



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE IBARRA**

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

INFORME FINAL DEL PROYECTO

TEMA:

**ANÁLISIS DE LA INSERCIÓN LABORAL DE LOS GRADUADOS DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA PONTIFICIA
UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:

**COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO E INTEGRACIÓN SOCIAL Y
PRODUCTIVA**

AUTOR/A: ROBINSON ALEJO PUPIALES QUILO

ASESOR/A: MTR. ANA MAGALI CULQUI MEDINA

IBARRA, SEPTIEMBRE 2020

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

Ibarra, 29 de septiembre de 2020

Mtr. Ana Magali Culqui Medina.

ASESOR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Comunicación Social (ECOMS), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f:) 

Mtr. Ana Magali Culqui Medina

C.C.: ...1003178959

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):



(f):

Mtr. Ana Magali Culqui Medina

C.C.: 1003178959



(f):

PhD. Miguel Ángel Orosa Roldan

C.C.: 1757406630



(f):

Mtr. Amanda Viviana Trejo Calderón

C.C.: 100355639-4

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Robinson Alejo Pupiales Quilo, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones, a título gratuito u oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 29 de septiembre de 2020



Robinson Alejo Pupiales Quilo

C.C.: 100398237 6

AUTORÍA

Yo, Robinson Alejo Pupiales Quilo, portador de la cédula de ciudadanía N° 100398237 6, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad del (los) autor (es), y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.



Robinson Alejo Pupiales Quilo

C.C.: 100398237 6

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo: Robinson Alejo Pupiales Quilo, con CC: 100398237 6, autor del trabajo de grado intitulado: Análisis de la inserción laboral de los graduados de la carrera de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, previo a la obtención del título profesional de Licenciado en Comunicación Social, en la Escuela de Comunicación Social

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede- Ibarra, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra a difundir a través del Repositorio Digital de la PUCESI el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad.

Ibarra, 29 de septiembre de 2020



Robinson Alejo Pupiales Quilo

C.C.: 100398237 6

DEDICATORIA

Agradezco a Dios por haberme permitido llegar hasta aquí, por la salud y fortaleza para continuar cada día para llevar a cabo mis metas y objetivos.

Dedico este trabajo de investigación a mis padres, por el apoyo en cada uno de mis pasos y enseñarme buenos valores, por la motivación constante que permitieron que hoy en día sea la persona que soy y por su amor incondicional.

Y por último a mis amigos que me han acompañado durante el transcurso de mi vida y han sabido hacer de cada momento un recuerdo lleno de emociones, experiencias y conocimiento.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas las personas que de una u otra forma han intervenido en mi formación profesional, comenzando con mis padres y hermanos que siempre han estado presentes en cada momento y me han inculcado buenos valores.

A mi asesora Mtr. Ana Culqui que con su conocimiento y carisma siempre supo guiarme y apoyarme para la culminación de mi trabajo final. De manera especial a todos los profesores que me han llenado de conocimiento y me han motivado a seguir luchando día a día a pesar de las grandes adversidades que se presenta en el transcurso del camino.

A mis compañeros y compañeras que estuvieron siempre presentes en los buenos y malos momentos, con quien compartí experiencias inolvidables dentro y fuera de las aulas, el más sincero agradecimiento

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	II
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	III
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....	IV
AUTORÍA.....	V
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN.....	VI
DEDICATORIA.....	VII
AGRADECIMIENTO.....	VIII
1. RESUMEN	XIV
2. ABSTRACT.....	XV
3. INTRODUCCIÓN.....	XVI
3.1 OBJETIVO GENERAL	XVII
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	XVII
3.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES	XVII
4. ESTADO DEL ARTE	1
4.1 Historia de la carrera de Comunicación Social	1
4.2 Fundamentación teórica: Seguimiento a graduados.....	3
4.3 Los graduados y el mercado laboral	5
4.4 Perfil del comunicador social a nivel global	8
4.5 Perfil del comunicador PUCESI	9
4.6 Inserción laboral	12
4.7 Aspectos legales.....	13
4.8 Comunicación.....	14
4.9 Tecnología	17
4.10 Hipermediación y nuevas narrativas en el comunicador	19
4.11 Incorporación de las TIC en el desarrollo laboral de un comunicador social	22
4.12 Avances y nuevas tendencias de trabajos para los comunicadores	25
4.13 Cómo ser un emprendedor en comunicación	26
5. MATERIALES Y MÉTODOS.....	27

5.1 Tipo de investigación	27
5.2 Metodología.....	28
5.3 Técnicas Cualitativas y Cuantitativas	29
5.3.1 Encuesta:	29
5.3.2 Focus Group	29
5.4 Instrumentos	30
5.4.1. Cuestionario	30
5.5 La Muestra.....	31
5.5.1 El Muestreo	31
5.5.2 Tamaño de la muestra	31
5.5.3 Muestra Estratificada	31
6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	32
DISCUSIÓN	77
7. CONCLUSIONES	91
8. RECOMENDACIONES	92
9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	94
10. CERTIFICACIÓN ANTIPLAGIO	100
11. ANEXOS	101

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 Género	32
TABLA 2 Año de graduación. Tercer nivel	33
TABLA 3 Año de Graduados Tercer nivel.....	35
TABLA 4 Último nivel de estudios concluido.....	36
TABLA 5 Institución donde se cursó el último nivel de estudios concluido.	37
TABLA 6 ¿Actualmente está estudiando o postulando a un programa de posgrado o doctorado?	38
TABLA 7 Institución en la que actualmente está estudiando o postulando a un programa de posgrado o doctorado	39
TABLA 8 De la fecha de su graduación de la PUCESI, en cuánto tiempo consiguió empleo.....	40
TABLA 9 Está usted actualmente trabajando	41
TABLA 10 La institución en la que trabaja pertenece al sector público.....	42
TABLA 11 Nivel del cargo que ocupa en el trabajo actual	43
TABLA 12 ¿Es usted empleador o tiene personal bajo su responsabilidad?.....	44
TABLA 13 Nivel de satisfacción sobre el desempeño profesional de exalumnos.....	44
TABLA 14 Nivel de competencia de exalumnos.....	45
TABLA 15 Rango salarial que percibe actualmente	46
TABLA 16 ¿La actividad de su trabajo actual tiene relación con el título profesional obtenido?	47
TABLA 17 ¿Considera que la PUCESI le ofreció una infraestructura adecuada?	48
TABLA 18 ¿Considera que la PUCESI le ofreció profesores competentes?	49
TABLA 19 ¿Considera que la PUCESI contó con planes de estudio adecuados?.....	50
TABLA 20 ¿Considera que la PUCESI le ofreció servicios estudiantiles de calidad? ..	51
TABLA 21 ¿Considera que la PUCESI le ofreció profesores competentes?	52
TABLA 22 ¿Considera que la PUCESI le ofreció biblioteca física y virtual actualizada y accesible?.....	53
TABLA 23 ¿Considera que la PUCESI le ofreció tecnologías de información y comunicación (on-line) accesibles?	54
TABLA 24 ¿Considera que la PUCESI le otorgó un título profesional adecuado a la demanda laboral?	55
Tabla 25 Evalúe los costos de la PUCESI.....	56
TABLA 26 Evalúe los sistemas de selección de estudiantes	57
TABLA 27 Evalúe los convenios con universidades de otros países	58
TABLA 28 Evalúe las becas y facilidades de pago.....	59
TABLA 29 Evalúe las facilidades para realizar prácticas pre-profesionales y pasantías en entornos laborales.....	60
TABLA 30 Evalúe las facilidades para realizar vinculación con la comunidad o servicio comunitario.....	61
TABLA 31 Evalúe los horarios de clase	62
TABLA 32 Evalúe el prestigio y nivel académico y científico	63
TABLA 33 Evalúe la formación profesional con responsabilidad social recibida	64
TABLA 34 Evalúe las certificaciones internacionales de calidad	65

TABLA 35 Evalúe la presencia de la PUCE en rankings nacionales e internacionales .	66
TABLA 36 Evalúe el ambiente de aprendizaje y convivencia	67
TABLA 37 Evalúe las oportunidades de empleo, apoyo a la inserción laboral recibida de la PUCESI.....	68
TABLA 38 ¿Considera usted que el graduado se caracteriza por una sólida preparación teórica y práctica, humanista e integral en el ámbito del conocimiento correspondiente a su formación?	70

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Género.....	33
Ilustración 2 Año de graduación. Tercer nivel.....	34
Ilustración 3 Año de Graduados Tercer nivel	35
Ilustración 4 Último nivel de estudios concluido	36
Ilustración 5 Institución donde se cursó el último nivel de estudios concluido.....	37
Ilustración 6 ¿Actualmente está estudiando o postulando a un programa de posgrado o doctorado?	38
Ilustración 7 Institución en la que actualmente está estudiando o postulando a un programa de posgrado o doctorado	39
Ilustración 8 De la fecha de su graduación de la PUCESI, en cuánto tiempo consiguió empleo	40
Ilustración 9 Está usted actualmente trabajando	41
Ilustración 10 La institución en la que trabaja pertenece al sector público	42
Ilustración 11 Nivel del cargo que ocupa en el trabajo actual.....	43
Ilustración 12 ¿Es usted empleador o tiene personal bajo su responsabilidad?	44
Ilustración 13 Nivel de satisfacción sobre el desempeño profesional de exalumnos	45
Ilustración 14 Nivel de competencia de exalumnos	46
Ilustración 15 Rango salarial que percibe actualmente.....	47
Ilustración 16 ¿La actividad de su trabajo actual tiene relación con el título profesional obtenido?	48
Ilustración 17 ¿Considera que la PUCESI le ofreció una infraestructura adecuada?	49
Ilustración 18 ¿Considera que la PUCESI le ofreció profesores competentes?.....	50
Ilustración 19 ¿Considera que la PUCESI contó con planes de estudio adecuados?	51
Ilustración 20 ¿Considera que la PUCESI le ofreció servicios estudiantiles de calidad?	52
Ilustración 21 ¿Considera que la PUCESI le ofreció profesores competentes?.....	53
Ilustración 22 ¿Considera que la PUCESI le ofreció biblioteca física y virtual actualizada y accesible?	54
Ilustración 23 ¿Considera que la PUCESI le ofreció tecnologías de información y comunicación (on-line) accesibles?	55
Ilustración 24 ¿Considera que la PUCESI le otorgó un título profesional adecuado a la demanda laboral?	56
Ilustración 25 Evalúe los costos de la PUCESI.....	57

Ilustración 26	Evalúe los sistemas de selección de estudiantes.....	58
Ilustración 27	Evalúe los convenios con universidades de otros países.....	59
Ilustración 28	Evalúe las becas y facilidades de pago	60
Ilustración 29	Evalúe las facilidades para realizar prácticas pre-profesionales y pasantías en entornos laborales	61
Ilustración 30	Evalúe las facilidades para realizar vinculación con la comunidad o servicio comunitario	62
Ilustración 31	Evalúe los horarios de clase.....	63
Ilustración 32	Evalúe el prestigio y nivel académico y científico	64
Ilustración 33	Evalúe la formación profesional con responsabilidad social recibida....	65
Ilustración 34	Evalúe las certificaciones internacionales de calidad	66
Ilustración 35	Evalúe la presencia de la PUCE en rankings nacionales e internacionales	67
Ilustración 36	Evalúe el ambiente de aprendizaje y convivencia	68
Ilustración 37	Evalúe las oportunidades de empleo, apoyo a la inserción laboral recibida de la PUCESI.....	69
Ilustración 38	¿Considera usted que el graduado se caracteriza por una sólida preparación teórica y práctica, humanista e integral en el ámbito del conocimiento correspondiente a su formación?	70
Ilustración 39	PUCESI “Hipermediación y nuevas narrativas”. Pregunta 1	78
Ilustración 40	PUCESI “Hipermediación y nuevas narrativas”. Pregunta 2	79
Ilustración 41	PUCESI “Hipermediación y nuevas narrativas”. Pregunta 3	79
Ilustración 42	PUCESI “Hipermediación y nuevas narrativas”. Pregunta 4	80
Ilustración 43	PUCESI “Hipermediación y nuevas narrativas”. Pregunta 5	81
Ilustración 44	PUCESI “Hipermediación y nuevas narrativas”. Pregunta 6	81
Ilustración 45	PUCESI “Hipermediación y nuevas narrativas”. Pregunta 7	82
Ilustración 46	PUCESI “Hipermediación y nuevas narrativas”. Pregunta 8	82
Ilustración 47	PUCESI “Hipermediación y nuevas narrativas”. Pregunta 9	83

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	Encuentro de graduados 2020	101
Anexo 2	Encuentro de graduados 2020	101
Anexo 3	Encuentro de graduados 2020	101

1. RESUMEN

El análisis de seguimiento a graduados de la carrera de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra se orienta con el propósito de conocer a fondo la realidad que viven quienes han salido de las aulas de clase hacia el mundo laboral, si están ejerciendo su profesión o en qué campo se están desarrollando.

Para el presente estudio se utilizaron varios métodos y técnicas de investigación para la recopilación de datos, entre las más relevantes la entrevista y la encuesta, mismas que mediante un cuestionario diseñado, estructura y previamente revisado fue aplicado a docentes y graduados de la carrera de Comunicación Social, respectivamente.

Estos cuestionarios fueron aplicados vía on-line, se puede destacar que la mayor parte de personas encuestadas empezaron sus estudios entre el 2010 y 2015, de ellos la mayoría graduados entre 2017 y 2019. Además, el 34% no se encuentra laborando, por otro lado, del 66% que sí labora solo el 56% ejerce la profesión, mientras que el 44% se encuentra en un campo ocupacional diferente a su formación.

De los resultados obtenidos en la encuesta aplicada se observa la situación por la que atraviesan los graduados de la PUCESI y el actual desempeño en el campo laboral existente en la zona norte del país.

Por otra parte, esta investigación permite identificar las razones por las que ocurre el fenómeno del desempleo, así también, se desarrolla un análisis de calidad educativa de la institución universitaria como de factores exógenos que influyen en el campo ocupacional y que derivan en el desempleo.

Palabras Clave: Seguimiento, graduados, empleo, inserción laboral.

2. ABSTRACT

The follow-up analysis of graduates of the Social Communication career of the Pontifical Catholic University of Ecuador Sede Ibarra is oriented with the purpose of knowing in depth the reality that those who have left the classrooms to the working world live, whether they are exercising their profession or in what field they are developing.

For the present study, several research methods and techniques were used for data collection, among the most relevant the interview and the survey, which through a questionnaire designed, structured and previously revised was applied to teachers and graduates of the Social Communication career, respectively.

These questionnaires were applied online, it can be noted that most of the respondents began their studies between 2010 and 2015, of them most graduates between 2017 and 2019. In addition, 34% are not working, on the other hand, 66% who do work only 56% practice the profession, while 44% are in an occupational field other than their training.

These data reveal the reality experienced by PUCESI graduates, who practice in the north of the country. In addition, this research allows us to discover what are the reasons why this phenomenon of unemployment and unemployment occurs, on the one hand, to analyze the quality of education on the part of the university and, on the other, the cultural, social and political factors in which society is currently developing.

Furthermore, this research allows to identify the reasons why the phenomenon of unemployment occurs, and so also develops an analysis of the educational quality of the university institution as of exogenous factors that influence the occupational field and that lead to unemployment.

Key Words: Follow-up, graduates, employment, job placement.

3. INTRODUCCIÓN

El seguimiento que se realiza a los graduados resulta ser esencial para las Instituciones de Educación Superior (IES), por cuanto presenta resultados en lo referente a la inserción laboral frente a otros provenientes de distintas casonas universitarias, por cuanto establece a los futuros prospectos y a las familias información cuantitativa referente a los puestos laborales que podrían acceder una vez culminada la carrera universitaria y posterior a la obtención de su título.

Unos de los pilares fundamentales dentro del Sistema de Evaluación y Acreditación de la Carrera de Comunicación Social de la PUCESI, constituye el seguimiento que se realiza a los graduados, por tanto, es importante conocer la situación laboral de los mismos. El seguimiento ayuda a despejar interrogantes como ¿actualmente están laborando? ¿a qué se dedican? ¿en qué campo ocupacional se encuentran actualmente? y la más importante ¿ejercen o no la profesión?

Para esta investigación se ha propuesto una estructura que permite recoger los siguientes datos para su análisis:

El primer capítulo: Estado de Arte, comprende una recopilación concreta y concisa de material bibliográfico que servirá de base para la investigación, destacando los conceptos e información más importante, y para establecer que dirección quiere tomar este estudio y análisis. Algunos de estos temas constituyen la realidad económica del país en la actualidad, fundamentación legal, incursión laboral, perfil del comunicador, etc.

El segundo capítulo: Materiales y Métodos, este apartado corresponde al diagnóstico donde se pretende conocer y detallar la realidad actual de los graduados de la carrera de Comunicación Social, para ello se utilizó el método analítico y técnicas metodológicas cualitativas y cuantitativas como la observación, entrevistas y encuestas, así también, instrumentos de recolección de datos como cuestionarios y fichas de observación. La

información obtenida fue tabulada e interpretada, para realizar el respectivo análisis y discusión.

El tercer capítulo: Conclusiones y Recomendaciones, es parte fundamental de la investigación, recoge los criterios más acertados de toda la investigación donde se plasman posibles soluciones a manera de consejos frente a la problemática detectada en este estudio que son consecuencia del planteamiento de objetivos específicos.

3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar el seguimiento a los graduados a través de un análisis para conocer el grado de inserción en el ámbito laboral, su formación continua y sus distintas necesidades en actualización de conocimientos para lograr un buen desenvolvimiento en las diferentes actividades de los graduados de la carrera de Comunicación Social – Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Reflexionar acerca del perfil de los comunicadores actuales.
2. Aplicar la encuesta a los graduados para conocer la situación actual de los profesionales en Comunicación Social – Comunicación.
3. Realizar una mesa de diálogo para conocer las necesidades que tienen los empleadores y empleados en cuanto a los comunicadores sociales.
4. Generar estrategias necesarias para que los profesionales tengan un mejor desenvolvimiento en el campo laboral.

