

CAPITULO I

El Problema

1.1 Tema

“Líneas y temáticas de investigación a desarrollar en la carrera de comunicación social, que dan respuestas coherentes y relevantes y que contribuyen a proceso de desarrollo local”.

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Contextualización

En **Latinoamérica** el estudio científico del proceso de comunicación investigativa tiende a concentrarse en un desarrollo de la coherencia y la relevancia en la comunicación.

Como una síntesis de las teorías surge el **relativismo** en la investigación como la búsqueda de una información de forma cuantitativa y cualitativa.

Sobre su base cambian radicalmente las nociones fundamentales de las líneas de investigación.

Las líneas de investigación relevantes permiten que exista un punto de partida para que la investigación tenga un fundamento tanto **experimental** como **filosófico**.

Cuando examinamos el proceso de comunicación de cualquier lugar o estado de la comunidad mundial, observamos tres categorías de especialistas. Un grupo vigila el entorno político del estado como un todo, otro correlaciona la respuesta de todo el estado al entorno, y un tercero transmite ciertas pautas de respuesta de los viejos a los jóvenes referentes a una investigación que los puede convertir en protagonistas de un desarrollo comunicativo -LASSWEL L, 1996-.

En la investigación comunicacional se requiere del alcance de la **relación implícita o explícita** que ofrece la información valiosa que incidirá en el **diseño metodológico**.

La visión investigativa nos conduce a explicar el acontecimiento o a comprender el mismo; y a definir sus criterios de validación.

El desarrollo que debe efectuar la investigación en el **aspecto holístico**¹ permite que el hombre, las instituciones sean parte de proyectos sociales.

El desarrollo humano estimula el despliegue de las potencialidades del individuo, la familia y las comunidades y, por el otro, un proceso de remoción de impedimentos para el desarrollo investigativo comunicacional.

Debe ser entendido la investigación y su fusionamiento con el desarrollo humano en la práctica como un proceso que no sólo trasciende el economicismo convencional, sino también aquel "desarrollo social"² que sólo pretende atenuar los desajustes producidos por los procesos económicos. -DEWEY J, 1964-

Tanto los humanos con su infraestructura (instituciones-organizaciones) a nivel nacional e internacional lleva existen proyectos de investigación que deben ser definidos expresamente con esta perspectiva, aunque seguramente tienen relación directa los que trabajan con: modelos y teorías del desarrollo, instituciones y

1 **Holístico:** Alude a la tendencia que permite entender los **eventos** desde el punto de vista de las múltiples interacciones que los caracterizan; corresponde a una **actitud** integradora como también a una **teoría** explicativa que orienta hacia una comprensión contextual de los **procesos**, de los protagonistas y de sus contextos.

2 **Desarrollo social:** Se refiere al **desarrollo** del **capital humano** y **capital social** en una sociedad. Implica una evolución o cambio positivo en las relaciones de individuos, grupos e instituciones en una sociedad. Implica principalmente Desarrollo Económico y Humano.

governabilidad, pobreza y exclusión social, participación ciudadana, mercados y regulaciones, reforma del Estado, políticas públicas, desarrollo sustentable, cooperación y desarrollo, indicadores económicos y sociales, derechos humanos, desarrollo local y regional, recursos humanos.

El proceso de información a nivel de Latinoamérica como una serie de **marcos de metodologías**, es posible describir la frecuencia con la que un contenido es puesto en conocimiento de individuos y grupos. Podemos investigar el punto en el que deja de haber “comunicación”, y podemos examinar la gama entre “temática” y “coherencia”³ y relevancia”⁴.

Por tanto, los marcos de observación hallados en tales puntos son los más variables, refinados e interactivos entre todos los marcos de la comunidad latinoamericana.

Esta investigación traerá beneficios tanto a los autores -agentes externos- y a la ciudadanía -agentes internos.

Dentro de los beneficios de la investigación son:

Las investigaciones que involucran a seres humanos deben estar relacionadas con las necesidades de la población.

Es así que esta investigación ayudará a un desarrollo tanto social como intelectual, el mismo que encierra desventajas si no se realiza con cimientos que afirmen el pasado y actúen en el presente.

³ **Coherencia:** Es el Enlace con una temática, dependiendo el sistema lingüístico presenta al menos dos facetas de interés para la lógica visual presenta al menos dos facetas de interés para la lógica visual.

⁴ **Relevancia:** Es la cualidad o condición de relevante, importancia, significación. preferencia para poder dedicarse a él con entusiasmo y constancia, debe valorar, no obstante, la importancia que el mismo posee.

Una de las desventajas es que los patrocinadores no realicen estudios en los países en desarrollo. Por eso, faltan beneficios de las investigaciones en estos países en desarrollo⁵.

En **Ecuador** si se analiza las **investigaciones comunicacionales**, se puede llegar a conclusiones superficiales, ya que se define como investigación el tener una grabadora en mano y no efectuar proyectos en donde las temáticas de estudio nos lleven a resultados exitosos respecto a la investigación y la comunicación social.

Por medio de esta investigación en donde se conjuga dos palabras que enlazan temáticas coherencia y relevancia, se desea identificar y establecer líneas de investigación⁶ y proyectos de investigación relacionados con los temas de interés del desarrollo humano, implementar mecanismos de formación y capacitación en esta área de conocimiento en las instituciones educativas del país que tengan como visión futura la investigación, adoptar, aplicar, fortalecer y difundir el enfoque de desarrollo humano⁷ en la generación de modelos y métodos de participación en la gestión pública y de desarrollo social, y crear una red de investigadores, facilitadores y gestores, tanto institucionales como independientes, que impulse la construcción de un flujo permanente de reflexión sobre el desarrollo humano. -SERRANO C, 1982-

También hay que mencionar que estas investigaciones comunicacionales ayudarán a crear un espacio participativo e interactivo de reflexión y producción, orientado hacia la construcción colectiva de prácticas, en un contexto de constantes transformaciones, para la reflexión, la docencia y la investigación sobre desarrollo humano.

En la provincia de **Tungurahua** las investigaciones no son una prioridad mucho menos con la firma de autoría de un comunicador social, por eso se quiere establecer la construcción investigativa, lo que implica no solamente el derecho a recibir por

⁵ **Países en desarrollo:** Tiene un nivel de vida relativamente bajo, una base industrial subdesarrollada y un **Índice de Desarrollo Humano** de moderado a bajo. En países en vías de desarrollo hay una pobreza extendida y baja formación de capital.

⁶ **Líneas de investigación:** Es el eje, tema o problema conductor de las actividades de investigación de un grupo o unidad investigativa, hacia el logro de un fin u objetivo superior de largo plazo y largo alcance.

⁷ **Desarrollo humano:** Proceso por el que una sociedad mejora las condiciones de vida de sus ciudadanos a través de un incremento de los bienes con los que puede cubrir sus necesidades básicas y complementarias, y de la creación de un entorno en el que se respeten los derechos humanos de todos ellos.

parte de los poderes públicos, sino también, entre otros factores, supone la creación de mecanismos y temáticas que garanticen la participación social a través del fortalecimiento de las capacidades comunicacionales; la articulación de las organizaciones de la sociedad civil con el Estado y los espacios de comunicación social; el desarrollo y protección de la identidad cultural mediante la inclusión de los actores sociales excluidos; la planificación de un sistema social sustentable que garantice la equidad⁸ y la justicia; y la invulnerabilidad de los derechos humanos aún contra toda especulación economicista.

1.2.2 Análisis crítico

Las autoridades de la UTA y las políticas estudiantiles no apoyan a la realización de proyectos de investigaciones comunicacionales, referentes a la comunicación social, una de las excusas es la falta de recursos económicos, específicamente destinados al patrocinio de investigaciones protagonizados por los estudiantes.

Cabe mencionar que el Gobierno ecuatoriano destina un porcentaje a las universidades estatales, pero cuyo financiamiento no cubre las necesidades estudiantiles especialmente las investigaciones sociales.

El sistema educativo de la UTA ha hecho que las autoridades promulguen desconfianza en los estudiantes y es por eso que no existe patrocinio, no solo en proyectos de investigación, si no en otras alternativas estudiantiles.

Los estudios de temáticas comunicacional no son prioridad en el desarrollo investigativo de la UTA, cabe mencionar que existe mala distribución de los recursos económicos, solo se apoya a infraestructura de la universidad y no al desarrollo intelectual.

El grupo de personas que representan al "gobierno" representa a las distintas dependencias oficiales repartidas en los diferentes niveles gubernamentales -nacional,

⁸ **Equidad:** Es la bondadosa templanza habitual. Propensión a dejarse guiar, o a fallar, por el sentimiento del deber o de la conciencia, más bien que por las prescripciones rigurosas de la justicia o por el texto terminante de la ley.

provincial y municipal-, por tal motivo hablamos de una distinción ideológica la misma que nos convierte en seres distintos.

Conviene aclarar que no todas las culturas sociales entran en esta categoría. El criterio es agrupar a aquellas áreas que tienen por principal función investigativa comunicacional.

Se trata, en términos generales, de las reparticiones fundamentales de la investigación.

Las relevancias socioculturales tienen otros objetivos específicos, como la provisión de un bien o servicio, por ejemplo: las universidades, las escuelas, los hospitales, las fuerzas de seguridad, los centros de investigación.

Si exploramos temas de comunicación socio cultural para investigaciones relevantes y el conocimiento de las condiciones de elegir y desarrollar el tipo de diseño cuantitativo que sea más adecuado para el problema de investigación planteado.

Se necesita seleccionar las técnicas de análisis que correspondan a los objetivos formulados en la investigación y a la naturaleza de los datos recogidos.

Los conocimientos de comunicación socio cultural fusionados con la investigación en particular se unen a otros conocimientos ya existentes, acumulados durante mucho tiempo por otros investigadores, sea en la forma de un aporte original o como confirmación o refutación de hallazgos ya existentes.

Las investigaciones tienen como un problema básico la desigualdad ideológica, ya que las identificaciones socio-culturales dependen desde el punto de vista o de los paradigmas que sean analizados.

La investigación social, como práctica cultural se implica en un camino largo y de mayor o menor dificultad según los problemas que se pretenden resolver.

La socialización de la investigación en los primeros antecedentes de un determinado paradigma se explicita en una o más teorías centrales, como también múltiples en un sistema metodológico de reglas y de técnicas de investigación que la persona que ha elegido el camino de la investigación debe conocer y saber en qué momentos aplicarlas.

Las teorías de la comunicación son tan diferentes, solo para definir lo que es comunicación, varios autores lo conceptualizan a su manera y es por eso que no existe una verdadera comunicación.

Por esta razón, y ante la falta de interés en los conocimientos sociales en el interior de la UTA, ya que no se ha desarrollado análisis socio cultural y los procesos comunicativos de la actividad de educar en proyectos de investigación.

La educación de la UTA y las investigaciones tipo de comunicacionales hacen referencia a la falta misma de conocimientos: históricos, clases sociales, educación y social y económica de los sectores oficial y privado de la educación universitaria y la formación de una cultura investigativa.

Toda investigación se propone crear conocimiento sobre un cierto aspecto objeto de la realidad social.

El investigador comunicacional debe conocer y tomar en cuenta la existencia de un conjunto de conocimientos culturales ya acumulados, producto de un largo proceso de avances y retrocesos en el cual han intervenido otros investigadores dentro de una tradición cultural en la cual se encuentran teorizaciones, propuestas metodológicas y resultados con mayores o menores niveles de confirmación.

La investigación comunicacional, como práctica científica no tiene relevancia en ciertas temáticas por lo tanto la información que se obtiene se la maneja de manera superficial. En todo caso, el punto de partida de tal camino comienza con la temática

del investigador en los primeros antecedentes de un determinado paradigma⁹ los mismos que no permiten obtener investigaciones concretas que vienen hacer explícitamente en una o más teorías centrales, como también múltiples en un sistema metodológico de reglas y de técnicas de investigación que la persona que ha elegido el camino de la investigación debe conocer y saber en qué momentos aplicarlas.

El problema de la investigación forma parte de un vacío de conocimiento que el investigador no lo desarrolla en el área temática.

En el área temática puede especificar el área teórica y por lo tanto el área temática podría corresponder tanto al ámbito teórico como práctico.

Frente al paradigma funcional cognitivista¹⁰ que traspasa buena parte de la producción investigadora sobre comunicación de masas y se instaura la información como concepto observacional dominante, la idea de experiencia se presenta como una alternativa potencialmente enriquecedora del análisis de la comunicación en un contexto marcado por la confluencia entre el desarrollo tecnológico¹¹.

A diferencia de la información, que disocia y fragmenta los dominios fenoménicos de la comunicación y la vivencia, la experiencia permite coordinar productivamente la percepción y el sentido, la racionalización y la emoción, el discurso y el sujeto.

La práctica tecnológica y estratégica de la comunicación ha incorporado intuitivamente el concepto de experiencia como presupuesto epistémico¹² de sus desarrollos recientes. La experiencia se prefigura así como el eje de conexión entre nueva economía, tecnología de la comunicación y sociedad de recreación.

9 **Paradigma:** Cada uno de los esquemas formales en que se organizan las palabras nominales y verbales para sus respectivas flexiones.

10 **Funcional-cognitivista:** Es una metodología, donde se insistía en las condiciones de validez del conocimiento, hacia un concepto más bien temático de la ciencia, con concentración en el objeto de estudio, a saber, el conocimiento.

11 **Desarrollo tecnológico:** La noción de modernidad entendida como un mejoramiento en las condiciones de vida de la humanidad, ha generado un sin fin de argumentos que establecen que el desarrollo tecnológico será la panacea de los principales problemas de la actualidad, proporcionando un mayor bienestar social.

12 **Epistémico:** Doctrina de los fundamentos y métodos del conocimiento científico.

En este sentido argumentamos la necesidad de revisar la centralidad de la información como concepto observacional dominante, así como de desarrollar las extensiones metodológicas de la idea de experiencia.

Las líneas de investigación con la comunicación social encierra teorías básicas las mismas que fundamentan un verdadero de la identificación investigativa temática y relevante en todos los aspectos informativos, desarrollo científico¹³, técnico y tecnológico sino hacer del conocimiento y de la cultura, ejes de calidad y desarrollo. - BRIONES, 1996-

La investigación fomenta procesos de formación en la comunicación social hace coherentes los campos de conocimiento teóricos¹⁴ y sus campos específicos de prácticas, contribuyen a identificar problemas comunicativos¹⁵ y a encontrar o crear soluciones a partir de procesos de investigación comunicacional¹⁶. Anexo N° 1

1.2.3 Prognosis

La falta de coherencia y relevancia en las temáticas de investigación en comunicación social en el caso de la investigación comunicacional y la falta de desarrollo de las teorías permitirán indagaciones, cuyas formación teórica y metodológica no tengan fundamentos en los trabajos comunicacionales que se piensa realizar de modo tal que las nuevas investigaciones que realiza corresponden a una misma línea de indagación sin un buen resultado.

El conocimiento provisto por la investigación juega ahora un rol cada vez más débil a medida de la transmisión de información en la comunicación social, es por eso hace que la coherente en la investigación no tenga una relevancia comunicativa. Si no se llegara a priorizar propósitos de la investigación no se legitimidad a las decisiones

13 **Desarrollo científico:** Desarrollo de métodos experimentales para medir la intensidad de las investigaciones y relacionarla con la sociedad estableciendo la ley que lleva a los principios básicos de la ciencia.

14 **Conocimientos teóricos:** En **ciencias de la información**, se acostumbra a definir un continuo progresivamente complejo, integrado por los **datos**, la **información**, el conocimiento y la **sabiduría**. Así, se define al conocimiento como el conjunto organizado de **datos e información** destinados a resolver un determinado **problema**

15 **Problemas comunicativos:** Son efectos de la información que no permiten que el receptor y el emisor entiendan un mensaje

16 **Investigación comunicacional:** Es analizar a la investigación desde todos los aspectos relativos con la comunicación

parciales, se desplazaría un argumento comunicacional en las temáticas de investigación, se contrarrestaría la superficialidad, llegando a la frivolidad investigativa¹⁷.

El contexto contemporáneo en que ocurren los procesos de utilización de conocimientos e investigación, nos llevaría a crear proyectos en los cuales se entienda las necesidades de la sociedad.

Los dispositivos comunicacionales juegan un importante papel en la confección de redes de investigación las mismas que deben ser destinadas a mitigar la seguridad en las investigaciones en las cuales se renombre la relevancia y la coherencia.

La experiencia comunicacional contribuye a filtrar una bibliografía de investigación; convirtiéndose en el excedente de incertidumbre que debe afrontar una sociedad compleja a la cual se vaya a analizar, con un alto nivel de diferenciación funcional en cada una de las áreas de los espacios comunicacionales.

Cabe mencionar que las temáticas de investigaciones comunicacionales no profundizan las experiencia de mediación investigativa comunicacional, por lo tanto no constituye un mecanismo de comunicación primero, en el sentido preciso en que genera coherencia entre los relatos identificativos de los sujetos sociales, institucionales, individuales o colectivos; y después, en el sentido en que subordina la experiencia individual a la coherencia respecto de tales relatos. Anexo No. 1.

1.2.4 Formulación del problema

¿Líneas y temáticas de investigación a desarrollar en la carrera de comunicación social, que dan respuestas coherentes y relevantes y que contribuyen a proceso de desarrollo local?

¹⁷ **Frivolidad:** Es una pseudocultura, una forma de enajenación, un modo de vida que limita el desarrollo personal y la creatividad humana, un mecanismo que favorece el estancamiento social y afecta el hábitat natural del ser humano: las relaciones sociales.

1.2.5 Interrogantes

¿Cuáles son las líneas de investigación que ha desarrollado la carrera de comunicación social en beneficio de la comunidad?

¿Qué problemáticas sociales han contribuido a solucionar las temáticas de investigación desarrolladas en la carrera de comunicación social?

¿Qué líneas y temáticas de investigación se debería desarrollar en la carrera social, para contribuir a la comunidad?

¿Cuál debería ser medio adecuado para desarrollar procesos de investigación, que contribuyan a procesos de desarrollo local?

1.2.6 Delimitación del objeto de investigación

1.2.6.1. Delimitación de contenido

Campo: Comunicación Social

La comunicación social es un campo que no relevado desde los aspectos investigativos, sociales y comunicacionales; por lo que es necesario relevar la investigación comunicacional, en beneficio del a comunidad, en los espacios comunitarios, locales y regionales; y, de esta manera fomentar el compromiso y el accionar, de las instituciones de educación superior con los diferentes procesos de desarrollo comunitario, en lo referente a procesos de comunicación proactivos.

La investigación de la comunicación y su práctica con relación a la docencia y la proyección social, a través de este proyecto, recogerá el ejercicio de una investigación-intervención, con acción directa en la comunidad.

El desarrollo del trabajo de investigación se convierte en una actividad eje que permite reconstruir la práctica comunicacional, reelaborar conceptualmente el

verdadero significado pragmático¹⁸ de la comunicación social, el dialogo con otros saberes, socializar los avances, ajustar el proceso, cualificar la capacidad de los docentes e instituciones para comprender la realidad y dar cuenta de los cambios en las áreas comunicativas.

Área: Investigativa-comunicacional

La investigación y comunicación, son en énfasis un aporte a la construcción de comunidad, a través de la cual se abordan las interrelaciones entre la comunicación y la investigación, en lo que tiene que ver con la apropiación de identidades coherentes y relevantes. Es así, que la comunicación y la investigación, establecen la incidencia de los procesos comunicativos mediáticos¹⁹ en el área investigativa.

La comunicación y el cambio social, que indaga por los escenarios de comunicación alternativa e investigativa que sirven de dinamizadores de procesos de transformación de las temáticas.

Aspectos: Temáticas y líneas de investigación

Los proyectos de investigación nos llevan a concluir en realidades desconocidas, que se vinculan con el saber cotidiano y ejercen la comunicación desde la investigación, con respuestas coherente a las necesidades relevante de la comunidad y su contexto.

Las realidades sociales y comunicativas, recogen y construyen conjuntamente con la comunidad experiencias investigativas, por lo tanto, el conocimiento que se produce no es conocimiento investigativo, sino de la acción, de la práctica, lo cual se constituye en un nuevo conocimiento que puede ser validado por los actores del hecho social.

Los futuros comunicadores e investigativos en esta especialidad, se deben insertar en procesos sociales y temáticos amplios, que aquellos inscritos en la denominada

18 **Pragmático:** Disciplina que estudia el lenguaje en su relación con los usuarios y las circunstancias de la comunicación.

19 **Mediático:** Pertenciente o relativo a los medios de comunicación.

marginalidad de ciertas investigaciones, otorgando la posibilidad de configurar una manera de ser y habitar un territorio profesional.

1.2.6.2. Delimitación espacial

- **Provincia:** Tungurahua
- **Cantón:** Ambato
- **Sector:** Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Carrera de Comunicación Social

1.2.6.3. Delimitación temporal

Octubre 2008 a Agosto 2009

1.2.6.4. Unidades de observación

- Universidad Técnica de Ambato.
- Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales.
- Carrera de Comunicación Social.
- Medios de Comunicación de la ciudad de Ambato.

El énfasis del estudio de investigación comunicacional en la provincia de Tungurahua se fundamenta en las preocupaciones de la ciudad de Ambato, en las temáticas de la investigación educativa en la UTA y en las estrategias metodológicas más utilizadas en la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, sin entrar a analizar la metodología de la investigación de la carrera de Comunicación Social ya que la investigación es la fundamentación de esta profesión, valorando los paradigmas metodológicos en los diferentes aspectos que se desenvuelve el comunicador social.

Se debe mencionar además, que la lógica de la investigación en los estudios comunicativos no se diferencia con la investigación social; y que, las temáticas y lo metodológico de la investigación social y comunicacional permiten un crecimiento

integro en varias instituciones de la comunicación investigativa, especialmente enfocado al desarrollo de la provincia de Tungurahua y las partes beneficiarias.

1.3 Justificación

La trayectoria de la investigación comunicacional latinoamericana en los últimos años no puede entenderse sin su contexto de transformaciones sociales, de escenarios internacionales y nacionales, y de las atmósferas de la temática comunicacional. En ellas se sitúan los movimientos, los conflictos y contradicciones del pensamiento en entre lo que es la relevancia y las líneas de investigación; esto ha significado malos tiempos para la prospectiva, pero quizá por ello sea aún más necesaria. Pues nos obliga a romper la tramposa esencia del presente continuo a que nos condena a investigaciones superficiales e investigaciones incoherentes, exigiéndonos un mínimo horizonte de futuro desde el que comprender los procesos investigativo en la UTA enfocado al a la carrera de Comunicación social.

Hoy, menos que nunca lo que pasa en la investigación latinoamericana de comunicación investigativa, puede entenderse o valorarse al margen de las rupturas y recreaciones de la sociedad, de la mala distribución de recursos económicos para las investigaciones y las organizaciones sociales públicas y privadas que disfrazan la apertura, del vaciado de significación que sufre nuestra investigaciones, de la sintomática centralidad de las comunicaciones en los proyectos de privatización, de la absorción de la esfera pública por los medios masivos.

Dos escenarios se configuran como decisivos: el de las contradicciones de la integración investigativa en los grupos de la sociedad civil y el de la desestructuración del espacio nacional.

En la era de la comunicación investigativa la integración de los países latinoamericanos implica su inevitable integración a la pura y dura lógica de la investigación. La formación de las investigaciones fusionadas con la investigación ha

hecho que las mediaciones maticen a la aportación de las investigaciones que tiene como objetivo una mirada comunicacional, fascinada por las maravillas tecnológicas.

La convergencia entre sociedad y comunicación investigativa la sociedad en sociedades y los grupos vinculados harán que los proyectos investigativos se dirijan a una sociedad, pero no como un proyecto pragmático, sino como un proyecto de servicio²⁰.

La institucionalización del campo de la comunicación en América Latina es un hecho notorio y contradictorio puesto que no se desarrolla en todos los ámbitos sociales. De un lado, está el número creciente de investigaciones, el volumen y calidad de las publicaciones, la conformación en algunos países de amplias comunidades de investigadores, los convenios de investigación entre países, la presencia internacional de sus instituciones académicas, la cualificación de los postgrados. De otro, se ha ido configurando una densa tensión, la que plantean los diferentes modos de entender y efectuar la relación entre investigación y espacios comunicacionales. -AGUADO, 2004-

Lo que ahí está en juego no es una reedición de los viejos conflictos entre teoría y práctica, o entre saberes técnicos y crítica social, sino algo mucho más ambiguo y escurridizo, ligado a los desconciertos y escapismos que alimentan investigaciones del fin de siglo.

La combinación de optimismo tecnológico con escepticismo investigativo ha fortalecido un realismo que se atribuye a sí mismo el derecho a cuestionar todo tipo de estudio o investigación que no responda a unas demandas sociales, confundidas con los espacios comunicacionales o al menos mediadas por éste. Se acusa entonces al trabajo académico e investigativo improductivo, de no haberse insertado en los ritmos del cambio tecnológico y comunicacional, de haberse divorciado de los requerimientos profesionales que hace la nueva sociedad. Desde otro ángulo, esa

²⁰ **Servicio:** Actividad organizacional y personal destinados por una firma de un espacio investigativo que tiene como fin proporcionar a la sociedad acciones.

posición representa una muestra de la sofisticada legitimación académica que ha logrado el neoliberalismo²¹ en nuestros países, los espacios comunicacionales, las demandas sociales y las dinámicas culturales, deslegitima cualquier cuestionamiento de un orden social que sólo puede darse su "propia forma" en las investigaciones. - BRIONES, 1996-.

La especificidad que se expresa en la propuesta de insertar la investigación de comunicación en el espacio de las ciencias sociales y en el desarrollo de los estudios culturales, suscita últimamente polémicas. De un lado, el propósito de focalizar como eje de los estudios la trama social de los procesos comunicativos es visto como un obstáculo a la delimitación del objeto propio de la disciplina, objeto que estaría hace tiempo definido por el paradigma informacional y el análisis semiótico.

Se asume la comunicación como intercambio de sentidos, como las interacciones y transacciones humanas que permiten la puesta en común y la comprensión a través de lenguajes y que de este modo contribuyen a la construcción de la cultura y de una investigación.

El desarrollo de procesos comunicacionales dirigidos al ser humano y sus comunidades de modo persuasivo y sugestivo, para la venta de productos y servicios en una sociedad nos lleva a involucrarnos tanto como estudiantes como grupo civil.

Por medio de este objetivo del programa lo constituye la formación integral de hombres y mujeres competentes en la solución de problemas de comunicación e investigativo, con mentalidad empresarial y espíritu investigativo, capaces de intervenir los procesos culturales y contribuir al desarrollo del país y de la profesión a través del fomento de la cultura investigativa desarrollada mediante la enseñanza libre y en un ambiente de excelencia académica y responsabilidad social, guiados además, por el lema institucional de *ciencia y libertad*.

²¹ **Neoliberalismo:** Teoría política que tiende a reducir al mínimo la intervención del Estado.

Al hablar de investigación en comunicación implica, en principio, hablar del gastado y complejo tema del objeto de estudio de la comunicación. Sin entrar aquí a discusiones epistemológicas²², *existen estudios que demuestran que los medios masivos de comunicación han constituido el objeto de estudio por excelencia en nuestra disciplina.*

Esta centralidad de los medios masivos (fundamentalmente prensa, radio y televisión) en los campos académicos está relacionada con distintos factores especificando la investigación. Para afianzar la investigación cuya temática sea la indagación, también ha contribuido la importancia otorgada a la comunicación por el desarrollismo²³.

La comunicación como generadora de desarrollo, en tanto difundiera educación e innovaciones tecnológicas. Esta conceptualización lleva a una propuesta de expansión de los medios comunicativos investigativos en todo el mundo. La comunicación investigativa plantea una amplia gama de posibilidades de interacción en el ámbito social, porque es allí donde tiene su razón de ser, ya que es a través de ella como las personas logran el entendimiento, la coordinación y la cooperación que posibilitan el crecimiento y desarrollo de las organizaciones.

Las relaciones que se dan entre los miembros de una organización se establecen gracias a la comunicación de las investigaciones; en esos procesos de intercambio se asignan y se delegan funciones, se establecen compromisos, y se le encuentra sentido a ser parte de aquella.

El horizonte comunicativo cubre todos los ámbitos de la acción humana: epistemológico, social, emocional, e investigativa la misma que nos lleva a mirar cómo en una facultad de comunicación, a veces se descalifica o se enfatiza en los medios o se trabaja en torno a lo virtual y se desconocen otras formas de intercomunicación e investigación. -SANDOVAL, 2002-.

22 **Epistemología:** Doctrina de los fundamentos y métodos del conocimiento científico.

23 **Desarrollismo:** Ideología que propugna el desarrollo, meramente económico como objetivo prioritario.

La carencia de estrategias comunicativas al interior de la investigación ha hecho que la falta de canales, genera lentitud en los procesos de la investigación y en las acciones, retardo en las respuestas y desinformación acerca de las políticas, todo lo cual imposibilita la verdadera interacción a nivel interno. Por otra parte, son indispensables para que no se pierda la coherencia entre las acciones que se realizan dentro de la institución con la realidad del entorno.

Las investigaciones comunicacionales tienen como objeto complejo, operar socialmente desde diversas dimensiones -económica, política, cultural, social, tecnológica, organizacional, profesional, articuladas en un mismo entramado la investigación social, que se desenvuelven en el transcurrir del tiempo histórico de la comunicación y de la investigación.

Si a esto sumamos que muchos de los objetos de estudio, de nuestros proyectos desarrollados, específicamente por los estudiantes de la UTA y los llamados estudios comunicacionales, **son procesos sociales complejos**, es por tal razón que debemos llegar nuevamente a la conclusión de la necesidad de la llamada comunicación investigativa.

La **investigación comunicacional** está destinada a presentar los principales procedimientos metodológicos y temáticos, en donde la relevancia y coherencia se fundamentan a la investigación, que se emplean en la sociedad y que utiliza información cuantitativa para poder determinar aspectos entre ellos, los procesos investigativos. De manera directa, el desarrollo de este proceso investigativo comunicacional nos llevan a tratar características del conocimiento científico, proyectos de investigación y con su ejecución relacionando a contenidos que podrían ser convenientes en el contexto de comunicación social.

1.4 Objetivos

1.4.1 General

Definir las líneas y temáticas de investigación a desarrollar en la carrera de comunicación social, que den respuestas coherentes, relevantes y que contribución a procesos de desarrollo local.

1.4.2 Específicos

a) Determinar la coherencia de las investigaciones desarrolladas en la carrera de Comunicación Social, y su contribución a solucionar problemáticas de la comunidad.

b) Establecer las necesidades relevantes de la comunidad, vinculada directamente con el desarrollo profesional, para determinar las posibles líneas y temáticas que orienten la investigación de la carrera de comunicación social.

c) Desarrollar los lineamientos básicos con un enfoque comunicacional, que puedan ser aplicados, en procesos de investigación que se lleven adelante, a través de la Carrera de Comunicación Social.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes investigativos

Las investigaciones tienen un fundamento, que encierra necesidades y oportunidades, las mismas que se deben tratar en los problemas de investigación y tiene como fundamento la relevancia cuyos antecedentes son perspectivas tan diversas como la comunicación social, el psicoanálisis, la teoría de la complejidad o la semiótica²⁴ de la cultura.

Raramente, la práctica tecnológica y estratégica de la comunicación ha incorporado intuitivamente el concepto de relevancia como presupuesto de desarrollo comunicativo.

La coherencia se prefigura así como el eje de conexión con la relevancia y la tecnología de la comunicación y sociedad del espectáculo. No es posible entender la investigación mediante la experiencia en la que la mediación tecnológica conecta definitivamente a la sociedad.

En este sentido argumentamos la necesidad de revisar la centralidad de la información como conceptos de la investigación, así como de desarrollar las extensiones metodológicas de la idea de experiencia.

²⁴ **Semiótica:** La semiótica o semiología es la ciencia que trata de los sistemas de comunicación dentro de las sociedades humanas.

La coherencia dentro de la investigación es un término difícil de definir, debido a sus constituyentes: semántica²⁵, cognoscitivo²⁶ y la pragmática. -RODRIGUEZ, 2002-.

Las bases de investigación reúnen las propiedades que definen la teoría de los fenómenos coherentes y relevantes que permiten el desarrollo de las teorías con carácter evolutivo, actualmente ya se puede hablar de una nueva etapa cualitativa²⁷ de nuestro conocimiento que van enfocados a la comunicación.

La idea de relevancia es muy compleja en las investigaciones realizadas. Para simplificar, se pueden definir dos tipos fundamentales de relevancia dentro de la investigación, la relevancia cuyos resultados de una búsqueda de información responden a la ecuación de búsqueda que se había planteado, y la relevancia semántica, cuando los resultados obtenidos responden a las necesidades del usuario. - OSSORIO, 1996-.

De estas definiciones se entiende que las investigaciones si llegan a proyectarse en el aspecto comunicacional, la razón por la que se consigue información relevante es porque sirve para resolver la necesidad de la comunicación.

Como recurso de las investigaciones comunicacionales se cuenta con la crítica epistemológica²⁸ a la investigación de la comunicación ya a retoma algunas concepciones de la sociología de la ciencia. Aquí las temáticas de investigaciones en Latinoamérica son vistas como un sistema empírico de actividad social que se define por un tipo de metodología consecuente de las condiciones concretas de elaboración, difusión y desarrollo de la investigación que se requiera realizar.

25 **Semántica:** Se refiere a los aspectos del **significado** o interpretación del significado de un determinado símbolo, palabra, lenguaje o representación formal. En principio cualquier medio de expresión (lenguaje formal o natural) admite una correspondencia entre expresiones de símbolos o palabras y situaciones o conjuntos de cosas que se encuentran en el mundo físico o abstracto que puede ser descrito por dicho medio de expresión.

26 **Cognoscitivo:** Proceso exclusivamente intelectual que precede al aprendizaje, las capacidades cognitivas solo se aprecian en la acción, es decir primero se procesa información y después se analiza, se argumenta, se comprende y se produce nuevos enfoques. El desarrollo de lo cognitivo en el alumno debe ser el centro del proceso de enseñanza por parte del docente.

27 **Cualitativa:** Algoritmos: Son los que pueden ser descritos en una serie de pasos o instrucciones representados por medio de palabras para mantener una respuesta o solución de problemas

28 **Epistemológica:** Rama de la filosofía que trata de los problemas filosóficos que rodean la teoría del conocimiento. La epistemología se ocupa de la definición del saber y de los conceptos relacionados, de las fuentes, los criterios, los tipos de conocimiento posible y el grado con el que cada uno resulta cierto; así como la relación exacta entre el que conoce y el objeto conocido.

Las temáticas de investigación en Ecuador presentan condiciones de producción de la comunicación, se identifica los paradigmas, modelos, instrumentos, temáticas que circulan en determinado campo de investigación, es decir trata propiamente de la historia de un campo de investigación, por los cuales se contribuye a las tendencias de investigación.

Las temáticas que conjugan las variables comunicacionales constituyen en mecanismos organizativos de distribución de recursos y poder dentro de una comunidad investigativa. El contexto social y comunicacional residen las variables tanto de la comunicación como la investigación que inciden sobre la producción científica²⁹, con particular interés por los modos de inserción de la ciencia y de la comunicación dentro del país. -BOURDIEU, 1983-.

Los objetivos de las temáticas presentan inferencias sobre el estado de la investigación de la comunicación en el Ecuador lo que evidentemente guarda estrechas relaciones con las investigaciones que tengan otra temática, pero justamente se trata de explicitar algunas de esas relaciones.

El principal recurso con el que contamos en las investigaciones es hacer una labor de sistematización y organización del campo investigativo, es sin duda la base de datos.- NAVARRO, 2003-.

La investigación referente a las temáticas, sistematizan estudios sobre la comunicación. En el campo investigativo de la comunicación las críticas de las que esta base puede ser objeto, de sus limitaciones o sesgos, de sus imprecisiones conceptuales y limitaciones, por las temáticas que se manejen ya sean constructivas o pragmáticas.

En el terreno específico de la investigación, la tendencia se materializa en los estudios que sin ningún tipo de cuestionamiento categorial, asumen como herramientas

²⁹ **Producción científica:** La Productividad en Investigación será evaluada o determinada bases cuantitativas, es decir, sin emitir juicios sobre la calidad de la misma. Se hace el uso de elementos de parámetros e indicadores de productividad.

conceptuales las denominaciones que el espacio comunicacional impone. - FUENTES, 1992-.

Así, por ejemplo, se multiplican investigaciones que emplean como recurso explicativo varias temáticas para la comprensión de los investigadores, la constitución de identidades políticas o la producción de comunicación social.

