.1. Políticas

Las políticas del proyecto servirán como plataforma de sostén de la idea. Serán los lineamientos generales por los cuales se ha de regir la “bolsa de empleo”. Las políticas serán estipuladas desde la concepción de necesidad de los estudiantes. El objetivo es

delimitar un espacio de acción del proyecto, para que el mismo no quede a la deriva y sea él mismo proyecto que sea el encargado de ejecutar las debidas orientaciones.

Las políticas al ser pensadas a favor de las necesidades de la comunidad universitaria se enlazarán a un modelo comunicacional alternativo, donde los beneficiarios sean capaces de involucrarse en el desarrollo del mismo. Es decir que puedan opinar sobre el manejo de la bolsa de empleo.

Es por esas razones que se han pensado las siguientes políticas:

La bolsa de empleo debe ser direccionada y enfocada en las necesidades de los estudiantes egresados y graduados de la Universidad Politécnica Salesiana y principalmente dirigida a la carrera de Comunicación Social.

- Los estudiantes podrán opinar sobre el manejo de la bolsa de empleo, sin que se atente contra la estabilidad de la misma. Es decir no se tomará en cuenta propuestas que no tengan un sentido de desarrollo para la bolsa de empleo.
- Se considerará dentro de la bolsa de empleo espacios de diálogo entre los mismos usuarios, con el fin de que la plataforma virtual sea más vivencial. Además mediante esa comunicación se pueden establecer redes de sociabilización, donde el usuario se entere sobre alguna oportunidad de empleo externa o que no esté publicada en la plataforma de la bolsa de empleo.
- La plataforma virtual debe ser estrictamente amigable con el usuario. No debe utilizar un software complejo, con el fin de obtener una eficacia en el manejo de la misma.
- Además la comisión de seguimiento a graduados deberá ser la responsable de manejar la plataforma y de actualizarla a medida que aparezcan oportunidades de trabajo de instituciones externas a la universidad. También deberá publicar avisos correspondientes a oportunidades de empleo.
- La comisión de seguimiento a egresados y graduados por ningún motivo puede desvincularse del proyecto. Ni tampoco puede dejar desatendido al proyecto.

- Los usuarios tienen la obligación de dejar sus datos personales verídicos, para una pronta localización. Ya que la plataforma generará enlaces y mensajes que se direccionaran a los mails de los usuarios.
- Por ningún motivo los miembros encargados de la plataforma podrán manipular la información de la “bolsa de empleo” a su conveniencia o para sacar provecho de datos importantes de los usuarios inscritos. Tampoco podrán arbitrariamente eliminar a los miembros usuarios de la plataforma, salvo que el usuario haya incurrido en una falta que atente contra las políticas de la misma.
- El servicio de “bolsa de empleo” será totalmente gratuita. Por ninguna razón se cobrará algún monto económico.
- El usuario podrá utilizar la plataforma las veces que desee necesarias.
- La bolsa de empleo promoverá un desarrollo integral a la comunidad universitaria. Direccionalá al estudiante a la adquisición de un empleo donde en realidad se sienta a gusto y que esté en la capacidad de sobrellevarlo sin la mayor dificultad.
- La bolsa de empleo estará regulada bajo la visión y misión de la Carrera de Comunicación Social. Y por consiguiente ha de ser una herramienta de inclinación laica. Es decir no estará controlada ni regida bajo parámetros religiosos.

4.1.2. Estrategias

Las estrategias estarán afianzadas a un modelo comunicacional, basado en la libre expresión y en la comunicación de doble entrada. Donde el estudiante y los encargados del proyecto intercambiarán información de validez, con el fin de impulsar a la bolsa de empleo hacia las necesidades del medio, que básicamente es la comunidad universitaria.