3.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES

Pájaro (2002), basándose en la propuesta del médico francés Claude Bernard, quien propuso en el siglo XIX tres etapas para una investigación experimental: observación, hipótesis y comprobación, menciona que la hipótesis viene a ser la brújula de la

investigación, cualquier investigador ha de plantearse una o varias hipótesis, que una vez contrastadas le permitirán generar conocimiento científico.

H1. Jóvenes recién graduados de la Carrera de Comunicación de la PUCESI tienen una baja posibilidad de conseguir trabajo en medios de comunicación local o regional.

H2. Personas con título en Comunicación, que no logran ejercer su profesión, destinan su fuerza laboral a otros campos como: docencia o trabajos administrativos.

4. ESTADO DEL ARTE

4.1 Historia de la carrera de Comunicación Social

Según el archivo de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, la creación de la Escuela de Comunicación Social se aprueba el 6 de octubre de 1999, ofertando el título de Tecnólogo en Comunicación Social y se inició con 104 alumnos en el primer semestre septiembre 1996 - febrero 1997.

Tras la culminación del programa de Tecnología en Comunicación Social, con una única promoción de septiembre de 1996 a agosto de 1999 se desarrolló en su momento un proyecto muy concreto y coyuntural de profesionalizar a los periodistas empíricos de la provincia de Imbabura y Carchi. De modo que, en el año 2000, el H. Consejo Académico de la PUCE resolvió aprobar el proyecto de Licenciatura en Comunicación Social de la PUCESI que permitió ofertar la carrera de Comunicación Social.

La comunicación que se realizaba en la región norte del país (Imbabura y Carchi) no respondía al reto antes planteado por diversos factores: el empirismo generalizado; la escasez de profesionales de la comunicación; la ideologización o alineamiento político de los medios; la pobreza educativa y cultural de los contenidos que se transmitían; el estancamiento y rigidez de los medios en cuanto a programaciones, planteles de profesionales y modelos de comunicación; y debido a la falta de visión del papel de la comunicación en la sociedad.

Una vez estructurada la necesidad de reabrir la carrera de Comunicación Social para formar a nuevas promociones de comunicadores en el norte del país, la premura de ofrecer el título definitivo de Licenciatura y revisar el pénsum de Tecnología fue una prioridad académica dado que los profesionales tenían una suficiente preparación en las técnicas y en la práctica periodística, en la mayoría de los casos, pero grandes carencias en su formación cultural, científica, entre otras. Estas áreas precisamente fueron las que intentó cubrir con mayor énfasis el primer programa de Comunicación Social, haciendo una

menCIÓN especial en la comunicaci3n para el desarrollo y la multiculturalidad, y en fomentar procesos comunicativos democr3ticos, de acuerdo con las necesidades concretas de la regi3n norte del pa3s.

Por lo expuesto, para las nuevas promociones que comenzaron la carrera en el a3o 2000 se consider3 la necesidad de realizar una actualizaci3n en el p3nsum y ampliarlo un a3o m3s con el fin de ofertar como alternativa acad3mica la Licenciatura en Comunicaci3n Social siendo este su t3tulo definitivo, y de este modo llegar a la consecuci3n del objetivo fundamental de la carrera: formar profesionales de la comunicaci3n responsables, cultos, competentes, comprometidos con la realidad social del pa3s, que dominen las principales t3cnicas y lenguajes de los medios, que tengan las capacidades y actitudes necesarias para promover una comunicaci3n distinta, enmarcada en la 3tica profesional, educativa y que haga realidad la grave responsabilidad del derecho del ser humano a tener una informaci3n veraz y objetiva, como se encuentra establecido en el Art. 19 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Pol3ticos de la Asamblea General de las Naciones Unidas mismo que expresa; “Toda persona tiene derecho a la libertad de expresi3n; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaci3n e ideas de toda 3ndole, sin consideraci3n de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o art3stica, o por cualquier otro procedimiento de su elecci3n”. (Organizaci3n de las Naciones Unidas, 1966)

En el contexto del Plan Estrat3gico 2009-2016 de la PUCESI, estableciendo su compromiso de contribuir al desarrollo social, econ3mico, educativo y cultural de la regi3n, se valora y realiza un reajuste en el contenido acad3mico de la carrera dando lugar al p3nsum 2009-2010 aprobado en Comisi3n Acad3mica con fecha veinte y ocho de enero de 2010.

En 3ste se establecen cinco 3reas fundamentales como son: Comunicaci3n y Cultura, Periodismo, Lenguaje, Medios, y Comunicaci3n y Desarrollo, los cuales est3n concatenados dentro de los ejes tem3ticos de formaci3n b3sica, human3stica, profesional,

optativa y de actividades prácticas dando lugar a un pensum actualizado de acuerdo con una mirada profunda y prospectiva de las Ciencias de la Comunicación que da sentido a la promoción de la carrera de Comunicación Social de la PUCESI.

4.2 Fundamentación teórica: Seguimiento a graduados

En la formación universitaria las actividades que se realizan están relacionadas históricamente con la formación de competencias para los futuros profesionales, que posteriormente les permitan transformarse en entes económicos productivos y activos dentro del medio social que viven.

Por tanto, realizar el seguimiento de graduados constituye un proceso en el cual se evidencia el logro del cumplimiento de ciertos objetivos o metas planteadas por la institución, de igual forma y mediante dicho seguimiento, se desea perennizar el buen nombre de las casas universitarias y dar seguridad a las personas que se han recibido bajo su nombre, con el fin de asegurar la pertinencia de cada una de las carreras que esta oferta y que posteriormente puedan desempeñarse en el mundo laboral.

Para Guzmán et al. (2008), el seguimiento a los graduados tiene varios objetivos y enfoques, el primero de ellos se relaciona directamente con el currículo y la toma de decisiones sobre su actualización o rediseño, en segundo lugar, permite formular los requerimientos para ingreso al centro de estudios correspondiente, y como último punto, el análisis de la inserción laboral de los graduados con el fin de mejorar sus estándares educativos y de calidad.

Por lo expuesto cabe mencionar que es de vital importancia realizar un seguimiento a los graduados, debido a que, junto a sus jefes o empleadores, constituyen una fuente fidedigna y confiable para medir la calidad de la educación brindada por la Institución de Educación Superior (IES). En la misma línea, Vásquez (2001) menciona:

Conocer el mercado laboral relacionado con una determinada carrera y, fundamentalmente, la opinión de los jefes de los egresados facilita precisar lo que necesita o cree necesitar el mercado, el tipo de profesional que demanda en comparación con el tipo que se está formando y con el que la institución desea formar. Ello conlleva a la aspiración de atender las demandas del país, poco estudiadas por las distintas instituciones educativas (citado en Guzmán et al., 2008, p.21).

El seguimiento a los graduados constituye una parte importante de una constante evaluación a las IES, mismo que puede realizarse mediante encuestas masivas digitales, con el fin de saber el destino laboral de los graduados, la preparación académica recibida y el contenido que se haya abordado dependen del desempeño laboral, actualmente es un requerimiento de los sistemas de acreditación institucional superior, además permite examinar las habilidades y destrezas que han adquirido los estudiantes dentro de las aulas de la IES. “Todos estos datos representan un insumo sumamente útil para la mejora continua de las universidades y el fortalecimiento del desarrollo profesional de los egresados” (Durán, 2017).

Toda institución de educación superior en la legislación ecuatoriana es monitoreada y evaluada constantemente, en este caso la institución gubernamental que se encarga de examinar la calidad educativa y de bienestar estudiantil que brinda una universidad o IES, se denomina Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES).

En este sentido el CEAACES (s. f), evalúa una carrera en dos niveles: entorno al aprendizaje y a los resultados de aprendizaje, en las que se determinan las condiciones académicas y físicas donde se desarrolla la carrera, mismas que deben garantizar el cumplimiento de estándares definidos en un modelo específico, en función del área de conocimiento, estructurados en criterios, subcriterios e indicadores.

Por su parte, la PUCESI implementó en el año 2009 una política de seguimiento a los graduados con la finalidad de conocer su situación laboral, lugar de trabajo, entre otras. Para el año 2012 empezó a realizar encuestas, cuyos resultados contribuyeron al rediseño curricular y elaboración de planes y proyectos en beneficio de los graduados. Finalmente, para el 2013, la PUCESI realiza un documento instructivo que reguló el seguimiento específico a los graduados, también incluyó un apartado para la actualización de base de datos, apertura espacios de comunicación y retroalimentación académica y finalmente lo relacionado a la vinculación con la colectividad (PUCESI, 2013).

4.3 Los graduados y el mercado laboral

En la actualidad, el país vive inmerso en una época de inestabilidad influenciado principalmente por el aspecto político que no otorga seguridad jurídica a nuevas inversiones extranjeras debido a la falta de políticas tributarias estables esto genera desconfianza e incertidumbre, lo cual complica la economía interna, a su vez acarrea consigo graves problemas socioeconómicos, entre ellos, por no decir el más importante, el desempleo.

En diciembre del 2019 el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) realizó la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) a nivel nacional y ubicó al desempleo con una tasa del 3,8%, a comparación del año 2018 con una tasa del 3,7% reflejando así una variación poco significativa estadísticamente (ENEMDU, 2020, P.6).

Sin embargo, haciendo un análisis más profundo en la temática social, ese incremento de 0,1% se traduce a que alrededor de 15000 personas quedaron sin empleo en el transcurso de un año (Primicias, 2020). Respecto a lo mencionado, debemos considerar que el incremento del desempleo cada vez es mayor, por influencia de factores externos e internos que afectan directamente al crecimiento socioeconómico del país.

Otros problemas adjuntos son el subempleo con una tasa referencial del 17,8%, por otra parte, el empleo no pleno (personas que perciben menos del salario básico) marca una tasa referencial del 28% (ENEMDU, 2020, p.9). Es decir, la crisis que atraviesa el mercado laboral cada vez es peor, entendiéndose así que se atraviesa uno de los peores momentos en la historia democrática del Ecuador.

Ahora bien, hay una situación en particular, cuyo análisis, es de suma importancia para esta investigación, y es el desempleo en los jóvenes, especialmente en los que acaban de titularse de cualquier Institución de Educación Superior. Las estadísticas muestran una realidad, por demás alarmante, donde las oportunidades laborales cada día son más escasas y aun teniendo un título de Tercer Nivel, para el segmento de recién graduados, es difícil insertarse en el campo ocupacional por falta de experiencia profesional que la gran mayoría no dispone.

Según Navarro (2007), es mucho más complejo para un joven conseguir trabajo, sobre todo por la falta de experiencia laboral en su área, no importa si ha obtenido las mejores calificaciones en la academia, las empresas buscan personas con conocimientos previos en el campo laboral. Por esto muchos jóvenes están dispuestos a tomar cualquier empleo que aporte con la experiencia laboral deseada, sacrificando sueldo o en muchos casos buenas condiciones laborales (citado en Torres, Aranzazú y Torres, 2018, p.4).

De la misma manera, datos arrojados por el INEC (2018), muestran un incremento de desempleo en un grupo etario de 15 a 24 años, para el 2018 la cifra era de 38.9%. Esto se traduce que 4 de cada 10 jóvenes logran conseguir un buen trabajo en el país. Lo que quiere decir, que muchas personas jóvenes se inclinan por trabajos como atención al cliente, ventas, farmacia, construcción, etc., sin importar su campo de estudio (Revista Líderes, 2018).

En este contexto, los Comunicadores Sociales y Periodistas no son la excepción. Es importante señalar el Proyecto Pachana para la elaboración de la Ley de Comunicación en 2009, donde se propuso que toda persona que practique el periodismo debe tener un título universitario que lo respalde, aun así, el campo laboral para quienes ejercen esta profesión es reducido.

Como un ejemplo que sustenta lo mencionado en el párrafo anterior, está el trabajo de investigación sobre seguimiento de graduados de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, realizado por Gonzáles (2014), cuyo capítulo dedicado al Diagnóstico, refleja una realidad común de quienes se han graduado de esta carrera, la mitad de los graduados se encontraban en situación de desempleo, otro 25% trabaja en algo que no se relaciona con la carrera y solo el 7% ejerce su profesión.

Esto indica efectivamente, como se expuso con anterioridad, que muchos graduados y no solo en Ciencias de la Comunicación, experimentan problemas y dificultades a la hora de conseguir un trabajo estable y sobre todo ejercer en el ámbito laboral de su competencia. El desempleo no es solo cuestión de percepción es una realidad que golpea a jóvenes y adultos, hombres y mujeres por igual que aun teniendo los conocimientos científicos no pueden conseguir un empleo digno que les ofrezca seguridad y les permita la realización profesional para la cual se capacitaron en las aulas de clases y cuya garantía es haber alcanzado un título profesional.

En la actualidad los medios de comunicación, viven una serie de dificultades que amenazan la libertad de expresión y de prensa, haciendo énfasis que no existe un total respaldo a la actividad que realizan las y los comunicadores sociales como también los periodistas, esto frente a un Estado ecuatoriano que tiene políticas débiles que no garantizan seguridad al momento de realizar un trabajo investigativo que permita develar la realidad social y económica del país, lo que da como resultado el alto índice de desempleo de jóvenes comunicadores, siendo así otro factor influyente los bajos salarios que se percibe por este trabajo.

En el año 2012, el expresidente Rafael Correa, dispuso que un comunicador titulado debería ganar 800 dólares, mientras que quien ejerza esta profesión, pero no tenga título, no podrá ganar menos de 600 dólares (El Telégrafo, 2012).

Sin embargo, para el 2018, el Pleno de la Asamblea Nacional discutió este tema con representantes de los comunicadores del país, puesto que las empresas de comunicación pequeñas, es decir, regionales o locales, no cuentan con un presupuesto alto que les permita pagar esa cantidad de dinero, lo que ha producido que se recorten los puestos de trabajo en estos medios (El Comercio, 2018).

Por tanto, es una necesidad permanente vigilar que se cumpla el derecho de libre emisión de pensamiento y expresión de prensa por parte de comunicadores sociales y periodistas, así también, asegurar que la población reciba información fidedigna y oportuna, todo esto, debido al entorno de inestabilidad política y social que atraviesa el pueblo ecuatoriano.

4.4 Perfil del comunicador social a nivel global

Al referirse a la comunicación dentro de cualquier organización es necesario resaltarla como el área que busca estrategias para lograr posesionarse y mantenerse en el mercado dentro de su sector comercial. Puesto que, el profesional indicado para este trabajo es el comunicador social, mismo que será el responsable de informar a la sociedad por medio de noticias, publicaciones, artículos, reportajes y revistas, etc.

El comunicador social tiene un amplio campo de ejercicio, en su profesión se muestra crítico, autónomo y emprendedor. Además, mencionan que el perfil de egreso que tiene un comunicador dependerá mucho de la universidad donde se haya graduado, pero en términos generales, las capacidades y aptitudes de un comunicador se desarrollarán en las siguientes actividades (Caisa y Molina, 2017):

Redactores y editores de proceso en la producción de información para medios de comunicación; comunicadores organizacionales y relacionistas públicos; investigadores y analistas de medios de comunicación y audiencias; realizadores y productores audiovisuales en todos los formatos y gestores culturales y de participación ciudadana (p.18).

En Ecuador en la mayor parte de IES se encuentran presentes carreras de Comunicación, siendo así, que 26 universidades ofertan esta carrera en la actualidad, de las cuales sus estudiantes egresados y graduados pueden ejercer en 4 grandes campos de la comunicación como: Periodismo y Comunicación Social, Comunicación Audiovisual, Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas, de igual manera, esto dependerá de la instrucción recibida en su facultad (Punín, 2012, p.205).

4.5 Perfil del comunicador PUCESI

Para la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI), el desarrollo de las capacidades intelectuales va de la mano con el desarrollo integral de la persona, formando profesionales éticos y apasionados por su campo de estudio. Por ello, el pensum Académico de Comunicación de la PUCESI, presenta el Perfil Profesional, afirmando que los graduados en esta carrera serán capaces de:

1. Promover la justicia mediante el tratamiento adecuado de la información siguiendo principios éticos.
2. Respetar la responsabilidad social como un principio de la comunicación al servicio de la comunidad.
3. Defender la verdad en el ejercicio maduro de la libertad, situándose en una auténtica deontología para la difusión de opiniones diversas.
4. Entender el entorno y adaptarse al cambio.
5. Conocer las bases teóricas para la elaboración de géneros y formatos periodísticos, para su aplicación eficaz en todos los soportes.

6. Perfilar las nuevas tendencias de la comunicación y la información que refieran a la internacionalización del mercado de medios y a la integración de las audiencias.
7. Definir planes y estrategias, que fortalezcan la comunicación organizacional en instituciones, empresas públicas, privadas y ONG.
8. Expresar con fluidez y eficacia de forma oral y escrita los mensajes comunicacionales, valiéndose de recursos lingüísticos y literarios.
9. Dominar procesos comunicativos, como herramientas que permitan eficacia en el análisis, reflexión y estructuración de mensajes para diversas audiencias.
10. Gestionar tecnologías de la información y comunicación, para el diseño y producción de material comunicacional desde una visión del bien común.
11. Afianzar la interculturalidad a través de la comunicación para el desarrollo, enfocada en la participación, integración y el buen vivir de los habitantes de la zona 1 del país.
12. Liderar proyectos comunicacionales creativos con base en una investigación pertinente que respondan a la realidad social desde áreas multidisciplinarias (PUCESI, 2015).

El campo ocupacional estaría centrado en actividades como (PUCESI, 2015):

Director de contenidos, producción y realización radiofónica y audiovisual, directores de comunicación, analista de comunicación, asesor de imagen y comunicación corporativa, periodista, consultor de Comunicación, coordinador de Relaciones Públicas, Periodista para la web 2.0, comunicador publicitario, coordinadores de proyectos de comunicación, analista de públicos, director de proyectos de investigación, comunicador comunitario, educadores para la comunicación. (PUCESI, 2015).