Se multiplica la mediatización de la comunicación y la sociedad. El principio eficiente y genérico de comprensión del todo social, las que reponen las temáticas y medios como fuentes suficientes de construcción de imaginarios, las que incorporan la lógica de las temáticas, las que restituyen a las opiniones verbalizadas de los individuos.

Investigar es un modo de situarse frente al quehacer temático e intelectual, el modo de asumir una actitud investigativa y no meramente superficial ante los contenidos empíricos y teóricos integran proyectos sociales.

La investigación y difusión de los resultados se transforman en los procesos de enseñanza-aprendizaje; por otro, obliga a una multiplicación y diversificación de labores, diseñar proyectos, realizarlos, asistir a congresos, escribir artículos, elaborar informes administrativos, que limita el tiempo destinado a la práctica. En el campo de la investigación, las consecuencias no son menos graves. - FURLÁN, 1987-.

Mientras la investigación, asocia como ejercicio intelectual a la práctica temática, tiene la posibilidad de vincular sus objetos, diseños y tiempos con el proceso colectivo de producción de conocimientos, las actividades de investigación normalizan y evalúan categorizan diseños e investigadores. Plazos, temáticas, constitución de los equipos, modos de difusión de los resultados, todo está sujeto a regulación. Las consecuencias, en nuestro campo de investigación, se hacen evidentes de diverso modo.

La investigación, como práctica garantiza el espacio comunicacional valorando la profundidad y originalidad del conocimiento de las temáticas.

Si bien la comunicación como realidad empírica, fortalece la noción de comunicación; ha permitido que las líneas de investigación mantengan una relación con la comunicación. Consistente que la investigación, sus prácticas y modos de relación con el conjunto de la vida social sean vistas metodológicamente considerando deficientes las investigaciones descriptivas en comunicación.

Podemos verificar que en el modelo de la investigación que sigue a la de observación o recolección de datos y conlleva procesos de descripción y de interpretación de los datos conjuntamente con lo que se requiere investigar. -LÓPEZ, 1997-.

Si partimos que la comunicación apela muchos procesos de investigación epistemológica, la base del sustento en la descripción es la primera etapa del análisis de los datos y la interpretación.

La investigación de comunicación de reflexión epistemológica puede ser grandemente reflejada en una falta de visión del campo de la comunicación como campo de conocimiento que tiene líneas de investigación³⁰.

La falta de investigación sobre las teorías o teóricos de la comunicación, al nivel de su construcción teórica y metodológica (toda teoría implica una metodología), a fin de elucidar sobre lo que hicimos y lo que estamos haciendo. Me estoy refiriendo a la necesidad de la investigación teórica o específicamente epistemológica en el campo de la Comunicación -KAPLAN, 1975-.

Los fenómenos de interacción de la investigación con la sociedad y las relaciones humanas, abre la veta a la comunicación humana como interacción social y cubre

³⁰ **Líneas de investigación:** Una línea es el resultado de la unión de muchos puntos. En este caso los puntos vendrían a ser, en un primer momento, las áreas de **interés**, y en segundo momento, los trabajos y artículos publicados, las **investigaciones** realizadas y divulgadas, las ponencias desarrolladas y la vinculación con **grupos** de trabajo. Todos estos, al ir vinculándose a un mismo eje temático van constituyendo una perspectiva o prospectiva de trabajo investigativo. A ello se le denomina línea de investigación.

desde lo interpersonal hasta lo colectivo; el lugar canónico³¹ de este encuentro va ser la comunicación y la pléyade³² de investigadores, teórico con Bateson a la cabeza que lejos del campo de los medios de comunicación ofrecen una primera mirada sistémica aplicada a los estudios de la sociedad.

Palo Alto es el punto de cristalización de otros proyectos que pueden encontrarse en el camino de hablar de una sociedad que tiene pertinencia desde nuestra perspectiva para los estudios de comunicación desde la relevancia y la coherencia.

La comunicación como campo académico se ha visto principalmente configurado desde los modos de organización distintos entre sí, la comunicación y los estudios sociales, los cuales coinciden en tiempo a las fundaciones pero no se identifican a ellas.

La comunicación social y la sociología³³ crean una tradición de gran importancia para los estudio de investigación, que se remite al estudio de los efectos coherentes en las temáticas de los medios de comunicación.

Los medios de comunicación como centro y origen sugiere la investigación los estudios de los medios (principalmente psico-sociales y socio-políticos) y después el gran poder aglutinador de los estudios comunicacionales. -GALINDO, 2003-.

Un estudio extenso de la comunicación lo formarían los medios y la sociedad -con todo lo que significa y cabe, en sus versiones y modos, sus trayectorias, objetivos o efectos a estudiar a nivel micro, medio o macro social-, el mundo de las relaciones humanas -terapias, relaciones cara-cara, comunicación grupal, interacción, metodologías de participación grupal, redes etc.- y los estudios culturales -y su serie de aplicaciones a los estudios de comunicación, que no se reducen por cierto a los medios-. - WINKIN, 1990-.

31 **Canónico:** se usa con frecuencia en matemáticas para indicar que algo es natural, como debe ser e independiente de elecciones arbitrarias, que es absoluto y no relativo a un observador, que es intrínseco y no depende de un sistema de referencia o de un sistema de **coordenadas**, que pertenece a la **estructura** propia de lo que estudiamos.

32 **Pléyade:** Grupo de personas contemporáneas que se dedicaban a las letras.

33 **Sociología:** La sociología es una ciencia que estudia la sociedad humana, entendida como el conjunto de individuos que viven agrupados en diversos tipos de asociaciones, colectividades e instituciones.

La investigación se alimenta de la reflexión teórica previa, aun cuando no se queda en ella. Las líneas de investigación, la teoría de la comunicación asigna un papel clave en la respuesta a interrogantes sobre el objeto de estudio, la aplicación académica, la definición de la investigación, las dimensiones sociales participación e intervención de la misma; la teoría es el punto de encuentro -y desencuentro de análisis de los procesos de comunicación desde las diversas corrientes y enfoques; el lugar donde se explicita y aclara las formas de convivencia de la “inter”, “multi” y “trans” disciplinario. -LOZANO, 1996-.

La tendencia de la investigación con la relevancia hace posible que se pueda predecir y manipular a la sociedad, siendo consciente de esta tendencia relevante se analiza el entorno y el proceso que maximice su relevancia.

La comunicación investigativa hace pretender la evidencia de intención concreta, de manejar las temáticas para todo alcance social.

La comunicación investigativa hace que la teoría de la relevancia tiene como resultados una comunicación ostensivo³⁴ e inferencial³⁵, llevando consigo un nivel extra de intención de temáticas sociales.

El modelo metodológico incorpora las condiciones de producción de la investigación al trabajo metodológico en ejecución.

La investigación como campo relativamente autónomo y estructurado en niveles y etapas metodológicas implica el carácter abierto de la metodología, practicada a través de una serie de decisiones y opciones tomadas a lo largo de la investigación.

La concepción no-comunicacional y no-dogmática de la metodología como trabajo prohíbe la comodidad de una aplicación automática de procedimientos aprobados y exige que toda operación dentro de la investigación deba cuestionar a la misma.

34 **Ostensivo:** Que muestra u ostenta una cosa.

35 **Inferencia:** Proceso lógico que permite derivar una consecuencia de una o más premisas.

El objetivo de servir como instrumento de creación y desarrollo de disposiciones intelectuales en el investigador.

La comprensión de la investigación se consigue cuando se cumple la intención comunicativa, o sea, cuando su destinatario reconoce la intención informativa.

La falta de reconocimiento de investigaciones en comunicación social, pretende una problemática específica, desarrolladas en varios áreas de líneas de investigación.

La valoración de las investigaciones incluidas o reseñadas postulan criterios de inclusión o exclusión, asimilando la investigación con publicaciones, hecho del cual deberían haber dejado constancia -KASHER ,1976-.

Los estudios sobre investigación, han puesto en evidencia la naturaleza compleja del trabajo comunicacional y los numerosos condicionamientos a los que está sometido.

Entre las evoluciones que esta línea de investigación debe afrontar, un aspecto particularmente importante es el relativo a los cambios habidos en los sistemas informativos, los factores más importantes de tales cambios se refiere a las transformaciones de los sistemas investigativos, en particular al declive de las temáticas, la expansión del espacio publicitario, las dinámicas del cambio social, la segmentación de los públicos y a otros factores. Aquí querría afrontar uno en particular, el relativo a las innovaciones investigaciones. -SPERBER, 1981-.

Se puede constatar fácilmente que el proceso de la investigación y de una estrategia dirigida al proceso social.

El mayor impulso recibido por las innovaciones de la investigación ha sido el referido a la confección y al ensamblaje de la información. El modelo comunicacional continúa siendo viejo, pero el uso de las investigaciones muestra claramente la necesidad de discutir también el modelo de las temáticas, que manifieste adecuado a las necesidades de conocimiento y de información de la sociedades complejas.

El aumento de los flujos de información que entran en las investigaciones ha llevado a una cierta burocratización³⁶ del trabajo comunicacional, sectores enteros de la comunicación son verdaderos y auténticos seleccionadores de flujos ingentes de las temáticas.

Pero este incremento de los flujos de información y de trabajo no se traduce en un proyecto más esmerado de la comunicación investigativa.

Las investigaciones comunicacionales son cada vez más dependientes de las experiencias, de las fuentes y de los criterios de relevancia establecidos por la red de las investigaciones.

Todos estos fenómenos exteriormente heterogéneos³⁷ en la comunicación poseen un rasgo común, que se puede denominar coherencia por los objetos de muchas investigaciones que actúan conjuntamente como consecuencia de unas u otras causas, revelando propiedades no-inherentes a la investigación.- NOVECK, 2001-

Los autores y los trabajos de investigación que producen no puedan aportar y dar luz sobre el estado de la investigación comunicacionales y la teoría en comunicación. Las actividades intelectuales pueden diferenciarse por sus métodos y modos de aproximación, por la apropiación por parte de las comunicaciones de los usuarios.

Las investigaciones cuyos trabajos tienen por lo general ciertos modos y estructuras, es posible identificar operaciones discursivas, mediante procedimientos que producen investigaciones con un extremo articulado y aunque cuando puede ser producto solamente de opiniones sueltas, o inferencias; la investigación quiere remitir a un conjunto de pasos medianamente ordenados y sistematizados que han sido extraídos-construidos de la realidad social.

El sentido del aporte a la sociedad guardar un poder a la tendencia de llamar a todo, investigación pero con diferentes tendencias.

³⁶ **Burocratización:** Rasgos característicos de la burocracia. Situación del funcionario. Supuestos y causas de la burocratización. Desarrollo cuantitativos de las tareas administrativas. Ventajas técnicas de la organización burocrática.

³⁷ **Heterogéneos:** Compuesto de elementos o ingredientes que no son similares

Se cree que muchos trabajos presentados por investigadores o encuentros son básicamente ensayos, no investigaciones, los mismos que dejan un mal modelo de investigación para la sociedad. Esto no es malo, solo que hay que saberlo para no caer en el error de nombrar a toda investigación (como a todo se le nombra comunicación sin mediar análisis alguno), por el solo hecho de citar algunas fuentes o remitir a algunos datos. -LEVINSON, 2000-.

Existen muchas posibilidades para analizar a la investigación comunicacional como un valor absoluto más estructurado debería existir en el campo académico de la UTA.

Algunas cuestiones alcanzan a identificar en cuanto temáticas, métodos y perspectivas.

En cuanto al tipo de investigación la base de datos confirma el tema central de estudios de la comunicación son los medios. La investigación mediática ha crecido, es un tema recurrente, pero no alcanza en la preferencia de los investigadores. De los grandes temas de investigación, la globalización aparece como una preocupación, lo que de hecho confirma Pineda como uno de los grandes temas de la investigación de la comunicación.

Esta es una tendencia recurrente en la cual globalización³⁸ se estudia en su relación con las investigaciones, especialmente con Internet y sus derivaciones en el campo de lo social; asimismo los impactos de la globalización sobre la comunicación y la investigación preocupa no solo a quienes tienen una perspectiva económica o político, sino sobre todo socio-investigativa.

Las dimensiones del proceso de comunicación llama la atención a confirmar la importante en los estudios sobre sistematización del análisis de contenido y de manera alterna los análisis ideológicos, semiótico y del discurso como horizontes de trabajo para conocer el contenido de los medios o actores sociales. La teoría social de

38 **Globalización:** Se conoce por globalización el fenómeno de apertura de las economías y las fronteras, como resultado del incremento de los intercambios comerciales, los movimientos de capitales, la circulación de las personas y las ideas, la difusión de la información, los conocimientos y las técnicas, y de un proceso de desregulación.

comunicación, el análisis de lo que denomina productos comunicativos tienen una sistematización de las perspectivas cuantitativas y cualitativas las que se encuentran muy cercanas, una de otra, sobre los métodos cualitativos. -CARSTON, 1988-.

La investigación de la comunicación como tema es la más recurrente, la apertura temática complejiza, el objeto de la comunicación, aun cuando hay temas que sí han sido desplazados de las bases de datos. Parece que la investigación sigue el principio de la convergencia en las indagaciones.

Gómez Vargas señala como hay temas que han conservado el interés y las tendencias de la investigación de la comunicación en el país -televisión, el campo de la comunicación-, aunque podemos ver como otros temas han comenzado a despertar el interés de las telecomunicaciones y la vida sociocultural-, mientras que el resto continúa con una presencia modesta.

Los enfoques investigativos han estado permeados por lo que sucede a partir de procesos de globalización o integraciones en los espacios comunicacionales internacionales, las transformaciones en la vida social y cultural, los procesos electorales, las implicaciones políticas y económicas en materia social.

La sistematización de la investigación, establece una de bases de datos que permita la realización de explorar los cambios que están ocurriendo a nuestro alrededor en términos del binomio investigación social y decisiones.

La práctica investigativa considerada desde el punto de vista de la imagen social de los intelectuales el abordamiento de cuestiones y la utilización de conocimientos vista a través de dos modelos de concebir su incorporación a los procesos comunicacionales.

La participación de los investigadores comunicacionales en los procesos de formulación y decisión comunicativas. Para partir de una buena comunicación hay que dar una brevísima mirada a la figura intelectual, de cuya imagen pública los

investigadores sociales son algo así como herederos empobrecidos de las investigaciones superficiales. -LESZEK KOLAKOWSKI, 1990-.

La investigación debería orientarse más nítidamente hacia la comunicación en todas las áreas que se desenvuelve; o sea, transformarse en investigación holística. Hay que enfatizar la necesidad de focalizar la investigación, dirigiéndola hacia grupos objetivos seleccionados entre los sectores más necesitados de la comunidad a quien la institución universitaria debe aportar a los procesos de desarrollo local.

Además, hay que incluir los criterios de elección de proyectos y asignación de recursos, consideraciones de pertinencia o de impacto previsible de la investigación comunicacional, para de esta manera brindar respuestas coherentes a las necesidades relevantes de la comunidad.

2.2 Fundamentación Filosófica

La trascendencia social en la investigación ha permitido que varios ámbitos sean investigados, pero la comunicación social no sólo sirve para el análisis de los medios de comunicación, se entrelaza consideraciones relativas a la investigación comunicacional de las sociedades complejas, la relación entre los espacios comunicacionales y organización del trabajo investigación, el cambio cultural, en particular el cambio que están sufriendo lentamente los criterios de relevancia, los valores, el papel de la información cotidiana en sociedades complejas.

Es un tema sobre el que se debatirá y profundizará en breve, aunque sobre él no parezca recaer una gran atención.

Los teóricos **constructivistas**³⁹ como **Jean Piaget** y **David Ausubel**, entre otros, plantearon que aprender era la consecuencia de desequilibrios en la comprensión de un estudiante y que el ambiente tenía una importancia fundamental en este proceso.

³⁹ **Constructivistas:** Conjunto de acciones de carácter educativo que permiten a un individuo construir, internamente en su mente-cerebro, estructuras de conocimiento.

El constructivismo investigativo tiene muchas variaciones, tales como aprendizaje generativo, aprendizaje cognoscitivo, la investigación basado en problemas en este caso comunicacional, entre uno de sus aprendizajes esenciales es el descubrimiento contextualizado.

Una estrategia adecuada para llevar a la práctica este modelo es "El método de proyectos", en la investigación comunicacional este modelo, es el rol, el constructivismo implica que el conocimiento humano comunicacional no se recibe en forma pasiva ni del mundo ni de nadie, sino sea procesado y construido activamente, además la **función** cognoscitiva está al **servicio** a la investigación bajo un modelo cuya **función** es adaptativa, y por lo tanto el conocimiento permite que la persona organice el proyecto según su realidad.

El constructivismo social expone que el ambiente investigativo más óptimo es aquel donde existe una interacción dinámica la información y la práctica de las actividades que proveen oportunidades para los investigadores y así cree su propia verdad, gracias a la interacción con los otros. Esta teoría, por lo tanto, enfatiza la importancia de la cultura y el contexto para el entendimiento de lo que está sucediendo en la sociedad y para construir conocimiento basado en este entendimiento.- **PAUL ERNEST**, 1991-.

Las investigaciones comunicacionales trabajan con la holística que conjuntamente con el constructivismo se refieren a la manera de ver las cosas enteras, en la totalidad, en conjunto, en complejidad en la investigación comunicacional, pues de esta forma se pueden apreciar interacciones, particularidades y **procesos** que por lo regular no se perciben si se estudian los aspectos que conforman el todo, por separado.

En las temáticas de investigación en comunicación social, se debe apreciar los aspectos conceptuales y en consecuencia la alienación de la **investigación**, focalizado la misma y delimitando, para conocer los efectos de la investigación.

La holística ha **estado** presente en el **desarrollo** del **pensamiento** llevando así a una investigación de comprensión filosófica, desde sus inicios, una indagación holística íntegra los procesos y las apreciaciones, para derivar progresivamente hacia aspectos de las realidades comprendidas en dichos procesos.

Las teorías investigativas constructivistas resultan de la organización experimental del mundo, deben calzar las restricciones impuestas por la realidad física y social, esto se logra a través de un ciclo de teoría, predicción, prueba, error, rectificación.

Las teorías socialmente aceptan al mundo y así como las reglas de uso del lenguaje y la investigación social.

El constructivismo social es la reflexión que hacen los investigadores para referirse a la información cuyo **modelo** se debe mantener, tanto en los aspectos cognitivos, sociales y afectivos del **comportamiento**, no es un mero **producto** de la investigación ni un simple resultado de sus disposiciones internas, sino una construcción propia que se va produciendo día a día como resultado de la interacción de los factores comunicacionales.

En consecuencia, según la posición constructivista, **el conocimiento** investigativo no es una copia de la realidad, sino una construcción del ser humano, esta construcción se realiza con los esquemas de la comunicación.

El constructivismo social, por su parte, se funda en la importancia de las ideas alternativas y del cambio conceptual, además de las teorías sobre el procesamiento de la investigación.

Para esta versión del constructivismo son de gran importancia las interacciones sociales entre los que aprenden.

Como consecuencia de esa concepción de la investigación comunicacional, el constructivismo ha aportado metodologías didácticas⁴⁰ propias como los mapas y esquemas conceptuales, la idea de actividades didácticas como base de la experiencia educativa, ciertos procedimientos de identificación de ideas previas, la integración de la evaluación en el propio proceso de aprendizaje, los programas entendidos como guías de la investigación.

Cuando se habla de las investigaciones con fundamento filosófico constructivista, se refiere a que el investigador para aprender realiza diferentes conexiones cognitivas que le permiten utilizar operaciones mentales y con la utilización de sus conocimientos investigativos comunicacionales previos puede ir armando nuevos aprendizajes.

El investigador tiene un rol de mediador en el aprendizaje, en donde debe descubrir, comparar y compartir ideas.

Para una acción efectiva desde el punto de vista del constructivismo, el investigador debe partir del nivel de desarrollo comunicacional, considerando siempre las experiencias previas.

El constructivismo investigativo comunicacional es la corriente de moda aplicada actualmente en comunicación, refiriéndose totalmente a la práctica constructivista, ya que las realidades en la UTA son variadas y hay muchos factores que influyen para adscribirse totalmente a estas investigaciones en la carrera de Comunicación Social.

El realizar un análisis de lo que es la investigación con el constructivismo, considerando las diversas variables y puntos de vista desde una concepción filosófica, social y psicológica, y permitirá tener una visión más completa de la comunicación y sus beneficios para lograr una investigación de calidad y con aprendizajes realmente significativos.

⁴⁰ **Metodologías didácticas:** Analiza todas las dimensiones y relaciones de una opción educativa, por tanto, la metodología y la didáctica se superponen. En este sentido se intenta analizar diferentes modelos de enseñanza-aprendizaje, sus elementos y técnicas que llevan a la práctica los supuestos teóricos que los fundamentan.

2.3 Fundamentación Legal

2.3.1 Sobre la Comunicación e información en la Constitución del Ecuador

En base a la Constitución de la República del Ecuador de años 2009, en el Título II referente a Derechos, en el Capítulo Segundo de los Derechos del buen vivir, en la Sección tercera de la **Comunicación e Información**, se señala en los artículos:

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

- 1.** Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
- 2.** El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
- 3.** La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
- 4.** El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
- 5.** Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

- 2.** Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación, en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

En el **Título VII del Régimen del buen vivir**, en el Capítulo primero, en la **Sección séptima** sobre la **Comunicación social**, se apunta en los siguientes artículos:

Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.

2.3.2 Sobre la Comunicación e información en la Constitución del Ecuador

En base a la Constitución de la República del Ecuador de años 2009, en el Título II referente a Derechos, en el Capítulo Segundo de los Derechos del buen vivir, en la Sección tercera de la **Comunicación e Información**, se señala en los artículos:

En el **Título V Organización territorial del estado**, en el Capítulo **cuarto** del **Régimen de competencias**, se anota en los siguientes artículos:

Art. 262.- Los gobiernos regionales autónomos tendrán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las otras que determine la ley que regule el sistema nacional de competencias:

6. Determinar las políticas de investigación e innovación del conocimiento, desarrollo y transferencia de tecnologías, necesarias para el desarrollo regional, en el marco de la planificación nacional.

En el **Título VII régimen del buen vivir**, en el Capítulo **primer** de la **Inclusión y equidad**, en la **Sección primera** sobre Educación, se indica en los artículos:

Art. 350.- El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.

Art. 357.- El Estado garantizará el financiamiento de las instituciones públicas de educación superior. Las universidades y escuelas politécnicas públicas podrán crear fuentes complementarias de ingresos para mejorar su capacidad académica, invertir en la investigación y en el otorgamiento de becas y créditos, que no implicarán costo o gravamen alguno para quienes estudian en el tercer nivel. La distribución de estos recursos deberá basarse fundamentalmente en la calidad y otros criterios definidos en la ley.

La ley regulará los servicios de asesoría técnica, consultoría y aquellos que involucren fuentes alternativas de ingresos para las universidades y escuelas politécnicas, públicas y particulares.

En el Capítulo **primer** de la **Inclusión y equidad**, en la **Sección octava** sobre **Ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales**, se indica en los artículos:

Art. 386.- El sistema comprenderá programas, políticas, recursos, acciones, e incorporará a instituciones del Estado, universidades y escuelas politécnicas, institutos de investigación públicos y particulares, empresas públicas y privadas, organismos no gubernamentales y personas naturales o jurídicas, en tanto realizan actividades de investigación, desarrollo tecnológico, innovación y aquellas ligadas a los saberes ancestrales.

El Estado, a través del organismo competente, coordinará el sistema, establecerá los objetivos y políticas, de conformidad con el Plan Nacional de Desarrollo, con la participación de los actores que lo conforman.

Art. 387.- Será responsabilidad del Estado:

1. Facilitar e impulsar la incorporación a la sociedad del conocimiento para alcanzar los objetivos del régimen de desarrollo.
2. Promover la generación y producción de conocimiento, fomentar la investigación científica y tecnológica, y potenciar los saberes ancestrales, para así contribuir a la realización del buen vivir, al *sumak kawsay*.⁴¹
3. Asegurar la difusión y el acceso a los conocimientos científicos y tecnológicos, el usufructo de sus descubrimientos y hallazgos en el marco de lo establecido en la Constitución y la Ley.
4. Garantizar la libertad de creación e investigación en el marco del respeto a la ética, la naturaleza, el ambiente, y el rescate de los conocimientos ancestrales.
5. Reconocer la condición de investigador de acuerdo con la Ley.

⁴¹ **Sumak kawsay:** Buenas causas

Art. 388.- El Estado destinará los recursos necesarios para la investigación científica, el desarrollo tecnológico, la innovación, la formación científica, la recuperación y desarrollo de saberes ancestrales y la difusión del conocimiento. Un porcentaje de estos recursos se destinará a financiar proyectos mediante fondos concursables. Las organizaciones que reciban fondos públicos estarán sujetas a la rendición de cuentas y al control estatal respectivo.

2.3.3 Política investigación del CONESUP⁴²

En la ley de educación superior del CONESUP, basada en el Reglamento del sistema para investigación, de los de los Programas y Proyectos de Investigación señala en su:

Capítulo II de los tipos de la propuesta

Art. 10.- Las Instituciones Proponentes tendrán acceso al financiamiento de propuestas inmersas en las categorías siguientes:

a) Programas o proyectos de investigación básica, que consisten en trabajos teóricos con apoyo experimental que se emprenden fundamentalmente para obtener nuevos conocimientos acerca de los fundamentos de fenómenos y hechos observables, sin pensar en darles ninguna aplicación o utilización determinada. Analiza propiedades, estructuras y relaciones y, formula hipótesis, teorías y leyes;

b) Programas o proyectos de desarrollo tecnológico experimental, que consisten en trabajos sistemáticos basados en los conocimientos existentes, derivados de la investigación y/o la experiencia práctica, dirigidos a la producción de nuevos materiales, productos o dispositivos, al establecimiento de nuevos procesos, sistemas y servicios, o la mejora sustancial de los existentes, que incidan en el desarrollo tecnológico, agregando al haber técnico y al método científico un posible beneficio económico; y,

⁴² **CONESUP:** Consejo Nacional de Escuelas Superiores, Universidades y Politécnicas

c) Programas o proyectos de investigación social, implementados por equipos de investigadores de carácter interdisciplinario e interinstitucionales, que den soluciones a problemáticas amplias detectadas en los diferentes sectores de la realidad social, como los “observatorios” sobre indicadores macro y micro económicos, con base al análisis estadístico, sobre empleo, mercados laborales y profesionales, estructuras agrarias, sistemas y producción de cultivos, conflictividad socio-política, violencia urbana, etc., que permitan generar innovaciones en los sectores, social, industrial y empresarial.

Capítulo III de los recursos humanos inmersos en la propuesta

Art. 11.- Los programas y proyectos deberán disponer de una estructura de recursos humanos que integran las siguientes calificaciones:

a) El grupo de investigadores que cubre auto sostenidamente la ejecución de una investigación con la disposición de adecuada infraestructura física y el directo acceso a las fuentes de consulta bibliográfica, constituye la masa crítica de un campo específico de investigación;

b) Actuará de director del programa o proyecto de investigación, el profesor que ha demostrado su capacidad para dirigir la ejecución de los trabajos de investigación respaldado por la experiencia mínima de cinco años y la publicación de los resultados de mínimo cuatro trabajos de investigación en revistas de prestigio científico;

c) Son investigadores científicos los profesores que con su directa participación en la investigación han demostrado suficiente solvencia mediante la publicación de los resultados de por lo menos tres de sus investigaciones en revistas de prestigio científico.

Art. 12.- Los investigadores de los programas o proyectos se clasifican en:

a) Investigadores principales quienes acrediten la publicación en revistas de prestigio científico, de dos a tres contribuciones;

- b)** Investigadores asistentes quienes hayan efectuado una o dos publicaciones en revistas de prestigio científico;
- c)** Investigadores asesores científicos, profesionales reconocidos en el ámbito nacional e internacional por sus contribuciones al progreso de la ciencia expresadas en publicaciones y otras formas de contribución a la investigación científica; y,
- d)** El personal técnico que estará integrado por expertos en la realización de actividades técnicas cotidianas así como el personal de apoyo administrativo y de servicios.

Capítulo VI de la revisión y evaluación de perfiles

Art. 18.- Los Perfiles presentados dentro del plazo previsto, serán objeto de revisión, evaluación y calificación, de acuerdo con los requisitos siguientes:

- a)** Que las universidades y escuelas politécnicas proponentes se encuentren contempladas en el Art. 1 y 81 de la Ley de Educación Superior y el Art. 3 del presente Reglamento;
- b)** Que el tema se enmarque dentro de las líneas y áreas de investigación establecidas por el Sistema;
- c)** Que la investigación a efectuarse sustente pertinencia, originalidad y relevancia;
- d)** Que exista coherencia en la propuesta;
- e)** Que los Indicadores de objetivos sean claros y cuantificables;
- f)** Que los montos y plazos establecidos se ubiquen en los señalados en la convocatoria;
- g)** Que, incluyan un mínimo del 20% de coparticipación y, un mínimo del 5% de cofinanciamiento sobre el valor del programa o proyecto a ejecutar. Se entenderá por coparticipación y cofinanciamiento, respectivamente, a los recursos humanos, de

apoyo en equipos, bienes de cualquier naturaleza y, financieros, aportados por las universidades y escuelas politécnicas y demás instituciones, que son necesarios para implementar la investigación y, desarrollar el programa o proyecto;

h) Que se demuestre alto nivel y, experiencia apropiada al programa o proyecto, comprobada con logros anteriores alcanzados por el grupo investigador, en temáticas similares;

i) Que la presentación de perfiles, programas o proyectos estén de acuerdo con las especificaciones establecidas en la convocatoria;

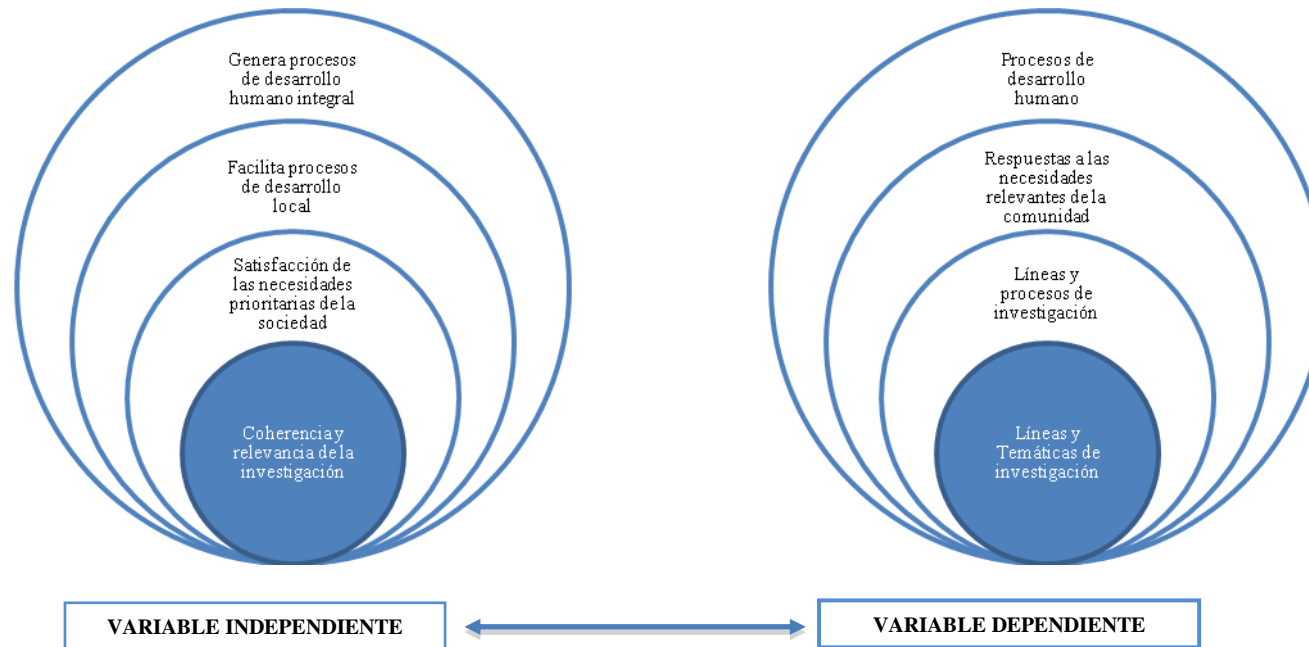
j) Que la información presentada no contenga tachones o enmiendas no salvadas y, se circunscriba a la verdad sin presentar como propias la consignada en otros programas o proyectos;

k) Que la aprobación del programa o proyecto de investigación pueda ser sujeta de una evaluación económica para determinar su viabilidad;

l) Que los documentos y la información solicitada en las Bases - Términos de Referencia sean originales, copias certificadas o notariadas, y;

m) Que se presenten las propuestas en el plazo, lugar, fecha y hora establecidos en la convocatoria.

2.4 Categoría Fundamentales



Los aspectos relevantes del entorno a las temáticas de investigación, buscan respuestas coherentes a las necesidades prioritarias e importantes de diferentes grupos sociales, que aporten con alternativas de solución aplicables a cada uno de sus espacios de desarrollo. Es así que la relevancia investigativa, es parte integrativa de los procesos de desarrollo humano, y su contribución es fundamental para crear procesos sostenidos que fundamente su accionar y su contribución a la sociedad, por lo tanto permite que la coordinación de las investigaciones tenga un orden y un valor significativo al desarrollo.

Las investigaciones comunicacionales, es un proceso en donde la comunicación es el centro de atención para conocer lo que sucede con la realidad comunicativa, y para conocer se lo mide por medio de los ejes temáticos se convierten en la investigación en la base de cada una de las investigaciones que se va a realizar, tomando muy en cuenta la tendencia a la que se refiere en el ámbito comunicacional.

Los recursos de investigación de representación social, nos permite conocer lo que necesitamos para que la investigación tenga una verdadera objetividad y así destacar, transmitir y contextualizar con mayor facilidad los principales conceptos y aspectos involucrados.

La estructura temática de la Investigación Social constituye el desarrollo de competencias para la apropiación de metodologías y técnicas de investigación fundamentadas por las teorías que enmarcan las ciencias sociales.

El proceso de conocimiento de las Ciencias Sociales, y las principales técnicas de investigación diferencian las perspectivas de análisis que conducen a la comprensión de los hechos sociales.

El concepto de coherencia que trabaja conjuntamente con la relevancia, se la define como la concordancia de la evolución de algunos procesos oscilatorios u ondulatorios en el tiempo, surgió en la teoría clásica de oscilaciones. Este concepto ha recorrido un

camino asombroso, convirtiéndose en los últimos decenios en un concepto físico general y, en cierto sentido, científico general. -SHELEPIN, 1998-.

La coherencia se la mide por medio del número de investigación que se aplican en la comunidad, ya que por medio de esta analizamos la relación semántica, es por eso que se habla de una coherencia investigativa de la comunidad, las dimensiones teóricas y los elementos morfológicos y sintácticos permiten conocer las bases de emprendimientos en las investigaciones.

Para poder medir el número de fuentes en la investigación de debe conocer los principios que influyen en la coherencia textual⁴³ ya que así se obtiene un conocimiento más amplio y profundo de la temática de investigación para así contextualizar en lo teórico y en lo práctico.

La investigación comunicacional y el número de métodos, en los aspectos de: sociología, historia y comunicación la diversidad de patrones de coherencia de investigación son la práctica científica que implica un camino largo y de mayor o menor dificultad según los problemas que se pretenden resolver.

Los paradigma en la investigación son explícitamente son teorías centrales, como también múltiples sistemas metodológicos de reglas y de técnicas de investigación.

La promoción, difusión y asesoría en materia de temáticas relevantes de investigación tiene como objetivo explicar en términos cognitivos razonables a qué equivalen esas expectativas de relevancia publicitarias y cómo éstas pueden contribuir a una visión empírica aceptable del proceso de comprensión.

Para poder medir la publicidad de las investigaciones temáticas hay que divulgar el conocimiento y servicio de la investigación y los acervos de información pretendemos esbozar las líneas principales de la versión actual de la teoría y discutir algunas de sus consecuencias.

43 **Coherencia Textual:** Referencia de un elemento del texto con otro del contexto.

Las publicaciones que se han realizado sobre temas de investigación, ayudan para conocer la aceptación que ha tenido las investigaciones en los alumnos de la UTA, la publicidad forma parte de un proceso relevante cuya manera intuitiva, atañe potencialmente no sólo a los enunciados u otros fenómenos perceptibles de la publicidad, sino también a los pensamientos.

Se utiliza la etnografía para un análisis de un campo social específico- UTA, suscitan una serie de expectativas de relevancia enfocada a la convención comunicativa, que busca la relevancia como característica fundamental del conocimiento humano en la investigación.