Por esos motivos se han pensado en estrategias que ayuden a integrar las ideas del conglomerado universitario específicamente refiriéndose a la carrera de comunicación

social, dentro de una bolsa de empleo, capaz de responder a los pedidos de los estudiantes. Siendo las siguientes estrategias a tomar en cuenta dentro de la bolsa de empleo:

- La principal estrategia es trabajar conjuntamente con los estudiantes egresados. Para saber sus inclinaciones laborales. De esa manera la bolsa de empleo será más apegada a la realidad de los estudiantes universitarios.
- La actualización de la página ha de ser semanalmente, para que no exista un desfase con el desarrollo de la bolsa de empleo.
- El estudiante también podrá publicar información sobre vacantes de empleo, de forma directa o indirecta a través post y de comentarios dentro de la plataforma virtual.
- Se implementaran acuerdos interinstitucionales, con el fin de hacer más fácil la adhesión del egresado o graduado a la vida laboral y así se pueda cumplir de manera eficaz con sus necesidades.
- Debe haber un control de la plataforma virtual de la bolsa de empleo, para que no se fragmente al momento de la aplicación y ejecución del proyecto de tesis, que tiene como fin otorgar un abanico de oportunidades al comunicador.

4.2. Desarrollo del plan

El desarrollo del plan “Bolsa de empleo” será explicado dentro del siguiente cuadro:

Tabla 17.
Desarrollo del plan bolsa de empleo

PASOS	CARACTERÍSTICA PRINCIPAL	PERSONAL ENCARGADO	OBSERVACIONES
Convenios interinstitucionales	Serán manejados desde la visión de cada una de las menciones de la carrera de Comunicación Social	Autoridades universitarias y de la carrera de Comunicación Social	Se debe pensar en la necesidad de cada estudiante o usuario que se vincule a la res de la bolsa de empleo
Interés comunidad universitaria	La bolsa de empleo se apegará a las necesidades de la comunidad universitaria. La base de éste paso será la comunicación de doble	Comunidad universitaria, tesista y comisión de egresados y graduados.	Sin comunicación entre las autoridades y los universitarios no se podrá llegar a la consecución del fin que es la bolsa de empleo.

	<p>flujo con la cual las autoridades y estudiantes se entenderán dentro de un mismo “mundo de la vida” término esbozado por Habermas</p>		
Plataforma virtual	<p>Se utilizará una plataforma virtual amigable por el momento se tiene a Hostinger y a wordpress como las más idóneas.</p>	<p>Comisión de egresados y graduados y tesista</p>	<p>Si no se tiene una pericia en el manejo de la plataforma se deberá involucrar dentro del proyecto a un programador para que sea él quien de forma a la bolsa de empleo</p>
Diseño	<p>Dentro del diseño se utilizarán colores cálidos y fuertes que llamen la atención al usuario. Y se utilizará todo recurso tecnológico que contribuya al diseño de la página. Es decir se utilizará las tics para que sea mucho más didáctica la bolsa de empleo</p>	<p>Tesista</p>	<p>Se tendrá que mostrar al consejo de estudiantes para que sean ellos quienes den el visto bueno al diseño.</p>
Bolsa de empleo	<p>Será una herramienta para la comunidad universitaria y permitirá saber qué usuarios de la Universidad Politécnica Salesiana tienen problemas con la búsqueda de empleo. Tendrá links que nos dirijan a las páginas principales de las instituciones del convenio. Se utilizará al video como una forma de motivación y de información a la misma vez. Las tics serán la carta de presentación de la bolsa de empleo. Donde se mostrarán entrevistas e información relevante al asunto de la búsqueda de empleo</p>	<p>Tesista</p>	<p>La comunicación entre la comunidad universitaria será esencial Se buscarán espacios de diálogo donde se pueda exponer información y posibles soluciones acerca del desempleo.</p>
Control de la bolsa de empleo	<p>El control no es más que el seguimiento del progreso de la bolsa de empleo, con lo cual se analizarán los errores y las virtudes de la misma.</p>	<p>Tesista y comisión de seguimiento a egresados y graduados.</p>	<p>El control se lo realizará mensualmente.</p>

Nota: Bolsa de empleo. Adaptado de la investigación, por S. Cisneros, 2015

CONCLUSIONES

La presente investigación permitió mostrar un detallado estado laboral en el cual se encuentran los ex estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana en la Carrera Comunicación social en los dos últimos años en la ciudad de Quito Ecuador.