Sin embargo, con la nueva reestructuración de la malla curricular, la Oferta Académica de la Carrera de Comunicación 2020 presenta el siguiente perfil profesional (PUCESI, 2020):

- Investigar atendiendo a los fenómenos comunicativos.
- Construir propuestas comunicativas para satisfacer las necesidades en contextos sociales, organizacionales y comunitarios.
- Planificar objetivos y estrategias comunicativas orientadas a grupos y destinatarios específicos.
- Tomar decisiones para la resolución de problemas en entornos reales.
- Innovar las estrategias comunicativas y uso de nuevas tecnologías adecuadas al contexto social y comunicativo.
- Gestionar la información y comunicación a través de la construcción de mensajes comunicacionales.

En igual sentido, da a conocer los diversos Campos Ocupacionales que tiene un comunicador para ejercer su profesión (PUCESI, 2020):

- Escenario de la producción de contenidos comunicativos
 - Guionista
 - Storyteller
 - Productor/a
- Escenario organizacional
 - Analista de comunicación interna y externa
 - Consultor/a
 - Director/a de comunicación (DirCom)
 - Emprendedor/a
 - Social media manager
- Escenario de los medios de comunicación
 - Editor

- Reportero/a
- Corresponsal
- Conductor/a de programas de radio y televisión
- Corrector/a de textos
- Investigador/a periodístico/a
- Gestor/a curador/a de contenidos
- Escenario de la Comunicación Comunitaria
 - Mediador/a de la comunicación
 - Capacitador/a
 - Emprendedor/a comunitario/a

La PUCESI, como todas las IES del país consideran pertinente renovar su malla curricular para formar profesionales que estén a la vanguardia de las exigencias del mundo actual. La comunicación es uno de los aspectos más cambiantes hoy en día, es fluctuante con los cambios del entorno donde ocurren los acontecimientos que son de interés regional y nacional, por ello la oferta académica que ofrece la PUCESI en el último cambio realizado a la malla curricular está acorde con una realidad más tecnológica, digitalizada y globalizada, es importante que el comunicador que salga graduado de ésta Casona del Saber pueda desenvolverse a través de las redes informáticas, haciendo uso adecuado del internet como un medio de comunicación digital y lo más importante que conozca y se relacione con las nuevas audiencias.

4.6 Inserción laboral

Este término por lo general está ligado a la realidad de las personas jóvenes, graduados recientemente de colegios o universidades que buscan adquirir experiencia en su campo de estudio y recibir una remuneración por lo mismo.

García y Gutiérrez (1996) afirman que:

La inserción laboral es el término utilizado habitualmente para referirse al proceso de incorporación a la actividad económica de los individuos. Este proceso suele

coincidir, para la mayoría de los miembros de una sociedad moderna, con la etapa juvenil y, por lo tanto, viene a consistir en una transición social que va de posiciones del sistema educativo y de la familia de origen hacia posiciones del mercado de trabajo y de independización familiar. (p. 269)

En la misma línea “la inserción laboral es un proceso integral en el que intervienen distintos factores para su realización, como pueden ser las características que presentan las personas y las oportunidades que ofrece el mercado laboral, originándose un encuentro entre empleabilidad y ocupabilidad” (Cravero, 2017, p. 18).

Además, la incorporación a una empresa o institución conlleva un proceso dinámico entre el trabajador y todo su entorno laboral, en este se desarrollan las características laborales del trabajador como su actitud, creencias, ideologías, etc., mismas que son importantes a la hora de la socialización laboral, en la que se presenta al nuevo integrante, los valores, normas, conductas y posición de la empresa en la sociedad (Pérez, Castro y Cubo, 2009, p 232).

4.7 Aspectos legales

La Ley Orgánica de Educación Superior (LOES), establece que las instituciones de Educación Superior deben realizar un seguimiento a las estudiantes que han recibido su título para el análisis de su realidad, tal como se expresa en el siguiente apartado:

Art. 142. Sistema de seguimiento a graduados. – “Todas las instituciones del sistema de educación superior, públicas y particulares, deberán instrumentar un sistema de seguimiento a sus graduados y sus resultados serán remitidos para conocimiento del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior”. (LOES, 2018, p.37)

En igual contexto, el Reglamento General de la LOES expresa la necesidad de diseñar un sistema de seguimiento de graduados, como lo prevé el siguiente artículo:

Art. 26.- Del sistema de seguimiento a graduados. – “La SENESCYT diseñará los procedimientos necesarios para que las instituciones de educación superior instrumenten un sistema de seguimiento a los graduados, el cual será parte del SNIESE” (Reglamento General de la LOES, 2011, p.5).

4.8 Comunicación

El término comunicación es muy versátil y puede adaptarse o cambiar su significado, según el contexto y realidad en la que se desarrolle. En forma general, la Real Academia Española, define a la comunicación como: “Acción y efecto de comunicar o comunicarse. [...] Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor” (s.f). Si bien, estos conceptos son válidos, es preciso reconocer que, para este trabajo de investigación, el concepto de comunicación va ligado más con el comunicador como vínculo entre los hechos y la sociedad.

María Fonseca Yerena (2000, p. 4) expresa que comunicar es;

Llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes.

Partiendo de esta idea, se establece que la comunicación es más que la transmisión de ideas, por lo cual el comunicador social debe ser capaz de adentrarse e interrelacionarse con el ciudadano en el contexto informativo que está transmitiendo.

A través de la historia, la comunicación ha sido un proceso fundamental para la evolución del ser humano, para los primeros habitantes los primeros símbolos, gestos y sonidos fueron esenciales en su avance y desarrollo, siguiendo esta línea histórica, la escritura es la base de la comunicación escrita, misma que al transcurrir de los años tomaría la forma de manuscritos, libros, panfletos, periódicos y revistas. Hoy en día se cuenta con variadas formas de comunicación gracias a la digitalización y el internet.

Es importante destacar las bases y antecedentes de la comunicación actual, son varios los autores que han dedicado gran parte de su trabajo a estudiarla, y han propuesto algunos modelos de comunicación. Los modelos más reconocidos son: los lineales de Harold Laswell (emisor, receptor, canal, mensaje, efecto), Shannon y Weaver, quienes tomaron en cuenta el ruido como parte del proceso comunicativo. Cabe resaltar que en estos modelos lineales se trata de evidenciar una comunicación de masas.

Por otro lado, se encuentran los modelos circulares, los cuales evidencian la realidad actual. Osgood y Schramm presentan el primer modelo circular de la comunicación con un elemento que lo diferencia del lineal: la retroalimentación, mismas que comprende la respuesta que se emite ya sea en forma verbal o demostrada con acciones.

Ahora bien, en la actualidad la comunicación es representada por los medios de comunicación masivos, por lo tanto, los comunicadores sociales hoy sean considerados como un poder más del estado, entendido como “el cuarto poder”, debido a la importancia de su ejercicio en la sociedad, y el control que despliega sobre la opinión pública y el comportamiento colectivo de esta, tal como lo afirma Gutiérrez, Rodríguez, & Gallego (2010):

El campo de la comunicación es un sistema relacionado y conexas con otros sistemas que mantienen una interacción, un intercambio constante y necesario con su entorno, que provoca un importante impacto en el entorno sociocultural contemporáneo. Su empuje ha sido revolucionario, al promover cambios de actitudes e incluso de formas de vida en la sociedad (p. 270).

En la misma línea, Rizo (2006) acota que; “la comunicación, como fundamento de la interacción social, es el mecanismo que ha hecho posible la existencia de lo que llamamos sociedad. Es el principio básico de la organización social, y como tal, es requisito indispensable para las relaciones sociales” (p.46).

Por otra parte, Soengas (2018), sostiene que; “los medios son poderosos porque tienen capacidad para llegar a todos los ciudadanos e influir en la sociedad. A través de su línea editorial pueden orientar la opinión pública y modificar conductas y comportamientos de las personas” (p.2).

Con fundamento teórico, se establece la razón de el porque la comunicación es considerada el cuarto poder dentro de la sociedad, es importante señalar que el apareamiento del internet a representado un reto gigantesco para los periodistas tradicionales, ellos han tenido que transformar su profesión y adaptarla a las nuevas demandas que exige la humanidad.

La digitalización del periodismo y del consumo de información, solo figuran como una pequeña parte de las razones por los cuales hoy se considera que el periodismo se encuentra en crisis. Sobre esto, Farías & Gómez (2011) mencionan que; “el intrusismo laboral, la crisis económica del país y del mundo, la baja remuneración, el desempleo, la precariedad laboral, la falta de prestigio y la falta de independencia son algunos de los problemas a los que se enfrenta la profesión” (p.3).

La realidad es que, con la aparición del internet, la humanidad está expuesta a una incontable cantidad de información y desinformación, por lo que los medios de comunicación han decidido ser parte de este mundo y compartir su contenido de manera “gratuita”, lo que acrecienta aún más la crisis del periodismo, la comunicación y de los medios masivos (Farias & Gómez, 2011), tema que se ampliará en el siguiente apartado.

4.9 Tecnología

La tecnología que actualmente la conocemos tiene sus orígenes a finales del siglo XVIII específicamente en el año de 1777 con el profesor Johann Beckmann, mismo que señaló que la tecnología no es más que “una curiosa unión de una rica sabiduría y un conocimiento técnico”, es decir, por un lado, inserta el conocimiento científico y por otro hace referencia a las habilidades técnicas de un individuo.

Desde este contexto, la tecnología es entendida como el “conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico” (DRAE, s.f). Es decir, cualquier elemento que sea de utilidad para desarrollar el conocimiento puede considerarse como tecnología. Sin embargo, en la actualidad este término está asociado con el internet y aparatos electrónicos, y es a lo que se referirá precisamente este capítulo.

En este sentido, se debe destacar que el hombre se ha caracterizado desde la antigüedad por su habilidad en el desarrollo y elaboración de herramientas y con el pasar del tiempo en la fabricación de equipos electrónicos de diversos tipos, por lo que la aparición del internet consolidó la práctica del conocimiento técnico un ejemplo de ello es la fabricación de computadores, celulares, tabletas, y otros aparatos electrónicos, mismo que han influido en el diario vivir de las personas. En la mayoría de los aspectos comunes y cotidianos, por no decir en todos, los cuales se vieron alterados directamente por este evento, la industria, ingeniería, educación, trabajo, cultura, y por supuesto la comunicación.

La intromisión de la tecnología en la comunicación supuso una serie de transformaciones y adaptaciones, empezando desde la manera en cómo afectó a la comunicación interpersonal. Hoy, una persona puede comunicarse con otra rompiendo la barrera tempoespacial, es decir, puede comunicarse con otra en el mismo instante en el que ha enviado el mensaje sin necesidad de tenerla en frente, de hecho, el receptor puede estar al otro lado del mundo sin que esto signifique un verdadero problema.

De estos cambios a nivel interpersonal, la comunicación masiva también se vio involucrada en una serie de transformaciones, lo que hoy conocemos como la Sociedad de la Información, denominada así por el japonés Yoneji Masuda, y luego utilizada por el sociólogo Manuel Castells, refiriéndose a una sociedad que vive en un nuevo sistema dirigido y basado en el internet, mismo que juega el papel de facilitador en diferentes áreas de la vida cotidiana del ser humano (Alfonso, 2012).

Analizado en este contexto, las personas pueden acceder a cualquier tipo de información basta con solo apretar una tecla, y la verdadera problemática es que se exponen a una sobre carga de información día con día, lo que puede ser incluso contraproducente, como lo afirma Caldevilla (2013):

No estamos lo suficientemente preparados o no contamos con el suficiente desarrollo de nuestro acervo cultural como para enfrentarnos a esta “Sobreinformación” constante, sin caer en prácticas perjudiciales o sufrir patologías de la comunicación que nos provocan una descodificación aberrante del conocimiento adquirido (p. 35).

Frente a esta abrumadora cantidad de información a la que se enfrenta la Sociedad de la Información (sociedad actual), los medios de comunicación tradicionales y los comunicadores sociales en general, no han tenido otra opción que adaptarse a las nuevas demandas impuestas, tanto por la tecnología y por sus nuevas audiencias.

En primera instancia, es importante señalar que, con la generalización y masivo uso del internet, la mayor parte por no decir la totalidad de las grandes empresas tienen presencia en sitios web, y esto no excluye a las empresas informativas. Los medios tradicionales (radio, prensa escrita, televisión) han migrado al mundo virtual sosteniendo dos modelos de información y porque no decirlo, también de negocio, puesto que persisten y existen

en el mundo físico con el medio tradicional, pero también comparten información diaria y frecuente por internet (Franco, 2016).

De esta manera, los medios de comunicación tradicionales han migrado al mundo digital principalmente por dos razones: la primera de ellas es la motivación y razón de ser de un medio de comunicación que es mantener a una sociedad bien informada, con datos veraces y fuentes confiables, en respuesta a la sobreinformación a la que se expone diariamente, y de la que no se puede tener cien por ciento de fiabilidad.

La segunda razón, es la demanda de las nuevas audiencias y/o nuevos mercados para las empresas informativas. Así como en los medios tradicionales, existen audiencias que tuvieron que pasar un proceso de transición y empezar a recibir información por medio de canales virtuales, sin embargo, las nuevas generaciones (millennials 1990-2000, centennials 2001- 2010), son quienes consumen información exclusivamente por internet: sitios web y redes sociales (Mejía, 2017).

Es entonces que los esfuerzos de los medios de comunicación en la actualidad han de centrarse en la creación de contenido adaptado para estas nuevas generaciones quienes no están acostumbradas a recibir información por medio de la radio o de un periódico, es decir que los medios han evolucionado y deben seguir evolucionando la forma, de igual forma, adaptar el fondo o contenido debidamente para cada soporte.

4.10 Hipermediación y nuevas narrativas en el comunicador

A manera de contexto es importante destacar el término Hipermediación, para su definición se tomará el aporte de Carlos Alberto Scolari, un estudioso en las ciencias de la comunicación, quien en su obra "Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva (2008)" define estas como “procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una

gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (Sierra, 2009, p. 393).

Esto puede traducirse en un concepto actual que nace a raíz de la aparición e intromisión del internet y que ha transformado las maneras y formas tradicionales de ver y entender las cosas. De esta manera, los receptores, quienes antes de este hecho que marcó la historia, se conformaban con recibir la información desde sus hogares y emitir juicios de valor con quienes le rodeaban en ese momento, ahora son considerados también como prosumidores.

La palabra prosumidor –en inglés, prosumer–, es un acrónimo que procede de la fusión de dos palabras: “producer” (productor) y “consumer” (consumidor). El concepto “prosumidor” fue anticipado por Marshall McLuhan y Barrington Nevitt, quienes en el libro *Take Today* (1972), afirmaron que la tecnología electrónica permitiría al consumidor asumir simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos (Islas, 2008, p. 35).

Y es exactamente lo que hoy ha logrado el internet en la comunicación, el receptor, instantáneamente cambia de papel con el emisor, pasando por un proceso de retroalimentación, y aporta nuevas ideas y contenidos en un mismo ciberespacio y tiempo, con criterios mejor contruidos, puesto que la información que recibe llega de distintos lugares.

Por otra parte, las nuevas narrativas hacen referencia a las *narrativas transmedia*, término que fue introducido por el investigador Henry Jenkins en el 2003. Por su lado Scolari (2014) menciona que: una narrativa transmedia se narra a través de difernetes plataformas como un comic, que luego pasa a ser una caricatura en TV, luego puede llegar a ser parte de la pantalla grande en el cine, o llegar a ser un videojuego. Sin embargo la característica principal de una narrativa transmendia, es que el consumidor de estos contenidos puede también ser parte de la hisotria que se intenta contar, transformádose en un prosumidor.

Scolari (2014), pone como un ejemplo la historieta de Superman, que efectivamente comenzó como un comic, pasó a la radio y TV, luego al cine, pero los prosumidores, han sido protagonistas de nuevas creaciones con novedosos giros en estas historias, mismas que se pueden observar en plataformas como YouTube.

Asimismo, las nuevas narrativas transmedia se han convertido en una herramienta indispensable para el periodismo y quehacer comunicacional, puesto que, en referencia a lo antes mencionado, el receptor se encuentra “bombardeado” constantemente por una gran cantidad de información al día. De modo que el comunicador debe encontrar nuevas formas de llegar a su audiencia.

Al respecto, Irala (2014) menciona que las narrativas transmedia brindan muchas oportunidades y ventajas al periodismo:

Aumenta exponencialmente la democratización de la información que ya no está intervenida por medios verticales, sino que se expande sin control institucional. También permite la renovación y el fortalecimiento del periodismo de investigación, el *data journalism*, la inmersión del lector, la difusión masiva y la ruptura con los fuertes lazos de la monopolización editorial de los medios (p. 155).

De hecho, estas narrativas transmedia pueden significar una parte de la solución a la crisis que vive la comunicación y los medios de prensa escrita, televisiva y de radio en estos momentos, renovar y crear, apuntarle al contenido visual y principalmente preocuparse y estar atentos a los comentarios del usuario, a las reacciones de su audiencia, para poder responder a sus demandas.

Se menciona lo que viven hoy muchos de los medios de comunicación tradicionales que han migrado al mundo digital y están presentes de forma activa en portales web,

principalmente en redes sociales con gran impacto social como Facebook, Instagram y Twitter, según Bautista (2019) puesto que realizan coberturas en vivo a través de diversas plataformas digitales, por ejemplo, Facebook Live, así también comparten contenido visual y audiovisual, y permiten que la audiencia participe activamente en sus publicaciones.

El avance tecnológico y el fácil acceso a cualquier tipo de información de manera inmediata, le enfrenta al periodista a un nuevo reto: el periodismo ciudadano. En la actualidad, quien tenga acceso a internet, una cámara fotográfica y de video (que pueden estar incrustadas dentro de su celular) puede ser quien genere contenido de algún suceso relevante en el momento exacto en el que éste ocurre (Espiritusanto, 2014).

La principal problemática radica que la mayor parte de la sociedad no cuenta con una instrucción formal, que le permita compartir y generar información de calidad y con contenido verificable. Sobre esto, el periodista Ignacio Igarzabal, anima a los comunicadores para que tomen al periodismo ciudadano como una denuncia social, y que esto impulse al periodista a investigar y ampliar la información de los hechos (UNJURADIO, 2017).