El tiempo del desarrollo de la investigación relevante y coherente depende de la reconstrucción de la práctica comunicativa, que se hace habitualmente en los textos de metodología de la investigación, presentan procesos en una forma un tanto idealizada debido a la serie de etapas y tareas que se deben en forma lineal.

En el caso de un investigador que tiene como prioridad el tiempo de la elaboración de la investigación debe mantener un acercamiento al tema específico conociendo el origen en la formación teórica y metodológica, esto depende del análisis cronológico del desarrollo de otras investigaciones el desarrollo temporal que debe darse en la investigación y de otros trabajos que ha realizado de modo tal que las nuevas investigaciones correspondan a una misma línea de indagación.

Observar la evolución del trabajo investigativo implica comprobar resultados presentados para proponer otros problemas que relacionan con la línea de trabajo y con la línea de trabajo de la comunicación.

La evaluación de resultados de programas investigativos comunicacionales rigen a la información posible de recoger mediante la encuesta que debe ser explícita, en parte, la utilización de investigaciones teóricas y aplicadas a la sociología y la comunicación social, incluyen los indicadores de resultados, gestión, y satisfacción del beneficiario y beneficiaria para medir su cobertura investigativa y el análisis de

los datos recogidos en la investigación con respecto técnicas estadísticas apropiadas, las formas, magnitudes y relaciones que se dan en esos datos, las cuales son buscadas de acuerdo con los objetivos propuestos.

En la investigación comunicacional el número investigaciones aplicada a evaluaciones pedagógicas comunicacionales, son los estudios investigativos explicativos o comprensivos de fenómenos comunicacionales los mismos que son parte del análisis descriptivo que cumple la función principal de caracterizar a un colectivo de investigadores a una evaluación de planes investigativos.

Las temáticas desarrolladas en la indagación comunicacional son la evaluación de programas y proyectos que se trabaja con el punto de referencia fundamental en la modalidad de la evaluación con los objetivos de los programas y los proyectos, por eso hay que analizar las temáticas en investigación comunicacional que son el modelo teórico a seguir y definir los campos, líneas, temáticas centrales y tipos de investigación en educación y conocer las mediaciones que implican identificar las posibilidades de interacción en términos de espacios y procesos, que atribuye a la temática dependiente de la pedagogía con respecto a la comunicación.

El terreno específico de la indagación, maneja una tendencia del advenimiento de técnicas de comunicación que invaden el proceso investigativo, se materializa en los estudios que, sin ningún tipo de cuestionamiento categorial, asumen como herramientas conceptuales las denominaciones en el espacio comunicacional.

Los beneficiarios en el conocimiento de la temática de investigación comunicacional la investigación, asocian al ejercicio intelectual a la práctica, teniendo la posibilidad de vincular la diversidad de destinatarios por semestres en la carrera de comunicación social cuyos objetivos cumplen el proceso colectivo de producción de conocimientos y los efectos que tendrá las investigaciones comunicacionales enfocándose a la cultura, que implica valores, ideas y nociones colectivas.

Los medios de comunicación y la difusión de prensa, carteles, radio, y folletos, involucra a los estudiantes que parte de la publicidad , esta es una manera didáctica que se manejaría la investigación comunicacional, la diversidad de técnicas de comunicación nos permiten un monitoreo el mismo que permita medir y conocer los procesos de socialización contemporáneos de los medios, en especial la televisión, la internet, pero también la radio, la prensa de publicaciones periódicas y ocasionales, tales como prensa, revistas o libros y haga énfasis en las investigaciones comunicacionales para que sean también protagonistas del desarrollo comunicacional.- FUENTES, 1992.-

La información de las temáticas de investigación del sistema comunicacional son métodos de la evaluación de estas definiciones implican las relación con los elementos y tal forma que al final se obtenga y mejoramiento del sistema comunicacional reduciendo a un común denominador que refiere a la investigación y la apreciación de la eficiencia, eficacia, efectividad y relevancia social de una institución, programa o proyecto, para lo cual se requiere disponer de información sobre los insumos y los procesos.

Los investigadores en comunicación deben preocuparse de los conjuntos sistemático de conocimientos, creencias, valores, actitudes, conductas, costumbres, hábitos y rutinas, propios de sociedad humana, para el análisis investigativo por las tareas que hacen en el campo de estudio, teórico y político.

El planteo de la diversidad terminológica de las pedagogías de investigación es la necesidad de vincular la investigación con realidades que, siendo de dominio público, requieren de información cualificada y análisis comprensivo para su debate y para la consecución de acciones.

El grado de coherencia y relevancia en las investigaciones comunicacionales es la correcta conducta que se debe mantener en todo momento, puesto que el índice de coherencia y relevancia en la investigación comunicacional está basado en los principios familiares, sociales y religiosos aprendidos a lo largo de la investigación.

Aunque el desarrollo de esta teoría ha tenido carácter evolutivo el número de programas de mejora de la vinculación de las investigaciones comunicacionales, habla de de una nueva etapa cualitativa del conocimiento.

La coherencia y el método del campo de acción investigativo crean un estado coherente de la investigación.

Sobre la generación de estrategias y métodos de investigación, así como de estrategias de coherencia y relevancia la base cambia radicalmente en las nociones fundamentales de la investigación adquirieron un nuevo contenido de los conceptos de investigación comunicacional.

La temática informada sobre la actualidad de aspectos relacionados con la sociedad, trabaja conjuntamente con las líneas de investigación que se justifica por la relevancia, pertinencia e impacto actual o potencial en la solución de problemas o creación de oportunidades a través de la generación de nuevos conocimientos o tecnologías, permitiendo una evolución de la investigación temática en comunicación ya que se requiere de un inter y transdisciplinario, interinstitucional e inter-grupos, tanto de nivel nacional como internacional.

Los documentos y artículos investigativo en comunicación son factores de cohesión que dan cuenta de la estructuración de la secuencia superficial del texto, analizar los aspectos: paradigmas empírico-analítico⁴⁴ y cualitativo-interpretativo afirmando que no se trata de principios meramente investigativos en la producción de conocimiento en los enfoques metodológicos, el empírico-analítico o positivo que permiten desarrollar un proceso pragmático e intelectual.

44 **Analítico:** Calificativo de una disciplina (o de alguna de sus partes) en que predomina el ANALISIS. Kant da el nombre de "Analítica trascendental" a la segunda parte de su Crítica de la Razón Pura o teoría de los objetos que ofrece la experiencia. ANALOGIA En **sentido** restringido (matemático), igualdad de relaciones. En **sentido** filosófico, **condición** de términos cuyo empleo no es unívoco (en un solo sentido), ni equívoco (en sentidos totalmente dispares), sino distintos pero relacionados entre sí y con un **primer** analogado o **sentido** originario. Distinguían los escolásticos entre la analogía de atribución y la de proporcionalidad. El término ser, según Santo Tomás, ha de entenderse en **sentido** análogo, con esa **doble** analogicidad.

El proceso de investigación permite calcular un valor comparable entre las distintas categorías temáticas que tienen como objetivo el estudio científico de los procesos de la investigación y sus relaciones con la categoría dominante y el estudio del proceso de socialización. La vinculación temática investigativa viene hacer parte de los procesos de gestión, supervisión, modernización, descentralización, participación y autonomía; que reforma la investigación en comunicación, basada en la observación de temáticas de organización de la investigación comunicacional; mientras que los programas de investigación operacionalizan y convierten en operaciones observables las ideas, directrices o hipótesis de partida y las relaciones entre variables que entran en juego para resolver los problemas como la ciencia y la tecnología, cuya formación de comunicación internacionalización la investigación en educación.

El potencial del direccionamiento investigativo de las temáticas de investigación ha generado importantes programas y proyectos de investigación desde los enfoques cognoscitivos y conductista, y el número de proyectos comunicacionales con participación investigativa aplicada a la educación, es la relativa a la comunicación.

De la teoría sobre los motivos básicos de la investigación el número de participaciones en consorcios nacionales de investigación mediante el soporte temático logro, afiliación y poder se han desprendido programas y proyectos innumerables aplicados al mejoramiento de la educación.

La evolución de las investigaciones con proyección temática enfoca la antropología con sus tradiciones de investigación cualitativa en comunicación y la identificación y priorización de las líneas de investigación en comunicación con sus líneas de aprendizaje, desarrollo cognitivo, motivación, medición y la aplicación de la comunicación social.

Presentan la temática investigativa asumido el método de la interpretación del sentido de la acción social en la investigación presentando teorías de varias concepciones metodológicas relativas a la comprensión e interpretación de la acción de la

comunicación social que han hecho aportes valiosos a la educación y, específicamente, a los marcos conceptuales de la investigación educativa.

La investigación comunicacional aporta al desarrollo del conocimiento para plantear los campos de acción de la investigación en los procesos cuantitativos como los procesos cualitativos de investigación social para sustentar los campos de acción de la pedagogía como disciplina en trance de convertirse en la acción participativa de los sujetos de la investigación, puesto que existe teorías de la pedagogía sobre el objeto central de la investigación, y el método de comunicar ya que todo está relacionado con estrategias y métodos de enseñanza y con estrategias formativas.

La coherencia lógica entre la metodología investigativa de la investigación de la pedagogía teórica se ha focalizado en elaborar el diseño de investigación en el estudio de la pedagogía.

La investigación y la acción, como indagación de la coherencia desarrolla de los enfoques investigativos, los métodos de la pedagogía, investigación teórica es la de la sustentación de aplicaciones de las teorías de aprendizaje a la generación de estrategias de la investigación comunicación.

2.5 Hipótesis

2.5.1 Hipótesis Alternativa -H1-

Las líneas y temáticas de investigación en comunicación social desarrolladas en la carrera de Comunicación Social, son coherentes y relevantes a los requerimientos de la comunidad en donde se interrelaciona e interactúa.

2.5.2. Hipótesis Nula –H0-

Las líneas y temáticas de investigación en comunicación social desarrolladas en la carrera de Comunicación Social, no son coherentes ni relevantes a los requerimientos de la comunidad en donde se interrelaciona e interactúa.

2.6 Señalamiento de Variables

2.6.1. Variable independiente: Coherencia y Relevancia de la investigación

La idea de relevancia es muy compleja dentro de lo que es la investigación, se la analiza como variable puesto que la comunicación necesita experimentar resultados de información constructivista, y así de manera coherente se llegue a la concordancia de la evolución de algunos procesos sociales e investigativos.

2.6.2. Variable dependiente: Líneas y Temáticas de investigación

Las temáticas y las líneas de investigación en comunicación social justifican relevancia y la coherencia perteneciente a la solución del problema comunicacional. De esta manera se trabaja como variable independiente a estos procesos temático investigativo cuya actividad es la búsqueda independiente a la metodología comunicacional.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1 Modalidad básica de investigación

La investigación comunicacional es **cuantitativa** ya que permite un método de investigación basado en los principios metodológicos de positivismo y neopositivismo⁴⁵ y que adhiere al desarrollo de estándares de este proceso investigativo comunicacional.

El objetivo de este tipo de investigación de carácter comunicacional, es el estudiar las propiedades y fenómenos cuantitativos y sus relaciones para proporcionar la manera de establecer, formular, fortalecer y revisar la teoría existente. La investigación cuantitativa desarrolla y emplea **modelos matemáticos**, teorías e **hipótesis** que competen a los fenómenos naturales.

Las líneas de investigación comunicacionales **cuantitativas** están directamente basadas en el paradigma explicativo. Este paradigma utiliza preferentemente información cuantitativa o cuantificable para describir o tratar de explicar los fenómenos, lógicas en que estudian, en las formas que son posible hacerlo en el nivel de estructuración el cual se encuentran las ciencias sociales actuales. - BRIONES, 1996-.

La investigación comunicacional genera que se apliquen las ciencias sociales, específicamente los conocimientos sobre la realidad social.

⁴⁵ **Neopositivismo** es la visión filosófica nacida del empirismo moderno en la experiencia del Círculo de Viena, cuyos miembros más representativos, durante las persecuciones antisemitas en Europa, emigraron a los Estados Unidos y a Inglaterra, donde desarrollaron sus ideas.

El estudio de la investigación comunicativa con la característica coherente y relevante en la temática es no experimental, son aquellas en las cuales el investigador no tiene el control sobre la variable independiente, que es una de las características de las investigaciones experimentales y cuasi experimentales⁴⁶, como tampoco conforma a los grupos del estudio.

La investigación **no experimental** es también conocida como investigación Ex Post Facto, término que proviene del latín y significa después de ocurridos los hechos. De acuerdo con Kerlinger -1983- la investigación no experimental es un tipo de investigación sistemática en la que el investigador no tiene control sobre las variables independientes porque ya ocurrieron los hechos o porque son intrínsecamente manipulables”. -ÁVILA BARAY, 1991-.

En la investigación comunicacional no experimental, los cambios en la variable independiente ya ocurrieron y el investigador tiene que limitarse a la observación de situaciones ya existentes dada la incapacidad de influir sobre las variables y sus efectos.

Las características de la investigación No experimental:

- Por medio de estos tipos de investigación se pueden comprobar hipótesis.
- Se utilizan grupos semejantes excepto en algún aspecto o característica específica.
- Se utilizan métodos estadísticos para el tratamiento y análisis de datos.las diferencias principales entre ambos tipos de investigación radican en los siguiente aspectos:

La investigación experimental tiene un control estricto de las variables extrañas, no así en la investigación no experimental.

⁴⁶ **Cuasi experimentales:** La investigación cuasi experimental sería aquella en la que existe una ‘exposición’, una ‘respuesta’ y una hipótesis para contrastar, pero no hay aleatorización de los sujetos a los grupos de tratamiento y control.

La investigación experimental parte de grupos similares para encontrar una diferencia y establecer la relación causa-efecto. La investigación no experimental estudia dos grupos diferentes y busca qué es lo que hace la diferencia para establecer la relación causa-efecto.

Con los resultados que arroja una investigación no experimental no es posible afirmar con seguridad una relación causal entre dos o más variables, como ocurre en la investigación experimental. Lo anterior debido a la posibilidad de que no se hayan encontrado otros factores que si están afectando la variable dependiente. Si esto ocurre entonces se tienen datos espurios o falsos, es decir, existen serias dudas acerca de su origen.

La investigación no experimental implica establecer mecanismos de control como condición del método experimental. No obstante lo anterior, cuando ha pasado un evento -hecho- ¿cómo puede ser controlado?

Es muy importante destacar que en una investigación no experimental la variable independiente se manipula y por eso se le llama variable activa mientras que en la investigación comunicacional no experimental la variable independiente no es susceptible de manipulación y por eso se llama variable atributiva. Existen al menos tres aspectos en los que la investigación no experimental es semejante a la investigación.

Según LEEDY, 1993, define la investigación no experimental como un proceso inverso a la investigación experimental.

El investigador dentro de este proceso investigativo comunicacional ha partido a con la observación en la carrera de comunicación social los mismos que han manifestado en una serie de eventos. A partir de las observaciones se procede a diseñar tanto los objetivos como las hipótesis dando inicio a la investigación en sentido opuesto a una investigación no experimental.

3.2 Nivel o tipo de investigación

El análisis **descriptivo**, constituye el primer nivel de análisis, y sus funciones son las de establecer cuál es la forma de distribución de una, dos o tres variables en el ámbito global del colectivo, cuántas unidades se distribuyen en categorías naturales o construidas de esas variables, cuál es la magnitud de ella expresada en forma de una síntesis de valores, cuál es la dispersión con que se da entre las unidades del conjunto. -BRIONES, 1996-

En la investigación comunicacional, el análisis descriptivo cumple la función principal de caracterizar a un colectivo con una o más de esas expresiones de la variable analizada. Por ejemplo, el promedio de edad de un grupo es una característica, que puede tener significación por sí sola o permitir ser comparada con los promedios de otros grupos.

| "Lengua" o modo de la información y medida | Programa informático para analizar datos <i>en esta lengua</i> de presentación | Método de analizar relaciones entre los datos expresados <i>en lenguas diferentes</i> de presentación |
|---|---|--|
| Medidas , es decir <i>estudio cuantitativo</i> | Los programas de hoja de cálculo como Excel. Programas de estadística. | El investigador debe primero cuantificar todos los factores, haciéndolos mensurables. |
| Clasificaciones (presentadas a menudo como códigos o tabulaciones) | Programas de hoja de cálculo o bases de datos. | Con clasificación se puede manejar todos tipos de datos, pero sus relaciones sólo superficialmente. |
| Las figuras las formas visuales de productos | Hay muchos programas de computadora para almacenar y manipular imágenes, pero sus capacidades en análisis son pobres. | Haga el análisis manualmente y lo informa como texto con ilustraciones. |
| Patrones de la acción , las varias maneras un producto se | Usted puede utilizar un programa de computadora para almacenar y manipular las tiras | Haga el análisis manualmente y divúlguelo como texto con |

| | | |
|---|---|--|
| usa | video, pero no puede hacer análisis. | ilustraciones. |
| Información (escrita o hablada) verbal , es decir <i>estudio cualitativo</i> | Programas de tratamiento de textos. Éstos tienen herramientas escasas para el análisis, pero usted puede marcar con <i>códigos</i> que se repite y después clasificar éstos como en la línea 2, arriba. | El procesamiento de textos no ayuda mucho a <i>hacer</i> análisis, pero es excelente para <i>divulgar</i> sus resultados como texto con ilustraciones. |

| | |
|--|---|
| El conocimiento y la habilidad tácitos del artesano o del usuario de un producto. Otros patrones mentales como actitudes y preferencias. | La elección de programas de calculación depende de la "lengua" que usted utiliza al hacer explícito la información tácita. Será generalmente uno de los primeros tres arriba. |
|--|---|

El primer paso en el análisis de datos, una vez introducidos los mismos, es realizar un análisis descriptivo de la muestra. Este análisis nos permitirá controlar la presencia de posibles errores en la fase de introducción de los datos, es decir, detectaremos con él valores fuera de rango, o la presencia de valores perdidos.

Este análisis inicial también nos proporcionará una idea de la *forma* que tienen los datos: su posible distribución de probabilidad con sus parámetros de centralización; media, mediana y moda; así como sus parámetros de dispersión; varianza, desviación típica.

El análisis descriptivo lo vamos hacer por el análisis de medida de tendencia central donde nosotros obtendremos medidas de frecuencia, media, moda, mediana y moda, se realizará la comprobación de varianza de los datos obtenidos.

En las investigaciones comunicacionales, la variable independiente ya ha ocurrido cuando el investigador hace el estudio. O sea, ha ocurrido un cierto fenómeno, que es tomado como variable independiente, para un estudio en el cual el investigador desea describir esa variable como también los efectos que provoca sobre otro fenómeno, que es la variable dependiente.

Por esta característica distintiva en lo que se refiere a la ocurrencia de la variable independiente, las investigaciones en las que se da esta circunstancia reciben el nombre de investigaciones ex post facto -después del hecho-.

A este tipo de investigaciones pertenecen, entre las principales, la encuesta social, el estudio de casos, el estudio de cohortes, la observación estructurada, la investigación participativa y la investigación evaluativa.

D'Ary, Jacobs y Razavieh -1982- consideran que la variación de las variables se logra no por manipulación directa sino por medio de la selección de las unidades de análisis en las que la variable estudiada tiene presencia, durante las medidas de las variaciones el investigador no puede manipular directamente las variables independientes como ocurre en un estudio de corte experimental.

Si los cambios en la variable independiente ya ocurrieron y están fuera de la capacidad de manipulación y control del investigador, por esta razón en la investigación no experimental se estudia de manera retrospectiva el fenómeno en cuestión.

3.3 Población y muestra

3.3.1. Población

Una población se precisa como un conjunto finito o infinito de personas u objetos que presentan características comunes. “Una población es un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones”. -LEVIN & RUBIN, 1996-.

El tamaño que tiene una población es un factor de suma importancia, en nuestro caso proceso de investigación estadística- comunicacional es la provincia de Tungurahua y la ciudad de Ambato, y este tamaño vienen dado por el número de elementos que constituyen Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales la carrera de

Comunicación Social, cabe mencionar que según el número de elementos la población puede ser finita o infinita.

El análisis estadístico que se llegará hacer depende del número de elementos que son los grupos vinculados: grupos beneficiarios directos e indirectos, grupos de apoyo, neutros y opositores que integra la población.

El conjunto de todos los grupos vinculados está formado por un limitado número de elementos, que son las instituciones, organizaciones, medios de comunicación, estudiantes, sociedad civil y otras universidades.

Para este análisis la población debe cumplir el proceso de la observación de todos los elementos, para conocer el crecimiento tanto afectivo como efectivo de este proyecto comunicacional y así no se dificulte el trabajo, tiempo y costos necesarios para hacerlo.

Los medios presentes en el cantón Ambato se detallan en la tabla a continuación:

Tabla No. 1.- Representatividad de Medios de Comunicación

| Ítem | Tipo de Medio de Comunicación | No | Porcentaje de representatividad |
|--------------|--------------------------------------|-----------|--|
| 1 | Radio | 26 | 83,87 |
| 2 | Televisión | 2 | 6,45 |
| 3 | Escrito | 3 | 9,68 |
| TOTAL | | 31 | 100,00 |

*Elaborado por: Cristina Mora
Fuente: Recopilación de la autora*

3.3.2. Muestra

En estadística, conjunto de individuos extraídos de una población con el fin de inferir, mediante su estudio, características de toda la población. Se dice que una muestra es

representativa cuando, por la forma en que ha sido seleccionada, aporta garantías suficientes para realizar inferencias fiables a partir de ella.

La muestra estratificada proporcional, es uno de los varios, subtipos de muestras estratificadas. Antes de tomar la muestra, las unidades de la población se distribuyen en estratos en cada uno de los cuales se seleccionan las unidades de la muestra, aplicando la misma fracción de muestreo.

El objetivo principal de un diseño muestral es hacer uso eficiente del presupuesto asignado para un estudio obteniendo un estimativo tan preciso como sea posible de una cantidad de la población.

El **muestreo aleatorio estratificado**⁴⁷ es la técnica de muestreo más básica que no sólo asegura una muestra representativa sino que también produce una estimación de la cantidad de una población y una especificación de la precisión. Muchas ramificaciones han evolucionado a partir de este concepto central del muestreo aleatorio estratificado que permite alcanzar inferencias más precisas para diferentes tipos de poblaciones. El muestreo aleatorio estratificado, primero divide la población en segmentos homogéneos y después toma muestras aleatorias simples de esas sub poblaciones individuales.

Al principio, puede parecer sorprendente que la técnica del muestreo aleatorio estratificado pueda ser mejorada. Para clarificar este punto, consideremos una ciudad en la cual los distritos del norte son predominantemente áreas con altos ingresos y los distritos del sur son primariamente áreas con bajos ingresos. Para determinar el costo promedio de vivienda en toda la ciudad, es intuitivamente aparente que muestras aleatorias estratificado relativamente pequeñas tomadas separadamente de cada uno de los distritos, es probable que muestren información más exacta que un único muestreo tomado en toda la ciudad. La esencia de la estratificación es que ésta saca provecho de la homogeneidad conocida de las sub poblaciones, de tal forma sólo se

⁴⁷ **Muestreo aleatorio estratificado** El objetivo principal de un diseño muestral es hacer uso eficiente del presupuesto asignado para un estudio obteniendo un estimativo tan preciso como sea posible de una cantidad de la población

requieran muestras relativamente pequeñas para estimar las características de cada sub población.

Estas estimaciones individuales pueden entonces ser fácilmente combinadas para producir una estimación de toda la población. Además de la economía en el tamaño de la muestra, un valioso subproducto del esquema de muestreo estratificado es que las estimaciones obtenidas para diferentes partes de la población se pueden usar posteriormente para hacer comparaciones.

a. Cálculo del tamaño de muestra

Para la determinación del tamaño de muestra con el método de encuesta aleatoria simple y con poblaciones menores a 30 sujetos se aplica la siguiente formula estadística:

$$n = \frac{N \times P \times Q \times Z_{x/2}^2}{e^2 (N - 1) + P \times Q \times Z_{x/2}^2}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población

P= Probabilidad de éxito del 50% o 0.5

Q= Probabilidad de fracaso 50% - 0.5

Z_{x/2}= Coeficiente de varianza al 95%, valor establecido de 1.96

e= error admisible en la investigación del 5% o 0.05

Determinación del tamaño de muestra:

$$n = \frac{31 \times 0.5 \times 0.5 \times 1.96^2}{0.05^2 \times (31 - 1) + 0.5 \times 0.5 \times 1.96^2}$$

$$n = \frac{29.7724}{1.0354}$$

$$n = 29$$

b. Determinación de la cuota de muestreo

Debido a la presencia de diferentes medios de comunicación y a su representatividad en número en el cantón Ambato, se determina la cuota de muestreo, que es una asignación ponderada equitativa a su presencia y representatividad, como se detalla en la tabla a continuación:

Tabla No. 2.- Representatividad de medios de comunicación

| Ítem | Tipo de Medio de Comunicación | Porcentaje de representatividad | Cuota de muestreo | |
|--------------|-------------------------------|---------------------------------|-------------------|-----------------|
| | | | Dato calculado | Dato aproximado |
| 1 | Radio | 83,87 | 24,32 | 25 |
| 2 | Televisión | 6,45 | 1,87 | 2 |
| 3 | Escrito | 9,68 | 2,80 | 3 |
| TOTAL | | 100,00 | 29,00 | 30 |

*Elaborado por: Cristina Mora
Fuente: Recopilación de la autora*

3.4 Operacionalidad de variables

3.4.1. Variable independiente: Necesidades coherentes y relevantes

| Conceptualización | Dimensiones | Indicadores | Ítems básicos | Técnicas e instrumentos |
|---|--|---|---|--|
| <p>RELEVANCIA</p> <p>La relevancia es la cualidad o condición de relevante, importancia, significación.</p> <p>Es preferencia para poder dedicarse a él con entusiasmo y constancia, debe valorar, no obstante, la importancia que el mismo posee.</p> <p>La idea de relevancia es muy compleja. Primero, y para simplificar, se pueden definir dos tipos fundamentales de relevancia. La relevancia "formal": cuando los resultados de una búsqueda de información responden a la ecuación de búsqueda que se había planteado. Y la relevancia semántica: cuando los resultados obtenidos responden a las necesidades del usuario</p> <p>COHERENCIA</p> <p>Coherente abortamiento de información relevante para llegar a la idea principal, o tema.</p> <p>Enlace con una temática, dependiendo el sistema lingüístico</p> <p>Presenta al menos dos facetas de interés para la lógica visual. • La primera de ellas se refiere al aspecto coherente como el mundo se presenta ante nuestros sentidos, al menos en los estados normales de nuestra vida. • La segunda a la manera de crear imágenes, haciendo uso de criterios estilísticos y formales que obedecen a razones profundas, aunque en ocasiones estas razones no resultan evidentes ni para los propios artistas. Este concepto ha recorrido un camino asombroso, convirtiéndose en los últimos decenios en un concepto físico general y, en cierto sentido, científico general.</p> | <p>Teoría, Métodos y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales.</p> | <p>Investigaciones comunicacionales</p> | <p>*# investigación en coordinación de desarrollo local</p> <p>* Ejes temáticos de investigación</p> <p>* # de investigaciones realizadas</p> <p>*Recursos de investigación de representación social que permite destacar, transmitir y contextualizar con mayor facilidad los principales conceptos y aspectos involucrados.</p> <p>¿Porcentaje de los trabajos de investigación realizados?</p> | <p>Encuestas aplicadas en medios de comunicación.</p> <p>Ficha de recolección de datos.</p> <p>Entrevistas a representantes de medios de comunicación.</p> |
| | <p>Diversidad de patrones de coherencia de investigación.</p> | <p>Coherencia en investigación comunicativa y Registros</p> | <p>*# de investigación que se aplican en la comunidad</p> <p>*# investigaciones que han sido empleadas como base de emprendimientos</p> <p>* # De fuentes que permitan obtener un conocimiento más amplio y profundo de la temática de investigación para así contextualizar en lo teórico y en lo práctico.</p> <p>¿Porcentajes de trabajos de investigación que han trabajado respectivamente con comunicación institucional?</p> | |
| | <p>Divulgación del conocimiento y servicio de la investigación y los acervos de información.</p> | <p>Promoción, difusión y asesoría en materia de temáticas relevantes de investigación</p> | <p>*Publicaciones que se han realizado sobre temas de investigación.</p> <p>* Utilizando la etnografía para un análisis de un campo social específico- UTA.</p> <p>¿# De publicaciones de proyectos de investigación comunicacional?</p> | |

| | | | | |
|---|--|--|--|--|
| <p>El concepto coherencia ya había surgido en la óptica clásica. Ahora este concepto no sólo se utiliza en la física, sino también fuera del marco de la física</p> <p>El concepto de coherencia, el cual define la concordancia de la evolución de algunos procesos oscilatorios u ondulatorios en el tiempo, surgió en la teoría clásica de oscilaciones.</p> <p>Este concepto ha recorrido un camino asombroso, convirtiéndose en los últimos decenios en un concepto físico general y, en cierto sentido, científico general.</p> | <p>Tiempo que se demora la elaboración de la investigación</p> | <p>El tiempo del desarrollo de la investigación relevante y coherente</p> | <p>*Análisis cronológico del desarrollo de otras investigaciones</p> <p>*El desarrollo temporal que debe darse en la investigación</p> <p>* Observar la evolución del trabajo investigativo</p> <p>¿Porcentaje de tiempo estimulado para la elaboración de la investigación?</p> | <p>Encuestas aplicadas en medios de comunicación. Ficha de recolección de datos. Entrevistas a representantes de medios de comunicación.</p> |
| | <p>Incluir los indicadores de resultados, gestión, y satisfacción del beneficiario y beneficiaria para medir su cobertura investigativa.</p> | <p>Evaluación de resultados de programas investigativos comunicacionales</p> | <p>* # Investigación aplicada a evaluaciones pedagógicas comunicacionales.</p> <p>* # Estudios investigativos explicativos o comprensivos de fenómenos comunicacionales.</p> <p>¿Porcentaje de los trabajos y resultados en investigación comunicacional?</p> | |
| | <p>El advenimiento de técnicas de comunicación que invaden el proceso investigativo.</p> | <p>Temáticas desarrolladas en investigación comunicacional</p> | <p>* # De temáticas en investigación comunicacional.</p> <p>* Definición de campos, líneas, temáticas centrales y tipos de investigación en educación.</p> <p>* El temático dependiente que la pedagogía tiene con respecto a la comunicación.</p> <p>¿Porcentaje de las temáticas trabajadas en las investigaciones comunicacionales?</p> | |

3.4.2. Variable dependiente: Líneas y Temáticas de investigación

| Conceptualización | Dimensiones | Indicadores | Ítems básicos | Técnicas e instrumentos |
|---|---|---|---|---|
| <p>TEMÁTICA En la temática, queremos mantenerte informado sobre la actualidad de aspectos relacionados con la sociedad. Es por eso que nos preocupamos por hacerte llegar tres segmentos: Ecología, Sociedad y Comunicación. Los ejes temáticos, tema o problema conductor de las actividades de investigación de un grupo o unidad investigativa, hacia el logro de un fin u objetivo superior de largo plazo y largo alcance. Una temática como líneas de investigación supone la existencia de proyectos que a ella estén asociados. Una temática o línea de investigación puede requerir de trabajo inter y transdisciplinario, interinstitucional e intergrupos, tanto de nivel nacional como internacional. Una línea de investigación debe justificarse por su relevancia, pertinencia e impacto actual o potencial en la solución de problemas o creación de oportunidades a través de la generación de nuevos conocimientos o tecnologías. Los resultados de su desarrollo generan un impacto a nivel nacional, global o al interior de la universidad. Es un proceso de construcción en el trabajo solidario en el que distintas personas e investigadores aportan a su fortalecimiento desde proyectos interdisciplinarios articulados entre sí.</p> <p>INVESTIGACIÓN Desde el punto de vista de su etimología, investigar proviene del latín <i>in</i> (en) y <i>vestigare</i> (hallar, inquirir, indagar, seguir vestigios) lo que conduce al concepto</p> | Documentos y artículos investigativo en comunicación | Evolución de la investigación temática en comunicación | *Analizar los aspectos: paradigmas empírico-analítico y cualitativo-interpretativo * Producción de conocimiento en dos enfoques metodológicos: el empírico-analítico o positivo ¿Porcentaje de trabajos realizados con temáticas innovadoras? | Encuestas aplicadas en medios de comunicación. Ficha de recolección de datos. Entrevistas a representantes de medios de comunicación. |
| | Número de proyectos vinculados en temáticas de investigación. | Proceso de investigación que permite calcular un valor comparable entre las distintas Categorías Temáticas. | ¿Tipo de temática manejada mediante la comunicación? * Investigación en comunicación basada en la observación de temáticas. * Operacionalizar o convertir en operaciones observables las ideas directrices o hipótesis de partida y las relaciones entre variables que entran en juego para resolver los problemas. | |
| | Número de proyectos comunicacionales con participación investigativa. | Potencial del direccionamiento investigativo de las temáticas de investigación | * Por el # de participaciones en espacios locales, regionales o nacionales de investigación mediante el soporte temático. * Diseños metodológicos comunicacionales prestados para la investigación social. ¿Promedio de proyectos direccionada a investigación? | |
| | Identificando y priorizando líneas de investigación. | Evolución de las investigaciones con proyección temática | * Método de la interpretación del sentido de la acción social en la investigación. * Concepciones metodológicas relativas a la comprensión-interpretación de la acción de la comunicación social. ¿Porcentaje proyecciones temáticas? | |

| | | | | |
|---|---|---|--|--|
| <p>más elemental de descubrir o averiguar alguna cosa, seguir la huella de algo, explorar. De esta manera se podría considerar a un investigador, como aquella persona que se dedica a alguna actividad de búsqueda, independiente a su metodología, propósito e importancia.</p> | <p>Proceso cuantitativos como los cualitativos.</p> | <p>La investigación comunicacional aporta al desarrollo del conocimiento.</p> | <p>* Procesos cualitativos de investigación social. * Acciones participativas de los sujetos de la investigación. ¿Promedio de investigaciones que han aportado a la sociedad?</p> | |
|---|---|---|--|--|

3.5 Recolección de información

| Ítem | Qué | Cómo | Cuándo | Dónde | Por qué | Quién |
|---|---|---|------------------------|---|---|---|
| 1. Preparación de marco población. | Es un conjunto de sujetos o individuos con determinadas características demográficas , de la que se obtiene la muestra o participantes en un estudio epidemiológico a la que se quiere extrapolar los resultados de dicho estudio (inferencia estadística). | Recopilación de información. Elaboración del proyecto Análisis informativo | Septiembre | UTA | Conocimiento de la población a analizar – medios de comunicación. | Investigadora y equipo de investigación |
| 2. Selección de tipo de muestra. | Las muestras se obtienen con la intención de inferir propiedades de la totalidad de la población, para lo cual deben ser representativas de la misma. Para cumplir esta característica la inclusión de sujetos en la muestra debe seguir una técnica de muestreo | Selección de 31 medios de comunicación en la provincia de Tungurahua para el análisis del proyecto de investigación comunicacional. | Octubre primera semana | Medios de comunicación del cantón Ambato. | Analizar la metodología de investigación en los medios de comunicación. | Investigadora y equipo de investigación |
| 3. Elaboración de los instrumentos. | La naturaleza del fenómeno al estudiar, el objetivo de la investigación, los recursos financieros disponibles, el equipo humano que realizará la investigación, y la cooperación que se espera obtener del público | Se planteara las preguntas basadas a una entrevista, para plantear una encuesta a los medios de comunicación. | Octubre segunda semana | La redacción de las encuestas y las entrevistas en los medios de comunicación | Por medio de las encuestas podemos recolectar información y analizar las necesidades de los medios de comunicación en el aspecto de investigación comunicacional. | Investigadora y equipo de investigación |
| 4. Prueba de los instrumentos. | Los métodos y técnicas a utilizar " armas metodológicas" como se le ha llamado dependen en cada caso concreto de una serie de factores | Se analizará si las preguntas planteadas traerán buenos resultados y si son entendibles. | Septiembre | UTA - Medios de comunicación | Si existiera algún inconveniente en el planteamiento de las preguntas se puede arreglar este error. | Investigadora y equipo de investigación |
| 5. Selección y capacitación de los entrevistados. | El entrevistador o seleccionador está sujeto a un perfil de candidato y la responsabilidad sobre el desempeño de la persona elegida recaerá sobre él. | Explicación básica de la investigación a los colaboradores, y así para que ellos se identifiquen con el proyecto | Noviembre | UTA - Medios de comunicación | Para la recopilación de la información es esencial realizar la capacitación para que sean parte de este proyecto y analicen lo | Investigadora y equipo de investigación |

| | | | | | | |
|---|--|--|--------------------------------|-------------------------------|--|---|
| | | | | | que se quiere conseguir. | |
| 6. Revisión de la información. | En sentido general, la información es un conjunto organizado de datos procesados, que constituyen un mensaje . | Una vez obtenido las respuestas analizaremos las respuestas. | Noviembre | UTA - Medios de comunicación. | De la manera que interpreten los encuestados nos llevará a una conclusión. | Investigadora |
| 7. Codificación de la información. | La codificación de caracteres es el método que permite convertir un carácter de un lenguaje natural (alfabeto o silabario) en un símbolo en otro sistema de representación, como un número o una secuencia de pulsos eléctricos en un sistema electrónico, aplicando normas o reglas de codificación. | Analizar el objetivo y las representaciones numéricas de las estadísticas. | Diciembre | UTA. | Para definir el codex de manejo de la base de datos recolectados, que orientará futuros análisis de datos. | Investigadora |
| 8. Preparación de un plan de análisis. | Documento que contempla en forma ordenada y coherente las metas, estrategias, políticas, directrices y tácticas en tiempo y espacio, así como los instrumentos, mecanismos y acciones que se utilizarán para llegar a los fines deseados. Un plan es un instrumento dinámico sujeto a modificaciones en sus componentes en función de la evaluación periódica de sus resultados. | Por medio de diseño de cuadros estadísticos, cálculos con estadística descriptiva, cálculo de asociaciones y correlaciones, cálculos de ecuaciones de regresión. | Enero primera y segunda semana | UTA | Análisis y valoración de los objetivos del proyecto y pruebas confiabilidad para determinar la hipótesis. | Investigadora y equipo de investigación |
| 9. Determinación del modelo de análisis estadístico. | Conceptualmente, un paquete estadístico es un conjunto de programas informáticos específicamente diseñados para el análisis estadístico de datos con el objetivo de resolver problemas de estadística descriptiva, inferencial o ambos. | Analizar los resultados por medio de una clasificación descriptiva. | Enero tercera semana | UTA | Se especifica los resultados por medio de encuestas. | Investigadora y equipo de investigación |
| 10. Preparación de la estructura del informe. | Un informe es el documento caracterizado por contener información u otra materia reflejando el resultado de una investigación adaptado al contexto de una situación y de una audiencia dadas. | Se realizará introducción, capítulos, secciones. Preparación de la bibliografía pertinente y de la utilizada en el estudio. | Enero cuarta semana | UTA | Se obtendrá un documento de investigación con resultados relativos. | Investigadora y equipo de investigación |
| 11. Análisis e interpretación de resultados. | Comprobación de la investigación. | Por medio de la lectura de los cuadros y valores obtenidos en el procesamiento estadístico de la información. | Febrero primera semana | UTA | Una vez obtenido los resultados se puede concluir con la investigación comunicativa. | Investigadora y equipo de investigación |

| | | | | | | |
|---|---|--|------------------------|-----|--|---|
| 12. Primera redacción del informe. | Breve síntesis de la investigación- Introducción- Marco de antecedentes- El problema de investigación- Metodología utilizada- Presentación de los comentarios- Limitaciones del estudio- Conclusiones- Bibliografía. | Elaboración del informe en base a parámetros de redacción técnica. | Febrero segunda semana | UTA | Para garantizar la validez científica de la investigación. | Investigadora y equipo de investigación |
|---|---|--|------------------------|-----|--|---|

3.6 Procedimiento y Análisis de la Información

Los procedimientos para el análisis de la información que se emplearán en la investigación son las medidas de tendencia central que consiste en números calculados con fórmulas especiales que representan en forma sumaria a una serie de valores de una variable cuantitativa. Por su lado, las medidas de desviación expresan la heterogeneidad u homogeneidad de esos valores, donde realizaremos la comprobación de la hipótesis mediante el método de χ^2 (Chi cuadrado).