Por recomendación académica por parte de dirección de Carrera del área de Comunicación Social el presente estudio se mantuvo enfocado en los estudiantes egresados que ya cumplieron con su defensa de tesis en los últimos dos años académicos.

Los datos que se obtuvo en la investigación muestran a una considerable cantidad de profesionales que formaron parte de la Carrera Comunicación Social que no dispone de trabajo, ya que de 91 personas encuestadas solo 65 tienen un empleo y de los cuales tan solo 32 graduados trabajan en el área de comunicación. Esto ha generado consecuencias al punto de ocupar otras plazas laborales en el cual no formaron su conocimiento a lo largo de su vida estudiantil universitaria.

La ocupación laboral del graduado de la Universidad Politécnica Salesiana se encuentra concentrada en las empresas privadas y públicas del Ecuador teniendo un porcentaje de ganancia por desarrollar sus actividades laborales entre 750 a 1000 dólares americanos mensuales.

Sobre la evaluación académica, herramientas ofertadas, la mayor cantidad de respuestas que se obtuvo se posesiono en un nivel bueno hacia la calidad de educación que emite la Universidad en sus diferentes niveles y mallas curriculares.

Mediante la investigación realizada el área de comunicación social deberá tomar ciertas correcciones para poder generar un profesional de calidad completo en sus diferentes menciones académicas.

Se debe tomar en cuenta que las instituciones públicas, privadas y comunitarias no necesitan a comunicadores sociales con mención alguna. Los comunicadores sociales son requeridos en cualquier área que el empleador lo desee.

Por lo tanto las mallas curriculares deberían ser revisadas ya que el presente estudio determinó que las falencias que dispone el comunicador se encuentra apegado a la oferta académica que ofrece la carrera de comunicación social en la actualidad.

Materias en las cuales los nuevos escenarios de la comunicación se encuentran presentes deben ser incluidas. El enfoque en lo práctico es vital ya que los empleadores han indicado que la mayor deficiencia se encuentra plasmada ahí.

Ya que la carrera se encuentra en busca de la excelencia académica se debería tomar en cuenta todos los datos que se pudo obtener mediante esta investigación, la malla curricular es un punto que debe ser modificado ya que más de la mitad de personas encuestadas piensa que los mismos conocimientos deben ser impartidos hacia todos los estudiantes logrando así una mayor posibilidad de obtener una plaza de trabajo.

Como punto final a este proyecto de desarrollo una bolsa de empleo la cual podrá evolucionar conjuntamente a la universidad y las diferentes empresas del país.

LISTA DE REFERENCIAS

- Barbero, J. (1987). *De los Medios a la Mediación. Comunicación, cultura y Hegemonía*. México: Gustavo Gill.
- Burgelin. (1974). *comunicación de masas*.
- Cruz, E. (1992). *Estudios de Comunicación en América Latina Y Chile: acerca de Causas y Azares*. Santiago, Chile: Arcis.
- Cruz, E. S. (1992). *Estudios de Comunicación en América Latina y Chile: Acerca de Causas y Azares*. Santiago de Chile: ARCIS.
- Durkheim, H. (2001). *Las reglas del método sociológico*. Mexico D.F: Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M. (2002). *Vigilar y Castigar*. Buenos Aires: siglo XXI.
- Freud, S. (1998). *Psicología de las masas y análisis del yo*. Barcelona, España: Miramar.
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo*. Barcelona.
- Habermas, J. (1997). *teoría de la acción comunicativa*.
- Lazarsfeld, P. (1997). *Comunicación de masas, Gusto Popular y Acción Organizada*.
- Leon, m. (2005). Políticas, programas y proyectos de la inserción laboral de la juventud en el Ecuador. En m. leon. Quito.
- Marshall, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man*.
- Matellart, A., & Matellart, M. (2003). *Historias de las teorías de la comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Monsivais, C. (2007). *Si compra no predique*. revista diálogos de la comunicación 65.
- Rokeach, & Fleur. (2001). *Teorías de la comunicación de masas*. Paidós.