4.11 Incorporación de las TIC en el desarrollo laboral de un comunicador social

Con el desarrollo de la informática y el surgimiento del internet, un nuevo concepto aparece en la sociedad siendo el de las Tecnologías de la Información y Comunicación, que es un conjunto de recursos tecnológicos y digitales que van en beneficio de quien los usa, son muy utilizadas en la actualidad, porque su función es mejorar y facilitar procesos tradicionales, mayormente usadas en los ámbitos educacionales, laborales y por supuesto comunicacionales.

Existen múltiples instrumentos electrónicos que se encuadran dentro del concepto de TIC, la televisión, el teléfono, el video, el ordenador. Pero sin lugar a duda, los medios más representativos de la sociedad actual son los ordenadores que nos

permiten utilizar diferentes aplicaciones informáticas (presentaciones, aplicaciones multimedia, programas ofimáticos,) y más específicamente las redes de comunicación, en concreto internet (Belloch, 2012, p. 2).

Desde este enfoque propuesto por Belloch, la dimensión social que toman las TIC sin duda atiende a la influencia que recibe desde los diversos sectores de la sociedad las cuales están emergiendo de una interacción constante entre la tecnología y la sociedad, sin dudarle un computador es la puerta de ingreso a un infinito mundo de aplicaciones digitales que apoyan en el cumplimiento de los objetivos de quien las usa, sin embargo; el teléfono celular o teléfono inteligente, es el aparato más usado, y de igual manera permite usar varias plataformas de forma rápida, fácil y segura, debido que las credenciales utilizadas en muchos sitios de información son acumuladas en el software del equipo celular.

Otro factor importante es el elemento tecnológico, el cual permite al comunicador cumplir con una de las exigencias del periodismo actual y es la inmediatez en la información y coyuntura. En el pasado, los medios tradicionales debían cubrir un suceso y publicarlo al día siguiente, hoy, por el contrario, los medios que han migrado y también los nativos digitales “compiten” por publicar lo sucedido en el mismo momento o en otras palabras en el lugar de los hechos a través de plataformas como Facebook Live.

Para los periodistas tradicionales, la migración al internet ha significado un verdadero reto, es por ello que los nuevos profesionales del periodismo en internet deben cumplir con 4 aspectos importantes (Camus, 2002 citado en Abreu & Riera, 2011, pág. 7):

- *Información*, que se refiere a la generación de contenidos en medios múltiples (texto, gráfica, audio, video, animación, etc.) para su sitio Web;
- *Hipertexto*, que tiene que ver con la propuesta de los enlaces internos o externos que se entregan junto a los contenidos de información del sitio;

- *Interacción*, que se enfoca en la capacidad de realizar diversas acciones más allá de la lectura de las informaciones o la navegación propuesta dentro del sitio, incluyendo las capacidades de retroalimentación usuario-periodista;
- *Acción*, que se refiere que el usuario pueda generar contenidos con herramientas provistas por el propio sitio.

Para el 2020, se han desarrollado un sinnúmero de TIC que van desde aparatos electrónicos hasta softwares que ayudan en la labor y ejercicio periodístico. Adicional del equipo básico como el computador, celular, cámara de fotos y video, herramientas de edición audiovisual y redes sociales, existen otras aplicaciones novedosas, a continuación, se presentan algunas que un comunicador social puede usar para asegurar un trabajo exitoso en formato digital (Red Internacional de Periodistas, 2014):

- Creatavist: permite crear a los medios una publicación rica y atractiva para la web, para libros electrónicos y para aplicaciones móviles
- Videolicious: una manera simple de generar videos desde dispositivos móviles.
- Pop: proporciona un nuevo tipo de narración visual.
- Wickr: la manera más segura para los periodistas de comunicarse a través de un dispositivo móvil.
- Captricity: es una herramienta de procesamiento de datos de bajo costo que puede ser utilizada para trasladar información en documentos de papel a formato digital.
- Poética: facilita la edición de documentos colectivamente a través de Gmail, WordPress y Evernote.
- Crowdtangle: Una forma sencilla de controlar y optimizar el contenido para las redes sociales.
- Focos: permite a los periodistas capturar fotos profesionales desde su teléfono.

Las herramientas antes descritas, cuentan solo como un pequeño ejemplo de TIC para periodistas, el desarrollo web crece a pasos agigantados con el paso del tiempo, cada día salen al mercado nuevas novedades en lo que respecta a aplicaciones y programas para facilitar el trabajo y brindar soporte en el área de comunicación y cualquier otro aspecto.

4.12 Avances y nuevas tendencias de trabajos para los comunicadores

Para entender este apartado es importante destacar la estructura que mantiene la carrera de Comunicación Social, diversas universidades ofertan esta carrera con varias especializaciones, o a su vez con un contenido que comprenda: periodismo, relaciones públicas, comunicación organizacional, comunicación para el desarrollo, educomunicación, comunicación audiovisual, etc. (Gómez & Sepúlveda, 2011).

Un comunicador no solo está presente en los medios, sino también forma parte esencial de un organigrama estructural en una empresa privada o institución pública. Con el surgimiento de diversos espacios comunicacionales en la red el rol del comunicador puede variar y transformarse, en lo que respecta al periodismo muchos profesionales han optado por ser autónomos y denominarse un profesional *freelance*, sin embargo, el campo de la comunicación es muy amplio.

Según Gómez & Sepúlveda (2011), los campos actuales en los que un comunicador puede desarrollarse puede ir desde el desarrollo de contenido transmediático que se revisó en apartados anteriores, para incentivar la participación activa de las audiencias, hasta ser un ente generador de diálogos entre movilizaciones sociales, el Estado, cooperación internacional, instituciones públicas y privadas, para promover participación ciudadana.

Es importante que desde la comunicación se construya una agenda propia que priorice temas, desde la investigación y la producción, que apunten a las transformaciones que se desean en educación, derechos humanos, medio ambiente, equidad de género, sostenibilidad, gobernabilidad, participación y democracia, veedurías ciudadanas, generación de políticas públicas, entre otros, como una forma de representación social y como una dimensión básica de la vida y de las relaciones humanas y socioculturales (Gómez & Sepúlveda, 2011, p. 208).

Esto indica que hoy la sociedad espera que el trabajo de los comunicadores no solo se limite a informar lo que sucede, sino que sirva como canal para visibilizar a las minorías

y sea un ente que apoye, vigile y se constituya como un medio garantista para el cumplimiento de la justicia, además de brindar apoyo en la resolución de conflictos y crisis de las empresas ejerciendo las relaciones públicas y la comunicación organizacional.

Por otra parte, como se mencionó anteriormente, la comunicación pasa por un estado de crisis por lo que varios comunicadores han optado por un recurso importante como es el emprendimiento, tema que se ampliará de mejor manera en el siguiente apartado.

4.13 Cómo ser un emprendedor en comunicación

Emprender puede entenderse como “tener iniciativa, proponerse un objetivo y trabajar consecuentemente utilizando una serie de habilidades, así como los recursos disponibles hasta cumplirlo” (Giménez, s.f, p. 1). De este modo, para un comunicador las habilidades a explotar por lo general serán las capacidades para sacar adelante un proyecto audiovisual, publicidad y creación y dirección de proyectos.

Según Montalvo (2016), un comunicador social puede emprender en diferentes puntos, teniendo en cuenta factores importantes e intangibles como la creatividad y la gestión del talento. En la actualidad es más notable el afán de las empresas por estar presente en el mundo digital, con la necesidad de una buena gestión de imagen y de contenido audiovisual y escrito, es ahí donde apuntan las agencias de comunicación, para brindar apoyo y soporte en estos temas.

Según el estudio realizado por este autor, la mayoría de los alumnos de los últimos años de la carrera de Comunicación de la Universidad de Lima, están interesados en montar su propio emprendimiento, direccionados a emprender una agencia de comunicación, productora audiovisual o medio de comunicación digital.

Para un comunicador social puede ser más factible ser emprendedor puesto que “es probable que la capacidad del comunicador de ponerse en el lugar del público le facilite la detección de necesidades insatisfechas que inspiren ideas de negocio. Esta capacidad potencial debería complementarse con herramientas de gestión empresarial” (Montalvo, 2016).

Sin duda, frente a la crisis económica que se atraviesa en la actualidad y sumada la propia crisis del sector de la comunicación, muchos profesionales consideran como una solución efectiva el emprendimiento, captando los problemas de comunicación e imagen de las empresas e instituciones y apuntando hacia ellos como potenciales consumidores del servicio a prestarse.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1 Tipo de investigación

Es importante resaltar que este estudio corresponde a la segunda línea de investigación planteada por la Escuela de Comunicación Social de la PUCE-SI, que es: Comunicación para el desarrollo e integración social y productiva.

A la vez, esta investigación responde al tipo descriptiva, es decir que “exhibe el conocimiento de la realidad tal como se presenta en una situación de espacio y de tiempo dado. Aquí se observa y se registra, o se pregunta y se registra. Describe el fenómeno sin introducir modificaciones: tal cual” (Rojas, 2015, p.7).

Se ha elegido este tipo de investigación misma que encaja con las técnicas que se usarán para recoger datos importantes para este estudio, no es una investigación experimental sino, más bien corresponde a una que estudia datos cuantitativos y cualitativos. Además, el fin de este trabajo es exponer la realidad de los graduados de la carrera de

Comunicación Social de la PUCESI frente al mundo laboral, tal como se presente, sin alterar o cambiar nada, y al mismo tiempo tratar de detectar dónde está la causalidad del nivel de desempleo al que se enfrentan.

5.2 Metodología

Para alcanzar los objetivos propuestos en esta investigación se usarán varios recursos metodológicos. En primer lugar, está el método analítico, con el uso de éste se pretende realizar un estudio detallado a cada una de las partes de un todo para poder llegar a un resultado verás, confirmado y comprobable. Para poder definir el método analítico, es importante precisar dos conceptos. En primer lugar, el Dr. Calduch Cervera, (2014), mismo que reconoce el método analítico “Utiliza la descripción general de una realidad para realizar la distinción, conocimiento y clasificación de sus elementos esenciales y las relaciones que mantienen entre sí” (p. 30).

Además, Lopera, Ramírez, Zuluaga y Ortiz (2010) definen al método como el proceso ordenado para llegar a un fin esperado y al análisis como la descomposición de un fenómeno en sus elementos, entonces, en conclusión, el concepto de método analítico es el camino para llegar a un resultado mediante la descomposición de las partes de un fenómeno (p.17).

En esta investigación, se aplicará el método analítico en bien de reconocer, estudiar y exponer los factores influyentes para un satisfactorio ejercicio de la carrera de Comunicación Social en el contexto local o, por el contrario, analizar los elementos que intervienen para que dicho ejercicio se vea truncado o no se desarrolle según lo esperado.

5.3 Técnicas Cualitativas y Cuantitativas

En la recolección de datos del objeto de estudio de esta investigación se emplearon dos técnicas: La encuesta que corresponde a una técnica cuantitativa y el focus group a una cualitativa.

5.3.1 Encuesta: es una de las técnicas cuantitativas ampliamente utilizadas en el procedimiento de investigación, y es excelente para la recolección de datos de primera mano con la aplicación de un cuestionario, con la aplicación de esta se permite obtener y elaborar datos de modo rápido, sencillo y eficaz. Sobre esto López & Fachelli (2015) dan una definición más detallada de lo que es la encuesta:

Se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida (p. 8).

Se debe mencionar, que la encuesta está diseñada para realizar las mismas preguntas a un grupo masivo de personas quienes están en el derecho de guardar el anonimato, del mismo modo con el cuestionario que se aplique se busca obtener respuestas rápidas e información confiable.

5.3.2 Focus Group: es una técnica cualitativa moderna que se usa principalmente para investigaciones de tipo social. El focus group forma parte de la categoría de “grupos de discusión”, lo realmente dinámico es que en este caso existe un solo tema de discusión con la participación de un moderador, el cual no permite que los participantes se desvíen del tema, por lo que se puede recoger varias opiniones (Tomat, 2012).

En palabras de Hernández Sampieri & Fernández Collado (2006), el focus group consiste en “Un método de recolección de datos cuya popularidad ha crecido son los grupos de

enfoque”, así también mencionan que estas reuniones son de grupos pequeños o medianos con un mínimo de participante de entre tres y diez personas (p. 124).

El focus group conserva la esencia de la entrevista pues persiguen un mismo objetivo el cual es recolectar diferentes opiniones y puntos de vista acerca de un solo tema, con la diferencia de que la segunda se lo hace con un número grande de participantes. En el Focus Group de esta investigación se contó con la participación de 64 graduados de Comunicación Social de la PUCESI, y se plantearon interrogantes como: ¿Cuál es la situación actual del comunicador? ¿Cuáles son las herramientas útiles para el comunicador en esta época?

5.4 Instrumentos

Las técnicas de investigación que se usaron en el presente trabajo fueron un instrumento clave para su ejecución y aplicación: el cuestionario, aunque de diferente estructura para cada una de ellas, pero basada en una sola temática y con el mismo objetivo de recabar información sobre la realidad de los graduados de Comunicación Social de la PUCESI.

5.4.1. Cuestionario

Según García (2013), el cuestionario como instrumento de investigación se define como:

Un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparado sistemática y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación o evaluación, y que puede ser aplicado en formas variadas, entre las que destacan su administración a grupos o su envío por correo (p. 2).

Para esta investigación el cuestionario fue enviado de manera virtual a todos los encuestados, y el focus group se llevó a cabo mediante una reunión virtual previamente preparada y establecida con los participantes.

5.5 La Muestra

Según López (2004), la muestra es; “un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación”. Para obtener la cantidad de la muestra se empleará el muestreo estratificado para determinar el tamaño de la muestra de un universo de datos que corresponde a la población a ser encuestada y entrevistada.

5.5.1 El Muestreo

Para López (2004) el muestreo; “consiste en un conjunto de reglas, procedimientos y criterios mediante los cuales se selecciona un conjunto de elementos de una población que representan lo que sucede en toda esa población" (MATA et al, 1997:19). Es decir, con este método se busca seleccionar los componentes que formarán la muestra del total de la población, y a su vez, posibilita realizar un análisis más profundo de las variables.

5.5.2 Tamaño de la muestra

Según la Dra. Gómez Armijos (2006), este criterio de la investigación “son el tamaño y la representatividad con la cual se aplica el tipo de muestreo correspondiente” (p, 75). Por tanto, el tamaño de la muestra debe ser definida partiendo de los requerimientos que se necesiten para el análisis de la investigación, por ello, es recomendable tomar la mayor parte de la muestra ya que cuando es más grande y representativa menor será el error que arrojen los datos de la muestra.

5.5.3 Muestra Estratificada

Esta muestra corresponde a cierta segmentación exclusiva de la población a la que se refiere la investigación, en este caso se trabaja con 71 estudiantes, todos graduados de la carrera de Comunicación Social en la PUCESI y se considera los respectivos años de

graduación para obtener más información estimando la diferencia de periodos como otro punto importante.

A continuación, se establece el año o periodo de graduación junto a los estudiantes graduados respectivamente.

2006 – 1	2014 – 3
2008 – 2	2015 – 4
2009 – 2	2016 – 5
2010 – 3	2017 – 12
2011 – 1	2018 – 13
2012 – 2	2019 – 23
2013 – 1	2020 – 3

6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Una vez cuantificado todos los datos del seguimiento realizado a los graduados de la carrera de comunicación social de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, es importante analizar la respuesta obtenida a cada una de las interrogantes planteadas, mismas que arrojan los siguientes resultados:

6.1 GÉNERO

TABLA 1 *Género*

Mujer	Hombre
51	26

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 1 Género

Fuente: Elaboración propia

Análisis: del 100% de los encuestados en referencia al tipo de género, se puede observar que en la carrera de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra el 66% de estudiantes graduados corresponden al género de mujer mientras que, el 34% de los encuestados corresponde al género de hombres, este fenómeno quizá se debe a que la mayor parte de mujeres tienen la habilidad para captar matices emocionales lo cual les ayuda a desarrollar la habilidad de relacionarse de manera más rápida, por tanto, esta carrera les significa el principio para la realización personal y profesional.

6.2 AÑO DE GRADUACIÓN TERCER NIVEL

TABLA 2 Año de graduación. Tercer nivel

2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	2	2	3	1	2	1	3	4	5	12	13	23	5

Fuente: Elaboración propia

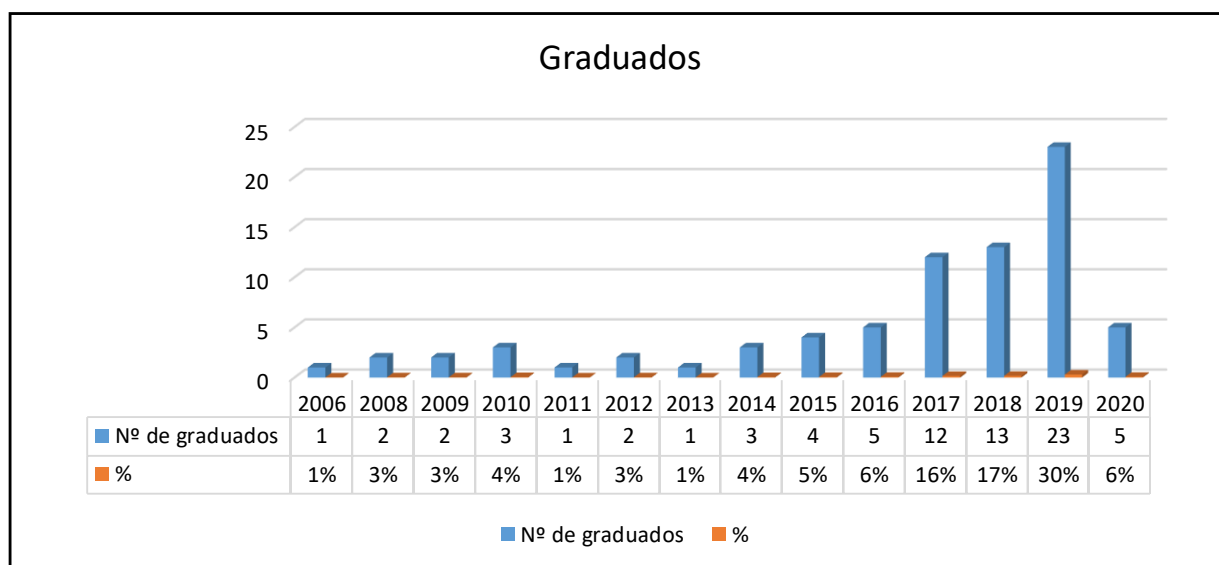


Ilustración 2 Año de graduación. Tercer nivel

Fuente: Elaboración propia

Análisis: según la encuesta aplicada a los graduados de la carrera de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra se evidencia que el porcentaje de graduados por año es muy bajo. Un factor que influyó en la década pasada y para la deserción académica. Misma que se evidencia con porcentajes de hasta el 5% para el año 2015 de graduados en esta carrera, es la crisis económica y la contradicción de los mercados laborales que dejó un porcentaje elevado de desempleo, lo que provocó que los estudiantes universitarios no encuentren trabajo en su carrera y busquen una fuente de ingresos en lo que fuese.