Las **medidas de tendencia central** permitirán describir los grupos de observaciones, con frecuencia que desea describir el grupo con un solo número. Para tal fin, desde luego, no se usará el valor más elevado ni el valor más pequeño como único representante, ya que solo representan los extremos más bien que valores típicos.

Entonces sería más adecuado buscar un valor central. Las medidas que describen un valor típico en un grupo de observaciones suelen llamarse medidas de tendencia central. Es importante tener en cuenta que estas medidas se aplican a grupos más bien que a individuos. Un promedio es una característica de grupo, no individual.

Las medidas de tendencia central (media, mediana y moda) sirven como puntos de referencia para interpretar las calificaciones que se obtienen en una prueba.

En si el propósito de realizar el análisis de la información mediante medidas de tendencia central es mostrar en qué lugar se ubica la persona promedio o típica del grupo, comparar el puntaje obtenido por una misma persona en dos diferentes ocasiones, comparar los resultados medios obtenidos por dos o más grupos, con la mediana (M_d) ubicar el centro de una distribución de datos, con la media (M) se representará la línea superior de tendencia de los datos, y la en la moda (M_o) evidenciar la repetitividad más frecuente de datos en una distribución.

De estas tres medidas de tendencia central, la media es reconocida como la mejor y más útil de las medidas de tendencia central. Sin embargo, cuando en una distribución

se presentan casos cuyos puntajes son muy bajos o muy altos respecto al resto del grupo, es recomendable utilizar la mediana o la moda. Porque dada las características de la media, esta es afectada por los valores extremos. Se puede optar por no tomar en cuenta tales valores extremos y excluirlos de la observación, si se considera indispensable utilizar la media.

La media es considerada como la mejor medida de tendencia central, por las siguientes razones: los puntajes contribuyen de manera proporcional al hacer el cómputo de la media, es la medida de tendencia central más conocida y utilizada, las medias de dos o más distribuciones pueden ser fácilmente promediadas mientras que las medianas y las modas de las distribuciones no se promedian, y la media se utiliza en procesos y técnicas estadísticas más complejas mientras que la mediana y la moda en muy pocos casos.

El **método del χ^2** sirve fundamentalmente para estudiar la independencia entre variables de tipo cualitativo o nominal y que se encuentran generalmente arregladas en una tabla bidimensional, también vista como una matriz 2×2 o de dos variables de estudio.

Este contraste consiste en **1)** establecer la hipótesis nula (H_0) como que no hay independencia entre variables Vs la hipótesis alternativa (H_1) de si relación, **2)** es calcular el estadístico de prueba Xi-Cuadrado, es una fórmula matemática que se busca, **3)** calcular el valor Xi-cuadrado pero tabulado, parece en una tabla de distribuciones estadísticas, fijándose en nivel de confianza establecido en el 95% o 0.95, un nivel de significancia o error que se está dispuesto a cometer, como se ha establecido que será del 5% o 0.05, y **4)** Comparar los valores de las variables o Xi cuadrado, si el calculado es mayor que el tabulado entonces se rechaza H_0 a un nivel de confianza que se fijó con anterioridad.

CAPITULO IV

Análisis e interpretación de resultados

4.1 Análisis de Resultados

Para analizar las líneas y temáticas de investigación desarrolladas en la carrera de comunicación social y sus respuestas coherentes y relevantes, para que contribuyan al proceso del desarrollo local, se ha realizado el levantamiento de información de los 185 trabajos de investigación (tesis, informe de pasantías, monografías grupales, otros) realizados por los estudiantes de la carrera de comunicación social desde el año de 1997 hasta el 2008, para obtener el título de tercer nivel.

1.- La temática consideró un sujeto de investigación * Tipo de objetivo que tuvo el trabajo de investigación * La relación que tiene la temática desarrollada con el tema a solucionar

Los trabajos de investigación de la carrera de comunicación social han manejado objetivos donde no se consideró a un sujeto de investigación, y tampoco presentan una relación con el problema a solucionar de interés de la colectividad.

Existieron temáticas de investigación que no tuvieron problemática a solucionar y tampoco un sujeto, pero el tipo de objetivo con el que trabajaron fue de investigación.

Cuadro No. 1: Análisis del cruce de variables La temática consideró un sujeto de investigación * Tipo de objetivo que tuvo el trabajo de investigación * La relación que tiene la temática desarrollada con el tema a solucionar.

| La relación que tiene la temática desarrollada con el tema a solucionar | | | Tipo de objetivo que tuvo el trabajo de investigación | | | Total |
|---|--|----|---|---------------|-----------|-------|
| | | | Descriptivo | Investigación | Propósito | |
| Tema de investigación | La temática consideró un sujeto de investigación | Si | 0 | 17 | 3 | 20 |
| | | No | 2 | 25 | 0 | 27 |
| | Total | | 2 | 42 | 3 | 47 |
| Con el tipo de trabajo de la organización o institución | La temática consideró un sujeto de investigación | Si | 2 | 8 | | 10 |
| | | No | 0 | 15 | | 15 |
| | Total | | 2 | 23 | | 25 |
| Ambas 1y 2 | La temática consideró un sujeto de investigación | Si | 1 | 10 | 1 | 12 |
| | | No | 0 | 8 | 0 | 8 |
| | Total | | 1 | 18 | 1 | 20 |
| No tiene problema a solucionar | La temática consideró un sujeto de investigación | Si | 11 | 35 | 6 | 52 |
| | | No | 14 | 25 | 2 | 41 |
| | Total | | 25 | 60 | 8 | 93 |

2.- La temática consideró un sujeto de investigación * El trabajo de grado, contó con una propuesta o alternativa para contrarrestar la problemática * Relación de la alternativa planteada.

Los trabajos de grado de la carrera de comunicación social no contaron con una alternativa la misma que pueda contrarrestara a futuro a la problemática y no consideraron un sujeto de investigación en lo que se refiere a la relación del alternativa planteada la misma que no es aplicable.

Cuadro No. 2: Análisis del cruce de variables La temática consideró un sujeto de investigación * El trabajo de grado, contó con una propuesta o alternativa para contrarrestar la problemática * Relación de la alternativa planteada

| Relación de la alternativa planteada | | | El trabajo de grado, contó con una propuesta o alternativa para contrarrestar la problemática | | Total |
|--------------------------------------|--|----|---|----|-------|
| | | | Si | No | |
| Temática de la investigación | La temática consideró un sujeto de investigación | Si | 23 | 1 | 24 |
| | | No | 30 | 0 | 30 |
| | Total | | 53 | 1 | 54 |
| Con la problemática a solucionar | La temática consideró un sujeto de investigación | Si | 6 | | 6 |
| | | No | 15 | | 15 |
| | Total | | 21 | | 21 |
| Ambas | La temática consideró un sujeto de investigación | Si | 13 | | 13 |
| | | No | 7 | | 7 |
| | Total | | 20 | | 20 |
| No aplicable | La temática consideró un sujeto de investigación | Si | 1 | 50 | 51 |
| | | No | 0 | 39 | 39 |
| | Total | | 1 | 89 | 90 |

3.- La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización *
Tipo de temática desarrollada para la obtención del título de tercer nivel * La
temática consideró un sujeto de investigación

El tipo de temática desarrollada para la obtención del título de tercer nivel fueron las monografías, las mismas que se han trabajado en empresas privadas dando un beneficio a la institución mediante la temática desarrollada.

Cuadro No. 3: Análisis del cruce de variables La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización * Tipo de temática desarrollada para la obtención del título de tercer nivel * La temática consideró un sujeto de investigación

| La temática consideró un sujeto de investigación | | Tipo de temática desarrollada para la obtención del título de tercer nivel | | | Total | |
|--|---|--|------------|----------------------|-----------|----|
| | | Tesis | Monografía | Informe de pasantías | | |
| Si | La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización | Pública | 23 | 0 | 0 | 23 |
| | | Privada | 43 | 0 | 2 | 45 |
| | | ONG'S | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | | Organización Comunitaria | 6 | 3 | 0 | 9 |
| | | Ninguna | 12 | 4 | 0 | 16 |
| Total | | 85 | 7 | 2 | 94 | |
| No | La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización | Pública | 16 | 1 | | 17 |
| | | Privada | 36 | 7 | | 43 |
| | | Organización Comunitaria | 8 | 1 | | 9 |
| | | Ninguna | 18 | 4 | | 22 |
| | | Total | | 78 | 13 | |

4.- La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización * La temática consideró un sujeto de investigación * El trabajo de grado, contó con una propuesta o alternativa para contrarrestar la problemática

En los trabajos de investigación se consideró a la empresa privada como sujeto de investigación y se, contó con una propuesta o alternativa para contrarrestar la problemática para beneficio de la institución u organización en la cual se ha desarrollado la temática.

Cuadro No. 4: Análisis del cruce de variables La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización * La temática consideró un sujeto de investigación * El trabajo de grado, contó con una propuesta o alternativa para contrarrestar la problemática

| El trabajo de grado, contó con una propuesta o alternativa para contrarrestar la problemática | | La temática consideró un sujeto de investigación | | Total | |
|---|--|--|----|-------|----|
| | | Si | No | | |
| Si | La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización | Pública | 19 | 15 | 34 |
| | | Privada | 17 | 23 | 40 |
| | | Organización Comunitaria | 2 | 4 | 6 |
| | | Ninguna | 5 | 10 | 15 |
| | Total | 43 | 52 | 95 | |
| No | La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización | Pública | 4 | 2 | 6 |
| | | Privada | 28 | 20 | 48 |
| | | ONG'S | 1 | 0 | 1 |
| | | Organización Comunitaria | 7 | 5 | 12 |
| | Total | 51 | 39 | 90 | |

5.- La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización La temática consideró un sujeto de investigación * La relación que tiene la temática desarrollada con el tema a solucionar

La relación que tiene la temática da a conocer que no tiene problema a solucionar en lo que se refiere al desarrollo de la temática en el beneficio de las empresas privadas las mismas que han venido hacer el sujeto de investigación.

Cuadro No. 5: Análisis del cruce de variables La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización * La temática consideró un sujeto de investigación * La relación que tiene la temática desarrollada con el tema a solucionar

| La relación que tiene la temática desarrollada con el tema a solucionar | | | La temática consideró un sujeto de investigación | | Total |
|---|--|--------------------------|--|-----------|-------|
| | | | Si | No | |
| Tema de investigación | La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización | Pública | 9 | 6 | 15 |
| | | Privada | 7 | 10 | 17 |
| | | Organización Comunitaria | 0 | 2 | 2 |
| | | Ninguna | 4 | 9 | 13 |
| | Total | 20 | 27 | 47 | |
| Con el tipo de trabajo de la organización o institución | La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización | Pública | 6 | 7 | 13 |
| | | Privada | 3 | 6 | 9 |
| | | Organización Comunitaria | 1 | 2 | 3 |
| | Total | 10 | 15 | 25 | |
| Ambas 1y 2 | La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización | Pública | 3 | 1 | 4 |
| | | Privada | 8 | 6 | 14 |
| | | Ninguna | 1 | 1 | 2 |
| | Total | 12 | 8 | 20 | |
| No tiene problema a solucionar | La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización | Pública | 5 | 3 | 8 |
| | | Privada | 27 | 21 | 48 |
| | | ONG"S | 1 | 0 | 1 |
| | | Organización Comunitaria | 8 | 5 | 13 |
| | | Ninguna | 11 | 12 | 23 |
| | Total | 52 | 41 | 93 | |

6.-La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización * La temática consideró un sujeto de investigación * Relación de la alternativa planteada

Los trabajos de investigación se han trabajado con relación a la alternativa planteada con la temática de la investigación, beneficiado a las empresas privadas con la temática desarrollada.

Cuadro No. 6: Análisis del cruce de variables La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización * La temática consideró un sujeto de investigación * Relación de la alternativa planteada

| Relación de la alternativa planteada | | | La temática consideró un sujeto de investigación | | Total |
|--------------------------------------|--|--------------------------|--|-----------|-------|
| | | | Si | No | |
| Temática de la investigación | La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización | Pública | 10 | 8 | 18 |
| | | Privada | 11 | 11 | 22 |
| | | Organización Comunitaria | 0 | 2 | 2 |
| | | Ninguna | 3 | 9 | 12 |
| | Total | 24 | 30 | 54 | |
| Con la problemática a solucionar | La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización | Pública | 4 | 6 | 10 |
| | | Privada | 1 | 7 | 8 |
| | | Organización Comunitaria | 0 | 2 | 2 |
| | | Ninguna | 1 | 0 | 1 |
| | Total | 6 | 15 | 21 | |
| Ambas | La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización | Pública | 5 | 1 | 6 |
| | | Privada | 6 | 5 | 11 |
| | | Organización Comunitaria | 1 | 0 | 1 |
| | | Ninguna | 1 | 1 | 2 |
| | Total | 13 | 7 | 20 | |
| No aplicable | La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización | Pública | 4 | 2 | 6 |
| | | Privada | 27 | 20 | 47 |
| | | ONG'S | 1 | 0 | 1 |
| | | Organización Comunitaria | 8 | 5 | 13 |
| | | Ninguna | 11 | 12 | 23 |
| | Total | 51 | 39 | 90 | |

7.- La temática consideró un sujeto de investigación * La relación que tiene la temática desarrollada con el tema a solucionar * El trabajo de grado, contó con una propuesta o alternativa para contrarrestar la problemática

La relación que tiene la temática desarrollada con el tema a solucionar ha sido con el tema de investigación donde no han considerado un sujeto de investigación y si presentaron una propuesta o alternativa para contrarrestar la problemática.

Cuadro No. 7: Análisis del cruce de variables La temática consideró un sujeto de investigación * La relación que tiene la temática desarrollada con el tema a solucionar * El trabajo de grado, contó con una propuesta o alternativa para contrarrestar la problemática

| El trabajo de grado, contó con una propuesta o alternativa para contrarrestar la problemática | | | La relación que tiene la temática desarrollada con el tema a solucionar | | | | Total |
|---|--|----|---|---|-------------|--------------------------------|-------|
| | | | Tema de investigación | Con el tipo de trabajo de la organización o institución | Ambas 1 y 3 | No tiene problema a solucionar | |
| Si | La temática consideró un sujeto de investigación | Si | 19 | 10 | 9 | 5 | 43 |
| | | No | 24 | 15 | 8 | 5 | 52 |
| | Total | | 43 | 25 | 17 | 10 | 95 |
| No | La temática consideró un sujeto de investigación | Si | 1 | | 3 | 47 | 51 |
| | | No | 3 | | 0 | 36 | 39 |
| | Total | | 4 | | 3 | 83 | 90 |

De igual manera se utilizó otra herramienta de investigación, la entrevista realizada a los medios de comunicación radiales, escritos y televisivos, en donde se empleó un banco de preguntas, entre abiertas y cerradas, las cuales permitieron identificar: el tipo de medio, y también preguntas de investigación, que facilitaron cubrir los objetivos, analizar el problema, y verificar la hipótesis, y se obtuvo los siguientes resultados en lo referente al análisis de la entrevista:

8.- Tipo de medio de comunicación. * Función que debería emplear la UTA en investigación comunicacional. * Temáticas de investigación de la UTA que deben ser realizadas.

La función que debería emplear la UTA en investigación comunicacional es la investigación aplicada en el medio radial, específicamente en la temática de investigación referente al fortalecimiento institucional, también se enfocan al desarrollo de proyectos de comunicación social, y al desarrollo de problemas socio culturales.

Cuadro No. 8: Análisis del cruce de variables Tipo de medio de comunicación. * Función que debería emplear la UTA en investigación comunicacional. * Temáticas de investigación de la UTA que deben ser realizadas.

| Temáticas de investigación de la UTA que deben ser realizadas. | | | Función que debería emplear la UTA en investigación comunicacional. | | | | | Total |
|--|--------------------------------|------------|---|---------------------------------|--|---------------------------|---------------------|-------|
| | | | Desarrollar problemas socio culturales | Realizar investigación aplicada | Desarrollar proyectos de comunicación social | Fortalecimiento académico | No sabe no contesta | |
| Fomento de la vinculación con la comunidad | Tipo de medio de comunicación. | Radio | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 9 |
| | | Escritas | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 |
| | Total | | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 11 |
| Fortalecimiento institucional | Tipo de medio de comunicación. | Radio | | 6 | 5 | 0 | | 11 |
| | | Televisión | | 0 | 0 | 1 | | 1 |
| | Total | | | 6 | 5 | 1 | | 12 |
| Tendencias comunicacionales de mercado | Tipo de medio de comunicación. | Radio | | 1 | | | 0 | 1 |
| | | Escritas | | 0 | | | 1 | 1 |
| | Total | | | 1 | | | 1 | 2 |
| Fortalecimiento de capacidades y competencias comunicacionales | Tipo de medio de comunicación. | Radio | | 2 | 2 | | | 4 |
| | Total | | | 2 | 2 | | | 4 |

9.- Tipo de medio de comunicación. * Aportes de los trabajos de investigación en el desarrollo del medio. * Tiempo del proceso de investigación comunicacional.

Los aportes de los trabajos de investigación en el desarrollo del medio se han desarrollado en el fomento de buenas prácticas comunicacionales en el medio radial, cuyo tiempo del proceso de investigación comunicacional está estipulado entre 3 a 6 meses.

Cuadro No. 9: Análisis del cruce de variables Tipo de medio de comunicación. * Aportes de los trabajos de investigación en el desarrollo del medio. * Tiempo del proceso de investigación comunicacional.

| Tiempo del proceso de investigación comunicacional. | | | Aportes de los trabajos de investigación en el desarrollo del medio. | | | Total |
|---|--------------------------------|------------|--|--|--|-------|
| | | | Fomentar la comunicación con la comunidad | Fomentar buenas prácticas comunicacionales | Desarrollo de proyectos comunicacionales | |
| De 1 a 3 meses | Tipo de medio de comunicación. | Radio | 2 | 2 | 3 | 7 |
| | | Televisión | 0 | 0 | 1 | 1 |
| | | Escritas | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | Total | | 2 | 3 | 4 | 9 |
| Más de 3 a 6 meses | Tipo de medio de comunicación. | Radio | 2 | 5 | 3 | 10 |
| | | Escritas | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | Total | | 3 | 5 | 3 | 11 |
| Más de 6 a 9 meses | Tipo de medio de comunicación. | Radio | | 1 | 3 | 4 |
| | Total | | | 1 | 3 | 4 |
| Más de 9 meses | Tipo de medio de comunicación. | Radio | 2 | 1 | 1 | 4 |
| | | Escritas | 0 | 0 | 1 | 1 |
| | Total | | 2 | 1 | 2 | 5 |

10.- Tipo de medio de comunicación. * Aportes de los trabajos de investigación en el desarrollo del medio. * Aporte del medio de comunicación al desarrollo de investigación.

Los aportes del medio de comunicación al desarrollo de investigación son los temas de desarrollo para los medios de comunicación especialmente en el medio radial, aportando en los trabajos de investigación en el desarrollo de proyectos comunicacionales.

Cuadro No. 10: Análisis del cruce de variables Tipo de medio de comunicación. * Aportes de los trabajos de investigación en el desarrollo del medio. * Aporte del medio de comunicación al desarrollo de investigación.

| Aporte del medio de comunicación al desarrollo de investigación. | | | Aportes de los trabajos de investigación en el desarrollo del medio. | | | Total |
|--|--------------------------------|------------|--|--|--|-------|
| | | | Fomentar la comunicación con la comunidad | Fomentar buenas prácticas comunicacionales | Desarrollo de proyectos comunicacionales | |
| Reportajes | Tipo de medio de comunicación. | Radio | 2 | 1 | 3 | 6 |
| | | Escritas | 1 | 1 | 0 | 2 |
| | Total | | 3 | 2 | 3 | 8 |
| Temas de desarrollo para medios de comunicación | Tipo de medio de comunicación. | Radio | 3 | 4 | 5 | 12 |
| | Total | | 3 | 4 | 5 | 12 |
| Conocimiento académico | Tipo de medio de comunicación. | Radio | 1 | 4 | 2 | 7 |
| | | Televisión | 0 | 0 | 1 | 1 |
| | | Escritas | 0 | 0 | 1 | 1 |
| | Total | | 1 | 4 | 4 | 9 |

11.-Tipo de medio de comunicación. * Beneficios de los trabajos de investigación para la comunidad. * Participación en las iniciativas comunicacionales emprendidas por la UTA.

Las iniciativas comunicacionales emprendidas por la UTA debe ser la participación investigativa en los medios radiales, beneficiando a la comunidad en los temas desarrollo comunitario comunicativo.

Cuadro No. 11: Análisis del cruce de variables Tipo de medio de comunicación. * Beneficios de los trabajos de investigación para la comunidad. * Participación en las iniciativas comunicacionales emprendidas por la UTA.

| Participación en las iniciativas comunicacionales emprendidas por la UTA. | | | Beneficios de los trabajos de investigación para la comunidad. | | | Total |
|---|--------------------------------|------------|--|-------------------|---------------------------------|-------|
| | | | Desarrollo comunitario comunicativo | Enfoque educativo | Comunicación para el desarrollo | |
| Investigación periodística | Tipo de medio de comunicación. | Radio | 3 | 4 | 2 | 9 |
| | | Escritos | 1 | 1 | 0 | 2 |
| | Total | | 4 | 5 | 2 | 11 |
| Participación investigativa | Tipo de medio de comunicación. | Radio | 7 | | 4 | 11 |
| | | Televisión | 0 | | 1 | 1 |
| | Total | | 7 | | 5 | 12 |
| Desarrollo comunicacional | Tipo de medio de comunicación. | Radio | 3 | | | 3 |
| | Total | | 3 | | | 3 |
| No sabe no contesta | Tipo de medio de comunicación. | Radio | 2 | | | 2 |
| | | Escritas | 1 | | | 1 |
| | Total | | 3 | | | 3 |

4.2 Interpretación de datos

4.2.1 Encuesta

Para realizar el levantamiento de información de los trabajos de grado para obtener el título de tercer nivel se empleó un banco de preguntas, entre abiertas y cerradas, las cuales permitieron identificar: el año en el que se desarrolló el trabajo de investigación, la relación con la temática, los objetivos planteados, tiempo, espacio y sujeto de investigación y la alternativa planteada., y también preguntas de investigación, que facilitaron cubrir los objetivos, analizar el problema, y verificar la

hipótesis, y se obtuvo los siguientes resultados en lo referente al análisis de las tesis de grado.

1.- Relación de la temática con un medio de comunicación

Las tesis de la carrera de comunicación social han desarrollado una temática basada en lo que es la prensa escrita según las medidas de tendencias en un 16,2%, mientras que el 29,7% se han desarrollado con medios radiales. Cuadro No. 12 y Gráfico No. 1.

Cuadro No. 12: Relación de la temática con un medio de comunicación

| | Caso | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--------------------|------------|--------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Radio | 55 | 29.7 | 29.7 | 29.7 |
| | Televisión | 16 | 8.6 | 8.6 | 38.4 |
| | Prensa escrita | 30 | 16.2 | 16.2 | 54.6 |
| | Nuevas tecnologías | 4 | 2.2 | 2.2 | 56.8 |
| | Emprendimientos | 9 | 4.9 | 4.9 | 61.6 |
| | Otras | 71 | 38.4 | 38.4 | 100.0 |
| | Total | 185 | 100.0 | 100.0 | |

Relación de la temática con un medio de comunicación

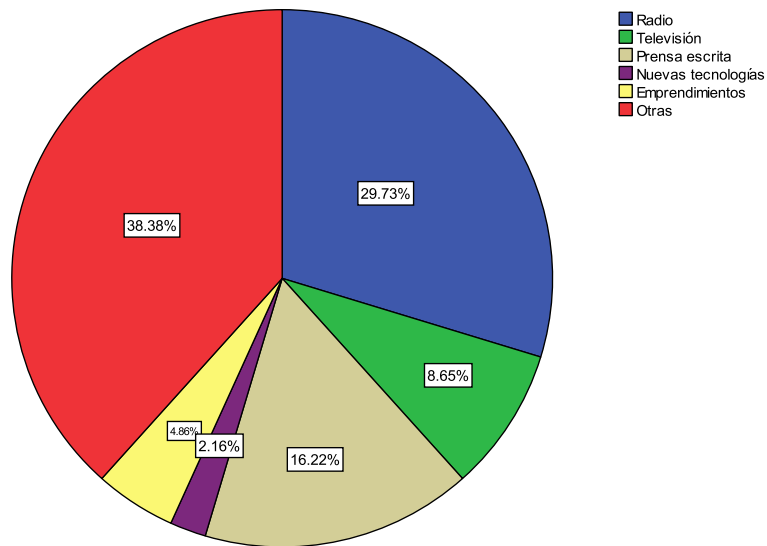


Gráfico No. 1.

2.- Tipo de temática desarrollada para la obtención del título de tercer nivel

Para la obtención del título de licenciado en la carrera de Comunicación Social han desarrollado 163 tesis que representa el 88,1%, mientras que el 11,9 han realizado monografías e informes de pasantías. Cuadro No. 13 y Gráfico No. 2.

Cuadro No. 13: Tipo de temática desarrollada para la obtención del título de tercer nivel

| | Caso | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Tesis | 163 | 88.1 | 88.1 | 88.1 |
| | Monografía | 20 | 10.8 | 10.8 | 98.9 |
| | Informe de pasantías | 2 | 1.1 | 1.1 | 100.0 |
| | Total | 185 | 100.0 | 100.0 | |

Tipo de temática desarrollada para la obtención del título de tercer nivel

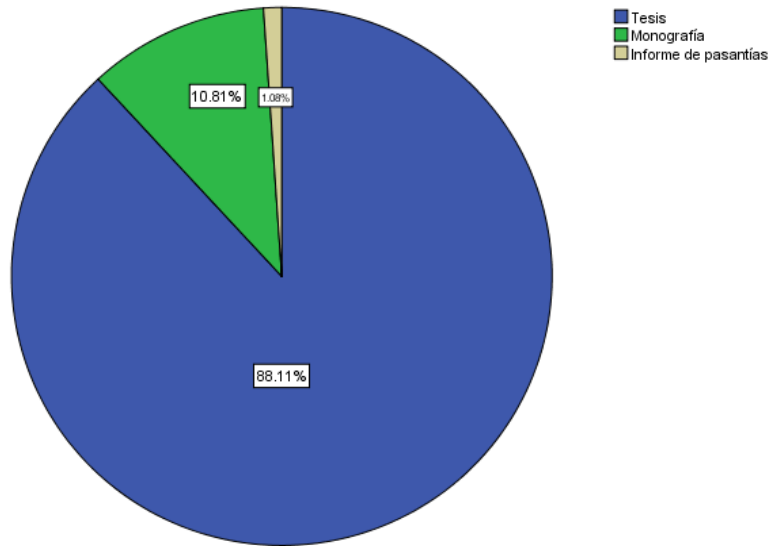


Gráfico No. 2

3.- La temática consideró un sujeto de investigación

Para el desarrollo de las temáticas comunicacionales se ha considerado un sujeto de investigación en un 50,8 %, y también no se ha considerado un sujeto de investigación en un 49,2%. Cuadro No. 14 y Gráfico No. No. 3.

Cuadro No. 14: La temática consideró un sujeto de investigación

| Caso | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--------------|------------|--------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si | 94 | 50.8 | 50.8 | 50.8 |
| | No | 91 | 49.2 | 49.2 | 100.0 |
| | Total | 185 | 100.0 | 100.0 | |



Gráfico No. 3

4.- La temática fue ubicada temporalmente

En el desarrollo de las temáticas comunicacionales no se ha considerado su ubicación temporal según las medidas de tendencia en un 89,2%, mientras que otros han considerado el aspecto temporal porcentuado en un 10,8 %. Cuadro No. 15 y Gráfico No 4.

Cuadro No. 15: La temática fue ubicada temporalmente

| Caso | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si | 20 | 10.8 | 10.8 | 10.8 |
| | No | 165 | 89.2 | 89.2 | 100.0 |
| | Total | 185 | 100.0 | 100.0 | |

La temática fue ubicada temporalmente

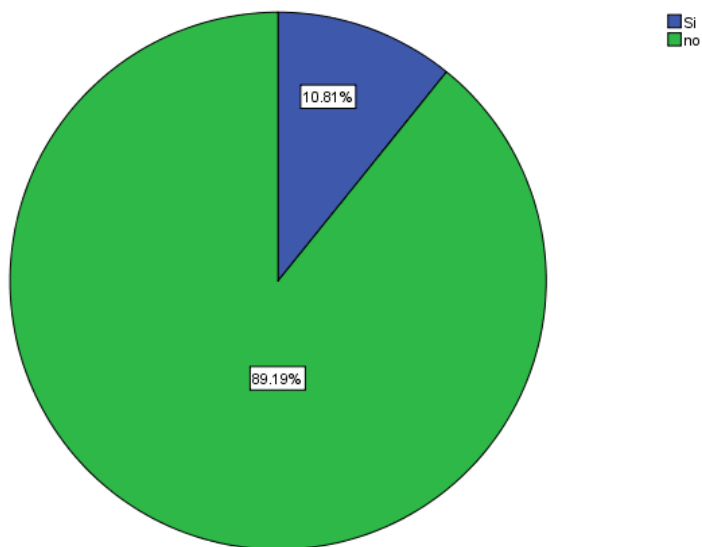


Gráfico No.: 4

5.- La temática se ubicó espacialmente

En lo que es referente a lo del espacio en el cual se ha desarrollado la temática, se considera que el 70,8% si priorizaron el espacio, y el 29,2% no enfocan su temática al espacio al cual se debía desarrollar. Cuadro No. 16 y Gráfico No 5.

Cuadro No. 16: La temática se ubicó espacialmente

| Caso | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--------------|------------|--------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si | 131 | 70.8 | 70.8 | 70.8 |
| | No | 54 | 29.2 | 29.2 | 100.0 |
| | Total | 185 | 100.0 | 100.0 | |



Gráfico No.: 5

6.- La temática desarrollada considera un beneficio a la sociedad o alternativa

Las temáticas desarrolladas han aportado al beneficio de la sociedad de manera parcial en un 52,4 %, mientras que el 44,3% han dado una respuesta a la problemática de modo total y el 3,2 % no han beneficiado a la problemática social. Cuadro No. 17 y Gráfico No 6.

Cuadro No. 17: La temática desarrollada considera un beneficio a la sociedad o alternativa

| Caso | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Total | 82 | 44.3 | 44.3 | 44.3 |
| | Parcial | 97 | 52.4 | 52.4 | 96.8 |
| | Ninguna | 6 | 3.2 | 3.2 | 100.0 |
| | Total | 185 | 100.0 | 100.0 | |

La temática desarrollada considera un beneficio a la sociedad o alternativa

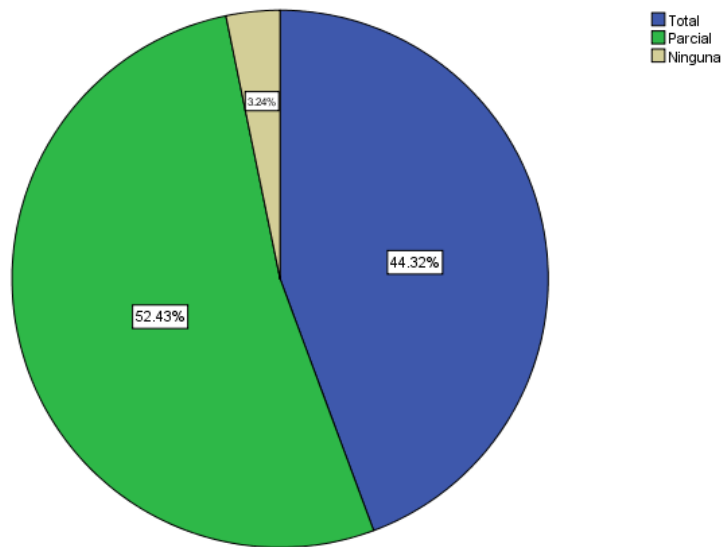


Gráfico No.: 6

7.- Tipo de objetivo que tuvo el trabajo de investigación

Los objetivos en el trabajo de grado han sido enfocados en un 77,3% a lo investigativo, y el 22,7% se han desarrollado bajos los parámetros de lo descriptivo y propositivo. Cuadro No. 18 y Gráfico No 7.