Universidad Politécnica Salesiana. (2010). *Campo ocupacional*. Recuperado el 15 de diciembre de 2014, de <http://www.ups.edu.ec/comucacion-social-quito>

ANEXOS

Lista de graduados encuestados

Anexo 1. Lista de graduados

N	NOMBRES Y APELLIDOS	CEDULA	Lic.(a) en Comunicación Social
1	Adriana Isabel Rojas Loor	1500877301	Periodismo
2	Alex Javier Oña Salinas	1724499866	Multimedia
3	Alexis David Moncayo Pazmiño	1716426893	Desarrollo
4	Amelia Belén Salazar Valle	1720023454	Desarrollo
5	Ana Karola Montenegro Collaguazo	1714386354	Desarrollo
6	Ana María Torres Gallardo	1720185964	Multimedia
7	Andrea Belén Granja Ballesteros	201582087	Desarrollo
8	Andrea Carolina Torres Páez	1717769028	Desarrollo
9	Andrea Estefanía Terán Egelmann	1713930830	Desarrollo
10	Andrea Lorena Avilés Rúales	1716991458	Periodismo
11	Andrea Natalia Collaguazo Laínez	1717870115	Desarrollo
12	Andrea Susana Mancero Chacón	1714636501	Desarrollo
13	Andrea Valeria Gordón Vinueza	1722160494	Desarrollo
14	Andrea Vanessa Nacimba Ortiz	1720075124	Desarrollo
15	Andrés Alejandro Balarezo Corella	1718306374	Multimedia
16	Andrés Luciano Mazabanda Calles	1712686599	Desarrollo
17	Ati Amaru Maldonado Espinosa	1711773158	Multimedia
18	Carla María Guananga Pancho	1718446097	Periodismo
19	Carlos Alberto Rueda Amaya	1002095550	Desarrollo
20	Carlos Daniel Proaño Aguirre	1713922076	Multimedia
21	Carlos Gustavo Gualotuña	1710162817	Periodismo
22	Carlos Santiago Duque Puente	1714493721	Desarrollo
23	Carolina Hidalgo Ramírez	1723155980	Desarrollo

24	Catherine Elizabeth Guarderas Jácome	1720211505	Periodismo
25	Christian Paúl Escobar Salazar	1719703900	Periodismo
26	Cristina Gabriela Mármol Cabrera	1717125692	Desarrollo
27	Danísio Antonio Pabón Marreiro	1722495809	Multimedia
28	Danny Javier Trujillo Solórzano	1712791191	Desarrollo
29	Dayana Andrea Carrera Guartan	1721113908	Desarrollo
30	Diana Alejandra Paredes Carrillo	1721295558	Desarrollo
31	Diego Francisco Minda Almeida	1716826415	Desarrollo
32	Diego Patricio Andrade Erazo	1718823501	Periodismo
33	Diego Patricio Velastegui León	502780380	Desarrollo
34	Doris Anabel Pineda Maldonado	1715040406	Desarrollo
35	Erika Patricia Urgilez Tello	1804628947	Multimedia
36	Esteban Alexis Mancero Niama	603964974	Periodismo
37	Esteban Omar Lasso Chávez	1718813064	Desarrollo
38	Evelyn María Calderón Chacón	1722160478	Periodismo
39	Freddy German Rivera Cárdenas	1714551718	Desarrollo
40	Grace Carolina Guerrero Robalino	1723534580	Desarrollo
41	Grace Carolina Nacimba Valdivieso	1723518260	Periodismo
42	Grace Lorena Buñay Medina	1718816265	Multimedia
43	Greta Isaura Vega Gutiérrez	1717524928	Desarrollo
44	Janeth Estefanía Armas Aguayo	1723687537	Periodismo
45	Jennifer Cristina Páez Cadena	1722536172	Multimedia
46	Jorge Daniel Castro de la Cueva	1713484267	Desarrollo
47	Juan Alberto Arias Larco	1713610275	Desarrollo
48	Juan Manuel Vinuesa Betancourt	1715902415	Desarrollo
49	Julia Elizabeth Fabara Arias	1709241374	Desarrollo
50	Katherine Elisa Rivadeneira Moreno	1723601298	Periodismo
51	Katherine Vanessa Aguirre Cevallos	1717065328	Periodismo