A partir del año 2016 hasta el 2019 el porcentaje de graduados se ha incrementado paulatinamente desde un 6% hasta llegar al 30% a finales de la década pasada, este factor es un indicativo que tanto a nivel económico como también lo referente al desarrollo tecnológico ha influido en el mercado laboral de este segmento que es objeto de cambios frecuentes, pero a su vez le otorga seguridad al estudiante de encontrar un empleo estable lo que le motiva a culminar sus estudios superiores.

Por el contrario, la crisis sanitaria que afectó a nivel mundial en este año 2020 ha golpeado gravemente en la economía de los ecuatorianos y ocasionado una recesión inclusive en los estudiantes que posponen su culminación académica y eso se evidencia con el 6% de graduados hasta la fecha de la encuesta realizada.

6.3 AÑO DE GRADUADOS TERCER NIVEL

TABLA 3 Año de Graduados Tercer nivel

AÑO	2000	2001	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010
GRADUADOS	1	1	1	1	4	2	1	6	6
AÑO	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
GRADUADOS	6	5	7	18	7	3	1	5	2

Fuente: Elaboración propia

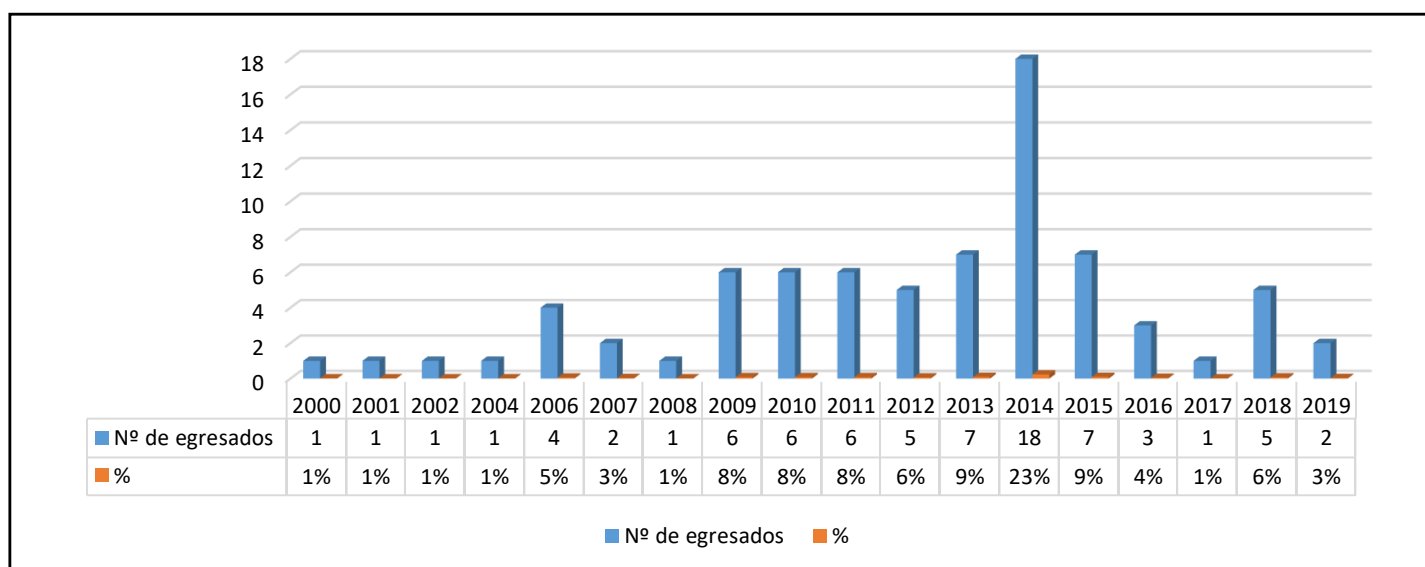


Ilustración 3 Año de Graduados Tercer nivel

Fuente: Elaboración propia

Análisis: respecto a la pregunta referente a la fecha que los encuestados ingresaron en la carrera de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, se evidencia que existe un número reducido en las dos décadas pasadas, sin embargo, es importante mencionar que el año 2014 hay un incremento importante de estudiantes alcanzando a un 23% de matriculados.

De forma similar es importante resaltar que con relación al número de graduados existe un porcentaje muy bajo, como en el año 2014 que ingresaron 18 estudiantes representando el 23% pero haciendo una relación al año correspondiente de graduación 2017 en el cual únicamente se graduaron 12 estudiantes, sin embargo, también estarían incluidos estudiantes de años anteriores de egresados.

6.4 ÚLTIMO NIVEL DE ESTUDIOS CONCLUIDO

TABLA 4 *Último nivel de estudios concluido*

GRADO	POSGRADO	DOCTORADO/PH.D.
60	17	0

Fuente: Elaboración propia

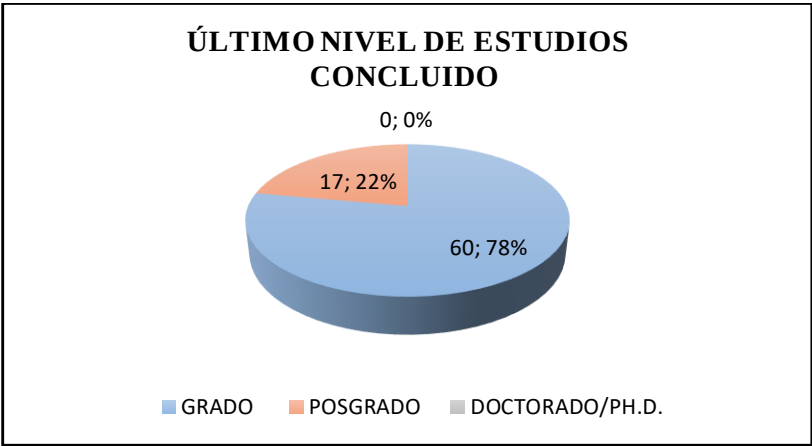


Ilustración 4 *Último nivel de estudios concluido*

Fuente: Elaboración propia

Análisis: se obtiene que un 78% de los encuestados culminaron sus estudios únicamente obteniendo un título de Tercer Nivel, mientras que el 22% de los encuestados indica que han obtenido un Título de Posgrado, esto responde que muchos de los profesionales no tienen estabilidad laboral o el salario que perciben no les permite realizar una inversión para conseguir un título de Cuarto Nivel.

6.5 INSTITUCIÓN DONDE CURSÓ EL ÚLTIMO NIVEL DE ESTUDIOS CONCLUIDO

TABLA 5 *Institución donde se cursó el último nivel de estudios concluido.*

PUCESI	OTRA INSTITUCIÓN
62	15

Fuente: Elaboración propia

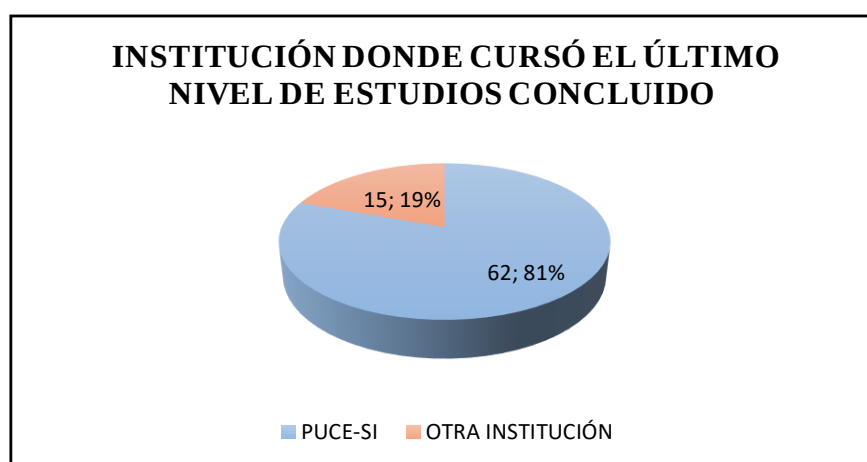


Ilustración 5 *Institución donde se cursó el último nivel de estudios concluido*

Fuente: Elaboración propia

Análisis: el 81% ha culminado sus estudios en la PUCESI esto demuestra la confianza de los estudiantes y sus familias por esta Casa Universitaria, donde su principal fortaleza es alcanzar la excelencia académica, formando profesionales comprometidos con la sociedad, y apenas el 19% ha decidido finalizar sus estudios en otra universidad esto podría ser causa de la frágil economía y las reducidas fuentes de empleo que produce el país lo que genera que muchos busquen culminar sus estudios en universidades en algunos casos estatales.

6.6 ¿ACTUALMENTE ESTÁ ESTUDIANDO O POSTULANDO A UN PROGRAMA DE POSGRADO O DOCTORADO?

TABLA 6 ¿Actualmente está estudiando o postulando a un programa de posgrado o doctorado?

SI	NO
13	64

Fuente: Elaboración propia

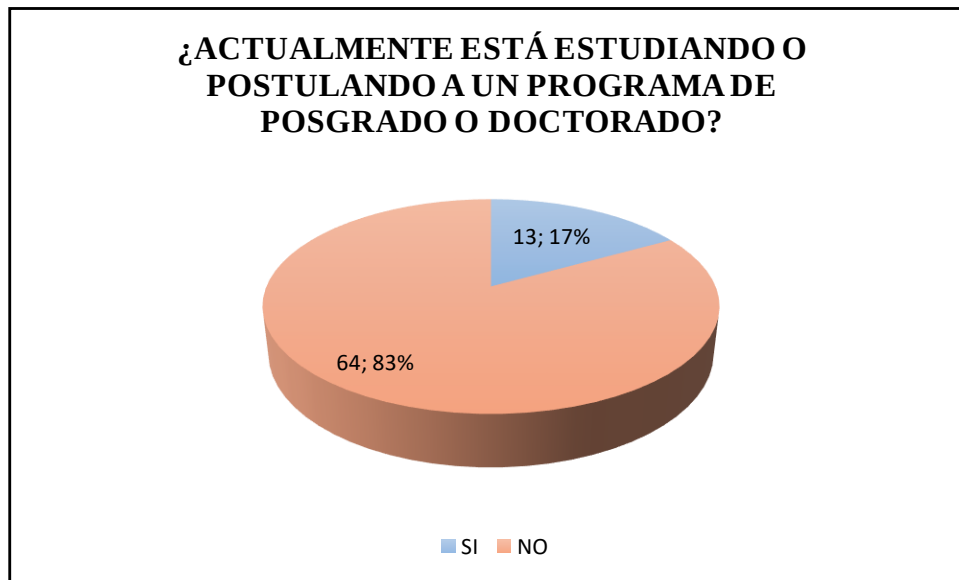


Ilustración 6 ¿Actualmente está estudiando o postulando a un programa de posgrado o doctorado?

Fuente: Elaboración propia

Análisis: de los resultados obtenidos se determina que únicamente el 17% de los graduados está actualmente cursando un programa de posgrado o doctorado, por el contrario, el 83% no se encuentra realizando ningún programa de posgrado, por esta razón se afirma lo antes mencionado que esta carrera sufre una crisis en el ámbito laboral, ya que, más allá de las fuentes de ingresos que les pueda generar el otro título con mayor jerarquía lo que realmente incide es que muchos graduados no trabajan directamente en el área de sus estudios por lo que no consideran necesario o importante inscribirse en un programa de posgrado.

6.7 INSTITUCIÓN EN LA QUE ACTUALMENTE ESTÁ ESTUDIANDO O POSTULANDO A UN PROGRAMA DE POSGRADO O DOCTORADO

TABLA 7 Institución en la que actualmente está estudiando o postulando a un programa de posgrado o doctorado

PUCESI	5
Universidad Austral de Buenos Aires	1
Universidad Santiago de Compostela	2
Universidad Andina San Sebastián	1
Escuela de Cinematografía y del Audiovisual de la Comunidad de Madrid	1
Universidad de las Américas	1
Universidad Oberta de Catalunya	1
Universidad Autónoma de Barcelona	1
Universidad de Sevilla	1
Universidad de Lleiva España	1

Fuente: Elaboración propia

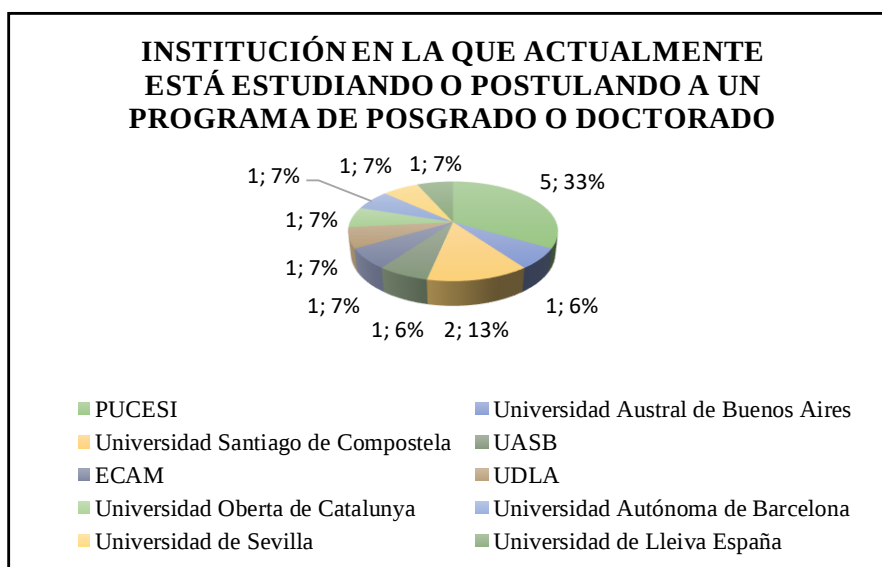


Ilustración 7 Institución en la que actualmente está estudiando o postulando a un programa de posgrado o doctorado

Fuente: Elaboración propia

Análisis: los resultados que se obtienen a esta interrogante indica que el 33% de los graduados han decidido seguir estudiando un programa de titulación de posgrado en la PUCESI, esto destaca la credibilidad que tiene la institución ya que genera un alto porcentaje de aceptación en esta oferta de estudios, en igual sentido, se debe resaltar

que un 6% de los graduados, aunque en menor número también buscan seguir ampliando sus conocimientos y buscan otras ofertas de estudios en el extranjero.

6.8 DE LA FECHA DE SU GRADUACIÓN DE LA PUCESI, EN CUANTO TIEMPO CONSIGUIÓ EMPLEO

TABLA 8 *De la fecha de su graduación de la PUCESI, en cuánto tiempo consiguió empleo*

YA TRABAJABA ANTES DE MI GRADUACIÓN	ME TOMÓ 3 MESES CONSEGUIR EMPLEO	ME TOMÓ 6 MESES CONSEGUIR EMPLEO	ME TOMÓ 12 MESES CONSEGUIR EMPLEO	ME TOMÓ 18 MESES CONSEGUIR EMPLEO	ME TOMÓ 24 MESES CONSEGUIR EMPLEO	AÚN NO CONSIGO EMPLEO
34	7	1	2	5	2	26

Fuente: Elaboración propia

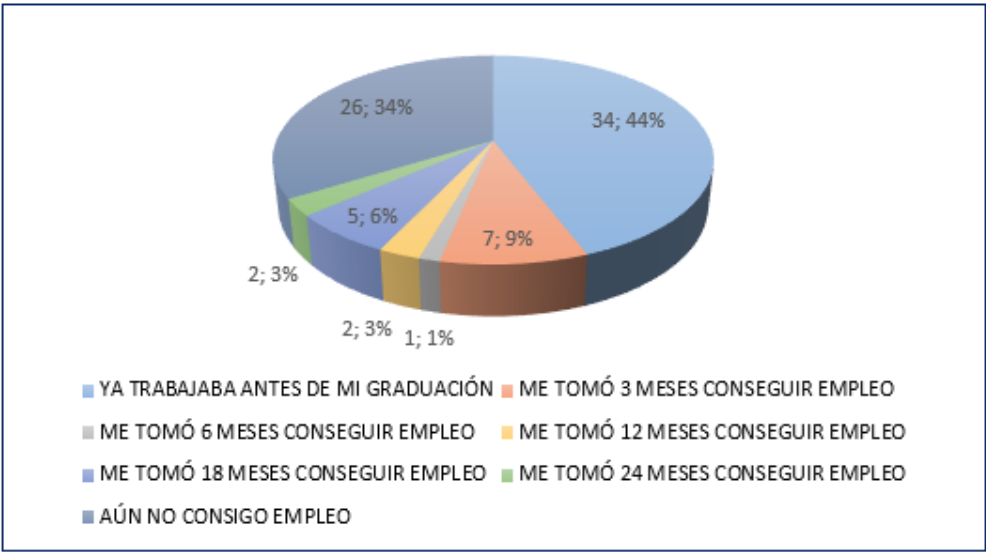


Ilustración 8 *De la fecha de su graduación de la PUCESI, en cuánto tiempo consiguió empleo*

Fuente: Elaboración propia

Análisis: los resultados que se obtienen a esta interrogante aún se pueden considerar como alarmantes, debido a que el 34% de los graduados encuestados, es decir, 26 personas no logran ubicarse en una plaza de empleo después de 24 meses de haber

culminado su preparación académica, en menor número indican que algunos consiguieron empleo en término promedio de tiempo que oscila desde los 3 a los 24 meses.