Cuadro No. 18: Tipo de objetivo que tuvo el trabajo de investigación

| | Caso | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|--------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Descriptivo | 30 | 16.2 | 16.2 | 16.2 |
| | Investigación | 143 | 77.3 | 77.3 | 93.5 |
| | Propósito | 12 | 6.5 | 6.5 | 100.0 |
| | Total | 185 | 100.0 | 100.0 | |

Tipo de objetivo que tuvo el trabajo de investigación

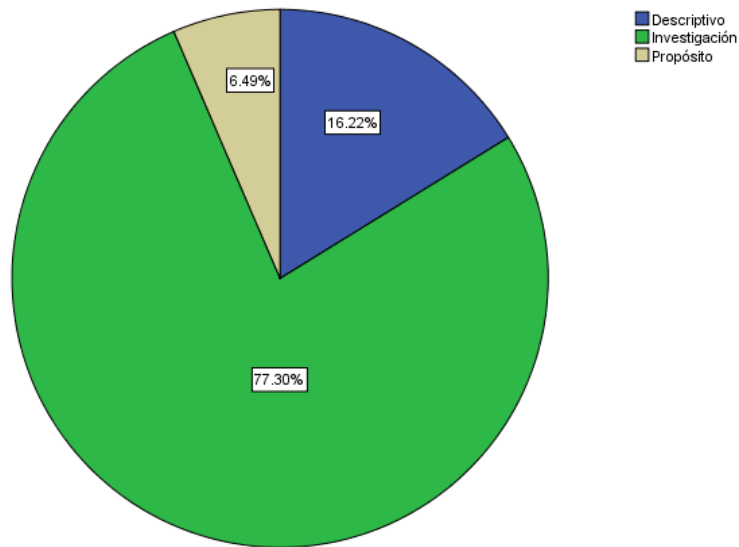


Gráfico No.: 7

8.- El objetivo general dio respuesta a la temática

El objetivo general dio respuesta en 168 trabajos que equivale al 90,8%, mientras que el 9,2% no han dado respuesta a la temática. Cuadro No. 19 y Gráfico No 8.

Cuadro No. 19: El objetivo general dio respuesta a la temática

| Caso | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--------------|------------|--------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si | 168 | 90.8 | 90.8 | 90.8 |
| | No | 17 | 9.2 | 9.2 | 100.0 |
| | Total | 185 | 100.0 | 100.0 | |

El objetivo general dio respuesta a la temática

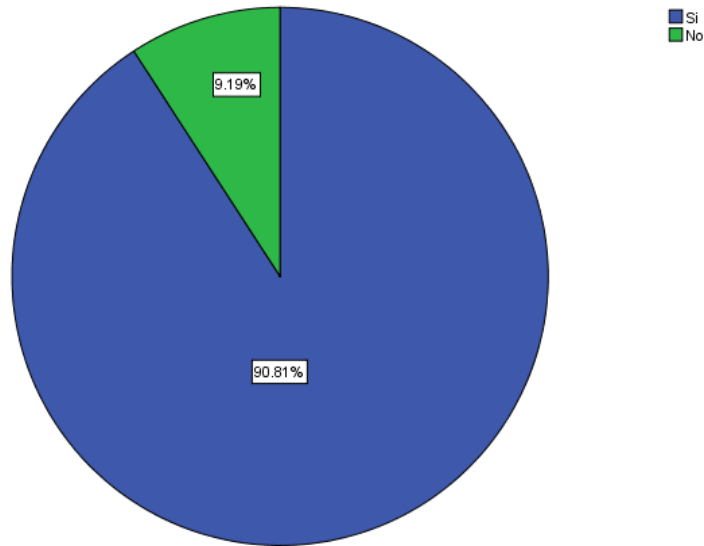


Gráfico No.: 8

9.- El objetivo específico ayudó a la construcción del objetivo general

En los trabajos el objetivo específico no ayudado de ninguna manera al desarrollo del objetivo general esto se verifica en el 79,5%. Cuadro No. 20 y Gráfico No 9.

Cuadro No. 20: El objetivo específico ayudó a la construcción del objetivo general

| Caso | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Total | 29 | 15.7 | 15.7 | 15.7 |
| | Parcial | 9 | 4.9 | 4.9 | 20.5 |
| | Ninguna | 147 | 79.5 | 79.5 | 100.0 |
| | Total | 185 | 100.0 | 100.0 | |

El objetivo específico ayudó a la construcción del objetivo general

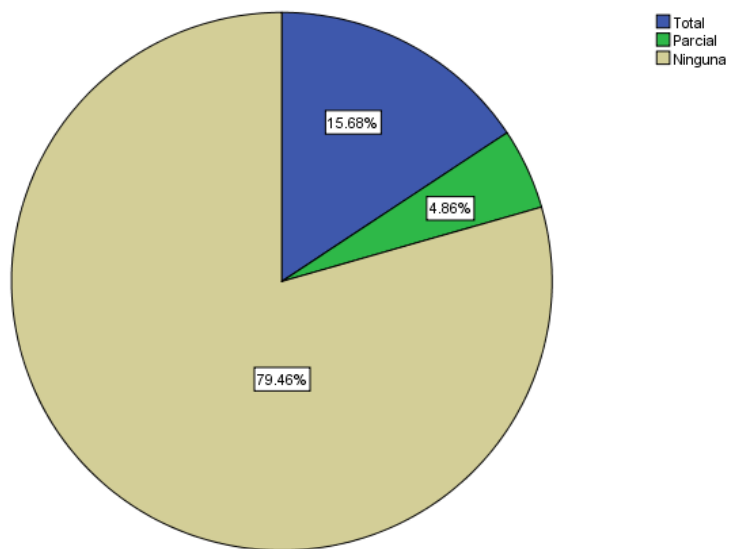


Gráfico No.: 9

10.- La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización

Las temáticas han sido desarrolladas en beneficio de las instituciones privadas en un 47,6%, mientras que el 31,8 % de las temáticas han beneficiado a instituciones públicas, y 20,5% no han trabajado con ninguna organización. Cuadro No. 21 y Gráfico No 10.

Cuadro No. 21: La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización

| | Caso | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Pública | 40 | 21.6 | 21.6 | 21.6 |
| | Privada | 88 | 47.6 | 47.6 | 69.2 |
| | ONG'S | 1 | .5 | .5 | 69.7 |
| | Organización Comunitaria | 18 | 9.7 | 9.7 | 79.5 |
| | Ninguna | 38 | 20.5 | 20.5 | 100.0 |
| | Total | | 185 | 100.0 | 100.0 |

La temática se desarrolló en beneficio de una institución u organización

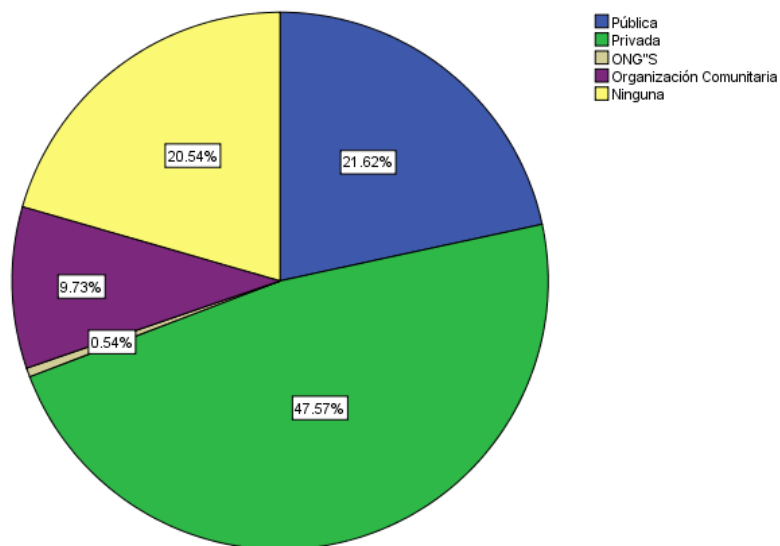


Gráfico No.: 10

11.- La relación que tiene la temática desarrollada con el tema a solucionar

Según el análisis de las medidas de tendencia de los casos validos el 50,3% no tiene problemas a solucionar, el 49,7% tiene con relación con el tema de investigación y con el tipo de organización o institución. Cuadro No. 22 y Gráfico No 11.

Cuadro No. 22: La relación que tiene la temática desarrollada con el tema a solucionar

| | Caso | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Tema de investigación | 47 | 25.4 | 25.4 | 25.4 |
| | Con el tipo de trabajo de la organización o institución | 25 | 13.5 | 13.5 | 38.9 |
| | Ambas 1 y 3 | 20 | 10.8 | 10.8 | 49.7 |
| | No tiene problema a solucionar | 93 | 50.3 | 50.3 | 100.0 |
| | Total | 185 | 100.0 | 100.0 | |

La relación que tiene la temática desarrollada con el tema a solucionar

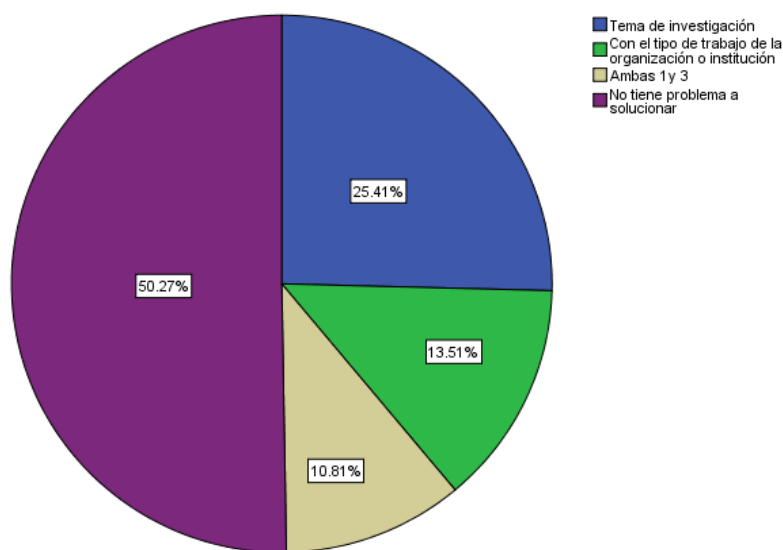


Gráfico No.: 11

12.- El problema a solucionar fue una necesidad social a satisfacer

El 48,6% aclara que el problema es una necesidad social que debe ser satisfecha, mientras que 3,2 % no lo considera como necesidad a satisfacer y de los casos validos el 48,1% no es aplicable. Cuadro No. 23 y Gráfico No. 12

Cuadro No. 23: El problema a solucionar fue una necesidad social a satisfacer

| | Caso | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--------------|------------|--------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si | 90 | 48.6 | 48.6 | 48.6 |
| | No | 6 | 3.2 | 3.2 | 51.9 |
| | No aplicable | 89 | 48.1 | 48.1 | 100.0 |
| | Total | 185 | 100.0 | 100.0 | |

El problema a solucionar fue una necesidad social a satisfacer

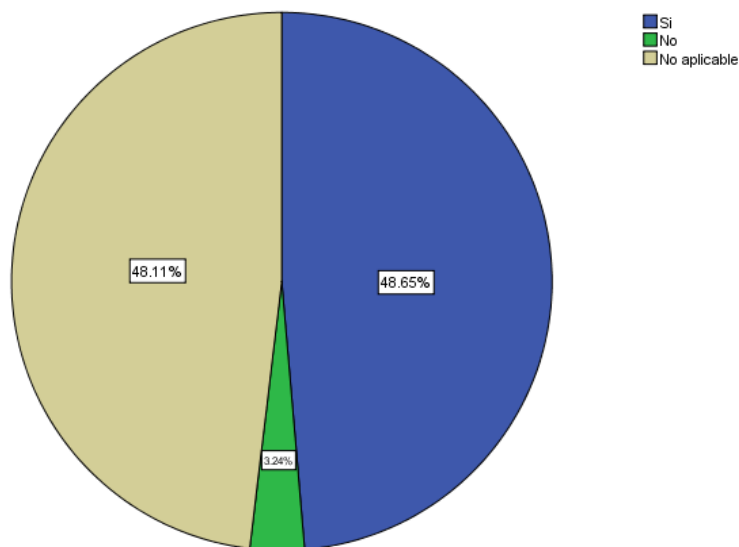


Gráfico No.: 12

13.- El trabajo de grado, contó con una propuesta o alternativa para contrarrestar la problemática.

Los trabajos de grado en un 51,4% han presentado una propuesta o alternativa la misma que pueda resolver la problemática, mientras que el 48,6 %no han presentado ningún tipo de propuesta. Cuadro No. 24 y Gráfico No. 13.

Cuadro No. 24: El trabajo de grado, contó con una propuesta o alternativa para contrarrestar la problemática.

| Caso | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si | 95 | 51.4 | 51.4 |
| | No | 90 | 48.6 | 100.0 |
| Total | 185 | 100.0 | 100.0 | |

El trabajo de grado, contó con una propuesta o alternativa para contrarrestar la problemática

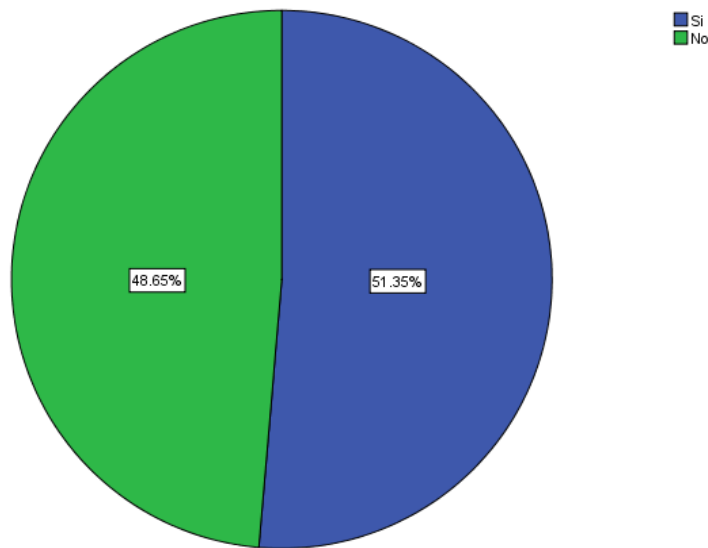


Gráfico No.: 13

14.- Relación de la alternativa planteada

Según las medidas de tendencia los trabajos que han presentado propuesta han sido en: Temática de la investigación, con la problemática a solucionar con un 51,4% y de los casos validos el 48,6% no son aplicables. Cuadro No. 25 y Gráfico No 14.

Cuadro No. 25: Relación de la alternativa planteada

| | Caso | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Temática de la investigación | 54 | 29.2 | 29.2 | 29.2 |
| | Con la problemática a solucionar | 21 | 11.4 | 11.4 | 40.5 |
| | Ambas | 20 | 10.8 | 10.8 | 51.4 |
| | No aplicable | 90 | 48.6 | 48.6 | 100.0 |
| | Total | 185 | 100.0 | 100.0 | |

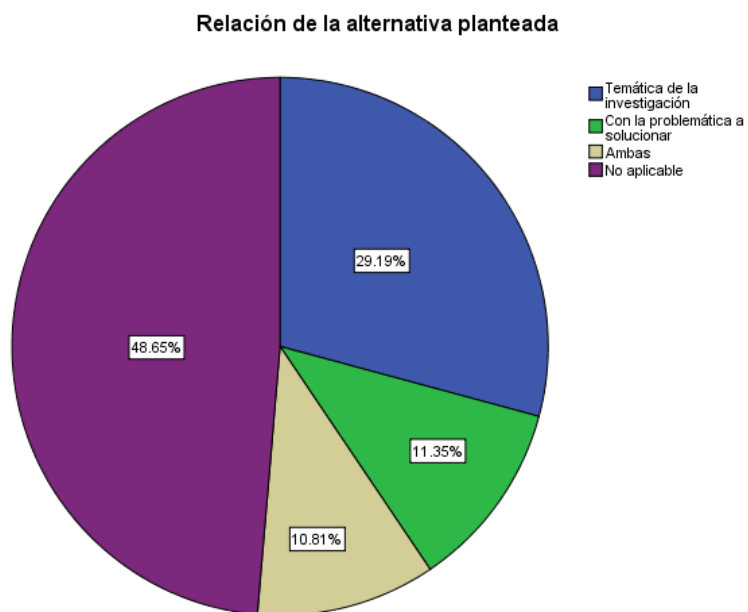


Gráfico No.: 14

15.- Tipo de alternativa planteada para la solución de la problemática

La alternativa o propuesta planteada para los trabajos de grado se han enfocado a la temática de la investigación en un 51,4%, y de los casos válidos el 48,6% no son aplicables. Cuadro No. 26 y Gráfico No 15.

Cuadro No. 26: Tipo de alternativa planteada para la solución de la problemática

| | Caso | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------------------------------|------------|--------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Respuesta académica | 39 | 21.1 | 21.1 | 21.1 |
| | Para desarrollar un emprendimiento | 39 | 21.1 | 21.1 | 42.2 |
| | Ambas | 17 | 9.2 | 9.2 | 51.4 |
| | No aplicable | 90 | 48.6 | 48.6 | 100.0 |
| | Total | 185 | 100.0 | 100.0 | |

Tipo de alternativa planteada para la solución de la problemática

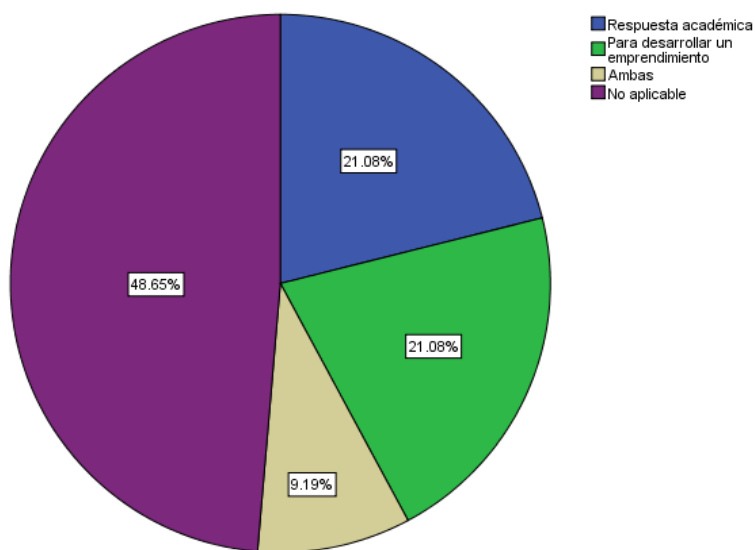


Gráfico No.: 15

16.- La alternativa potencializó o favoreció el desarrollo comunicacional de la comunidad

Los trabajos de grado han demostrado que no han presentado alternativa o propuesta a solucionar en un 47,57% por lo tanto no se ha potencializado ninguna alternativa para el desarrollo comunicacional. Cuadro No. 27 y Gráfico No 16.

Cuadro No. 27: La alternativa potencializó o favoreció el desarrollo comunicacional de la comunidad

| | Caso | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--------------|------------|--------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Alto | 64 | 34.6 | 34.6 | 34.6 |
| | Medio | 32 | 17.3 | 17.3 | 51.9 |
| | Bajo | 1 | .5 | .5 | 52.4 |
| | Ninguno | 88 | 47.6 | 47.6 | 100.0 |
| | Total | 185 | 100.0 | 100.0 | |

La alternativa pontencializó o favoreció el desarrollo comunicacional de la comunidad

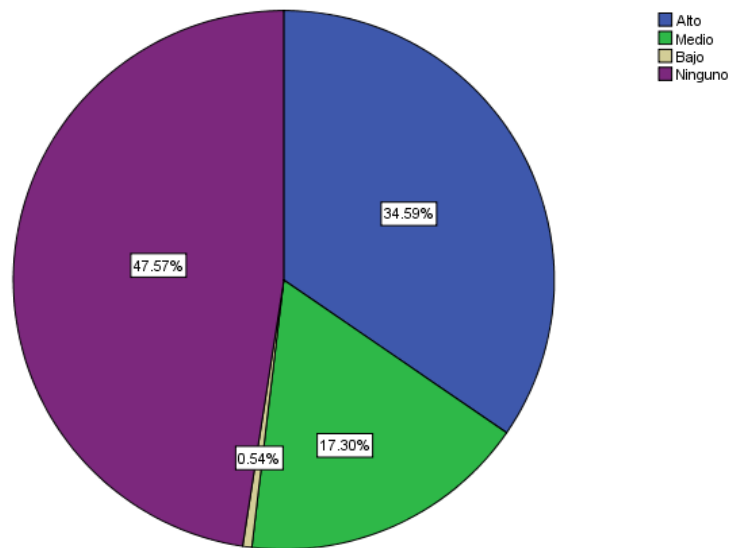


Gráfico No.: 16

17.- Año en el que se realizó el trabajo de graduación

Los trabajos de grado se han realizados con mayor frecuencia en el año 2005 con un porcentaje del 16,8%, mientras que en los años que menos trabajos se han realizado a sido en los años 2003 y 2006 con un porcentaje de 0,5% cada uno. Cuadro No. 28 y Gráfico No 17.

Cuadro No. 28: Año en el que se realizó el trabajo de graduación

| Caso | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------------|
| Válidos | 0 | 4 | 2.2 | 2.2 |
| | 1997 | 9 | 4.9 | 7.0 |
| | 1998 | 20 | 10.8 | 17.8 |
| | 1999 | 29 | 15.7 | 33.5 |
| | 2000 | 27 | 14.6 | 48.1 |
| | 2001 | 28 | 15.1 | 63.2 |
| | 2003 | 1 | .5 | 63.8 |
| | 2004 | 21 | 11.4 | 75.1 |
| | 2005 | 31 | 16.8 | 91.9 |
| | 2006 | 1 | .5 | 92.4 |
| | 2007 | 11 | 5.9 | 98.4 |
| | 2008 | 3 | 1.6 | 100.0 |
| | Total | 185 | 100.0 | 100.0 |

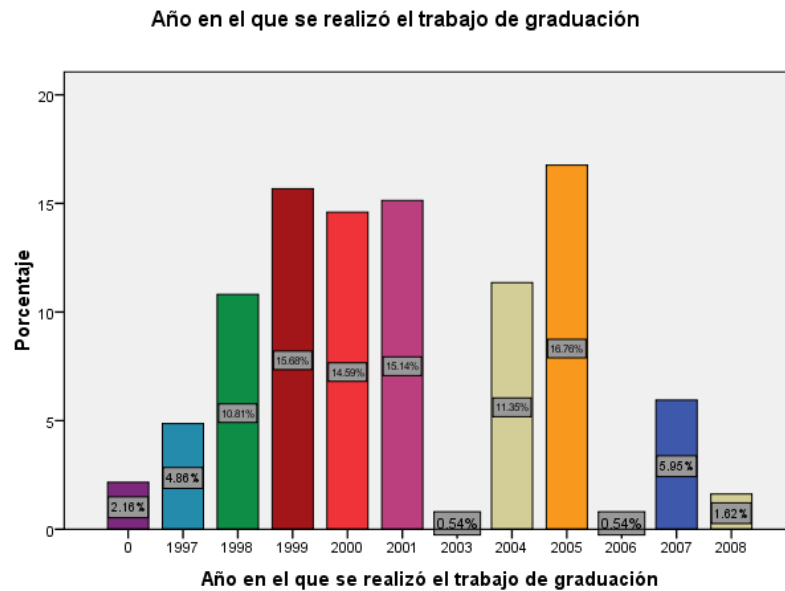


Gráfico No.: 17

4.2.3 Encuesta a medios de comunicación

También como instrumento metodológico se utilizó la entrevista, la misma que permitió conocer, si 29 medios de comunicación de la ciudad de Ambato, 25 radiales, 1 televisora y 3 medio escrito, manejan la investigación comunicacional.

1.- Tipo de medio de investigación

Con respecto al tipo de medios de comunicación en la ciudad de Ambato existen 29 medios de comunicación masiva, de los cuales el 86,2% son radiales, y el 13,8% son televisoras y medios escritos, ver Cuadro No. 29 y Gráfico No 18.

Cuadro No. 29: Tipo de medio de comunicación

| Caso | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------|-------------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Radio | 25 | 86.2 | 86.2 |
| | Televisión | 1 | 3.4 | 89.7 |
| | Escritas | 3 | 10.3 | 100.0 |
| | Total | 29 | 100.0 | 100.0 |

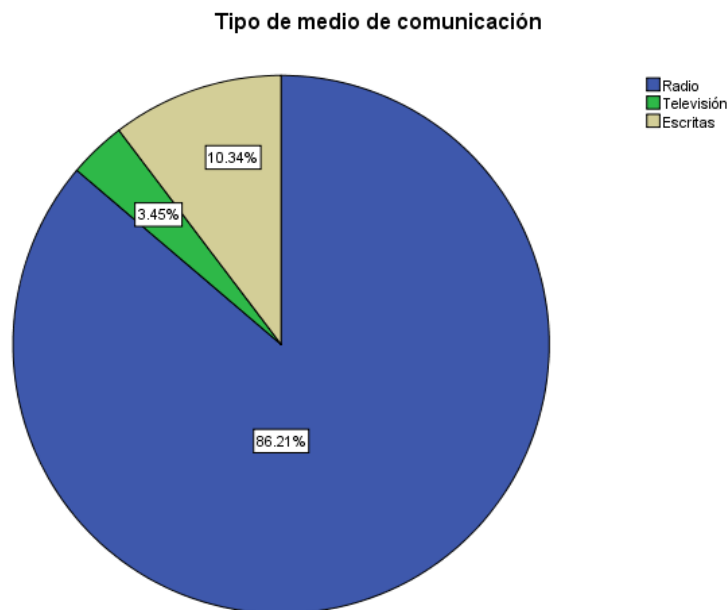


Gráfico No.: 18

2.- Función que debería emplear la UTA en investigación comunicacional

Según los medios de comunicación encuestados, la UTA debería emplear una función investigativa comunicacional en realizar investigación aplicada y desarrollar proyectos de comunicación social en un 34,5%, y en lo que se debe a fortalecimiento académico en un 6,9%. Ver Cuadro No. 30 y Gráfico No 19.

Cuadro No. 30: Función que debería emplear la UTA en investigación comunicacional

| | Caso | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--|------------|--------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Desarrollar problemas socio culturales | 3 | 10.3 | 10.3 | 10.3 |
| | Realizar investigación aplicada | 10 | 34.5 | 34.5 | 44.8 |
| | Desarrollar proyectos de comunicación social | 10 | 34.5 | 34.5 | 79.3 |
| | Fortalecimiento académico | 2 | 6.9 | 6.9 | 86.2 |
| | No sabe no contesta | 4 | 13.8 | 13.8 | 100.0 |
| | Total | 29 | 100.0 | 100.0 | |

Función que debería emplear la UTA en investigación comunicacional

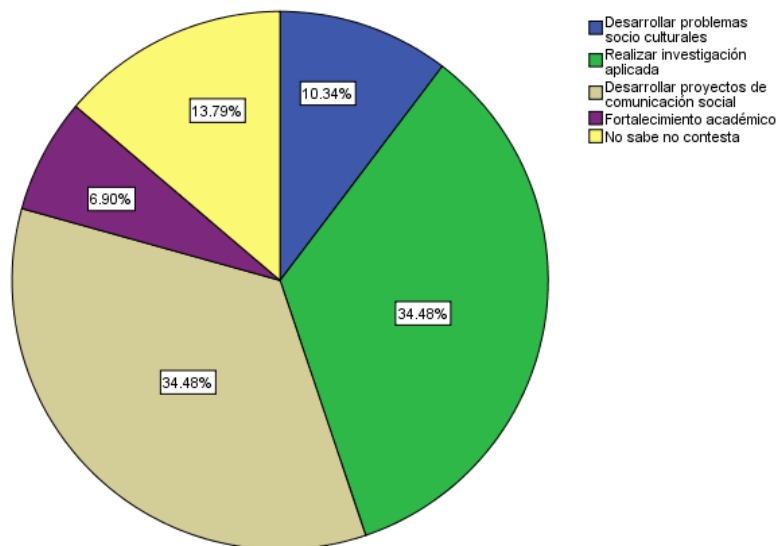


Gráfico No.: 19

3.- Trabajos de investigación desarrollados por la UTA

Los medios de comunicación no han realizado trabajos de investigación con la UTA, lo cual está respaldado en el 65,5%, 10 medios de comunicación en cambio han realizado de 1 a 6 trabajos representado en un porcentaje del 34,5%. Ver Cuadro No. 31 y Gráfico No 20.

Cuadro No. 31: Trabajos de investigación desarrollados por la UTA

| | Caso | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------|--------------------------|------------|--------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | De 1 a 3 trabajos | 8 | 27.6 | 27.6 | 27.6 |
| | De 4 a 6 trabajos | 2 | 6.9 | 6.9 | 34.5 |
| | Ninguna | 19 | 65.5 | 65.5 | 100.0 |
| | Total | 29 | 100.0 | 100.0 | |

Trabajos de investigación desarrollados por la UTA

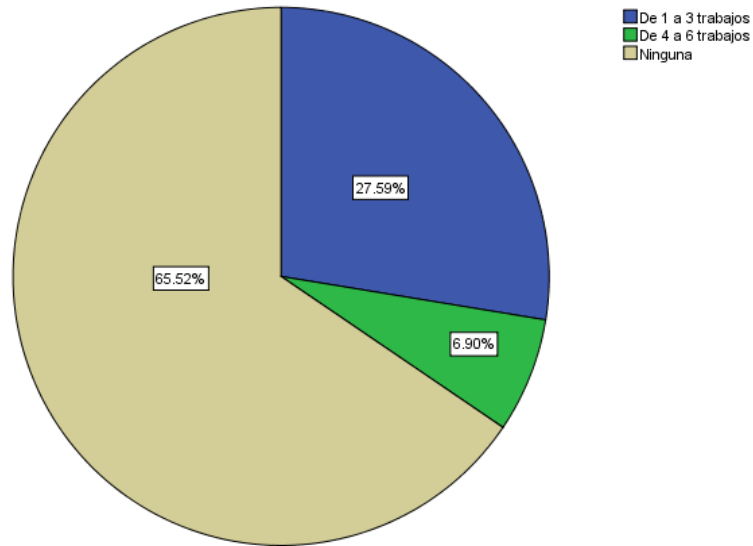


Gráfico No.: 20

4.- Temática de investigación desarrollada

Las temáticas que se han desarrollado tomando en cuenta los trabajos de investigación desarrollados han sido en los ámbitos de Comunicación Institucional en un 17,2%, de los casos validos el 65.5% no son aplicables. Ver Cuadro No. 32 y Gráfico No 21.

Cuadro No. 32: Temática de investigación desarrollada

| | Caso | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------------------------|------------|--------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Temas varios de interés público | 3 | 10.3 | 10.3 | 10.3 |
| | Comunicación institucional | 5 | 17.2 | 17.2 | 27.6 |
| | Géneros periodísticos | 2 | 6.9 | 6.9 | 34.5 |
| | No aplicable | 19 | 65.5 | 65.5 | 100.0 |
| | Total | 29 | 100.0 | 100.0 | |

Temática de investigación desarrollada

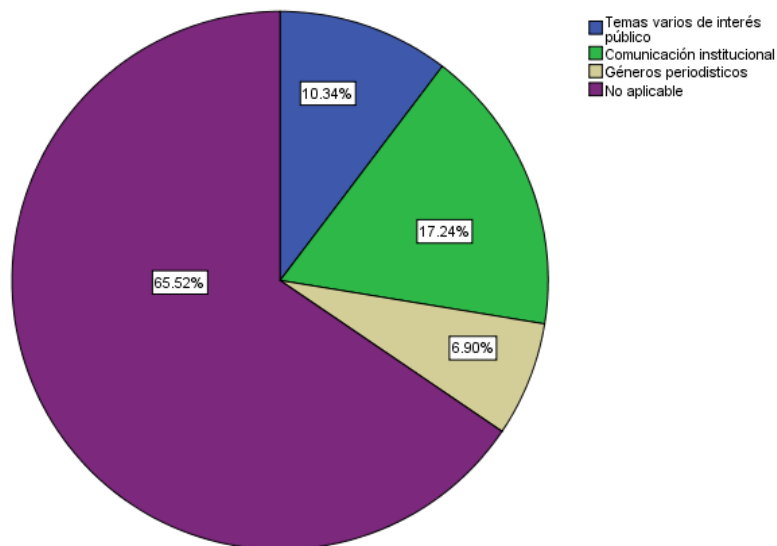


Gráfico No.: 21

5.- Aportes de los trabajos de investigación en el desarrollo del medio

Los trabajos de investigación aportarían al desarrollo del medio de comunicación en el desarrollo de proyectos comunicacionales en un 41,4%; mientras que el 24,1% corresponde a fomentar la comunicación con la comunidad. Ver Cuadro No. 32 y Gráfico No 22.

Cuadro No. 32: Aportes de los trabajos de investigación en el desarrollo del medio

| Caso | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--|------------|--------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Fomentar la comunicación con la comunidad | 7 | 24.1 | 24.1 | 24.1 |
| | Fomentar buenas prácticas comunicacionales | 10 | 34.5 | 34.5 | 58.6 |
| | Desarrollo de proyectos comunicacionales | 12 | 41.4 | 41.4 | 100.0 |
| | Total | 29 | 100.0 | 100.0 | |

Aportes de los trabajos de investigación en el desarrollo del medio

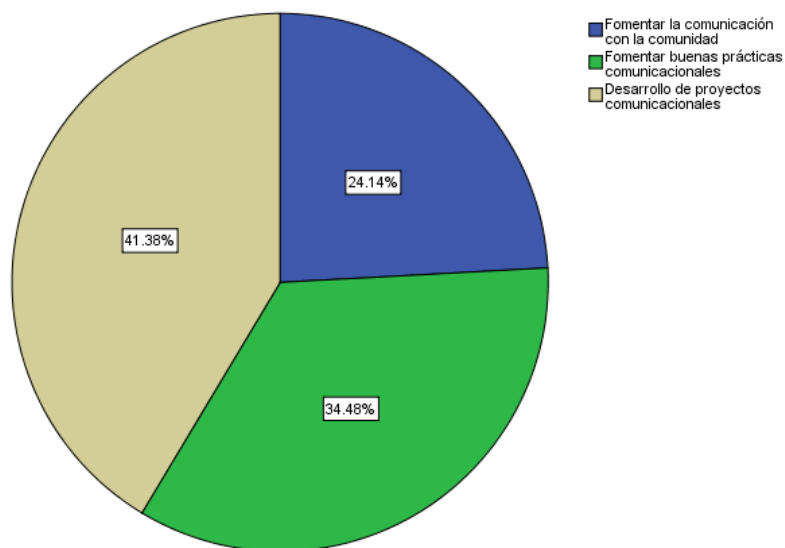


Gráfico No.: 22

6.- Publicaciones de investigación realizadas

23 medios de comunicación no conocen ningún tipo de publicación investigativa realizada por la Uta que equivale al 79,3%, mientras que 6 medios han conocido de 1 a 4 trabajos publicados que equivale al 20,6%. Ver Cuadro No. 33 y Gráfico No 23.

Cuadro No. 33: Publicaciones de investigación realizadas

| Caso | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------------------------------|------------|--------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | De 1 a 2 trabajos de investigación | 4 | 13.8 | 13.8 | 13.8 |
| | De 2 a 4 trabajos de investigación | 1 | 3.4 | 3.4 | 17.2 |
| | Más de 4 trabajos de investigación | 1 | 3.4 | 3.4 | 20.7 |
| | Ninguna | 23 | 79.3 | 79.3 | 100.0 |
| | Total | 29 | 100.0 | 100.0 | |

Publicaciones de investigación realizadas

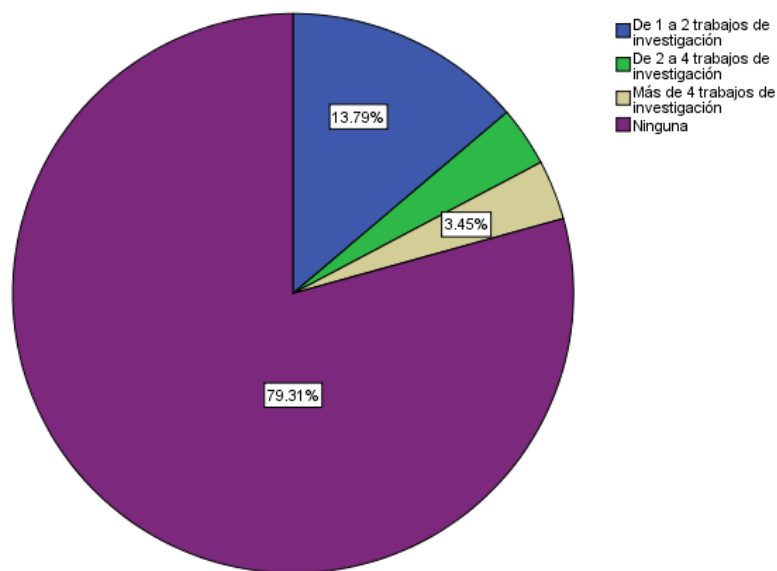


Gráfico No.: 23

7.- Problemáticas comunicacionales solucionadas

Los medios de comunicación no conocen ningún tipo de problemática solucionada por medio de la investigación comunicacional equivalente esto al 48,3%, y 9 medios de comunicación han podido solucionar algún tipo de problemática ha sido en: Aplicación de géneros y técnicas periodísticas, y tecnológicos en un 31%. Ver Cuadro No. 34 y Gráfico No 24.