52	Lisbeth Alejandra de la Cruz Delgado	1003931274	Desarrollo
53	Liseth Bonilla Paredes	1720233111	Desarrollo
54	Lizeth Belén Villarroel Naranjo	1718568411	Desarrollo
55	Lizette Ximena Espinoza Reyes	1500753387	Desarrollo
56	Lorena Paola Quintana Cueva	1718655606	Desarrollo
57	Luis Adalberto Obando Tello	1724611155	Multimedia
58	Luis Gabriel Ramírez Naruñez	171582808	Desarrollo
59	Marcelo Gabriel Vaca Córdoba	1722445408	Multimedia
60	Marco Antonio Pintado López	1711804813	Desarrollo
61	María Alejandra Márquez González	1720688264	Periodismo
62	María Belén Aguirre Carrión	1104440288	Desarrollo
63	María Belén Lema Vera	1721643755	Periodismo
64	María Belén Yacelga León	923666143	Periodismo
65	María Cristina Espinosa Manzano	104440516	Periodismo
66	María Daniela Velasco Hernández	1718984667	Periodismo
67	María de Lourdes Jiménez Reino	1723828982	Desarrollo
68	María Mercedes González Villagómez	1718648539	Desarrollo
69	Marjorie Nataly Ramírez Ambato	1715896179	Desarrollo
70	Max Cristhian Macías Astaiza	1723445159	Desarrollo
71	Melisa Andrea Zurita Ramos	1724640287	Periodismo
72	Milton Andrés Falconi Guffante	1717916835	Multimedia
73	Mirna Johanna Noboa Dueñas	1309796272	Periodismo
74	Miryam Alicia Álvarez Iza	1721167466	Desarrollo
75	Mónica Patricia Arias Aragón	1722060686	Periodismo
76	Nathaly Elizabeth Melo Jiménez	1718233560	Periodismo
77	Oscar Daniel Valdivieso Maldonado	1720335858	Desarrollo
78	Patricio Gabriel Váscones Lara	1718982018	Desarrollo
79	Priscila Johana Cadena Rosero	1724197049	Periodismo

80	Rodrigo Israel Alarcón Trávez	1718387242	Desarrollo
81	Santiago Xavier Borja Ramos	1714824578	Periodismo
82	Sofía Margarita Sandoval Navarrete	1719222802	Desarrollo
83	Sthepany Marisol Guaño Arias	1724445703	Desarrollo
84	Sthepany Pamela Cárdenas Zapata	1720166444	Desarrollo
85	Talía Gabriela Mosquera Alcocer	602543647	Desarrollo
86	Valeria Marina Villarroel Chalán	1720249315	Periodismo
87	Vanesa Mejía Armas	1713641577	Desarrollo
88	Verónica Jacqueline Noguera Alcívar	1717701740	Periodismo
89	Virginia Natalia Cartolini Pérez	8170582129	Multimedia
90	Wellington David Guevara Valdivieso	1718168592	Periodismo
91	Yuglia Alejandra Córdova Castro	1722445093	Periodismo

Anexo 2. Modelo de encuesta

Datos

Modelo de encuesta aplicada a 91 estudiantes graduados de la carrera Comunicación social de la Universidad Politécnica Salesiana sede Quito.

Encuestados:

Graduados de los dos últimos años de la Carrera de Comunicación Social.



Carrera Comunicación Social

Registro de muestra aplicada a egresados/ graduados de los últimos dos años de la carrera de Comunicación Social sede Quito Ecuador.