Pero es muy importante destacar que el 44% de los graduados mientras cursaban sus estudios universitarios ya se encontraban laborando, lo que es una determinante para que éstos hayan decidido culminar su carrera universitaria.

6.9 ESTÁ USTED ACTUALMENTE TRABAJANDO

TABLA 9 *Está usted actualmente trabajando*

SI ESTOY	NO ESTOY
43	34

Fuente: Elaboración propia

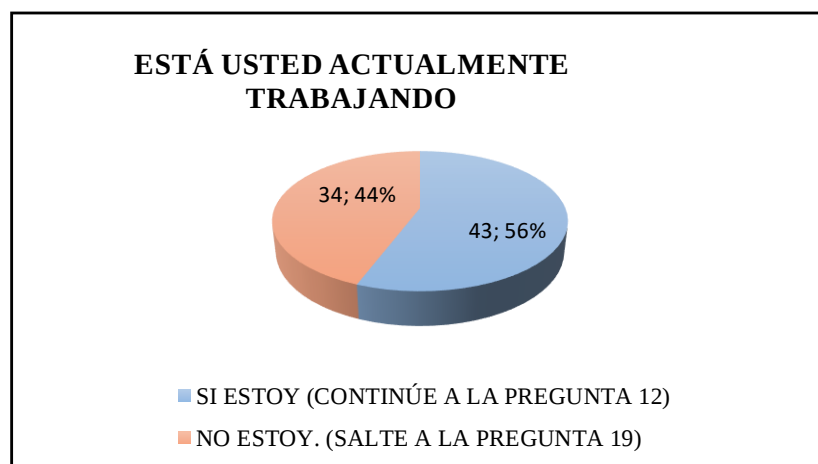


Ilustración 9 *Está usted actualmente trabajando*

Fuente: Elaboración propia

Análisis: un título universitario no asegura un trabajo ni el éxito, ser confiable, agradecido y profesional ayudará abrir las puertas para el cumplimiento de las metas y objetivos planteados al inicio de esta carrera, pero no siempre pasa, según lo analizado, se encuentra que el 56% de los encuestados afirman estar trabajando, no necesariamente en su campo ocupacional pero el poseer un Título de Tercer Nivel les asegura por el momento estabilidad laboral en este mundo tan competitivo.

Pero también es importante señalar que el 44% de los encuestados no se encuentran laborando actualmente, esto quizá por las condiciones económicas que atraviesa el país por la grave crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19.

6.10 LA INSTITUCIÓN EN LA QUE TRABAJA PERTENECE AL SECTOR

TABLA 10 *La institución en la que trabaja pertenece al sector público*

PÚBLICO	PRIVADO	ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL	NEGOCIO PROPIO	LIBRE EJERCICIO
9	20	2	15	2

Fuente: Elaboración propia

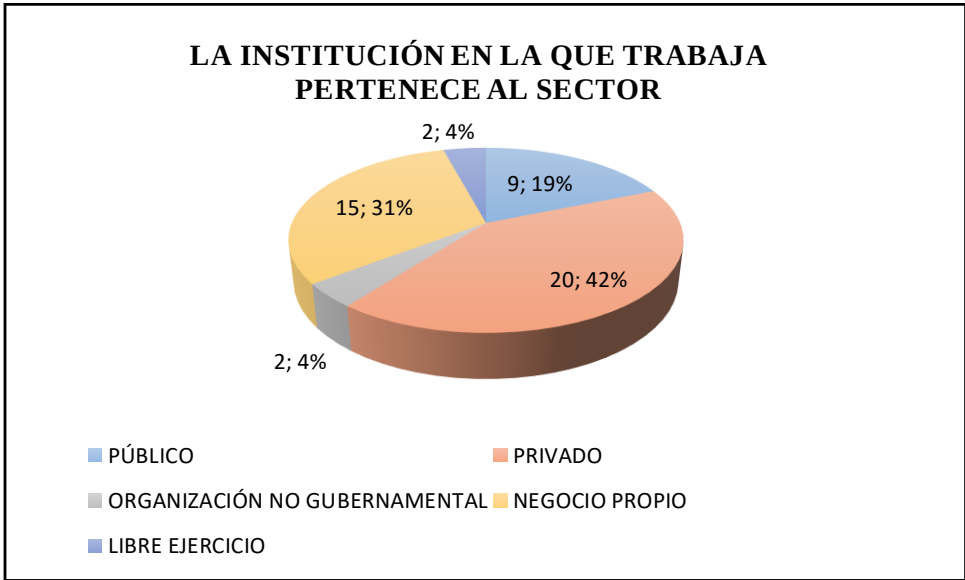


Ilustración 10 *La institución en la que trabaja pertenece al sector público*

Fuente: Elaboración propia

Análisis: estos resultados permiten identificar que el 42% de los graduados encuestados se encuentran trabajando en el sector privado, siendo en este dónde existen mayores espacios creados para los Comunicadores Sociales.

Mientras el 31% de los encuestados han optado por emprendimientos que les permitan ser generadores de fuentes de empleo, así también el 19% de estos se encuentra trabajando en el sector público y apenas un 4% actualmente trabaja en empresas no gubernamentales o se dedican al libre ejercicio profesional.

6.11 NIVEL DEL CARGO QUE OCUPA EN EL TRABAJO ACTUAL

TABLA 11 Nivel del cargo que ocupa en el trabajo actual

OPERATIVO	MANDO MEDIO	DIRECTIVO	PROPIETARIO	EXTERNO	OTRO
19	6	3	16	0	3

Fuente: Elaboración propia

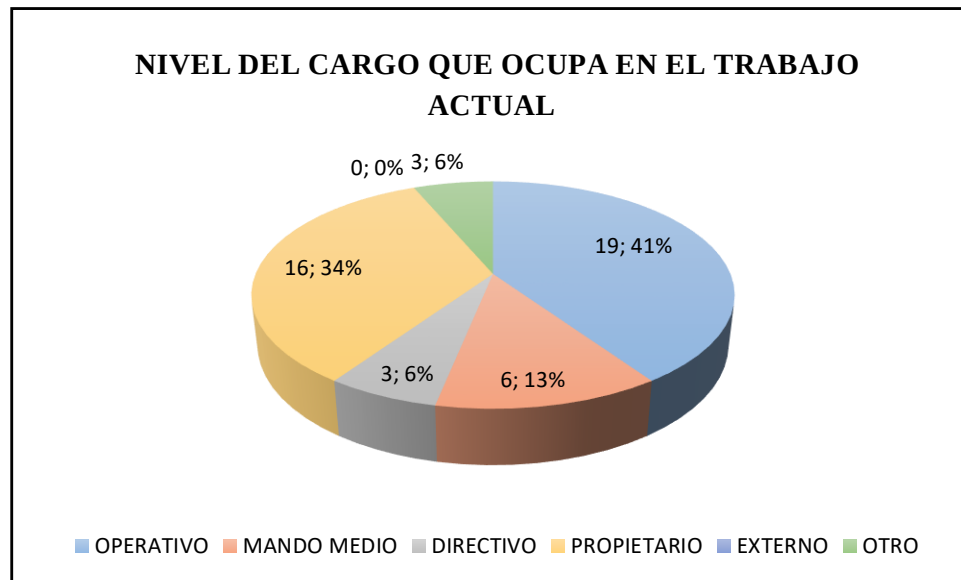


Ilustración 11 Nivel del cargo que ocupa en el trabajo actual

Fuente: Elaboración propia

Análisis: las empresas están atravesando un constante cambio para el mejoramiento de sus servicios es por ello que se puede evidenciar que los Comunicadores Sociales pueden desempeñar cualquier puesto de trabajo, según esta encuesta podemos mencionar que el 41 % de los graduados ocupa un cargo operativo y que el 34% es propietario de negocios que han emprendido.

Como se hacía referencia en la pregunta 10, también se señala que un 13% se encuentra en puestos de mando medio, es decir, con personal a su cargo y apenas un 6% ocupa puestos a nivel directivo, quizá se debe al número limitado de empresas en el sector objeto de la encuesta.

6.12 ¿ES USTED EMPLEADOR O TIENE PERSONAL BAJO SU RESPONSABILIDAD?

TABLA 12 ¿Es usted empleador o tiene personal bajo su responsabilidad?

SI	NO
18	28

Fuente: Elaboración propia

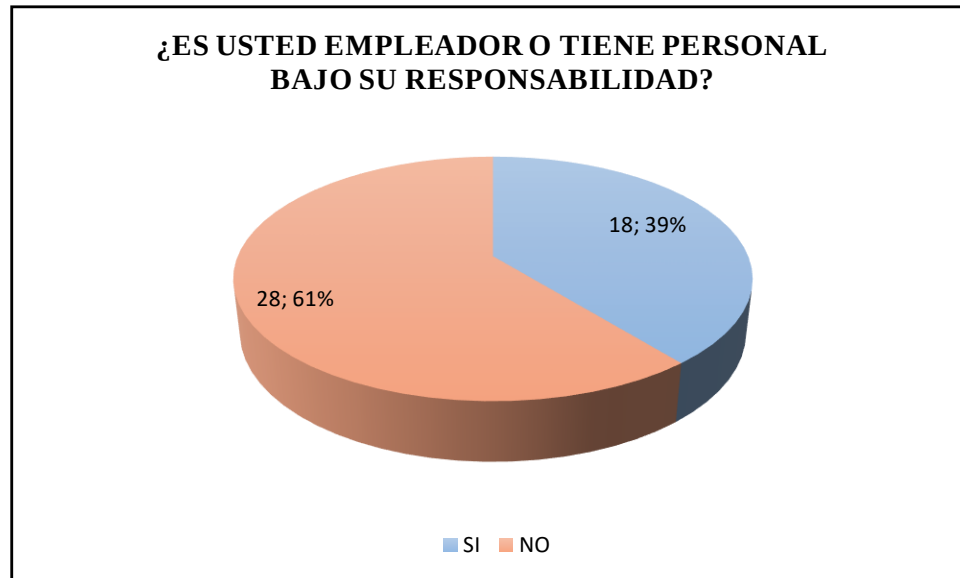


Ilustración 12 ¿Es usted empleador o tiene personal bajo su responsabilidad?

Fuente: Elaboración propia

Análisis: esta pregunta tiene relación directa con la interrogante planteada en la pregunta 9 misma que mencionaba que el 34% de los encuestados se encontraban trabajando y eso puede traducirse a que el 39% de los encuestados tienen empleo ya sea bajo relación de dependencia o como trabajador autónomo contrayendo obligaciones como patrono. De igual modo, se debe destacar que el 61% de los graduados indican no tener relación con algún empleador y tampoco se constituyen empleadores.

6.13 ¿HA TENIDO O TIENE EXALUMNOS DE LA PUCE SEDE IBARRA A SU CARGO? EVALÚE SU SATISFACCIÓN SOBRE EL DESEMPEÑO PROFESIONAL DE LOS MISMOS.

TABLA 13 Nivel de satisfacción sobre el desempeño profesional de exalumnos

MUY INSATISFECHO		MUY SATISFECHO		
1	2	3	4	4
0	0	10	9	5

Fuente: Elaboración propia

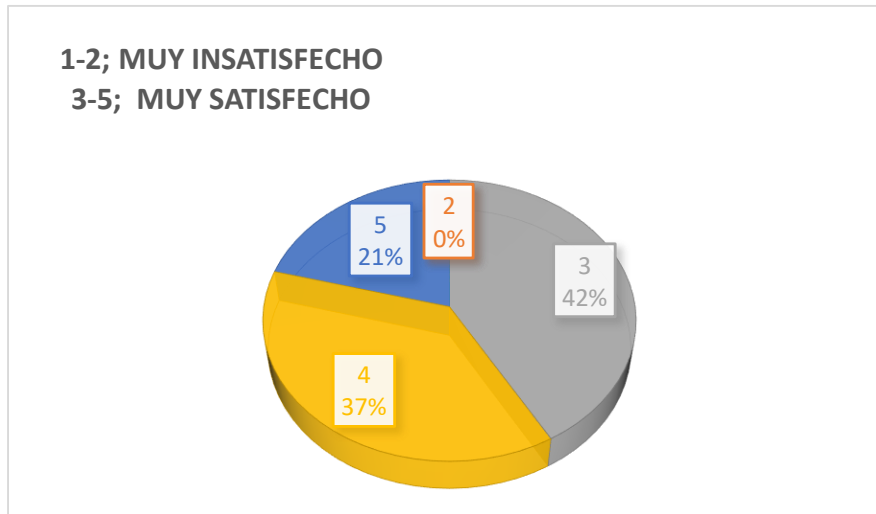


Ilustración 13 Nivel de satisfacción sobre el desempeño profesional de exalumnos

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Se establece según la encuesta realizada del rango del 3 al 5 que se refiere a muy satisfecho, lo cual da un porcentaje de 42% para el nivel 3, 37% para el 4 y 21% para el 5 puesto que existe gran satisfacción sobre el desempeño de quienes han tenido bajo su responsabilidad a ex alumnos de la carrera de comunicación social de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Es decir, que los graduados de la PUCESI salen al mundo laboral con una vasta capacidad de análisis e interpretación de los cambios sociales que ocurren constantemente y para lo cual deben estar preparados, dando respuestas inmediatas y solucionando problemas que se presentan en la marcha del negocio.

6.14 SI TOMAMOS EN CUENTA QUE COMPETENCIA ES LA CAPACIDAD EFECTIVA (real y demostrada) PARA LLEVAR A CABO EXITOSAMENTE UNA ACTIVIDAD LABORAL PLENAMENTE IDENTIFICADA. ¿LOS EXALUMNOS DE LA PUCE SEDE IBARRA A SU CARGO, FUERON COMPETENTES?

TABLA 14 Nivel de competencia de exalumnos

NADA COMPETENTES		MUY COMPETENTES		
1	2	3	4	5
0	1	7	12	5

Fuente: Elaboración propia

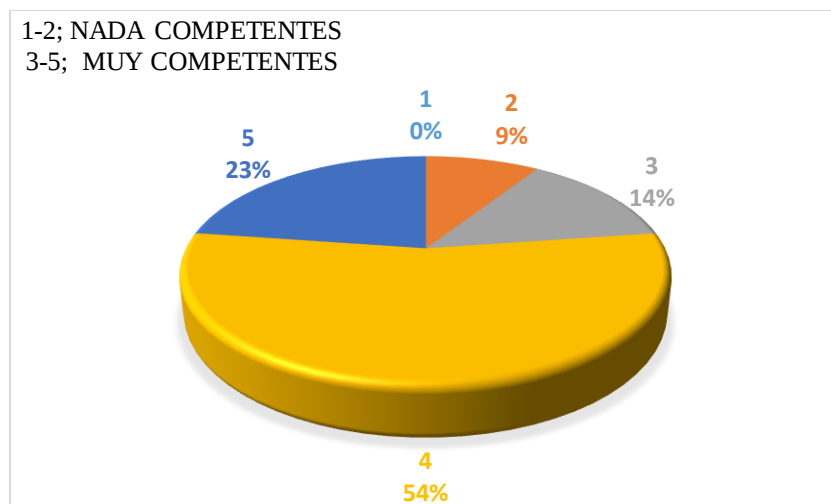


Ilustración 14 Nivel de competencia de exalumnos

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Se establece según la encuesta realizada del rango del 3 al 5 que es muy satisfecho y arroja un porcentaje para el 3 de 14%, para el 4 un 54% y para el 5 un 23% en la cual, los exalumnos de la PUCES-SI a su cargo fueron muy competentes. Es decir, que los graduados de la PUCE cuentan con conocimientos profundos en las ciencias sociales mismo que les aporta una continua reflexión en el campo de la comunicación social que les ayuda a entender en su dimensión real y los hace más competitivos frente a otros.

6.15 INDIQUE EL RANGO SALARIAL (DÓLARES) QUE PERCIBE ACTUALMENTE

TABLA 15 Rango salarial que percibe actualmente

400 o MENOS	ENTRE 401 Y 800	ENTRE 801 Y 1500	ENTRE 1501 Y 2500	ENTRE 2501 Y 3500	MÁS DE 3501
10	20	14	3	0	0

Fuente: Elaboración propia

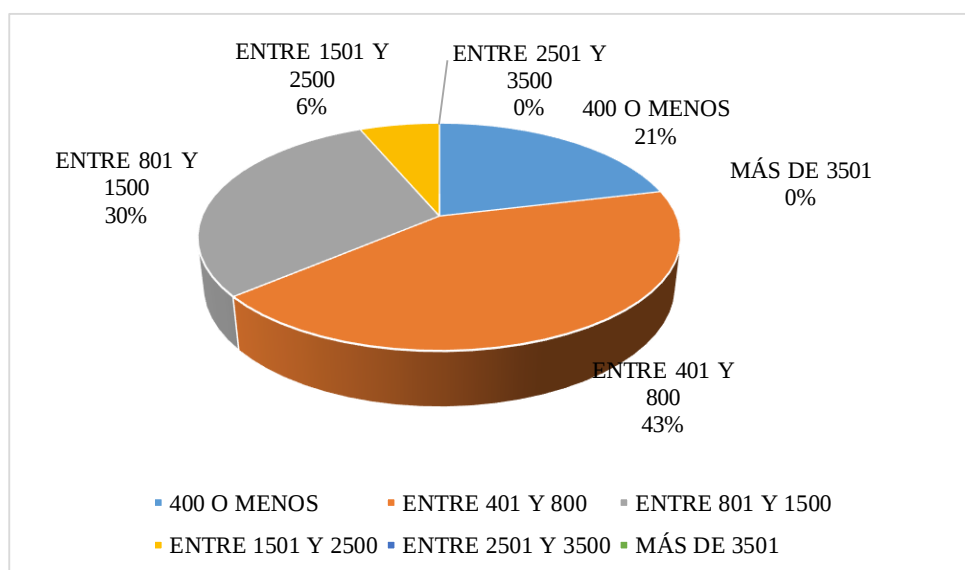


Ilustración 15 Rango salarial que percibe actualmente

Fuente: Elaboración propia

Análisis: en el apartado de mercado laboral se mencionó que en el año 2012 el Expresidente Rafael Correa había dispuesto que un Comunicador Social debía percibir un sueldo no mayor de USD 800,00 y estos resultados afirman lo expuesto ya que el 43% indica tener un salario promedio de entre USD 401 – 800, mientras un 30% afirma que percibe un salario superior a USD 800,00 y no mayor de USD 1500,00. Por otra parte 3 de los encuestados que corresponde al 6% indica que su sueldo oscila entre USD 1501-2500 esto se relaciona con los encuestados de la pregunta 11 en la cual 3 encuestados mencionaron ocupar cargos directivos por lo que su salario está acorde a la responsabilidad que tiene.