Cuadro No. 34: Problemáticas comunicacionales solucionadas

| | Caso | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--|------------|--------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Aplicación de géneros y técnicas periodísticas | 5 | 17.2 | 17.2 | 17.2 |
| | Tecnológicos | 4 | 13.8 | 13.8 | 31.0 |
| | Ninguna | 14 | 48.3 | 48.3 | 79.3 |
| | No sabe no contesta | 6 | 20.7 | 20.7 | 100.0 |
| | Total | 29 | 100.0 | 100.0 | |

Problemáticas comunicacionales solucionadas

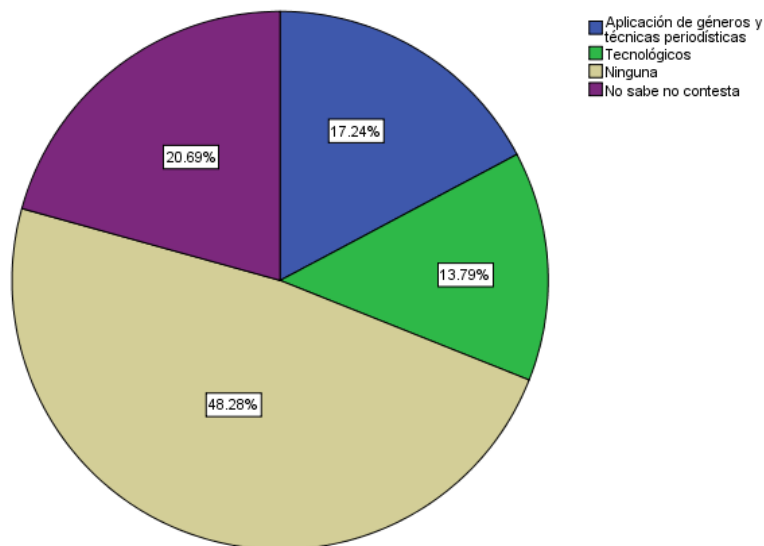


Gráfico No.: 34

8.- Tiempo del proceso de investigación comunicacional

En lo que se refiere al tiempo del proceso de una investigación comunicacional concuerdan en un 37,9% que debe tener una duración de 3 a 6 meses, y otro piensan que su tiempo de realización sería de 6 a 9 meses con un porcentaje de 13,8%. Ver Cuadro No. 35 y Gráfico No 25.

Cuadro No. 35: Tiempo del proceso de investigación comunicacional

| | Caso | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--------------------|------------|--------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | De 1 a 3 meses | 9 | 31.0 | 31.0 | 31.0 |
| | Más de 3 a 6 meses | 11 | 37.9 | 37.9 | 69.0 |
| | Más de 6 a 9 meses | 4 | 13.8 | 13.8 | 82.8 |
| | Más de 9 meses | 5 | 17.2 | 17.2 | 100.0 |
| | Total | 29 | 100.0 | 100.0 | |

Tiempo del proceso de investigación comunicacional

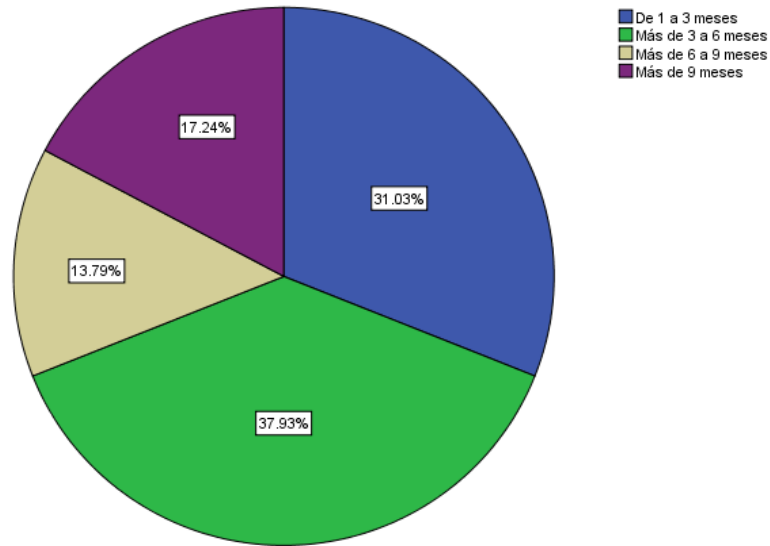


Gráfico No.: 25

9.- Temáticas de investigación de la UTA que deben ser realizadas

La temática que debería trabajar la UTA con los estudiantes debería ser en Fortalecimiento institucional según los medios de comunicación en un 41,4%, y lo que no se debería priorizar es Tendencias comunicacionales de mercado equivalente al 6,9%. Ver Cuadro No. 36 y Gráfico No 26.

Cuadro No. 36: Temáticas de investigación de la UTA que deben ser realizadas

| Caso | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--|------------|--------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Fomento de la vinculación con la comunidad | 11 | 37.9 | 37.9 | 37.9 |
| | Fortalecimiento institucional | 12 | 41.4 | 41.4 | 79.3 |
| | Tendencias comunicacionales de mercado | 2 | 6.9 | 6.9 | 86.2 |
| | Fortalecimiento de capacidades y competencias comunicacionales | 4 | 13.8 | 13.8 | 100.0 |
| | Total | 29 | 100.0 | 100.0 | |

Temáticas de investigación de la UTA que deben ser realizadas

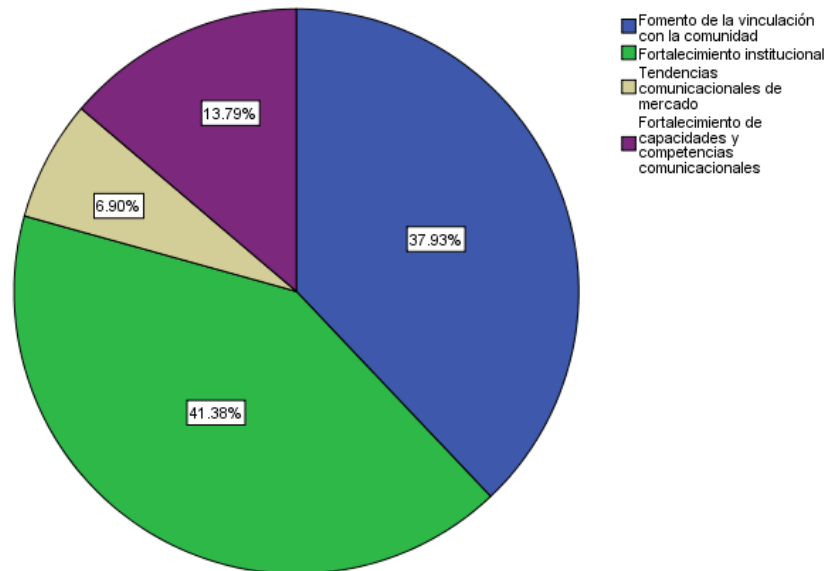


Gráfico No.: 26

10.- Beneficios de los trabajos de investigación para la comunidad

Los medios de comunicación deberían beneficiar a la comunidad en sus trabajos en el Desarrollo comunitario comunicativo en un 58,6%, mientras que el enfoque educativo debe ser tratado en un 17,2%. Ver Cuadro No. 37 y Gráfico No 27.

Cuadro No. 37: Beneficios de los trabajos de investigación para la comunidad

| | Caso | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------------------------------------|------------|--------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Desarrollo comunitario comunicativo | 17 | 58.6 | 58.6 | 58.6 |
| | Enfoque educativo | 5 | 17.2 | 17.2 | 75.9 |
| | Comunicación para el desarrollo | 7 | 24.1 | 24.1 | 100.0 |
| | Total | 29 | 100.0 | 100.0 | |

Beneficios de los trabajos de investigación para la comunidad

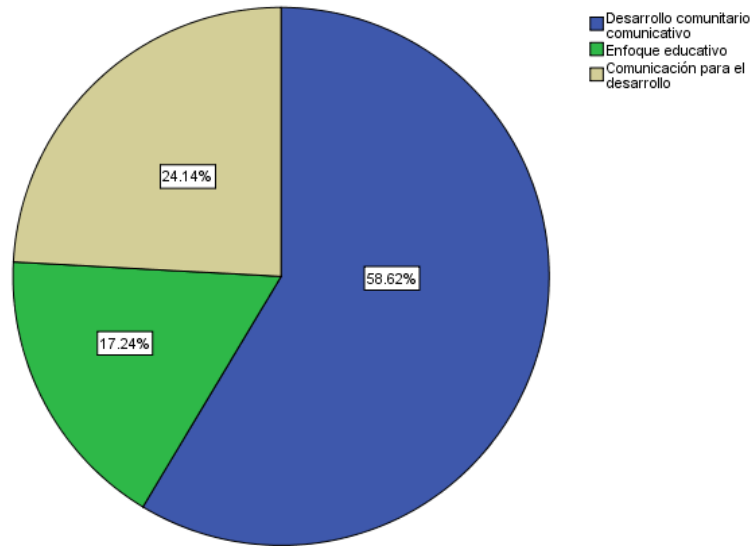


Gráfico No.: 27

11.- Participación en las iniciativas comunicacionales emprendidas por la UTA

En las iniciativas emprendidas por la UTA 12 medios de comunicación querían trabajar en Participación investigativa en un 41,4%, 11 medios se enfocarían a la Investigación periodística en un 37,9%. Ver Cuadro No. 38 y Gráfico No 28.

Cuadro No. 38: Participación en las iniciativas comunicacionales emprendidas por la UTA

| | Caso | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------------------------|------------|--------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Investigación periodística | 11 | 37.9 | 37.9 | 37.9 |
| | Participación investigativa | 12 | 41.4 | 41.4 | 79.3 |
| | Desarrollo comunicacional | 3 | 10.3 | 10.3 | 89.7 |
| | No sabe no contesta | 3 | 10.3 | 10.3 | 100.0 |
| | Total | 29 | 100.0 | 100.0 | |

Participación en las iniciativas comunicacionales emprendidas por la UTA

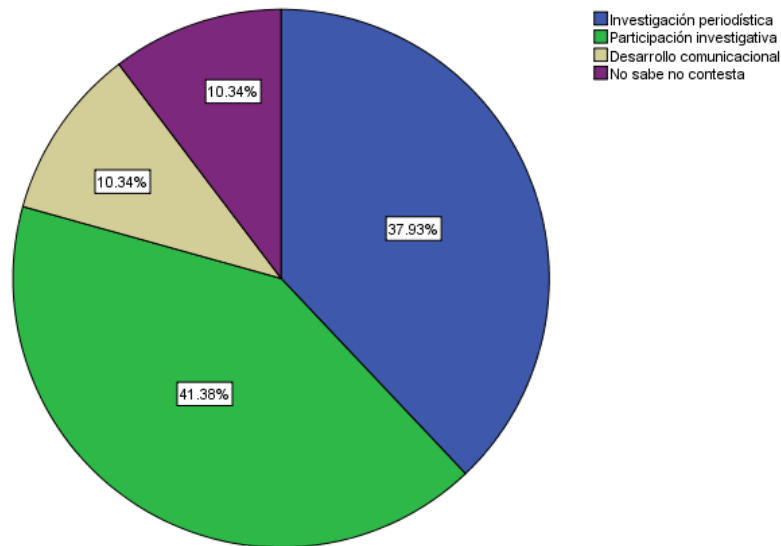


Gráfico No.: 28

12.- Acudiría a un centro de investigación para solucionar la problemática

Los medios de comunicación tienen problemas comunicacionales por lo tanto 28 medios que equivale al 96,6% si acudirían a un centro de investigación para darle solución a su problema, solo un medio no asistiría a este centro de investigación. Ver Cuadro No. 39 y Gráfico No 29.

Cuadro No. 39: Acudiría a un centro de investigación para solucionar la problemática

| | Caso | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--------------|------------|--------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si acudiría | 28 | 96.6 | 96.6 | 96.6 |
| | No acudiría | 1 | 3.4 | 3.4 | 100.0 |
| | Total | 29 | 100.0 | 100.0 | |

Acudiría a un centro de investigación para solucionar la problemática

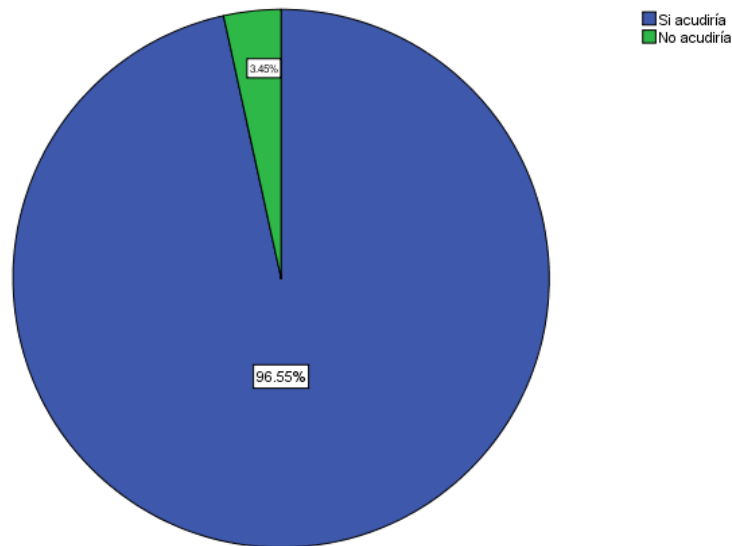


Gráfico No.: 29

13.- Aporte del medio de comunicación al desarrollo de investigación

Los medios de comunicación aportarían al desarrollo de investigación en los aspectos de: Temas de desarrollo para medios de comunicación en un 41,4%, mientras lo referente a Reportajes y Conocimiento académico equivale al 58,6 % según las medidas de tendencia. Ver Cuadro No. 40 y Gráfico No 30.

Cuadro No. 40: Aporte del medio de comunicación al desarrollo de investigación

| Caso | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---|------------|--------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Reportajes | 8 | 27.6 | 27.6 | 27.6 |
| | Temas de desarrollo para medios de comunicación | 12 | 41.4 | 41.4 | 69.0 |
| | Conocimiento académico | 9 | 31.0 | 31.0 | 100.0 |
| | Total | 29 | 100.0 | 100.0 | |

Aporte del medio de comunicación al desarrollo de investigación

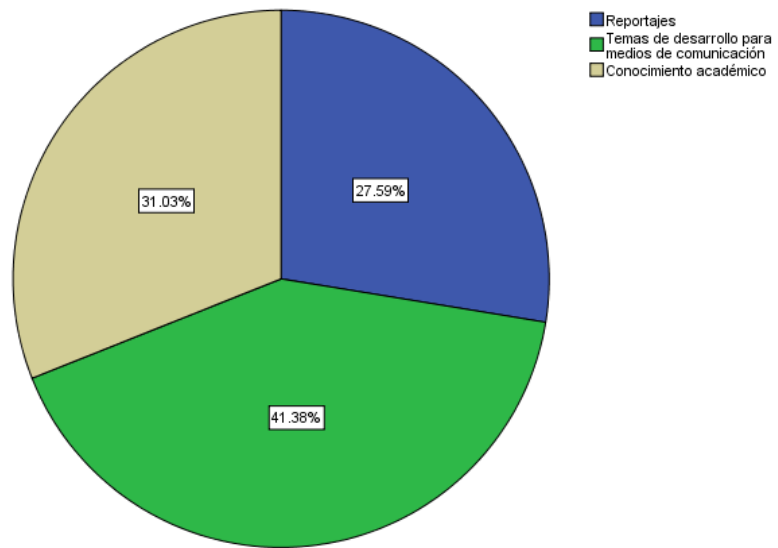


Gráfico No.: 30

4.3 Verificación de hipótesis

Mediante las técnicas de investigación, la encuesta y la entrevista se ha comprobado la verificación de la hipótesis nula **-H0-** , “Las temáticas de investigación en comunicación social desarrolladas en la carrera de Comunicación Social, no son coherentes ni relevantes a los requerimientos de la comunidad en donde se interrelaciona e interactúa”, permitiendo analizar que los trabajos de investigación en la carrera de comunicación social no satisfacen las necesidades de desarrollo de la comunidad.

Por lo cual se demuestra en los siguientes datos:

4.3.1.- Hipótesis medios

1.- Temática de investigación desarrollada * aportes de los trabajos de investigación en el desarrollo del medio

La temática de investigación desarrollada y los aportes de los trabajos de investigación en el desarrollo del medio ha permitido demostrar que el 83,3% de los casos analizados demuestran que las temáticas de investigación en comunicación social desarrolladas en la carrera de Comunicación Social, no son coherentes ni relevantes a los requerimientos de la comunidad en donde se interrelaciona e interactúa, comprobando así a la hipótesis nula **-H0-**.

Cuadro No. 41: Análisis del cruce de variables Temática de investigación desarrollada * aportes de los trabajos de investigación en el desarrollo del medio

| | | Aportes de los trabajos de investigación en el desarrollo del medio | | | Total |
|--|---------------------------------|---|--|--|-------|
| | | Fomentar la comunicación con la comunidad | Fomentar buenas prácticas comunicacionales | Desarrollo de proyectos comunicacionales | |
| Temática de investigación desarrollada | Temas varios de interés público | 1 | 2 | 0 | 3 |
| | Comunicación institucional | 2 | 1 | 2 | 5 |
| | Géneros periodísticos | 2 | 0 | 0 | 2 |
| | No aplicable | 2 | 7 | 10 | 19 |
| Total | | 7 | 10 | 12 | 29 |

2.- Temática de investigación desarrollada * problemáticas comunicacionales solucionadas

La temática de investigación desarrollada y las problemáticas comunicacionales solucionadas han permitido demostrar que el 93,8% de los casos analizados demuestran que las temáticas de investigación en comunicación social desarrolladas en la carrera de Comunicación Social, no son coherentes ni relevantes a los requerimientos de la comunidad en donde se interrelaciona e interactúa, comprobando así a la hipótesis nula –H0-.

Cuadro No. 42: Análisis del cruce de variables Temática de investigación desarrollada * problemáticas comunicacionales solucionadas

| | | Problemáticas comunicacionales solucionadas | | | | Total |
|--|---------------------------------|--|--------------|-----------|---------------------|-----------|
| | | Aplicación de géneros y técnicas periodísticas | Tecnológicos | Ninguna | No sabe no contesta | |
| Temática de investigación desarrollada | Temas varios de interés público | 1 | 0 | 0 | 2 | 3 |
| | Comunicación institucional | 0 | 2 | 1 | 2 | 5 |
| | Géneros periodísticos | 0 | 1 | 1 | 0 | 2 |
| | No aplicable | 4 | 1 | 12 | 2 | 19 |
| Total | | 5 | 4 | 14 | 6 | 29 |

3.- Temática de investigación desarrollada * temáticas de investigación de la UTA que deben ser realizadas

La temática de investigación desarrollada y las temáticas de investigación de la UTA que deben ser realizadas han permitido demostrar que el 87,5% de los casos analizados demuestran que las temáticas de investigación en comunicación social desarrolladas en la carrera de Comunicación Social, no son coherentes ni relevantes a los requerimientos de la comunidad en donde se interrelaciona e interactúa, comprobando así a la hipótesis nula –H0-.

Cuadro No. 43: Análisis del cruce de variables Temática de investigación desarrollada * temáticas de investigación de la UTA que deben ser realizadas

| | | Temáticas de investigación de la UTA que deben ser realizadas | | | | Total |
|--|---------------------------------|---|-------------------------------|--|--|-------|
| | | Fomento de la vinculación con la comunidad | Fortalecimiento institucional | Tendencias comunicacionales de mercado | Fortalecimiento de capacidades y competencias comunicacionales | |
| Temática de investigación desarrollada | Temas varios de interés público | 1 | 0 | 1 | 1 | 3 |
| | Comunicación institucional | 0 | 3 | 0 | 2 | 5 |
| | Géneros periodísticos | 1 | 1 | 0 | 0 | 2 |
| | No aplicable | 9 | 8 | 1 | 1 | 19 |
| Total | | 11 | 12 | 2 | 4 | 29 |

4.- Temática de investigación desarrollada * beneficios de los trabajos de investigación para la comunidad

La temática de investigación desarrollada y las temáticas de investigación de la UTA que deben ser realizadas han permitido demostrar que el 91,7% de los casos analizados demuestran que las temáticas de investigación en comunicación social desarrolladas en la carrera de Comunicación Social, no son coherentes ni relevantes a los requerimientos de la comunidad en donde se interrelaciona e interactúa, comprobando así a la hipótesis nula –H0–.

Cuadro No. 44: Análisis del cruce de variables Temática de investigación desarrollada * beneficios de los trabajos de investigación para la comunidad

| | | Beneficios de los trabajos de investigación para la comunidad | | | Total |
|--|---------------------------------|---|-------------------|---------------------------------|-------|
| | | Desarrollo comunitario comunicativo | Enfoque educativo | Comunicación para el desarrollo | |
| Temática de investigación desarrollada | Temas varios de interés público | 2 | 0 | 1 | 3 |
| | Comunicación institucional | 4 | 0 | 1 | 5 |
| | Géneros periodísticos | 1 | 0 | 1 | 2 |
| | No aplicable | 10 | 5 | 4 | 19 |
| Total | | 17 | 5 | 7 | 29 |

4.3.2. - Hipótesis tesis

1.- La temática desarrollada considera un beneficio a la sociedad o alternativa * el problema a solucionar fue una necesidad social a satisfacer

El problema a solucionar fue una necesidad social a satisfacer y la temática desarrollada considera un beneficio a la sociedad o alternativa, analizadas mediante el método del chi-cuadrado se ha comprobado la hipótesis, en la cual se demuestra que el 55,6% de las temáticas de investigación en comunicación social desarrolladas en la carrera de Comunicación Social, no son coherentes ni relevantes a los requerimientos de la comunidad dando como comprobación a la hipótesis nula -H0-.

Cuadro No. 45: Análisis del cruce de variables La temática desarrollada considera un beneficio a la sociedad o alternativa * el problema a solucionar fue una necesidad social a satisfacer

| | | El problema a solucionar fue una necesidad social a satisfacer | | | Total |
|---|---------|--|----|--------------|-------|
| | | Si | No | No aplicable | |
| La temática desarrollada considera un beneficio a la sociedad o alternativa | Total | 55 | 0 | 27 | 82 |
| | Parcial | 35 | 6 | 56 | 97 |
| | Ninguna | 0 | 0 | 6 | 6 |
| Total | | 90 | 6 | 89 | 185 |

2.- La temática desarrollada considera un beneficio a la sociedad o alternativa * relación de la alternativa planteada

La temática desarrollada considera un beneficio a la sociedad o alternativa y la relación de la alternativa planteada, analizadas mediante el método del chi-cuadrado se ha comprobado la hipótesis, en la cual se demuestra que el 33,3% de las temáticas de investigación en comunicación social desarrolladas en la carrera de Comunicación Social, no son coherentes ni relevantes a los requerimientos de la comunidad dando como comprobación a la hipótesis nula -H0-.

Cuadro No. 46: Análisis del cruce de variables La temática desarrollada considera un beneficio a la sociedad o alternativa * relación de la alternativa planteada

| | | Relación de la alternativa planteada | | | | Total |
|---|---------|--------------------------------------|----------------------------------|-------|--------------|-------|
| | | Temática de la investigación | Con la problemática a solucionar | Ambas | No aplicable | |
| La temática desarrollada considera un beneficio a la sociedad o alternativa | Total | 28 | 14 | 11 | 29 | 82 |
| | Parcial | 26 | 7 | 9 | 55 | 97 |
| | Ninguna | 0 | 0 | 0 | 6 | 6 |
| Total | | 54 | 21 | 20 | 90 | 185 |

3.- La temática desarrollada considera un beneficio a la sociedad o alternativa * la alternativa potencializó o favoreció el desarrollo comunicacional de la comunidad

La temática desarrollada considera un beneficio a la sociedad o alternativa y la alternativa potencializó o favoreció el desarrollo comunicacional de la comunidad, analizadas mediante el método del chi-cuadrado se ha comprobado la hipótesis, en la cual se demuestra que el 50% de las temáticas de investigación en comunicación social desarrolladas en la carrera de Comunicación Social, no son coherentes ni relevantes a los requerimientos de la comunidad dando como comprobación a la hipótesis nula -H₀-.

Cuadro No. 47: Análisis del cruce de variables La temática desarrollada considera un beneficio a la sociedad o alternativa * la alternativa potencializó o favoreció el desarrollo comunicacional de la comunidad.

| | | La alternativa potencializó o favoreció el desarrollo comunicacional de la comunidad | | | | Total |
|---|---------|--|-------|------|---------|-------|
| | | Alto | Medio | Bajo | Ninguno | |
| La temática desarrollada considera un beneficio a la sociedad o alternativa | Total | 42 | 12 | 0 | 28 | 82 |
| | Parcial | 22 | 20 | 1 | 54 | 97 |
| | Ninguna | 0 | 0 | 0 | 6 | 6 |
| Total | | 64 | 32 | 1 | 88 | 185 |

CAPITULO V

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

En la carrera de comunicación social desde el año de 1997 se han desarrollado trabajos de investigación para conseguir el título de tercer nivel, es por eso que se analizado estos 185 trabajos los mismos que tienen diferencias desde las temáticas hasta las mismas propuestas, podemos verificar que las temáticas de investigación consideran un sujeto de investigación, dependiendo la metodología o trabajo que se desea ejecutar con el desarrollo de las temáticas a solucionar, es decir que los trabajos de grado no contaron con una alternativa para contrarrestar la problemática.

Cabe mencionar que estos trabajos de investigación están enfocados en los medios de comunicaciones radiales, pero en una manera parcial han beneficiado a las necesidades de la sociedad, ya que los trabajos de grado no tienen relación con la alternativa planteada las mismas que no fueron aplicadas en la sociedad.

En lo que se refiere a los trabajos y el lugar que se han desarrollado, se comprobó que estas investigaciones se han realizado en empresas privadas, pero con la modalidad de monografías, en ciertas excepciones han sido trabajadas de manera grupal.

Los trabajos de investigación realizados por los estudiantes de la carrera de comunicación social para obtener el título de tercer nivel, solo han sido para obtener el título y no han satisfecho las necesidades comunicacionales de la comunidad.

Los medios de comunicación de la ciudad de Ambato referente a su actividad de comunicar también deben incluir la investigación, para que sea manejada la información con calidad y con la característica de credibilidad.

La UTA no ha empleado la investigación comunicacional específicamente en la temática de investigación referente al fortalecimiento institucional, también no se ha enfocado al desarrollo de proyectos de comunicación social, y al desarrollo de problemas socio culturales, es por eso que los medios de comunicación han trabajado con la UTA en un 27.6% en trabajos de investigación que equivale a 1 a 3 trabajos, especialmente en radio, ya que los estudiantes de la carrera de comunicación social asisten a trabajar como pasantes mediante un tiempo determinado, referente a los trabajos que son en empresas o en medios mismos, la temática manejada es de comunicación institucional, ayudando a fomentar las buenas prácticas comunicacionales, lo cual es solo considerado por parte de los estudiantes un requisito más para los papeles que son solicitados en la facultad.

Los medios de comunicación no han desarrollado con la UTA ningún tipo de trabajo conjunto en lo que se refiere la comunicación investigativa, y de igual los medios no se han involucrado en emprendimientos de la carrera de comunicación social

5.2 Recomendaciones

La carrera de comunicación social es un campo de estudio sociológico que explora especialmente aquello relacionado con la información, cómo esta es percibida, transmitida y entendida y su impacto social, ya que de los comunicadores sociales son los encargados de mantener informada a la comunidad en todos los aspectos en el que se desarrolla.

Dentro del proceso comunicacional se debe emplear la comunicación investigativa para eso debe hacer el comunicador social, no solo quedarse en ciertos parámetros, lo importante es ir más allá de la información.

El trabajo UTA y medios de comunicación debe ser esencial, ya que este fusionamiento comunicacional investigativo, enriquecerá mas a los estudiantes de esta carrera formándolos profesionalmente, se debe emplear una nueva conexión , que los estudiantes realicen un verdadero trabajo investigativo, ya sea en cualquier aspecto comunicacional; como lo dijo un director de un medio de comunicación, *“hacer periodismo no es solo estar detrás de un micrófono, o aparecer en televisión,*

periodismo es involucrarse con el tema y con la sociedad, necesitamos comunicadores sociales que no crean que hacer periodismo es solo transmitir futbol”

Se debe exigir a los estudiantes, que en sus trabajos de investigación para obtener el título de tercer nivel deben estar enfocados a solucionar problemas comunicacionales de la sociedad, buscar nuevas temáticas y emprendimientos dentro del contexto que se está viviendo.

CAPITULO VI

Implementación de la propuesta

6.1 Datos de información

6.1.1 Nombre del Proyecto

Implementación del centro de investigación y gestión comunicacional de la carrera de comunicación social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, que da respuesta a las necesidades de la comunidad y aporta a proceso de desarrollo local.

6.1.2 Entidad Ejecutora

| | |
|-----------------------------------|--|
| Nombre de la Organización: | Universidad Técnica de Ambato. |
| Tipo de Organización: | De Derecho. |
| Personería Jurídica: | Ley No. 69-05. |
| Fecha de constitución: | 18 de abril de 1969. |
| Facultad: | Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales. |
| Carrera: | Carrera de Comunicación Social. |
| Teléfono: | (03) 241-8926 / (03) 241-2462. |
| Correo electrónico: | fjcs@uta.edu.ec |

6.1.3 Cobertura y Localización

| | |
|-------------------|-------------|
| Provincia: | Tungurahua. |
| Cantón: | Ambato. |
| Parroquia: | Huachi. |
| Barrio: | El Dorado. |

Dirección:

Av. Los Chasquis y Río Payamino - Huachi Chico.



6.1.4 Monto

El monto total estimado al que asciende el proyecto es de: El monto total estimado del proyecto asciende a Ciento veinte y dos mil ciento diez y ocho con ochenta con 82/100 dólares de los Estados Unidos de América. (\$ 122.118,82 USD).

El financiamiento y los aportes esperados se distribuyen para la Universidad Técnica de Ambato en un monto de **Cincuenta mil quinientos ochenta y dos con 70/100 dólares de los Estados Unidos de América. (\$ 55.582,70 USD)**, y SENPLADES con aporte valorado de **Veinte y uno mil ochenta y nueve con 79/100 dólares de los Estados Unidos de América. (\$ 21.089,79 USD)**.

6.1.5 Plazo de Ejecución

El plazo total de implementación del proyecto es de doce (12) meses y un (1) mes para la adjudicación y contratación, por lo que el tiempo real estimado de ejecución del presente proyecto será de **trece (13) meses** calendario.

6.1.6 Sector y tipo del proyecto

El sector, el subsector y la institución responsable a la que corresponde la intervención del presente proyecto se detalla:

| | |
|---------------------------------|---|
| Sector: | 1. Educación 14. Desarrollo de Investigación científica |
| Subsector: | 1.1. Infraestructura 14.3. Investigación |
| Institución responsable: | 1. Ministerio de Educación. 1. Consejo Nacional de Educación Superior (CONESUP). 14. Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología (SENACYT). |

6.1.7 Equipo responsable de la implementación del proyecto

| | |
|---|-------------------------|
| Coordinación: | Francisco X. Chávez. |
| Responsable del eje de comunicación: | Cristina G. Mora Ramos. |

6.2 Antecedentes de la Propuesta

La investigación comunicacional debería satisfacer varias necesidades de la comunidad, desde diferentes perspectivas que el individuo asimila la realidad, si sucediera eso habría protagonismo entre los miembros de la comunidad para que colaboren en el proceso de la investigación, no sólo como personas que responden a las encuestas y que pueden ser además los destinatarios de los eventuales cambios en

la sociedad, también participando en otras etapas del estudio y sugiriendo modificaciones para mejoras en el proyecto.

En base a esta premisa se desarrolló un proceso de investigación sobre las acciones desarrolladas y orientadas por la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, a través de la Carrera de Comunicación Social, teniendo como objetivo fundamental *“Definir las líneas y temáticas de investigación a desarrollar en la carrera de comunicación social, que den respuestas coherentes, relevantes y que contribuyan a procesos de desarrollo local”*, y manteniendo como objetivos específicos 1) *Determinar la coherencia de las investigaciones desarrolladas en la carrera de Comunicación Social, y su contribución a solucionar problemáticas de la comunidad;* 2) *Establecer las necesidades relevantes de la comunidad, vinculada directamente con el desarrollo profesional, para determinar las posibles líneas y temáticas que orienten la investigación de la carrera de comunicación social;* y, 3) *Desarrollar los lineamientos básicos con un enfoque comunicacional, que puedan ser aplicados, en procesos de investigación que se lleven adelante, a través de la Carrera de Comunicación Social;* dando como resultado orientador que la Facultad y la Carrera deben fortalecer y generar procesos correspondientes con la comunidad, y generen acciones vinculantes satisfactorias para la comunidad.

Para el desarrollo del proceso de investigación se y que permitió analizar **si** las líneas y temáticas de investigación desarrolladas en la carrera de comunicación social, han dado respuestas coherentes y relevantes y han contribuido a proceso de desarrollo local, se realizó el levantamiento de información de los 185 trabajos de investigación (tesis, informe de pasantías, monografías grupales, otros) realizados por los estudiantes de la carrera de comunicación social desde el año de 1997 hasta el 2008, para obtener el título de tercer nivel; y, además se realizó entrevistas a personeros de diferentes medios de comunicación social (prensa, radio y televisión) del cantón Ambato, donde los estudiantes realizan pasantías y prácticas pre profesionales, y varios espacios de los medios de comunicación son ocupados por los profesionales formados en la Facultad, y se aplicó entrevistas en 29 medios de comunicación (25 radiales, 1 televisora, y 1

medio escrito) de la ciudad de Ambato, de donde se fundamenta la propuesta que se presenta.

Determinando que en la Carrera de Comunicación Social desde el año de 1997 se han desarrollado trabajos de investigación, para conseguir el título de tercer nivel, es por eso que se analizó 185 trabajos que tienen diferentes áreas temáticas y diversas propuestas, en estos se verifica que las temáticas de investigación consideran un sujeto de investigación, dependiendo de la metodología o trabajo que se desea realizar los trabajos de grado no contaron con una alternativa para contrarrestar la problemática investigada.

La mayoría trabajos de investigación realizados fueron enfocados a los medios de comunicación radial, pero de manera parcial han beneficiado y dado respuesta a las necesidades de la comunidad donde se vincula la Universidad, debido a que los trabajos de grado no tienen relación con la alternativa planteada, las que no fueron aplicadas en la sociedad y se quedaron documentos de prerrequisito para la obtención del título de grado de tercer nivel.

En lo referencia a los lugares donde se realizaron trabajos de investigación, se determinó que la mayoría fue desarrollado en empresas privadas y mediante la modalidad de monografías, y en ciertas situaciones fueron trabajadas estas monografías de forma grupal. Estos trabajos de investigación realizados por los estudiantes de la carrera de comunicación social para obtener el título de tercer nivel, han servido para obtener el título y no han satisfecho las necesidades comunicacionales de la comunidad.

Otro aspecto relevante que se determinó es la necesidad de los medios de comunicación (prensa, radio y televisión) de la ciudad de Ambato, en incluir aspectos investigativos y estudios generales y específicos para *“mejorar su calidad”* en su labor de comunicar también, y poder manejada la información con calidad, objetividad, y credibilidad.

En tanto que la Carrera de Comunicación Social, no potencializado la investigación en el fortalecimiento institucional, ni en el desarrollo de proyectos de comunicación social en beneficio directo de la Universidad y la Comunidad, es así que la comunidad se ha vinculado en 1 de cada 3 trabajos de investigación realizados, que específicamente han sido desarrollados en el área de la radio debido a que los estudiantes de la carrera de realizan sus pasantías.

Es así que los medios de comunicación no han desarrollado con la UTA, ningún tipo de trabajo conjunto en lo referente a la comunicación investigativa, y de igual manera los medios no se han involucrado en emprendimientos conjuntos y coordinados con la Carrera de Comunicación Social.