1-INFORMACIÓN GENERAL

Nombres y Apellidos:	
Cédula de ciudadanía:	
Email:	
Lugar de residencia:	
Cuidad:	

Teléfono Celular Fecha de nacimiento

2- DATOS DE TITILACIÓN

Inicio de estudios Egresamiento Graduación

Licenciado (a) en comunicación social mención en:

3 DATOS LUGAR DE TRABAJO/ EMPLEABILIDAD

Institución/ Empresa

Cargo/ función

Dirección lugar de trabajo

Aproximado remuneración mensual

4- Marque la casilla correspondiente a la escala: E excelente, M muy bueno, A Aceptable, D Deficiente, según su apreciación en cada concepto.

A. Evalúe los siguientes aspectos relacionados con la influencia del programa en el medio	E	M	B	A	D
Las herramientas dadas por la Carrera para ejercer la profesión son las adecuadas.					
Las especialidades y materias que ofrecen la UPS le parecen acordes al mundo laboral.					
El proceso de enseñanza – aprendizaje de la Universidad Politécnica Salesiana satisfizo sus expectativas.					
El índice y la calidad del empleo, para el perfil de los egresados y graduados de la Ups son satisfactorios.					
La contribución del comunicador a la generación de empresas está de acuerdo al perfil propuesto por la Universidad.					

B. Evalúe los siguientes aspectos relacionados con el medio académico	E	M	B	A	D
La formación académica recibida en la UPS le brindó los elementos necesarios para competir en el mercado laboral.					
Los contenidos de las asignaturas le permitieron desarrollar habilidades y destrezas para el adecuado desenvolvimiento laboral.					
Los temas tratados en las asignaturas fueron pertinentes para su desempeño profesional.					
La pedagogía utilizada en el desarrollo de las asignaturas, es la adecuada para el logro de los objetivos					

Qué materias se recomendaría incluir en la carrera Comunicación Social acorde a su malla curricular Enumere 3

Qué materias se recomendaría excluir en la carrera Comunicación Social acorde a su malla curricular Enumere 3

Es recomendable unificar la malla curricular por parte de la Carrera Comunicación Social

SÍ

NO

Sugerencias:-----

Anexo 3. Datos

Modelo de entrevista realizada a empresarios comunicacionales que han dirigido a estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana.

Entrevistados:

Freddy Barros Cabrera.

Patricio Díaz Guevara

Resultados obtenidos por parte de los entrevistados.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL- QUITO
ENTREVISTA EMPRESARIOS / AREÁAS DE COMUNICACIÓN.

INFORMACIÓN GENERAL

Nombres y Apellidos	Patricio Hernán Díaz Guevara
Cédula de ciudadanía	1704009925
Nombre de la empresa	Gama tv, Fútbol FM, Corp. Canela tv
Cargo:	Director deportes Corp. Canela tv
Celular :	0999499367
Cuidad:	Quito
Teléfono:	

Patricio Díaz Guevara Quiteño, periodista desde los 16 años, ha trabajado en empresas privadas, públicas y comunitarias del Ecuador en las cuales ha tenido a cargo varios

estudiantes como jefe de pasantes y compañeros de trabajo provenientes de la Universidad Salesiana.

Ha trabajado en diferentes medios de comunicación como:

Radio Central

Radio Tarqui

Radio Gran Colombia

Gamavisión

Ecuavisa

Corporación Canela

1.- ¿Cuánto tiempo ha trabajado en el área comunicacional?

He trabajado por 42 años, desde el año de 1972.

2.- Ha tenido a cargo a varios profesionales de diferentes universidades en sus empleos, ¿Desde su óptica que Universidad genera comunicadores sociales más completos en conocimientos hacia la colectividad?

Efectivamente a muchos, los nombres no los recuerdo muy claramente pero hay algunos que en Ecuavisa los dirigí tales como: Hernán Higuera y mi propio hijo, muchos comunicadores deportivos y claro adicionalmente gente que hace animación y producción.

Creo que no habido universidad que se destaque en el ámbito, hay que decirlo con mucha claridad, las especializaciones son las que están fallando en todas las universidades, si bien es cierto hay un bagaje muy interesante a la comunicación en general, pero la especialización deja mucho que desear, si hablamos de radio, televisión y la propia prensa, es decir hace falta en el Ecuador que la comunicación se especialice en cada uno de los géneros periodísticos.