6.16 ¿LA ACTIVIDAD DE SU TRABAJO ACTUAL TIENE RELACIÓN CON EL TÍTULO PROFESIONAL OBTENIDO EN LA PUCE SEDE IBARRA?

TABLA 16 ¿La actividad de su trabajo actual tiene relación con el título profesional obtenido?

NADA RELACIONADA		MUY RELACIONADA		
1	2	3	4	5
17	6	10	12	32

Fuente: Elaboración propia

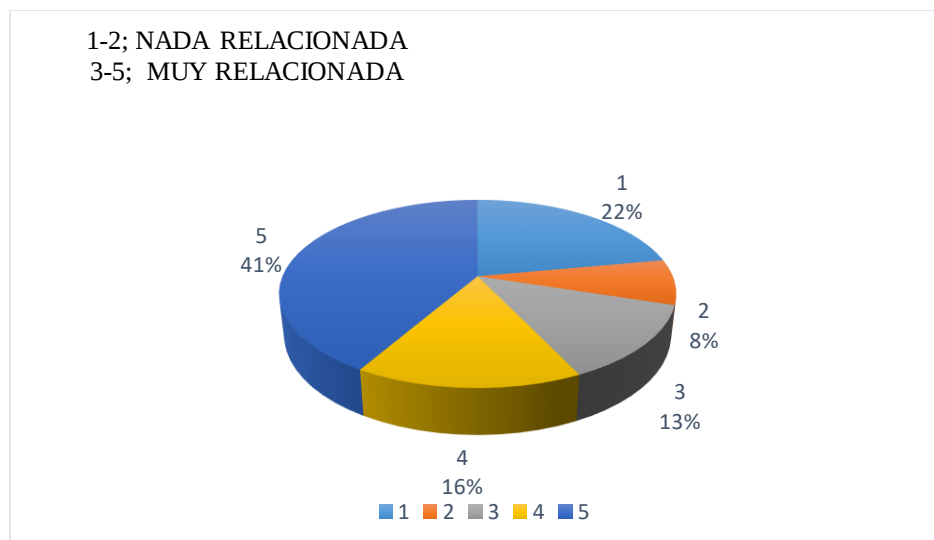


Ilustración 16 ¿La actividad de su trabajo actual tiene relación con el título profesional obtenido?

Fuente: Elaboración propia

Análisis: estos resultados proporcionan de entre el rango del 3 al 5 y menciona que la actividad a la cual se dedica está muy relacionada con el título Comunicador Social dando un rango de 3-13%, 4-16% y 5 -41 %, pero también es importante mencionar que en el promedio del no muy relacionado existe un porcentaje del 22% debido a que se encuentran realizando otras actividades. Lo significativo por destacar es que los graduados que se encuentra activos en el mercado laboral si trabajan en algo relacionado a su carrera universitaria, por tanto, es preciso resaltar los fundamentos o bases académicas que la PUCESI aporta en sus estudiantes les permite desempeñarse adecuadamente y obtener trabajos relacionados a su preparación académica.

6.17 ¿CONSIDERA USTED QUE LA PUCE SEDE IBARRA LE OFRECIÓ UNA INFRAESTRUCTURA (EDIFICIOS, AULAS, LABORATORIOS, BAÑOS, ETC) ADECUADA?

TABLA 17 ¿Considera que la PUCESI le ofreció una infraestructura adecuada?

MUY INSATISFECHO		MUY SATISFECHO		
1	2	3	4	5
2	5	19	32	19

Fuente: Elaboración propia

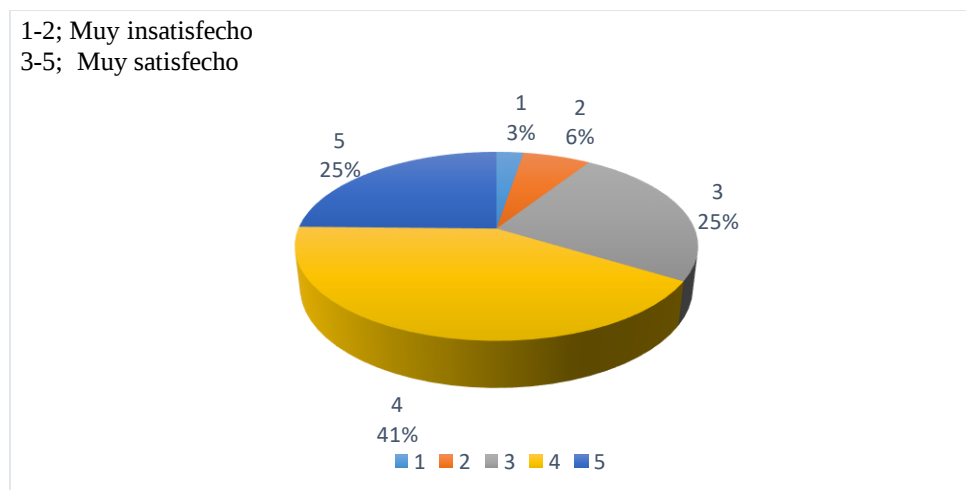


Ilustración 17 ¿Considera que la PUCESI le ofreció una infraestructura adecuada?

Fuente: Elaboración propia

Análisis: la calidad en la educación universitaria es una constante preocupación una meta que persigue todo representante de las IES, para lo cual la infraestructura juega un papel determinante debido que el estudiante convive la mayor parte del día en éstas áreas, es así que ante esta pregunta en un rango de satisfacción de 5 el 41% de los encuestados responde que la PUCESI si cuenta con una infraestructura adecuada para la realización de las actividades educativas, pero también se debe mencionar que entre el rango de 3 de insatisfacción un 25% dice no estar de acuerdo con las instalaciones de la institución de educación.

6.18 ¿CONSIDERA USTED QUE LA PUCE SEDE IBARRA LE OFRECIÓ PROFESORES COMPETENTES (PREPARACIÓN, EXPERIENCIA LABORAL, PRESTIGIO)?

TABLA 18 ¿Considera que la PUCESI le ofreció profesores competentes?

MUY INSATISFECHO		MUY SATISFECHO		
1	2	3	4	5
1	5	20	32	19

Fuente: Elaboración propia

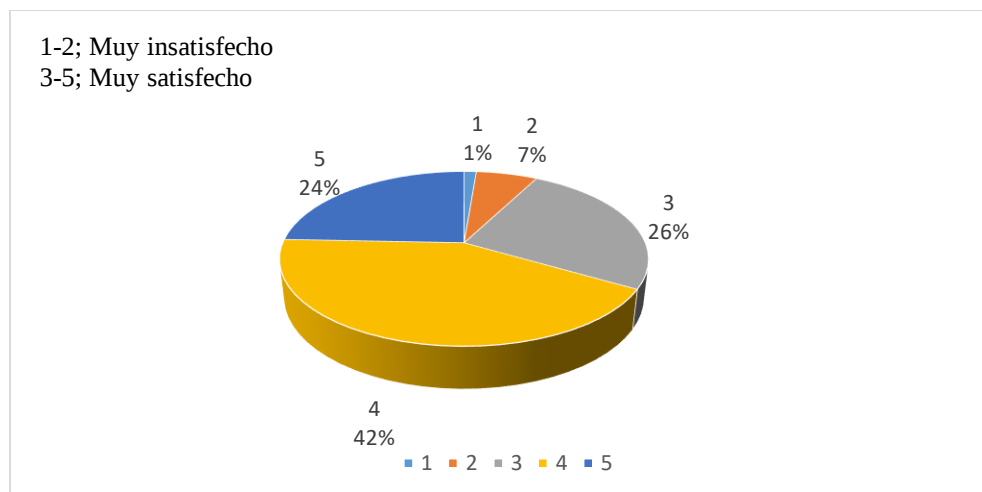


Ilustración 18 ¿Considera que la PUCESI le ofreció profesores competentes?

Fuente: Elaboración propia

Análisis: el ámbito educativo pasa por frecuentes transformaciones y continuas reformas en sus planes y programas que oferte en el mercado, por ello las exigencias para adentrarse en la sociedad del conocimiento obliga que sus estudiantes desarrollen competencias sólidas al momento de la ejecución en el ámbito laboral, y exige que los profesionales a cargo de esta enseñanza estén mucho más capacitados por esto, ante la pregunta planteada en un rango de 4 el 42 % indica que existe satisfacción con los profesionales que impartieron enseñanza, en un rango de 3 el 26% argumentó no estar satisfecho y en el rango de 5 solo el 24% considera que sus docentes fueron excelentes, esto deja ver que la PUCESI debe continuar exigiendo la preparación de sus docentes para alcanzar la excelencia educativa.

6.19 ¿CONSIDERA USTED QUE LA PUCE SEDE IBARRA CONTÓ CON PLANES DE ESTUDIO ADECUADOS?

TABLA 19 ¿Considera que la PUCESI contó con planes de estudio adecuados?

MUY INSATISFECHO		MUY SATISFECHO		
1	2	3	4	5
2	7	15	44	9

Fuente: Elaboración propia

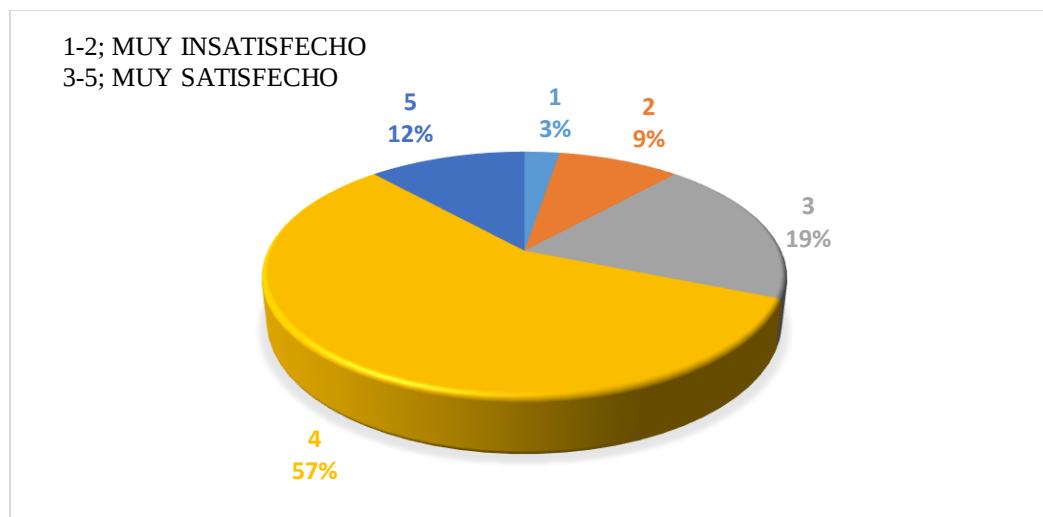


Ilustración 19 *¿Considera que la PUCESI contó con planes de estudio adecuados?*

Fuente: Elaboración propia

Análisis: los resultados a esta interrogante arrojan que en un rango 4 de satisfacción el 57% está de acuerdo con los planes de estudio recibidos mientras cursaba su carrera universitaria puesto que si les ha permitido un buen desempeño profesional adecuado a las necesidades de la sociedad.

Por otro lado, existe un rango de 2 de insatisfacción, el 9% dijo no estar de acuerdo con los planes de estudio que propone la PUCESI.

6.20 ¿CONSIDERA USTED QUE LA PUCE SEDE IBARRA LE OFRECIÓ SERVICIOS ESTUDIANTILES DE CALIDAD (SALUD, CULTURA, DEPORTE, PASTORAL)?

TABLA 20 *¿Considera que la PUCESI le ofreció servicios estudiantiles de calidad?*

MUY INSATISFECHO		MUY SATISFECHO		
1	2	3	4	5
2	5	19	32	19

Fuente: Elaboración propia

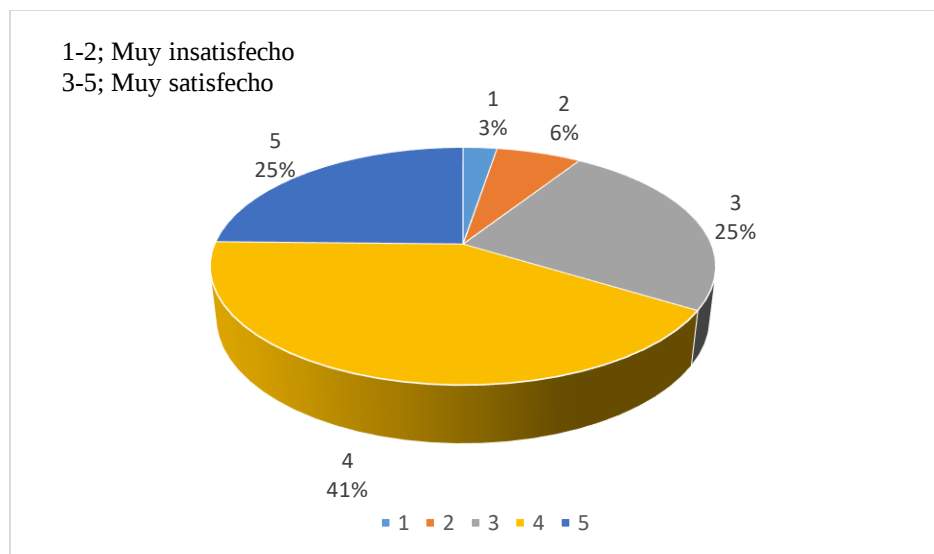


Ilustración 20 ¿Considera que la PUCESI le ofreció servicios estudiantiles de calidad?

Fuente: Elaboración propia

Análisis: se establece según la encuesta realizada del rango del 3 al 5 que es muy satisfecho da un porcentaje de 3 – 25%, 4-41% y 5-25% es decir, la PUCE SEDE IBARRA si ofreció servicios estudiantiles de calidad como es: salud cultura deporte, pastoral, lo cual ayudo en la formación humanística del profesional y con un porcentaje 2 – 6% de insatisfacción de los servicios estudiantiles eso podríamos señalar que no le apporto en su etapa de aprendizaje estudiantil.

6.21 ¿CONSIDERA USTED QUE LA PUCE SEDE IBARRA LE OFRECIÓ PROFESORES COMPETENTES (PREPARACIÓN, EXPERIENCIA LABORAL, PRESTIGIO)?

TABLA 21 ¿Considera que la PUCESI le ofreció profesores competentes?

MUY INSATISFECHO		MUY SATISFECHO		
1	2	3	4	5
1	5	20	32	19

Fuente: Elaboración propia

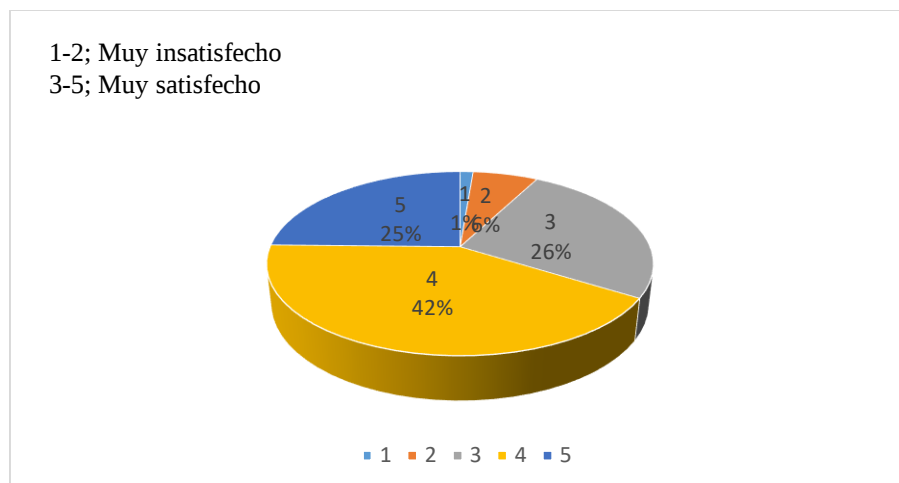


Ilustración 21 ¿Considera que la PUCESI le ofreció profesores competentes?

Fuente: Elaboración propia

Análisis: la relación establecida del rango del 3 al 5 que es muy satisfecho se obtiene un porcentaje de 3 – 26%, 4-42% y 5-25% por tanto se entiende que la PUCE SEDE IBARRA si puso a disposición de los estudiantes profesores de calidad, comprometidos con la enseñanza y que fomenten buenos valores para que los estudiantes al salir a la vida laboral sean personas de bien, profesionales comprometidos con su carrera y competitivos en un mundo globalizado. En un rango de entre 1-2 que es muy insatisfecho el 6% dijo que no consideran que no tuvieron profesores de calidad, por lo que queda el compromiso de las autoridades y docentes en reducir o eliminar este porcentaje de insatisfacción por medio de capacitación continua a los docentes.

6.22 ¿CONSIDERA USTED QUE LA PUCE SEDE IBARRA LE OFRECIÓ BIBLIOTECA FÍSICA Y VIRTUAL ACTUALIZADA Y ACCESIBLE?

TABLA 22 ¿Considera que la PUCESI le ofreció biblioteca física y virtual actualizada y accesible?