Además se debe considerar que la participación ciudadana permite la adecuación de las respuestas desde lo público a las necesidades y demandas de los ciudadanos respecto a lo comunicacional. Conocer las necesidades de la comunidad permite anticiparse a ciertas demandas ciudadanas antes de que éstas cristalicen en reivindicaciones que pueden producir respuestas apresuradas, escasamente planificadas y probablemente más costosas económicamente.

Cabe mencionar que la participación profundiza en la democracia y facilita la articulación social. Se trata de asumir que la fragmentación y dialéctica social pueden posibilitar el cambio si se abordan desde de un planteamiento complejo y dinámico de las relaciones sociales y la construcción colectiva de propuestas innovadoras.

La comunidad desde que se introduce con la investigación comunicacional analiza las perspectivas de los diferentes actores sociales (mayoría silenciosa, sectores de base, minorías activas, agentes económicos e instituciones) en el ámbito de la planificación y la intervención y permite orientar y gestionar de forma complementaria aquellos procesos planificadores que han identificado claramente los intereses de los ciudadanos.

El trabajo comunitario y multidisciplinario en su desarrollo debería crear nuevas formas metodológicas y técnicas para la obtención y realización de un proyecto dentro de lo que son los aspectos comunicacionales, la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales no cuenta con un **Centro de Investigación**, el cual permitiría el desarrollo integral en investigación de los estudiantes, sino también a la comunidad que necesita participar ya sea de manera directa o indirecta en propuestas comunicacionales referente a aspectos que giran en torno a la sociedad; éstos nacen de las formas de integración e intercambio gremial.

Mediante un análisis realizado en la misma facultad, se ha comprobado que los trabajos de investigación realizados en la carrera de comunicación social no cumplen los parámetros investigativos establecidos, cabe mencionar que no presentan una propuesta que pueda satisfacer las necesidades de la comunidad, los temas de estos trabajos son superficiales y tienen un mismo parámetro que son realizados en medios radiales.

6.3 Justificación

La trayectoria de la investigación comunicacional latinoamericana en los últimos años no puede entenderse sin su contexto de transformaciones sociales, de escenarios internacionales y nacionales, y de las atmósferas de la temática comunicacional. En ellas se sitúan los movimientos, los conflictos y contradicciones del pensamiento en entre lo que es la relevancia y las líneas de investigación; esto ha significado malos tiempos para la prospectiva, pero quizá por ello sea aún más necesaria. Pues nos obliga a romper la tramposa esencia del presente continuo a que nos condena a investigaciones superficiales e investigaciones incoherentes, exigiéndonos un mínimo horizonte de futuro desde el que comprender los procesos investigativo en la UTA enfocado al a la carrera de Comunicación social.

En la era de la comunicación investigativa la integración de los países latinoamericanos implica su inevitable integración a la pura y dura lógica de la

investigación. La formación de las investigaciones fusionadas con la investigación ha hecho que las mediaciones maticen a la aportación de las investigaciones que tiene como objetivo una mirada comunicacional, fascinada por las maravillas tecnológicas.

Las autoridades de la UTA y las políticas estudiantiles no apoyan a la realización de proyectos de investigaciones comunicacionales, referentes a la comunicación social, una de las excusas es la falta de recursos económicos, específicamente destinados al patrocinio de investigaciones protagonizados por los estudiantes.

Cabe mencionar que el Gobierno ecuatoriano destina un porcentaje a las universidades estatales, pero cuyo financiamiento no cubre las necesidades estudiantiles especialmente las investigaciones sociales.

El sistema educativo de la UTA ha hecho que las autoridades promulguen desconfianza en los estudiantes y es por eso que no existe patrocinio, no solo en proyectos de investigación, si no en otras alternativas estudiantiles.

Los estudios de temáticas comunicacional no son prioridad en el desarrollo investigativo de la UTA, cabe mencionar que existe mala distribución de los recursos económicos, solo se apoya a infraestructura de la universidad y no al desarrollo intelectual

Por esta razón, y ante la falta de interés en los conocimientos sociales en el interior de la UTA, ya que no se ha desarrollado análisis socio cultural y los procesos comunicativos de la actividad de educar en proyectos de investigación.

La educación de la UTA y las investigaciones tipo de comunicacionales hacen referencia a la falta misma de conocimientos: históricos, clases sociales, educación y social y económica de los sectores oficial y privado de la educación universitaria y la formación de una cultura investigativa.

El investigador comunicacional debe conocer y tomar en cuenta la existencia de un conjunto de conocimientos culturales ya acumulados, producto de un largo proceso

de avances y retrocesos en el cual han intervenido otros investigadores dentro de una tradición cultural en la cual se encuentran teorizaciones, propuestas metodológicas y resultados con mayores o menores niveles de confirmación.

La investigación comunicacional, como práctica científica no tiene relevancia en ciertas temáticas por lo tanto la información que se obtiene se la maneja de manera superficial. En todo caso, el punto de partida de tal camino comienza con la temática del investigador en los primeros antecedentes de un determinado paradigma los mismos que no permiten obtener investigaciones concretas que vienen hacer explícitamente en una o más teorías centrales, como también múltiples en un sistema metodológico de reglas y de técnicas de investigación que la persona que ha elegido el camino de la investigación debe conocer y saber en qué momentos aplicarlas.

Las líneas de investigación con la comunicación social encierra teorías básicas las mismas que fundamentan un verdadero de la identificación investigativa temática y relevante en todos los aspectos informativos, desarrollo científico, técnico y tecnológico sino hacer del conocimiento y de la cultura, ejes de calidad y desarrollo. - BRIONES, 1996-

La investigación fomenta procesos de formación en la comunicación social hace coherentes los campos de conocimiento teóricos y sus campos específicos de prácticas, contribuyen a identificar problemas comunicativos y a encontrar o crear soluciones a partir de procesos de investigación comunicacional.

Se asume la comunicación como intercambio de sentidos, como las interacciones y transacciones humanas que permiten la puesta en común y la comprensión a través de lenguajes y que de este modo contribuyen a la construcción de la cultura y de una investigación.

El desarrollo de procesos comunicacionales dirigidos al ser humano y sus comunidades de modo persuasivo y sugestivo, para la venta de productos y servicios en una sociedad nos lleva a involucrarnos tanto como estudiantes como grupo civil.

Por medio de este objetivo del programa lo constituye la formación integral de hombres y mujeres competentes en la solución de problemas de comunicación e investigativo, con mentalidad empresarial y espíritu investigativo, capaces de intervenir los procesos culturales y contribuir al desarrollo del país y de la profesión a través del fomento de la cultura investigativa desarrollada mediante la enseñanza libre y en un ambiente de excelencia académica y responsabilidad social, guiados además, por el lema institucional de *ciencia y libertad*.

6.4 Objetivos

6.3.1 General

Implementar el centro de investigación y gestión comunicacional de la carrera de comunicación social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, para que den respuesta a las necesidades de la comunidad y aporta a proceso de desarrollo local.

6.3.2 Específicos

- a. Fomentar los procesos de información a nivel de la UTA y la serie de marcos de metodologías para investigar el punto la comunicación, y examinar la gama entre temática, coherencia y relevancia
- b. Adecuar espacios, para crear proyectos de investigación comunicacional.
- c. Formular investigaciones fusionadas con la comunicación mediante temáticas que tienen como objetivo una mirada comunicacional investigativa.

6.5 Análisis de factibilidad

El Gobierno Nacional al proponer su Plan Plurianual los “*Objetivos del Desarrollo Humano del Ecuador*”, considera a la ciencia y tecnología como una política

necesaria en la búsqueda de soluciones a relevantes problemas nacionales y sociales y siendo implícita su importancia en todas las metas, sin embargo sus políticas en este campo se proyectan a una mayor incidencia.

La ciencia y la tecnología deberán estar al servicio del desarrollo humano, ya que no se puede entenderse por desarrollo, si no cuando la sociedad tenga acceso al bienestar, entendido como calidad de vida y oportunidades.

La implementación del centro de investigación y gestión comunicacional en la facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales se fundamenta legalmente en la Constitución del Ecuador e igualmente en la ley del CONESUP.

Sobre la Comunicación e información en la Constitución del Ecuador

En base a la Constitución de la República del Ecuador de años 2009, en el Título II referente a Derechos, en el Capítulo Segundo de los Derechos del buen vivir, en la Sección tercera de la **Comunicación e Información**, se señala en los artículos:

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

- 1.** Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
- 2.** El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
- 3.** La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
- 4.** El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

4. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación, en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

En el **Título VII del Régimen del buen vivir**, en el Capítulo primero, en la **Sección séptima** sobre la **Comunicación social**, se apunta en los siguientes artículos:

Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de

la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.

En el **Título V Organización territorial del estado**, en el Capítulo **cuarto** del **Régimen de competencias**, se anota en los siguientes artículos:

Art. 262.- Los gobiernos regionales autónomos tendrán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las otras que determine la ley que regule el sistema nacional de competencias:

5.- Determinar las políticas de investigación e innovación del conocimiento, desarrollo y transferencia de tecnologías, necesarias para el desarrollo regional, en el marco de la planificación nacional.

En el **Título VII régimen del buen vivir**, en el Capítulo **primer** de la **Inclusión y equidad**, en la **Sección primera** sobre Educación, se indica en los artículos:

Art. 350.- El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.

Art. 357.- El Estado garantizará el financiamiento de las instituciones públicas de educación superior. Las universidades y escuelas politécnicas públicas podrán crear fuentes complementarias de ingresos para mejorar su capacidad académica, invertir en la investigación y en el otorgamiento de becas y créditos, que no implicarán costo o gravamen alguno para quienes estudian en el tercer nivel. La distribución de estos recursos deberá basarse fundamentalmente en la calidad y otros criterios definidos en la ley.

La ley regulará los servicios de asesoría técnica, consultoría y aquellos que involucren fuentes alternativas de ingresos para las universidades y escuelas politécnicas, públicas y particulares.

En el Capítulo **primer** de la **Inclusión y equidad**, en la **Sección octava** sobre **Ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales**, se indica en los artículos:

Art. 386.- El sistema comprenderá programas, políticas, recursos, acciones, e incorporará a instituciones del Estado, universidades y escuelas politécnicas, institutos de investigación públicos y particulares, empresas públicas y privadas, organismos no gubernamentales y personas naturales o jurídicas, en tanto realizan actividades de investigación, desarrollo tecnológico, innovación y aquellas ligadas a los saberes ancestrales.

El Estado, a través del organismo competente, coordinará el sistema, establecerá los objetivos y políticas, de conformidad con el Plan Nacional de Desarrollo, con la participación de los actores que lo conforman.

Art. 387.- Será responsabilidad del Estado:

1. Facilitar e impulsar la incorporación a la sociedad del conocimiento para alcanzar los objetivos del régimen de desarrollo.
2. Promover la generación y producción de conocimiento, fomentar la investigación científica y tecnológica, y potenciar los saberes ancestrales, para así contribuir a la realización del buen vivir, al sumak kawsay.⁴⁸
3. Asegurar la difusión y el acceso a los conocimientos científicos y tecnológicos, el usufructo de sus descubrimientos y hallazgos en el marco de lo establecido en la Constitución y la Ley.

⁴⁸ **Sumak kawsay:** Buenas causas

4. Garantizar la libertad de creación e investigación en el marco del respeto a la ética, la naturaleza, el ambiente, y el rescate de los conocimientos ancestrales.

5. Reconocer la condición de investigador de acuerdo con la Ley.

Art. 388.- El Estado destinará los recursos necesarios para la investigación científica, el desarrollo tecnológico, la innovación, la formación científica, la recuperación y desarrollo de saberes ancestrales y la difusión del conocimiento. Un porcentaje de estos recursos se destinará a financiar proyectos mediante fondos concursables. Las organizaciones que reciban fondos públicos estarán sujetas a la rendición de cuentas y al control estatal respectivo.

Política investigación del CONESUP⁴⁹

En la ley de educación superior del CONESUP, basada en el Reglamento del sistema para investigación, de los de los Programas y Proyectos de Investigación.

Capítulo II de los tipos de la propuesta

Art. 10.- Las Instituciones Proponentes tendrán acceso al financiamiento de propuestas inmersas en las categorías siguientes:

a) Programas o proyectos de investigación básica, que consisten en trabajos teóricos con apoyo experimental que se emprenden fundamentalmente para obtener nuevos conocimientos acerca de los fundamentos de fenómenos y hechos observables, sin pensar en darles ninguna aplicación o utilización determinada. Analiza propiedades, estructuras y relaciones y, formula hipótesis, teorías y leyes;

b) Programas o proyectos de desarrollo tecnológico experimental, que consisten en trabajos sistemáticos basados en los conocimientos existentes, derivados de la investigación y/o la experiencia práctica, dirigidos a la producción de nuevos materiales, productos o dispositivos, al establecimiento de nuevos procesos, sistemas

⁴⁹ CONESUP: Consejo Nacional de Escuelas Superiores, Universidades y Politécnicas

y servicios, o la mejora sustancial de los existentes, que incidan en el desarrollo tecnológico, agregando al haber técnico y al método científico un posible beneficio económico; y,

c) Programas o proyectos de investigación social, implementados por equipos de investigadores de carácter interdisciplinario e interinstitucionales, que den soluciones a problemáticas amplias detectadas en los diferentes sectores de la realidad social, como los “observatorios” sobre indicadores macro y micro económicos, con base al análisis estadístico, sobre empleo, mercados laborales y profesionales, estructuras agrarias, sistemas y producción de cultivos, conflictividad socio-política, violencia urbana, etc., que permitan generar innovaciones en los sectores, social, industrial y empresarial.

Capítulo III de los recursos humanos inmersos en la propuesta

Art. 11.- Los programas y proyectos deberán disponer de una estructura de recursos humanos que integran las siguientes calificaciones:

a) El grupo de investigadores que cubre auto sostenidamente la ejecución de una investigación con la disposición de adecuada infraestructura física y el directo acceso a las fuentes de consulta bibliográfica, constituye la masa crítica de un campo específico de investigación;

b) Actuará de director del programa o proyecto de investigación, el profesor que ha demostrado su capacidad para dirigir la ejecución de los trabajos de investigación respaldado por la experiencia mínima de cinco años y la publicación de los resultados de mínimo cuatro trabajos de investigación en revistas de prestigio científico;

c) Son investigadores científicos los profesores que con su directa participación en la investigación han demostrado suficiente solvencia mediante la publicación de los resultados de por lo menos tres de sus investigaciones en revistas de prestigio científico.

Art. 12.- Los investigadores de los programas o proyectos se clasifican en:

- a) Investigadores principales quienes acrediten la publicación en revistas de prestigio científico, de dos a tres contribuciones;
- b) Investigadores asistentes quienes hayan efectuado una o dos publicaciones en revistas de prestigio científico;
- c) Investigadores asesores científicos, profesionales reconocidos en el ámbito nacional e internacional por sus contribuciones al progreso de la ciencia expresadas en publicaciones y otras formas de contribución a la investigación científica; y,
- d) El personal técnico que estará integrado por expertos en la realización de actividades técnicas cotidianas así como el personal de apoyo administrativo y de servicios.

Capítulo VI de la revisión y evaluación de perfiles

Art. 18.- Los Perfiles presentados dentro del plazo previsto, serán objeto de revisión, evaluación y calificación, de acuerdo con los requisitos siguientes:

- a) Que las universidades y escuelas politécnicas proponentes se encuentren contempladas en el Art. 1 y 81 de la Ley de Educación Superior y el Art. 3 del presente Reglamento;
- b) Que el tema se enmarque dentro de las líneas y áreas de investigación establecidas por el Sistema;
- c) Que la investigación a efectuarse sustente pertinencia, originalidad y relevancia;
- d) Que exista coherencia en la propuesta;
- e) Que los Indicadores de objetivos sean claros y cuantificables;

f) Que los montos y plazos establecidos se ubiquen en los señalados en la convocatoria;

g) Que, incluyan un mínimo del 20% de coparticipación y, un mínimo del 5% de cofinanciamiento sobre el valor del programa o proyecto a ejecutar. Se entenderá por coparticipación y cofinanciamiento, respectivamente, a los recursos humanos, de apoyo en equipos, bienes de cualquier naturaleza y, financieros, aportados por las universidades y escuelas politécnicas y demás instituciones, que son necesarios para implementar la investigación y, desarrollar el programa o proyecto;

h) Que se demuestre alto nivel y, experiencia apropiada al programa o proyecto, comprobada con logros anteriores alcanzados por el grupo investigador, en temáticas similares;

i) Que la presentación de perfiles, programas o proyectos estén de acuerdo con las especificaciones establecidas en la convocatoria;

j) Que la información presentada no contenga tachones o enmiendas no salvadas y, se circunscriba a la verdad sin presentar como propias la consignada en otros programas o proyectos;

k) Que la aprobación del programa o proyecto de investigación pueda ser sujeta de una evaluación económica para determinar su viabilidad;

l) Que los documentos y la información solicitada en las Bases - Términos de Referencia sean originales, copias certificadas o notariadas, y;

m) Que se presenten las propuestas en el plazo, lugar, fecha y hora establecidos en la convocatoria.

Desde la perspectiva social se ha realizado un diagnóstico autocrítico de la realidad de los trabajos de investigación realizados por los estudiantes de comunicación social, parece evidente que las instituciones locales y los movimientos sociales disponen hoy

por hoy de un escaso margen de maniobra para *transformar el mundo*, pero dicho esto, vale la pena reflexionar sobre las ventajas de la participación investigativa y la necesidad de políticas públicas que la refuercen y promuevan.

El centro de investigación beneficiaría a la sociedad permitiendo alcanzar u obtener el mayor consenso posible, público-privado-ciudadano, a través de distintos procesos abiertos de consulta y debate, ya sea dentro de la temática comunicacional e investigativa, ya que 49,2% de los trabajos de investigación no han considerado un sujeto de investigación, las cuales corresponde el 47,6% a empresas privadas, a los cuales los trabajos de grado en un 51,4% han presentado una propuesta o alternativa la misma que pueda resolver la problemática, mientras que el 48,6 % no han presentado ningún tipo de propuesta y no han potencializado en un 47,57% el desarrollo de la comunidad.

Las metodologías en investigación comunicacional participativa, como herramientas complementarias del trabajo profesional en el ámbito micro-local, como un barrio, distrito o municipio, pueden contribuir a alcanzar el “objetivo último” de integración comunitaria y cohesión social.

En el aspecto económico se debe mencionar los aspectos socioeconómicos, que permiten dimensionar los desafíos que el país debe asumir para lograr un sistema sostenido de largo plazo, que permite reducir la pobreza y la desigualdad.

Las últimas propuestas de proyectos de investigación e innovación establecen pocos organismos ejecutores y que además no cubren el aspecto nacional. El sector privado ecuatoriano mantiene un escepticismo y resistencia hacia los centros de investigación y universidades, que ha demás tal vez por esa falta de dinámica cooperativa también mantienen una débil estructura y capacidad innovadora. A esto suma una falta de incentivos tributarios a los procesos de investigación e innovación. Por lo tanto es claro evidente la necesidad de generar un país de innovadores y establecer incentivos creativos, sean tributarios o de otro perfil, para impulsar el proceso.

6.6 Fundamentación Técnica

En el plano crítico propositivo, ningún cuerpo teórico abarca en sí mismo todos los puntos de vista que son pertinentes respecto a un conjunto de fenómenos investigativos comunicacionales. Así pues, en el plano teórico, el constructivismo se sitúa en un plano interdisciplinar. Los diferentes enfoques sobre el ser humano, las teorías psicológicas, biológicas, sociológicas, antropológicas, entre otras., aun siendo irreductibles entre sí, son complementarias. Y, dentro de cada uno de los encuadres posibles, ha de mantenerse este mismo respeto mutuo entre las diferentes aportaciones de cada universidad, porque cualquier conocimiento sobre el hombre sigue siendo una construcción mental, individual o colectiva, realizada desde una perspectiva peculiar.

La evaluación crítico propositiva y constructivista, permite analizar en los procesos de desarrollo el potencial que no se discute, pero aún sigue en permanente proceso de comunicación.

La investigación, con los enfoques propositivos han permitido que las líneas y temáticas de investigación que dan respuestas coherentes y relevantes y que contribuyen a proceso de desarrollo local , en la actualidad se han convertido en una fuente de conocimientos y directrices, en las diversas actividades e instituciones de las sociedades modernas porque indica el grado de eficiencia o deficiencia de los programas de investigación, en los cuales se determinará las líneas de investigación que se manejan como eje, tema o problema conductor de las actividades de investigación comunicacional de un grupo o unidad investigativa, hacia el logro de un fin u objetivo superior para el desarrollo de las necesidades de la comunidad.

Las líneas de investigación comunicacional obligan a romper la tramposa esencia del presente continuo a que nos condena a investigaciones superficiales e investigaciones incoherentes, exigiéndonos un mínimo horizonte de futuro desde el que comprender los procesos investigativo en la UTA enfocado a la carrera de Comunicación social.

Las temáticas de investigación en la comunidad presentan condiciones de producción de la comunicación dentro de las necesidades de la comunidad, ya que deben ser satisfechas una vez que se identifica los paradigmas, modelos, instrumentos, temáticas que circulan en determinado campo de investigación, conjugan las variables comunicacionales constituyen en mecanismos organizativos de distribución de recursos y poder dentro de una comunidad investigativa.

El contexto social y comunicacional residen las variables tanto de la comunicación como la investigación que inciden sobre la producción científica del grupo de investigadores, con particular interés por los modos de inserción a la comunicación dentro del país.

Las temáticas presentan inferencias sobre el estado de la investigación de la comunicación en el Ecuador lo que evidentemente guarda estrechas relaciones con las investigaciones que tengan otra temática, pero justamente se trata de explicitar algunas de esas relaciones.

La investigación referente a las temáticas, sistematizan estudios sobre la comunicación. En el campo investigativo de la comunicación las críticas de las que esta base puede ser objeto, de sus limitaciones o sesgos, de sus imprecisiones conceptuales y limitaciones, por las temáticas que se manejen ya sean constructivas o pragmáticas.

Las líneas de investigación comunicacional emplean como recurso explicativo varias temáticas para la comprensión de los investigadores, la constitución de identidades políticas o la producción de comunicación social, involucrando a la sociedad y a los agentes investigativos.

6.7.-Metodología o Plan de Acción Modelo Operativo

El Centro de Investigación de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales se dividirá en áreas o departamentos de investigación, según se vaya desarrollando en lo

comunicacional. Esta división se realiza en base a su funcionalidad, debido a que las áreas y los departamentos son consecuencia de la agrupación de tareas y objetivos afines con el desarrollo de la investigación comunicacional. De esta manera, los integrantes del Centro de Investigación se agrupan según el tipo de trabajo a realizar; el esquema de trabajo trata de organizar de manera sencilla la metodología comunicacional.

La organización será acorde a las características del Centro de Investigación, a los objetivos que se traza y al equipo de personas que lo conforman. El Centro de Investigación tendrá algunas de las siguientes áreas o departamentos, que se encontrarán bajo la responsabilidad del talento humano, las áreas serán:

- Implementación del centro
- Dirección, coordinación y representación del Centro de Investigación Comunicacional.
- Temáticas comunicacionales.
- Técnica y procesos de comunicación.
- Formación del talento humano.
- Gestión de proyectos conexos: educación popular, desarrollo social, emprendimientos juveniles y comunitarios, productivos, culturales, entre otros.

La implementación del centro de investigación y gestión comunicacional, permitiría la socialización de la investigación comunicacional en el sistema metodológico de reglas y de técnicas de investigación que la comunidad ha elegido en el camino de la investigación para, conocer y saber en qué momentos aplicarlas.

La dirección, coordinación y representación del Centro de Investigación Comunicacional, existirá un interés en los conocimientos sociales en el interior de la UTA, ya que no se ha desarrollado análisis socio cultural y los procesos comunicativos de la actividad de educar en proyectos de investigación.

Las temáticas comunicacionales, trabajarán con las teorías de la comunicación para definir a la investigación comunicacional, varios autores lo conceptualizan a su manera y es por eso que no existe una verdadera investigación que propone crear conocimiento sobre un cierto aspecto objeto de la realidad social.

Técnica y procesos de comunicación, la educación de la UTA y las investigaciones de tipo comunicacionales hacen referencia a los conocimientos: históricos, clases sociales, educación y social y económica de los sectores oficial y privado de la educación universitaria y la formación de una cultura investigativa.

Formación del talento humano, el investigador comunicacional deberá tomar en cuenta la existencia de un conjunto de conocimientos culturales ya acumulados, producto de un largo proceso de avances y retrocesos en el cual han intervenido otros investigadores dentro de una tradición cultural en la cual se encuentran teorizaciones, propuestas metodológicas y resultados con mayores o menores niveles de confirmación.

Gestión de proyectos conexos: educación popular, desarrollo social, emprendimientos juveniles y comunitarios, productivos, culturales, entre otros., la investigación comunicacional, como práctica científica debe tener relevancia en ciertas temáticas para que la información que se obtiene se la maneja de manera superficial. En todo caso, el punto de partida de tal camino comienza con la temática del investigador en los primeros antecedentes de un determinado paradigma los mismos que no permiten obtener investigaciones concretas que vienen hacer explícitamente en una o más teorías centrales, como también múltiples en un sistema metodológico de reglas y de técnicas de investigación que la persona que ha elegido el camino de la investigación debe conocer y saber en qué momentos aplicarlas.

A la investigación comunicacional corresponden estudios evolutivos sobre la práctica pedagógica y estudios comparativos alrededor de la efectividad de la enseñanza: estudios sobre currículo, sobre evaluación del aprendizaje, el manejo de grupos focales, la motivación hacia los saberes resultantes del trabajo en el Centro de

Investigación, los estilos de enseñanza, intervenciones para elevar la comprensión de lectura o para optimizar el aprendizaje, objetos inherentes a la pedagogía, indagados con intencionalidad pedagógica, bien sea de conocimiento o bien de mejoramiento.

Los estudios propios de la pedagogía de la investigación experimental y del desarrollo de la comunicación y validación de materiales didácticos prototípicos. Estos objetos interesan a los pedagogos, a los sociólogos de la enseñanza, a los psicólogos educativos y su observación, explicación, comprensión, experimentación y desarrollo suelen ser practicados más en el interior de la profesión.

6.8.- Administración

6.8.1 Organigrama

Las autoridades de la UTA y las políticas estudiantiles deben apoyar a la realización de proyectos de investigaciones comunicacionales, referentes a la comunicación social, cabe mencionar que el Gobierno Nacional destina un porcentaje a las universidades estatales para la realización de propuestas comunicacionales, específicamente destinados al patrocinio de investigaciones protagonizados por los estudiantes.

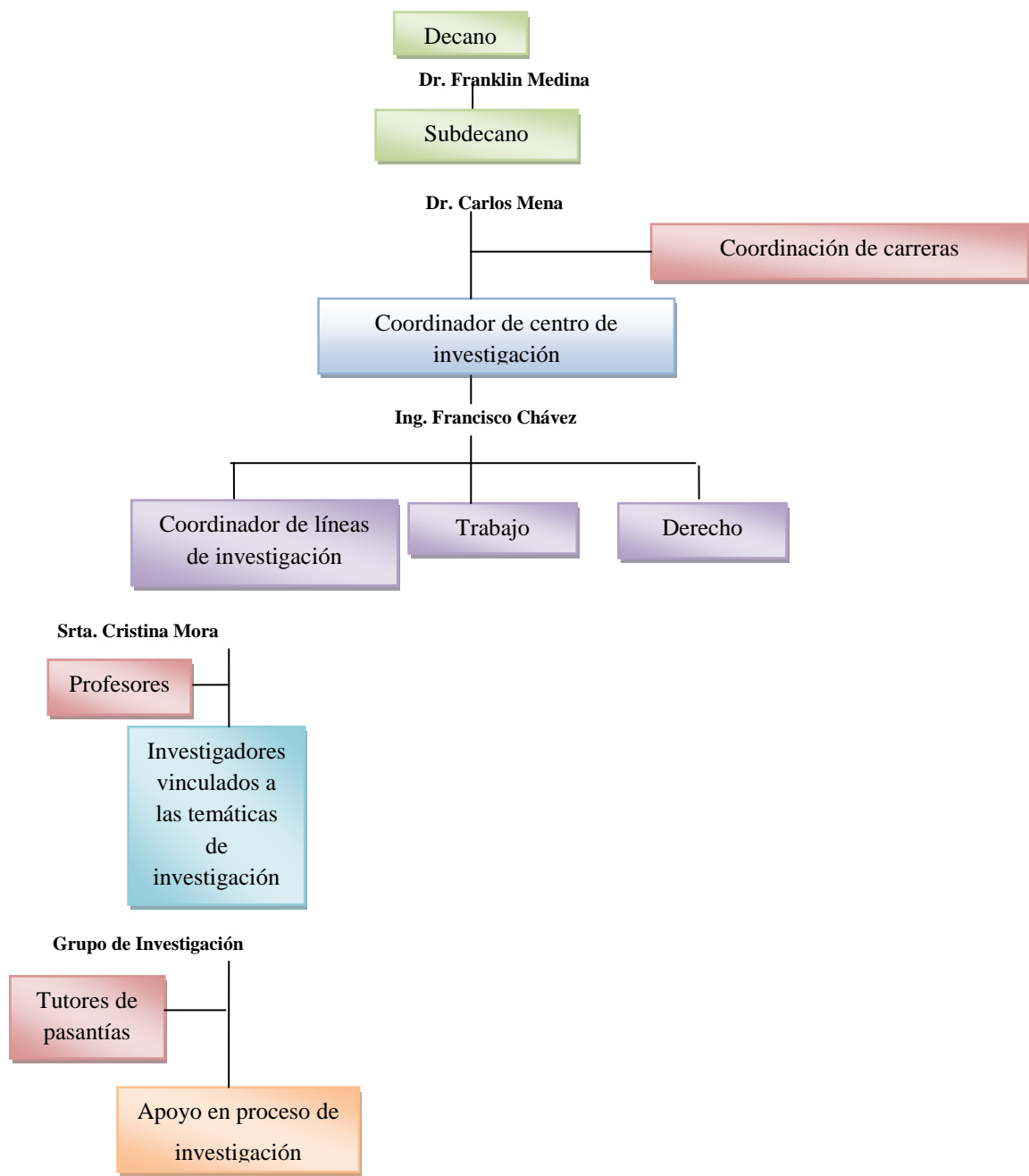


Gráfico No.: 31

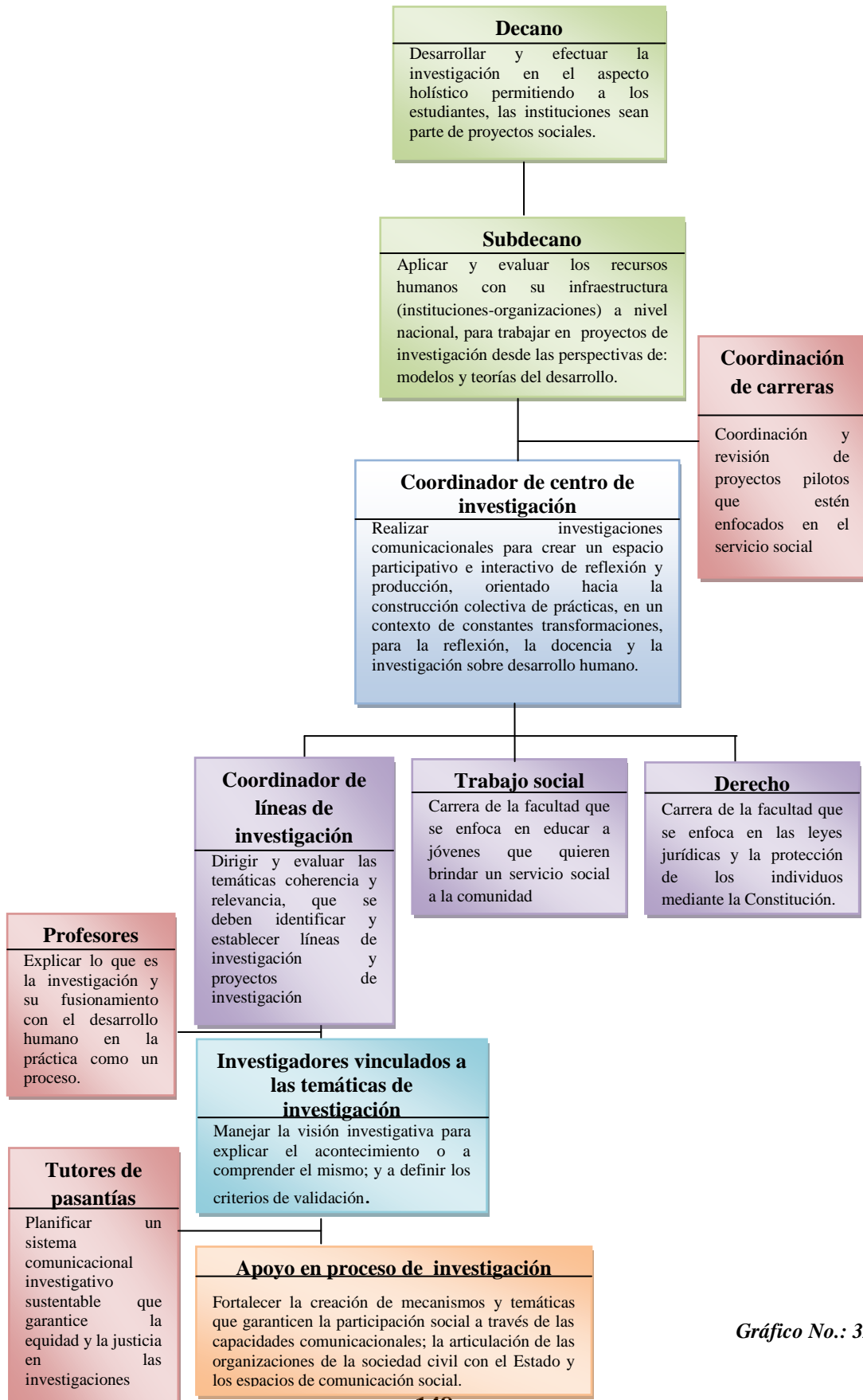


Gráfico No.: 32

6.8.2. Recursos

Talento Humano

- a.** Comunicador Social.
- b.** Asesoría en Investigación.
- c.** Técnico de investigación.
- d.** Equipo técnico en investigación.

Equipo tecnológico

- a.** Equipo de cómputo.
- b.** Impresora.
- c.** Cámara digital.
- d.** Proyector de imágenes.

Materiales de oficina

- a.** Papelería.
- b.** Materiales de oficina.

Medios de comunicación e información

- a.** Teléfono móvil y convencional.
- b.** Servicio de internet.

Movilización – transporte

- a.** Transporte público y privado.