3.- En una escala del 1 al 10 ¿Cuál sería su calificación ante el desenvolvimiento laboral de un profesional que proviene de la Universidad Salesiana?

Bueno, yo he tenido la oportunidad de trabajar con algunos profesionales de la Universidad Salesiana de la facultad de comunicación me parece que tienen un buen conocimiento teórico pero igual que se los dije les está faltando la practica el manejo de medios de comunicación colectiva con un recorrido que se les de la facilidad de hacer las cosas con criterio y trascendencia hacia el televidente, oyente y lector.

4.- ¿El profesional de la Universidad Salesiana está capacitado para cumplir con la misión de generar información hacia la sociedad?

Yo creo que sí, pero hay que ponerle autoeducación, mucho de criterio personal y debemos tratar de encontrar nuevos rumbos para esta actividad y un factor coadyuvante entre el oyente, el televidente y nosotros los medios, que la comunicación sea diáfana que el mensaje sea bien cifrado, que las cosas se hagan con mucho criterio.

5.- Que recomendaciones daría, hacia los establecimientos de tercer nivel, en este caso la Universidad Salesiana.

Como les he dicho que salgan al campo, el campo es donde se aprende, el campo es donde se consiguen conocimientos que la universidad a ratos no nos puede dar.

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL- QUITO
ENTREVISTA / AREAS DE COMUNICACIÓN.**

INFORMACIÓN GENERAL

Nombres y Apellidos	Freddy Barros Cabrera
Cédula de ciudadanía	1713290391
Nombre de la empresa	Canela tv
Cargo:	Director de Pantalla Real
Celular :	
Cuidad:	Quito
Teléfono:	

Freddy Barros Cabrera, periodista con más de 20 años de experiencia, ha trabajado en diferentes áreas de la comunicación en las cuales ha trascendido su desempeño en empresas privadas, públicas y comunitarias del Ecuador. Ha trabajado junto a varios profesionales de la comunicación, su práctica y tratamiento en la comunicación permite desarrollar varios puntos los cuales son de consideración para la universidad Salesiana.

Su experiencia en medios es la siguiente:

Ecuavisa

Corresponsal Telemundo

Canela tv

1.- ¿Cuánto tiempo ha trabajado en el área comunicacional?

Llevo ya desde el año 1996, casi van hacer 20 años.

2.- Ha tenido a cargo a varios profesionales de diferentes universidades en sus empleos, ¿Desde su óptica que Universidad genera comunicadores sociales más completos en conocimientos hacia la colectividad?

Si a varios estudiantes pasantes.

Depende de cada universidad, cada una tiene diferentes enfoques, lo que he notado en todas las universidades es que hay una deficiencia operativa-practica llegan con desconocimiento en el manejo de equipos prácticos, eso he notado en todos los estudiantes.

3.- En una escala del 1 al 10 ¿Cuál sería su calificación ante el desenvolvimiento laboral de un profesional que proviene de la Universidad Salesiana?

Yo creo que esta por un siete, un término medio en su calificación, como lo digo la gran falencia es la cuestión práctica.

4.- ¿El profesional de la Universidad Salesiana está capacitado para cumplir con la misión de generar información hacia la sociedad?

Yo creo que sí, ya depende de la preparación individual de cada persona, tienen que estar informados, leer constantemente para poder aportar a la comunidad.

5.- Que recomendaciones daría, hacia los establecimientos de tercer nivel, en este caso la Universidad Salesiana.

Enfatizar más en la práctica antes que en la teoría, si bien la teoría es un fundamento importante, pero sin practica provoca que los estudiantes se peguen con la piedra en los dientes porque cuando llegan a un medio de comunicación no tienen esa capacidad de elaborar una noticia, redactar, editar ya sea en audio o en video, en prensa escrita. Hay muchas falencias con relación a ese tema. Lo que si les recomendaría a las universidad en general incluido a la Salesiana es enfatizar la cuestión práctica, combinarla llegar al equilibrio de la teórico practico ya que día a día en la calle la teoría es el fundamento pero sin la práctica hay muchos vacíos.