6.8.3. Presupuesto

| ítem | Detalle | Unidad medida | Cantidad | Costo unitario (USD) | Meses | Monto (USD) |
|--|-------------------------------------|---------------|----------|----------------------|--------------|-------------------|
| A. | Inversión re querida | | | | | |
| 1 | Equipo de cómputo de escritorio | No. | 2 | 850,00 | 12 | 1.700,00 |
| 2 | Equipo portatil | No. | 2 | 1250,00 | 12 | 2.500,00 |
| 3 | Impresora | No. | 1 | 750,00 | 12 | 750,00 |
| 4 | Camara | No. | 1 | 650,00 | 12 | 650,00 |
| 5 | Proyector de imágenes (3500 líneas) | No. | 1 | 1300,00 | 12 | 1.300,00 |
| Subtotal A. | | | | | USD | 6.900,00 |
| B. | Gastos Administrativos | | | | | |
| 8 | Comunicador Social | No. | 1 | 780,00 | 12 | 9.360,00 |
| 9 | Asesoría en Investigación | Horas /mes | 3 | 5,76 | 12 | 207,36 |
| 10 | Técnico de investigación. | No. | 1 | 800,00 | 12 | 9.600,00 |
| 11 | Equipo técnico en investigación. | Horas /mes | 10 | 5,76 | 12 | 691,20 |
| Subtotal B. | | | | | USD | 19.858,56 |
| C. | Gastos Operativos | | | | | |
| 12 | Pago de servicios básicos | mes | 1 | 30,00 | 12 | 360,00 |
| 13 | Papeleria | mes | 1 | 45,00 | 12 | 540,00 |
| 14 | Material de oficina | mes | 1 | 65,00 | 12 | 780,00 |
| 15 | Reproducción de documentos | mes | 1 | 150,00 | 12 | 1.800,00 |
| 16 | Publicación de documentos | documento | 4 | 850,00 | 12 | 40.800,00 |
| 17 | Transportes | No/mes | 16 | 6,00 | 12 | 1.152,00 |
| 18 | Mantenimiento de equipos | mes | 1 | 5,76 | 1 | 5,76 |
| Subtotal C. | | | | | USD | 45.437,76 |
| Suma subtotal A+B+C | | | | | USD | 72.196,32 |
| Imprevistos (en base de inflación anual) | | | | | 6,20% | 4.484,74 |
| Suma total | | | | | USD | 122.118,82 |
| Son: Ciento veinte y dos mil ciento diez y ocho con ochenta con 82/100 dólares de los Estados Unidos de América | | | | | | |

6.8.4. Aportes de los vinculados en el proyecto

| ítem | Detalle | Unidad medida | Cantidad | Costo unitario (USD) | Meses | Monto (USD) | Instituciones aportantes | |
|--|-------------------------------------|---------------|----------|----------------------|--------------|-------------------|--------------------------|------------------|
| | | | | | | | SENPLADES | UTA |
| A. | Inversión requerida | | | | | | | |
| 1 | Equipo de cómputo de escritorio | No. | 2 | 850,00 | 12 | 1.700,00 | 0,00 | 1.700,00 |
| 2 | Equipo portátil | No. | 2 | 1250,00 | 12 | 2.500,00 | 0,00 | 2.500,00 |
| 3 | Impresora | No. | 1 | 750,00 | 12 | 750,00 | 0,00 | 750,00 |
| 4 | Camara | No. | 1 | 650,00 | 12 | 650,00 | 0,00 | 650,00 |
| 5 | Proyector de imágenes (3500 líneas) | No. | 1 | 1300,00 | 12 | 1.300,00 | 0,00 | 1.300,00 |
| Subtotal A. | | | | | USD | 6.900,00 | 0,00 | 6.900,00 |
| B. | Gastos Administrativos | | | | | | | |
| 8 | Comunicador Social | No. | 1 | 780,00 | 12 | 9.360,00 | 9.360,00 | 0,00 |
| 9 | Asesoría en Investigación | Horas /mes | 3 | 5,76 | 12 | 207,36 | 207,36 | 0,00 |
| 10 | Técnico de investigación. | No. | 1 | 800,00 | 12 | 9.600,00 | 9.600,00 | 0,00 |
| 11 | Equipo técnico en investigación. | Horas /mes | 10 | 5,76 | 12 | 691,20 | 691,20 | 0,00 |
| Subtotal B. | | | | | USD | 19.858,56 | 19.858,56 | 0,00 |
| C. | Gastos Operativos | | | | | | | |
| 12 | Pago de servicios básicos | mes | 1 | 30,00 | 12 | 360,00 | 0,00 | 360,00 |
| 13 | Papelaría | mes | 1 | 45,00 | 12 | 540,00 | 0,00 | 540,00 |
| 14 | Material de oficina | mes | 1 | 65,00 | 12 | 780,00 | 0,00 | 780,00 |
| 15 | Reproducción de documentos | mes | 1 | 150,00 | 12 | 1.800,00 | 0,00 | 1.800,00 |
| 16 | Publicación de documentos | documento | 4 | 850,00 | 12 | 40.800,00 | 0,00 | 40.800,00 |
| 17 | Transportes | No/mes | 16 | 6,00 | 12 | 1.152,00 | 0,00 | 1.152,00 |
| 18 | Mantenimiento de equipos | mes | 1 | 5,76 | 1 | 5,76 | 0,00 | 5,76 |
| Subtotal C. | | | | | USD | 45.437,76 | 0,00 | 45.437,76 |
| Suma subtotal A+B+C | | | | | USD | 72.196,32 | 19.858,56 | 52.337,76 |
| Imprevistos (en base de inflación anual) | | | | | 6,20% | 4.484,74 | 1.231,23 | 3.244,94 |
| Suma total | | | | | USD | 122.118,82 | 21.089,79 | 55.582,70 |
| Aporte vinculadas a las partes del proyecto | | | | | | 100% | 17% | 46% |
| Son: Ciento veinte y dos mil ciento diez y ocho con ochenta con 82/100 dólares de los Estados Unidos de América | | | | | | | | |

6.8.5. Cronograma

| Ítem | Detalle/ Actividad | Unidad de Medida | Cantidad | Periodo en meses | | | | | | | | | | | | |
|------|---|------------------|----------|------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|--|
| | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| 1 | Evaluación inicial | Documento | 1 | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Planificación Operativa | Plan | 1 | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Implementación del centro | Actividad | 1 | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Dirección, coordinación | Plan | 1 | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Capacitación temáticas comunicacionales | Taller | 3 | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Monitoreo y supervisión | Monitoreo | 1 | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | Evaluación en procesos | Informe | 3 | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Gestión de proyectos | Proyecto | 10 | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | Elaboración de proyectos | Proyecto | 10 | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | Evaluación del proyecto | Evaluación | 1 | | | | | | | | | | | | | |

6.9.- Previsión de la evaluación

6.9.1. Monitoreo y supervisión

El monitoreo es el seguimiento que se realiza durante la ejecución de las actividades y subactividades, tanto en el diseño como durante el trabajo en campo, en función de lo planificado. Se considera como un proceso sistemático basado en indicadores jerarquizados y en comparaciones permanentes de los logros con los parámetros del plan operativo, el cual es la guía a lo largo de la ejecución de todas las actividades y subactividades del proyecto.

Como parte del monitoreo, se contempla no sólo conocer si la actividad se realiza con base en los parámetros establecidos, sino también se considera importante conocer el

efecto inmediato generado por las intervenciones del proyecto en el grupo de la población objetivo.

Es así que se plantea el monitoreo para la implementación del proyecto, tomando en cuenta el seguimiento a las actividades, para conocer su cumplimiento con base en lo programático, y también los efectos “inmediatos” que se van generando tanto en los beneficiarios intermedios como en los finales, en función a los objetivos y las metas establecidas.

El sistema de monitoreo de la propuesta del proyecto se desarrolla en varias instancias, enfatizando el proceso y el resultado de la implementación de la propuesta. Para tal efecto, se elaboran los indicadores de proceso pertinentes, teniendo en cuenta sus objetivos, así como la información producida por la línea base, para conocer el estado de evolución del proyecto.

6.9.2. Evaluación

La evaluación constituye una herramienta importante que permite conocer los resultados de las intervenciones de forma periódica, en función al tiempo de vida del proyecto, y el impacto de la intervención en los beneficiarios. En este caso, se toma en cuenta tanto la evaluación cuantitativa como la cualitativa, toda vez que ambas aproximaciones a una misma realidad generan una visión integral y complementaria, que proporciona mayor información para los operadores del proyecto y facilita la toma de decisiones.

El componente evaluativo, está compuesto por cuatro etapas que implican actividades continuas de recolección, sistematización y análisis de información para determinar los logros en los objetivos propuestos por todo proyecto, así como el impacto de la intervención en el tiempo.

Etapas 1: Evaluación inicial.

Para realizar la evaluación de resultados alcanzados en las diferentes fases del proyecto y de su sostenibilidad e impacto, es necesario tener información previa que dé cuenta del punto de partida para la intervención del proyecto.

Etapas 2: Evaluación de resultados de primera fase o etapa de ejecución

En esta etapa se consideran los resultados logrados en la primera fase de la ejecución del proyecto (generalmente al año de ejecución y al completar el ciclo de implementación base), retomando las lecciones aprendidas y los aprendizajes que lograron resultados acordes a las metas. A continuación, se presentan las principales características de esta etapa:

- **A quién:** A una muestra estadística de beneficiarios intermedios y finales que participaron en la ejecución de las actividades de la primera fase.
- **Cuándo:** El momento más adecuado es durante la ejecución de actividades, casi al finalizar los plazos de intervención en su primera fase.
- **Quién la recoge:** Generalmente se contratan a evaluadores externos.
- **Con qué:** Instrumentos de evaluación cualitativos y cuantitativos, dependiendo de las necesidades y orientaciones de los operadores del proyecto y de los indicadores propuestos.
- **Quién usa la información:** Generalmente es el área de monitoreo y evaluación, para realizar el análisis comparativo de los resultados en distintos momentos de toma de datos, o la persona que asumirá esta área dentro del proyecto y/o organización.

Etapas 3: Evaluación en proceso

También se le conoce como “evaluación del proceso”, y consta de evaluaciones periódicas. Los criterios para su realización dependen, por un lado, de los operadores

del proyecto (tanto a nivel programático como administrativo), y por dentro lado, de los requerimientos de sus auspiciadores/donantes.

Generalmente se plantean evaluaciones anuales o semestrales, luego de un tiempo prudencial en el que las actividades puedan generar resultados a mediano plazo en los beneficiarios del proyecto, pero también recoge información respecto a las características de la ejecución.

Etapas 4: Evaluación de impacto y permanencia de resultados

Generalmente, el impacto de un proyecto se refiere a qué tanto sus resultados han logrado cambios duraderos en la población de beneficiarios, luego del término de la intervención del proyecto. Esta evaluación proporciona información real de la utilidad alcanzada por el proyecto en cuanto a la permanencia de los resultados. A continuación, se presentan las principales características de este momento de evaluación:

- **A quién:** Beneficiarios finales.
- **Cuándo:** Un año después de terminada la intervención del proyecto.
- **Quién la recoge:** Se contrata el levantamiento de firmas expertas ad hoc.
- **Con qué:** Instrumentos de evaluación en función a los indicadores a evaluar.
- **Quién usa la información:** En particular, el área de monitoreo y evaluación para realizar el análisis comparativo de los resultados en distintos momentos de toma de datos.

Bibliografía

- AGUADO, J. 2004. Congreso Internacional “El Futuro de la Comunicación”; la experiencia como concepto observacional en la investigación sobre comunicación, cultura y globalización Sevilla España. 1p- 17p.
- ALONSO, P. 1999. Claves para la comprensión y el aprendizaje del concepto de coherencia discursiva; Coherencia y creatividad Newsweek Inc. Salamanca España 1p-15p.
- BLANK, C. 2001. La experiencia investigativa en el diseño de un modelo para la educación virtual en las Universidades de Venezuela y Bolivia La experiencia investigativa en el diseño de un modelo para la educación virtual; Caracas Venezuela Capítulo 5.
- BRIONES, G. 1996. Especialización en teoría; Métodos y técnicas de investigación social; Epistemología de las ciencias sociales ARFO Editores e Impresores Ltda. Bogotá Colombia Modulo 1.
- BRIONES, G. 1996. Especialización en teoría Métodos y técnicas de investigación social; Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales ARFO Editores e Impresores Ltda. Bogotá Colombia Módulo 3.
- DELGADO, H. 1996. Especialización en teoría Métodos y técnicas de investigación social; Estudios de localidades ARFO Editores e Impresores Ltda. Bogotá Colombia Módulo 5.
- FUENTES, R. 1992. "Un campo cargado de futuro", FELAFACS México.
- FUENTES, R. 1999. "La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI" Santa Fe Colombia.

GARCÍA, M. 2000. **Unidad de Investigación sobre Desarrollo Humano**
09/06/2008 www. UCLA.com

HOYOS, G. 1996. Especialización en teoría Métodos y técnicas de investigación social; La teoría de la acción comunicativa como nuevo paradigma de investigación social ARFO Editores e Impresores Ltda. Bogotá Colombia Módulo 2.

JAY, A. 1999. Comunicación Eficaz Editor Planeta Colombia Bogotá Colombia.

LASSWELL, H; DEWEY, J; SERRANO, M; et al. 1996 Revista académica de la federación Latinoamericana de facultades de comunicación social; La investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas Bogotá Colombia.

LOPEZ, A. 2004. La enciclopedia Salvat editores Madrid España Volúmenes 3-6-8-12-14.

PÉREZ, A. 1996. www.asis.org/Bulletin/Dec-97/Soergel.htm. La importancia de la "relevancia" en información".

RESTREPO, B. 1996. Especialización en teoría Métodos y técnicas de investigación social; Investigación en educación ARFO Editores e Impresores Ltda. Bogotá Colombia Módulo 7.

SANDOVAL, C. 1996. Especialización en teoría Métodos y técnicas de investigación social; Investigación cualitativa ARFO Editores e Impresores Ltda. Bogotá Colombia Modulo 4.

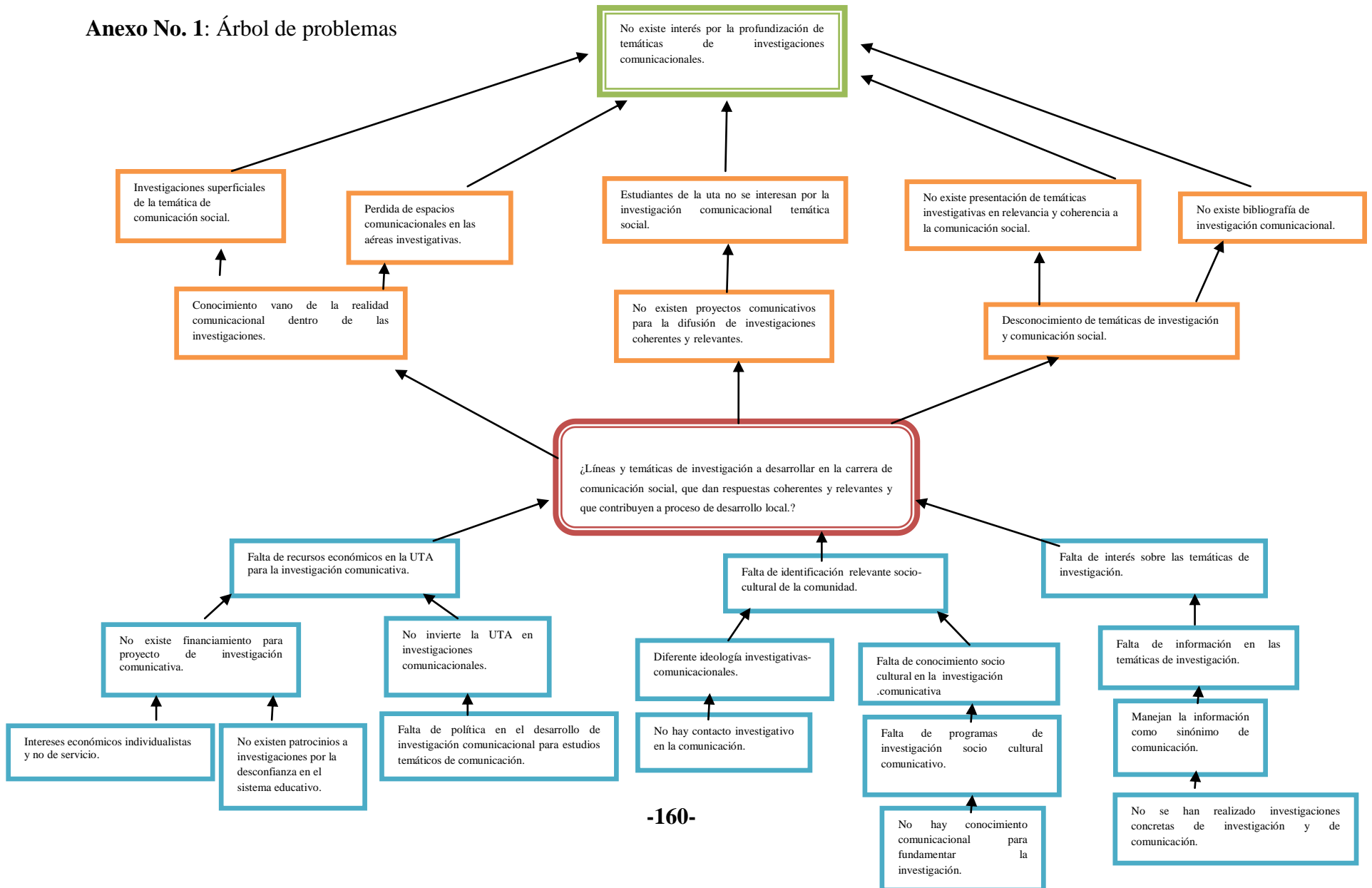
STALK, G. 1998. Estrategias de Crecimiento, Un nuevo enfoque Editor Planeta Colombia Bogotá Colombia.

VILLEGAS, L. 1996. Especialización en teoría Métodos y técnicas de investigación social; Investigación evaluativa ARFO Editores e Impresores Ltda. Bogotá Colombia Módulo 6.

WOLF, M. 1994. Los emisores de noticias en la investigación sobre comunicación Rosa M. Martín Sabarís Bolonia Italia.

ANEXOS

Anexo No. 1: Árbol de problemas



Anexo No. 2: Encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Tema: Líneas de investigación de la carrera de comunicación social, como respuesta para satisfacer las necesidades de información de la comunidad del cantón Ambato.

Objetivo: Desarrollar los lineamientos básicos con un enfoque comunicacional, que puedan ser aplicados, en procesos de investigación que se lleven adelante, a través de la Carrera de Comunicación Social.

| N° | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1 | | | | | |
| 2 | | | | | |
| 3 | | | | | |
| 4 | | | | | |
| 5 | | | | | |

1.- ¿Número de tesis ? (abierta)

2.- ¿Relación de la temática desarrollada? (cerrada)

1. Radio 2. TV 3. Prensa escrita 4. NTIC'S 5. Emprendimiento

6. Otra

3.- ¿La temática desarrollada para la obtención del título de tercer nivel es de tipo? (cerrada)

1.- Tesis 2.- Monografía 3.- Informe de pasantía 4.- Otro

4.- ¿La temática considera un sujeto de investigación? (cerrada)

1.- Si 2.- No

5.- ¿La temática está ubicada temporalmente? (cerrada)

1.- Si 2.- No

| N° | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|----|---|---|---|---|----|
| 1 | | | | | |
| 2 | | | | | |
| 3 | | | | | |
| 4 | | | | | |
| 5 | | | | | |

6.- ¿La temática está ubicada espacialmente? (cerrada)

1.- Si 2.- No

7.- ¿La temática desarrollada considera un beneficio a la sociedad o alternativa para dar una respuesta a una problemática social? (cerrada)

1.- Total 2.- Parcial 3.- Ninguna

8.- ¿El objetivo del trabajo de grado es? (cerrada)

1.- Descriptivo 2.- Investigativo 3.- Propositivo

9.- ¿El objetivo general da respuesta a la temática? (cerrada)

1.- Si 2.- No

10.- ¿Los objetivos específicos ayudan a la construcción del objetivo general del trabajo? (cerrada)

1.- Si 2.- No

| N° | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
|----|----|----|----|----|----|
| 1 | | | | | |
| 2 | | | | | |
| 3 | | | | | |
| 4 | | | | | |
| 5 | | | | | |

11.- ¿Año? (abierta)

12.- ¿ La temática se la desarrollo en beneficio de una institución u organización? (cerrada)

1.- Pública 2.- Privada 3.- ONG□S 4.- Organización Comunitaria

5.- Ninguna

13.- ¿El problema a solucionar, con la temática desarrollada, tiene relación? (cerrada)

1.- Tema de investigación 2.- Con el tipo de organización o institución (población)

3.- Ambas 1 y 2 4.- No tiene problema ha solucionar

(si contesta 4 pase a la pregunta 15)

14.- ¿El problema ha solucionar es una necesidad social a ser satisfecha? (cerrada)

1.- Si 2.- No 99.- NAP

15.- ¿El trabajo de grado cuenta con una propuesta o alternativa para contrarrestar la problemática? (cerrada)

1.- Si 2.- No (si contesta 2 pase a la pregunta 18)

| N° | 16 | 17 | 18 |
|----|----|----|----|
| 1 | | | |
| 2 | | | |
| 3 | | | |
| 4 | | | |
| 5 | | | |

16.- ¿La alternativa planteada tiene relación con? (cerrada)

1.- La temática de la investigación 2.- Con la problemática ha solucionar

3.- Ambas 99.- NAP

17.- ¿La alternativa planteada es de tipo? (cerrada)

1.- Respuesta académica 2.- Para desarrollar un emprendimiento

3.- Ambas 4.- Ninguna 99.- NAP

18.- ¿La alternativa, potencializa o favorece el desarrollo comunicacional de la comunidad? (cerrada)

1.- Alto 2.- Medio 3.- Bajo 4.- Ninguno

Anexo No. 3: CODEX

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Tema: Líneas de investigación de la carrera de comunicación social, como respuesta para satisfacer las necesidades de información de la comunidad del cantón Ambato.

Objetivo: Desarrollar los lineamientos básicos con un enfoque comunicacional, que puedan ser aplicados, en procesos de investigación que se lleven adelante, a través de la Carrera de Comunicación Social.

1.- ¿Número de tesis?, pregunta de identificación y abierta que permite conocer el orden de cada una de las tesis para poder ordenarlas dependiendo el año en que fue presentado.

2.- ¿Relación de la temática desarrollada?, pregunta de investigación cerrada que permite conocer con que medios de comunicación han trabajado los estudiantes de la carrera de comunicación social. La información recopilada se asocia a los siguientes parámetros obtenidos:

1. Radio
2. TV
3. Prensa escrita
4. NTIC”S
5. Emprendimiento
6. Otra

3.- ¿La temática desarrollada para la obtención del título de tercer nivel es de tipo?, pregunta de investigación cerrada en la cual permite conocer la modalidad de graduación que han optado para los trabajos de investigación realizados. La información recopilada se asocia a los siguientes parámetros obtenidos:

- 1.- Tesis
- 2.- Monografía
- 3.- Informe de pasantía
- 4.- Otro

4.- ¿La temática considera un sujeto de investigación?, pregunta de investigación cerrada, que permite conocer si los trabajos de investigación dentro de su temática consideran un sujeto de investigación para la realización del trabajo. La información recopilada se asocia a los siguientes parámetros obtenidos:

- 1.- Si
- 2.- No

5.- ¿La temática está ubicada temporalmente?, pregunta de investigación cerrada en la cual se determina si las temáticas tienen un tiempo determinado desde su

11.- ¿Año? , pregunta de investigación e identificación abierta, que permite conocer desde que año se presentaron los trabajos y la cronología de estos.

12.- ¿La temática se la desarrollo en beneficio de una institución u organización?, pregunta de identificación cerrada, que permite analizar el desarrollo de la temática en beneficio de las instituciones u organizaciones. La información recopilada se asocia a los siguientes parámetros obtenidos:

- 1.- Pública
- 2.- Privada
- 3.- ONG
- 4.- Organización Comunitaria
- 5.- Ninguna

13.- ¿El problema a solucionar, con la temática desarrollada, tiene relación? , pregunta de identificación cerrada, que permite conocer si la problemática desarrollada tiene relación con la temática. La información recopilada se asocia a los siguientes parámetros obtenidos:

- 1.- Tema de investigación
- 2.- Con el tipo de organización o institución (población)
- 3.- Ambas 1 y 2
- 4.- No tiene problema a solucionar

(si contesta 4 pase a la pregunta 15)

14.- ¿El problema a solucionar es una necesidad social a ser satisfecha?, pregunta de identificación cerrada, en la cual se determina si el problema a solucionar es una necesidad social, la cual ha sido satisfecha. La información recopilada se asocia a los siguientes parámetros obtenidos:

- 1.- Si
- 2.- No
- 99.- NAP

15.- ¿El trabajo de grado cuenta con una propuesta o alternativa para contrarrestar la problemática?, pregunta de identificación cerrada, que permite conocer si los trabajos de grado ayudaron a contrarrestar la problemática, por medio de una propuesta planteada.

La información recopilada se asocia a los siguientes parámetros obtenidos:

- 1.- Si
- 2.- No

(si contesta 2 pase a la pregunta 18)

16.- ¿La alternativa planteada tiene relación con?, pregunta de investigación cerrada, en donde se desea conocer si la alternativa planteada tiene relación con diferentes temáticas. La información recopilada se asocia a los siguientes parámetros obtenidos:

1.- La temática de la investigación 2.- Con la problemática a solucionar 3.- Ambas
99.- NAP

17.- ¿La alternativa planteada es de tipo?, pregunta de identificación cerrada, en la que se determinan el tipo de alternativa planteada en el trabajo de grado, respecto a la problemática. La información recopilada se asocia a los siguientes parámetros obtenidos:

1.- Respuesta académica 2.- Para desarrollar un emprendimiento 3.- Ambas 4.-
Ninguna 99.- NAP

18.- ¿La alternativa, potencializa o favorece el desarrollo comunicacional de la comunidad?, pregunta de identificación cerrada, en donde se conoce si se potencializó la alternativa dentro del desarrollo comunicacional.

1.- Alto 2.- Medio 3.- Bajo 4.- Ninguno

Anexo No. 4: ENTREVISTA

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Tema: Líneas de investigación de la carrera de comunicación social, como respuesta para satisfacer las necesidades de información de la comunidad del cantón Ambato.

Objetivos: Establecer las necesidades relevantes de la comunidad, vinculada directamente con el desarrollo profesional, para determinar las posibles líneas y temáticas que orienten la investigación de la carrera de comunicación social.

| N° | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1 | | | | | |
| 2 | | | | | |
| 3 | | | | | |
| 4 | | | | | |
| 5 | | | | | |

1. ¿Tipo de medio de comunicación?

1. Radio 2. Televisión 3. Escrita

2. ¿Cuál debería ser la función de la Universidad en investigación comunicacional?

00. NSC

3. ¿Cuántos trabajos de investigación han desarrollado con la Universidad?

00. NSC

(Si contesta 4 o 00 pase a la pregunta 5)

4. ¿Qué temática de investigación desarrollaron?

00. NSC 99. No aplicable

5. ¿Cómo aportarían los trabajos de investigación en el desarrollo de su medio?

00. NSC

| N° | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|-----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| 1 | | | | | |
| 2 | | | | | |
| 3 | | | | | |
| 4 | | | | | |
| 5 | | | | | |

6. ¿Conoce cuántas publicaciones de investigaciones se han realizado?

1. De 1 a 2 trabajos de investigación **2.** De 2 a 4 trabajos de investigación **3.** Más de 4 trabajos de investigación **4.** Ninguno **00.** NSC

7. ¿Qué problemáticas comunicacionales, conoce que han solucionado mediante investigación?

00. NSC

8. ¿Cuántos meses considera que debe durar un proceso de investigación comunicacional?

1. De 1 a 3 meses **2.** Más de 3 a 6 meses **3.** Más de 6 a 9 meses **4.** Más de 9 meses

00. NSC

9. ¿Qué temáticas de investigación debería realizar la Universidad?

00. NSC

10. ¿Cuál debería ser el beneficio de los trabajos de investigación para la comunidad?

00. NSC

| N° | 11 | 12 | 13 |
|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1 | | | |
| 2 | | | |
| 3 | | | |
| 4 | | | |
| 5 | | | |

11. ¿Cómo le agradecería participar en iniciativas de investigación comunicacional emprendidas por la Universidad?

00. NSC

12. ¿Acudiría a un centro de investigación comunicacional, para buscar una solución a su problemática?

1. Si acudiría 2. No acudiría 00. NSC

13. ¿Cómo aportaría para el desarrollo de un trabajo de investigación, que le beneficie?

00. NSC

Anexo No. 5: CODEX

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Tema: Líneas de investigación de la carrera de comunicación social, como respuesta para satisfacer las necesidades de información de la comunidad del cantón Ambato.

Objetivos: Establecer las necesidades relevantes de la comunidad, vinculada directamente con el desarrollo profesional, para determinar las posibles líneas y temáticas que orienten la investigación de la carrera de comunicación social.

1. ¿Tipo de medio de comunicación?, pregunta de identificación, cerrada, la información nos permite conocer los medios de comunicación con los que se trabajó en la investigación, además facilitará el cruce de información para la construcción de conclusiones de diferente nivel de complejidad. La información recopilada se asocia a los siguientes parámetros obtenidos:

1. Radio
2. Televisión
3. Escrita

2. ¿Cuál debería ser la función de la Universidad en investigación comunicacional? pregunta de investigación, abierta, podemos conocer la función que debería emplear la Universidad frente a las necesidades de investigación comunicacional que tienen los medios de comunicación. La información recopilada se asocia a los siguientes parámetros obtenidos:

1. **Desarrollar proyectos socio culturales:** *Proyectos vinculados a la sociedad- Proyectos sociales- Proyectos socio culturales.*
2. **Realizar investigación aplicada:** *Orientación a la investigación- Prácticas de investigación- Investigación de campo-Propositivo-Desarrollo investigativo-Conocimiento investigativo en diferentes temas.*
3. **Desarrollar proyectos de comunicación social:** *Investigación periodística- Desarrollar proyectos comunicacionales-Desarrollar proyectos radiales-Fundamentar un periodismo radial.*

4. Fortalecimiento académico: *Preparación académica- Desarrollo académico.*

00. No sabe no contesta, donde se agrupo la falta de respuesta o la ausencia de respuesta de las personas que participaron en la investigación.

3. ¿Cuántos trabajos de investigación han desarrollado con la Universidad? pregunta de identificación, cerrada, la información permite evaluar los trabajos de investigación que los medios de comunicación han realizado conjuntamente la Universidad y así conocer el proceso de investigativo de los medios de comunicación. La información recopilada se asocia a los siguientes parámetros obtenidos:

1. De 1 a 3 trabajos
2. De 4 a 6 trabajos
3. Más de 6 trabajos
4. Ninguno

00. No sabe no contesta, donde se agrupo la falta de respuesta o la ausencia de respuesta de las personas que participaron en la investigación.

(Si contesta 4 o 00 pase a la pregunta 5)

4. ¿Qué temática de investigación desarrollaron? pregunta de investigación, abierta, la información nos permite conocer las temáticas de los medios de comunicación que han desarrollado con la Universidad relativo a comunicación social. La información recopilada se asocia a los siguientes parámetros obtenidos:

1. Temas varios de interés del público *Ambiental- Tendencias de público- Deportes*

2. Comunicación institucional

3. Géneros periodísticos: *Desarrollo radial*

00. No sabe no contesta, donde se agrupo la falta de respuesta o la ausencia de respuesta de las personas que participaron en la investigación.

99. No aplicable, la pregunta no fue aplicable para ciertos medios de comunicación que participaron en la investigación.

5. ¿Cómo aportarían los trabajos de investigación en el desarrollo de su medio? pregunta de investigación, abierta, podemos conocer cuál sería el aporte de los

trabajos de investigación ejecutados en los medios de comunicación en el desarrollo de temáticas de investigación comunicacional. La información recopilada se asocia a los siguientes parámetros obtenidos:

1. Fomentar la vinculación con la comunidad: *Periodismo social- Comunicación periodística- Vinculación con la sociedad.*

2. Fomentar buenas prácticas comunicacionales: *Calidad de productos comunicacionales- Pautaje publicitario- Información- Comunicación- Comunicación publicitaria- Elaboración de mensaje-Mejorar el manejo de mensaje- Manejo de comunicación.*

3. Desarrollo de proyectos comunicacionales: *Divulgación de proyectos- Desarrollo en temas radiales- Trabajos de investigación en radios- Desarrollo de temas periodísticos -Programas informativos -Fundamentar temas de interés social - Fundamentación del tema -Actualización del tema.*

00. No sabe no contesta, donde se agrupo la falta de respuesta o la ausencia de respuesta de las personas que participaron en la investigación.

6. ¿Conoce cuántas publicaciones de investigaciones se han realizado? pregunta de identificación, cerrada, mediante esta pregunta se conoció las publicaciones de investigación que han sido presentadas a la sociedad con el fin de querer ampliar el desarrollo investigativo. La información recopilada se asocia a los siguientes parámetros obtenidos:

1. De 1 a 2 trabajos de investigación

2. De 2 a 4 trabajos de investigación

3. Más de 4 trabajos de investigación

4. Ninguno

00. No sabe no contesta, donde se agrupo la falta de respuesta o la ausencia de respuesta de las personas que participaron en la investigación.

7. ¿Qué problemáticas comunicacionales, conoce que han solucionado mediante investigación? pregunta de investigación, abierta, mediante esta información supimos la acción de la investigación frente a las problemáticas comunicacionales

que han podido ser solucionadas. La información recopilada se asocia a los siguientes parámetros obtenidos:

1. Aplicación de géneros y técnicas periodísticas: *Comunicación institucional- Noticias.*

2. Tecnológicos: *Radiales- Telecomunicaciones.*

3. Ninguna

00. No sabe no contesta, donde se agrupo la falta de respuesta o la ausencia de respuesta de las personas que participaron en la investigación.

8. ¿Cuántos meses considera que debe durar un proceso de investigación comunicacional? pregunta de identificación, cerrada, el tiempo es un factor principal en lo que refiere a investigaciones comunicacionales, por tal motivo se conoció lo que estimulan los medios de comunicación referente al tiempo de la realización de las investigaciones comunicacionales. La información recopilada se asocia a los siguientes parámetros obtenidos:

1. De 1 a 3 meses

2. Más de 3 a 6 meses

3. Más de 6 a 9 meses

4. Más de 9 meses

00. No sabe no contesta, donde se agrupo la falta de respuesta o la ausencia de respuesta de las personas que participaron en la investigación.

9. ¿Qué temáticas de investigación debería realizar la Universidad? pregunta de investigación, abierta, la Universidad debe manejar ciertas temáticas comunicacionales las mismas que permitan el desarrollo de los medios de comunicación. La información recopilada se asocia a los siguientes parámetros obtenidos:

1. Fomento de la vinculación con la comunidad: *Vinculación con la comunidad- comunidad desarrollo) Socio cultural- socio ambiental desarrollo de temas políticos-socio políticos.*

2. Fortalecimiento institucional: *Relaciones públicas/ comunicación institucional-socialización de la información- libertad de expresión.*

3. Tendencias comunicacionales de mercado: *Tendencias comunicacionales- Investigación local- investigación comunicacional.*

4. Fortalecimiento de capacidades y competencias comunicacionales: *Manejo de comunicación – manejo de noticias- telecomunicaciones.*

00. No sabe no contesta, donde se agrupo la falta de respuesta o la ausencia de respuesta de las personas que participaron en la investigación.

10. ¿Cuál debería ser el beneficio de los trabajos de investigación para la comunidad? pregunta de investigación, abierta, con esta información se conoce como se beneficiará la comunidad con el apoyo de los trabajos de investigación ha ser desarrollados por la universidad. La pregunta se cierra en base a los siguientes parámetros y agrupación de datos:

1. Desarrollo comunitario comunicativo: *Solucionar problemas comunicacionales- involucramiento medios comunidad-socialización con los medios de comunicación – Comunicar la situación con la sociedad- trabajos de desarrollo comunitario- involucramiento socio comunitario- desarrollo social- involucramiento social-conocimiento social- conocimiento en investigación.*

2. Enfoque educativo: *Enfoque educativo- Programas educativos.*

3. Comunicación para el desarrollo: *Comunicación de desarrollo- certeza en la trasmisión de mensajes.*

00. No sabe no contesta, donde se agrupo la falta de respuesta o la ausencia de respuesta de las personas que participaron en la investigación.

11. ¿Cómo le agradaría participar en iniciativas de investigación comunicacional emprendidas por la Universidad? pregunta de investigación, abierta, con esta pregunta se conoció como los medios de comunicación a través de la investigacional comunicacional podrían participar con la Universidad en las iniciativas comunicacionales. La información recopilada se asocia a los siguientes parámetros obtenidos:

1. Investigación periodística: *Periodismo de campo- promoción de ideas periodísticas- investigación periodística-recursos comunicacionales- diagnostico comunicacional- conocimiento social-involucramiento social*

2. Participación investigativa: *Participación investigativa- productos investigativos trabajo en desarrollo de proyectos- plan de trabajo.*

3. Desarrollo comunicacional: *Programas educativos-desarrollo social-desarrollo comunicacional.*

00. No sabe no contesta, donde se agrupo la falta de respuesta o la ausencia de respuesta de las personas que participaron en la investigación.

12. ¿Acudiría a un centro de investigación comunicacional, para buscar una solución a su problemática? pregunta de identificación, cerrada, la información nos permite saber si el centro de investigación comunicacional sería aceptado por los medios de comunicación para resolver las problemáticas de los mismos, la pregunta se cierra bajo los siguientes parámetros:

1. Si acudiría
2. No acudiría

00. No sabe no contesta, donde se agrupo la falta de respuesta o la ausencia de respuesta de las personas que participaron en la investigación.

13. ¿Cómo aportaría para el desarrollo de un trabajo de investigación, que le beneficie? pregunta de investigación, abierta, el aporte que dieran los medios de comunicación ayudarían para que los trabajos comunicacionales tengan un buen desarrollo, la pregunta se cierra bajo los parámetros siguientes:

1. Reportajes: *Reportajes-información.*

2. Temas de desarrollo para medios de comunicación: *Desarrollo radial- Temas de desarrollo- conocimiento radial- Temas de desarrollo – Espacio de trabajo-Trabajo radial.*

3. Conocimiento académico

00. No sabe no contesta, donde se agrupo la falta de respuesta o la ausencia de respuesta de las personas que participaron en la investigación.