MUY INSATISFECHO		MUY SATISFECHO		
1	2	3	4	5
1	7	25	27	17

Fuente: Elaboración propia

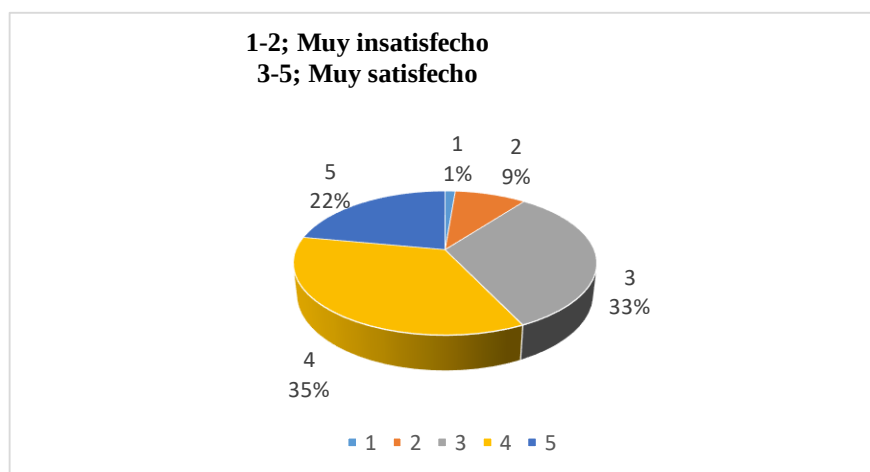


Ilustración 22 ¿Considera que la PUCESI le ofreció biblioteca física y virtual actualizada y accesible?

Fuente: Elaboración propia

Análisis: la gestión y profundización del conocimiento coadyuva a tener una biblioteca actualizada y que esta esté al alcance de los estudiantes las 24 horas del día como parte de la revolución tecnológica el estudiante de la PUCE SEDE IBARRA tiene a su disposición una biblioteca virtual actualizada y esto se afirma con los resultados obtenidos respecto a esta pregunta planteada en donde en el rango del 3 al 5 que es muy satisfecho el 3 – 33%, 4-35% y 5-22% con esto los estudiantes pueden referirse a la biblioteca física y virtual que les permitió un mejor desarrollo y lograron realizar trabajos de forma oportuna.

6.23 ¿CONSIDERA USTED QUE LA PUCE SEDE IBARRA LE OFRECIÓ TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (ON-LINE) ACCESIBLES?

TABLA 23 ¿Considera que la PUCESI le ofreció tecnologías de información y comunicación (on-line) accesibles?

MUY INSATISFECHO		MUY SATISFECHO		
1	2	3	4	5
2	11	18	32	14

Fuente: Elaboración propia

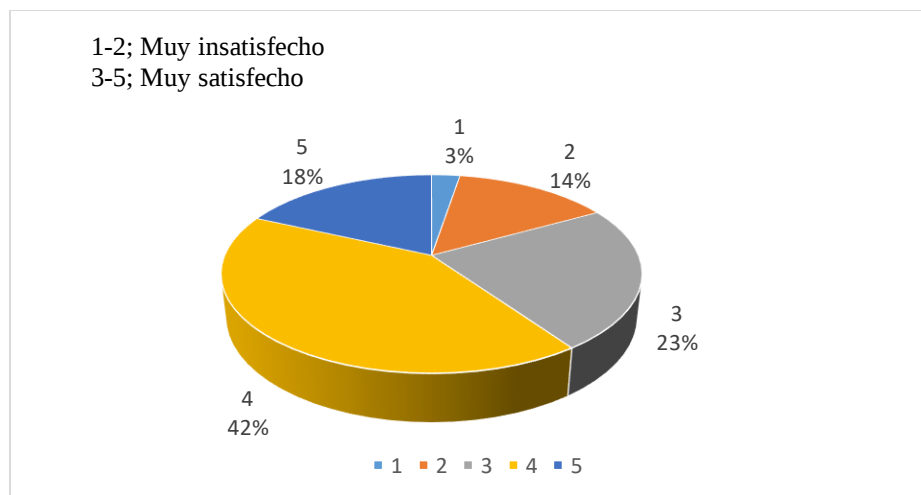


Ilustración 23 ¿Considera que la PUCESI le ofreció tecnologías de información y comunicación (on-line) accesibles?

Fuente: Elaboración propia

Análisis: según se establece en esta encuesta realizada del rango del 3 al 5 que es muy satisfecho da un porcentaje de 3 – 18%, 4-32% y 5-14 % esto se interpreta que la PUCE SEDE IBARRA brindó tecnologías de información y comunicación on-line, lo cual permitió un mejor desempeño de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social, la gestión del contenido que se pueda acceder en estos sitios on-line sustituye en muchas ocasiones al conocimiento recibido en las aulas.

6.24 ¿CONSIDERA USTED QUE LA PUCE SEDE IBARRA LE OTORGÓ UN TÍTULO PROFESIONAL ADECUADO A LA DEMANDA LABORAL?

TABLA 24 ¿Considera que la PUCESI le otorgó un título profesional adecuado a la demanda laboral?

MUY INSATISFECHO		MUY SATISFECHO		
1	2	3	4	5
2	3	20	30	22

Fuente: Elaboración propia

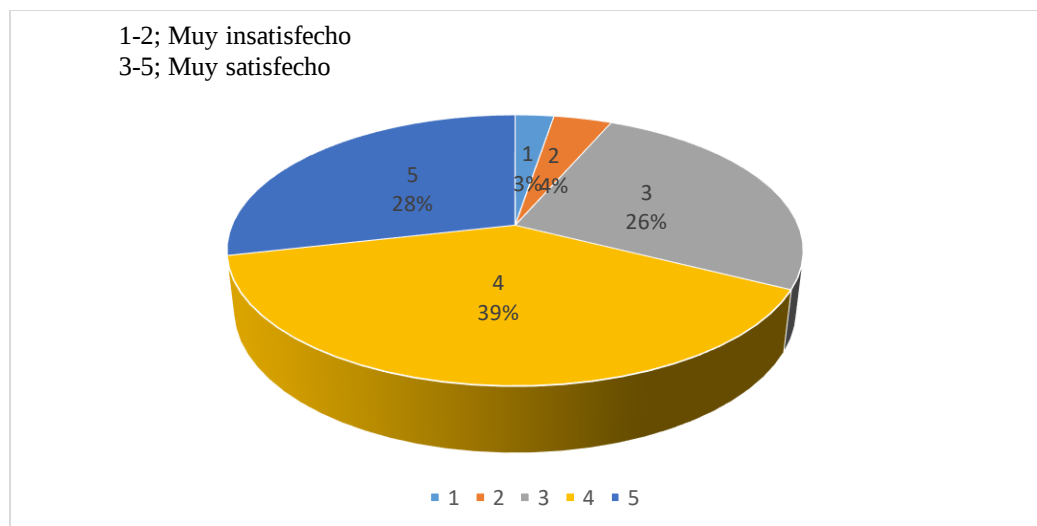


Ilustración 24 ¿Considera que la PUCESI le otorgó un título profesional adecuado a la demanda laboral?

Fuente: Elaboración propia

Análisis: respecto a lo planteado del rango del 3 al 5 que es muy satisfecho se obtiene un porcentaje de 3–26%, 4-39% y 5-28 %, menciona que la PUCE SEDE IBARRA otorgó un título profesional acorde a la demanda laboral. Lo cual quiere decir que los graduados en comunicación social están desempeñando actividades relacionados al estudio cursado, es indudable que las relaciones interpersonales con un networking adecuado el graduado puede crear conexiones que le ayudan a encontrar trabajo con el título que le otorgo la PUCE SEDE IBARRA.

6.25 EVALÚE LOS COSTOS DE LA PUCE SEDE IBARRA

Tabla 25 Evalúe los costos de la PUCESI

MUY INSATISFECHO		MUY SATISFECHO		
1	2	3	4	5
6	11	29	23	8

Fuente: Elaboración propia

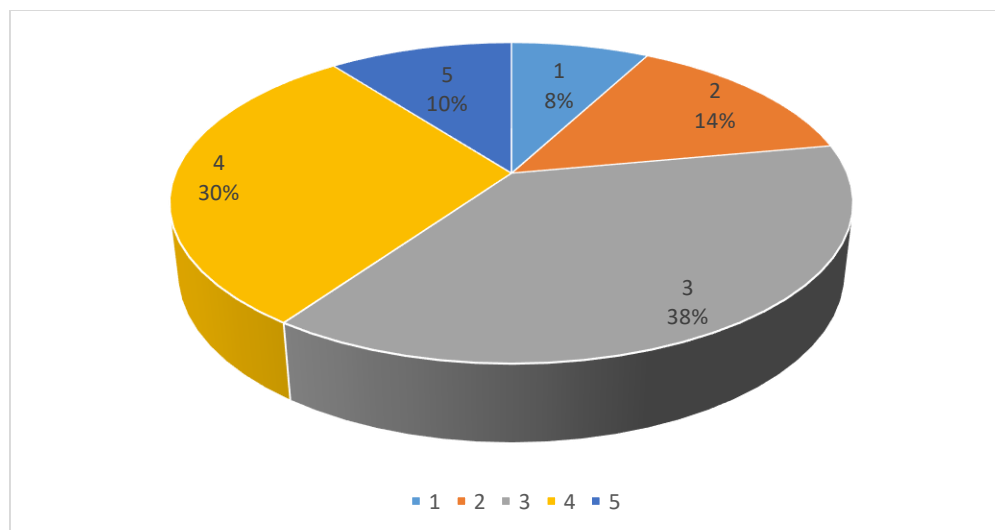


Ilustración 25 Evalúe los costos de la PUCESI

Fuente: Elaboración propia

Análisis: se establece según la encuesta realizada del rango del 3 al 5 que es muy satisfecho dando un porcentaje de 3 – 38%, 4-30% y 5-10 %, se menciona que los costos de la PUCE SEDE IBARRA no son elevados, el dicho lo barato sale caro también aplica en el ámbito educativo en la actualidad y la excesiva competencia de profesionales tras un solo puesto de trabajo ocasiona que las empresas elijan a sus colaboradores basados en la universidad de origen. Por ello los graduados consideran que obtener un título universitario en la PECE SEDE IBARRA es accesible.

6.26 EVALÚE LOS SISTEMAS DE SELECCIÓN DE ESTUDIANTES (EXÁMENES DE INGRESO, ENTREVISTAS, ETC)

TABLA 26 Evalúe los sistemas de selección de estudiantes

MUY INSATISFECHO		MUY SATISFECHO		
1	2	3	4	5
1	4	27	26	19

Fuente: Elaboración propia

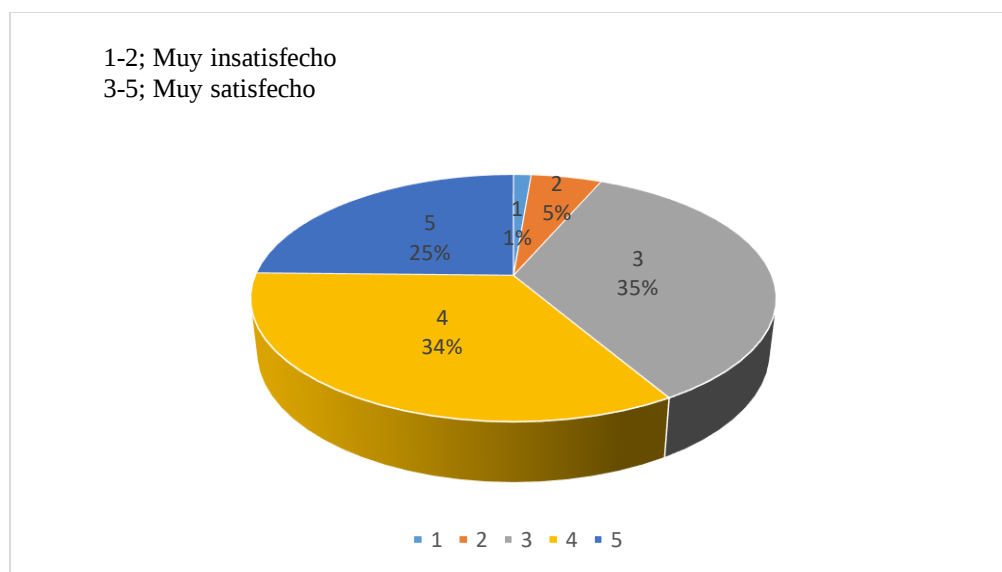


Ilustración 26 Evalúe los sistemas de selección de estudiantes

Fuente: Elaboración propia

Análisis: se establece según la encuesta realizada del rango del 3 al 5 que es muy satisfecho da un porcentaje de 3–35%, 4-34% y 5-25 %, los sistemas de selección de estudiantes son los adecuados porque de esta manera permite elegir a los estudiantes capaces de lograr los objetivos de la carrera y formase como profesionales de calidad, en la actualidad asegurar un cupo en universidades estatales es muy difícil por el reducido número de cupos y por el bajo presupuesto que manejan las universidades que ocasiona que cada vez exista menor número de cupos por lo que el postulante universitario considerando costos y accesibilidad en los métodos de elección opta por la PUCE SEDE IBARRA y asegura a obtener un título de una universidad con prestigio.

6.27 EVALÚE LOS CONVENIOS CON UNIVERSIDADES DE OTROS PAÍSES (OPORTUNIDADES DE ESTUDIOS EN EL EXTRANJERO)

TABLA 27 Evalúe los convenios con universidades de otros países

MUY INSATISFECHO		MUY SATISFECHO		
1	2	3	4	5
14	13	26	18	6

Fuente: Elaboración propia

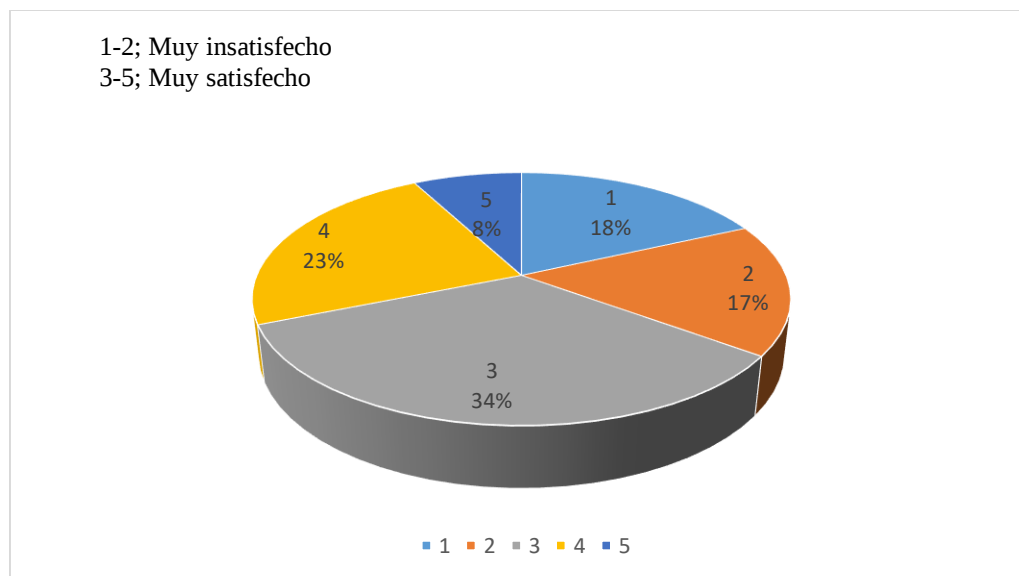


Ilustración 27 Evalúe los convenios con universidades de otros países

Fuente: Elaboración propia

Análisis: en el rango del 3 al 5 que es muy satisfecho se establece porcentajes de 3–34%, 4-23% y 5-8%, ya que están de acuerdo con los convenios que mantiene la PUCE SEDE IBARRA con universidades de otros países, con el fin de adquirir nuevos conocimientos y experiencia por medio de intercambios de estudiantes y docentes, mientras que en el rango de insatisfacción el 1-18% y 2-17% están en desacuerdo con convenios realizados.

6.28 EVALÚE LAS BECAS Y FACILIDADES DE PAGO

TABLA 28 Evalúe las becas y facilidades de pago

MUY INSATISFECHO		MUY SATISFECHO		
1	2	3	4	5
4	6	32	18	17

Fuente: Elaboración propia

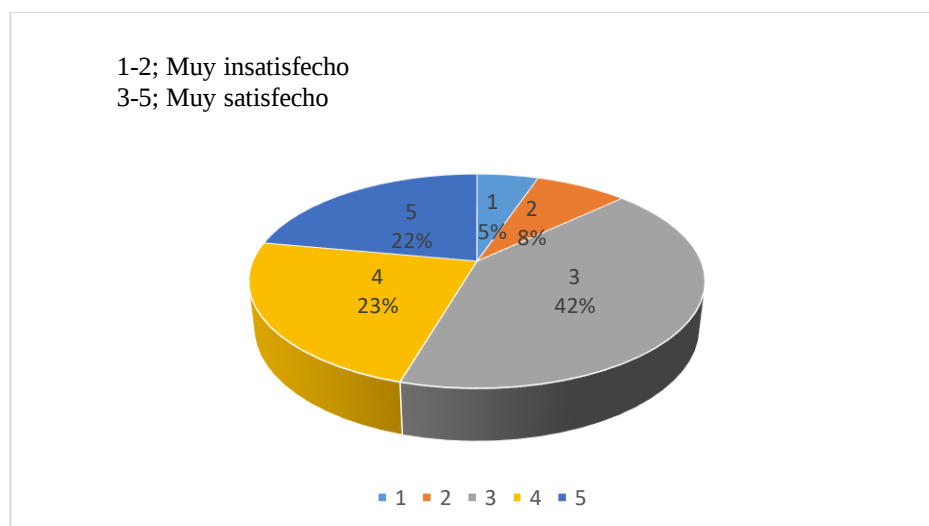


Ilustración 28 Evalúe las becas y facilidades de pago

Fuente: Elaboración propia

Análisis: del rango del 3 al 5 que es muy satisfecho da un porcentaje de 3–42%, 4-23% y 5-22%, los graduados encuestados mencionan que el apoyo brindado por medio de las becas son de gran ayuda para los estudiantes como para las familias, de igual manera las facilidades de pago ante cualquier dificultad económica son las adecuadas ya que la PUCE SEDE IBARRA toma en cuenta la situación económica del estudiante y busca formas de llegar a convenios de pago con eso velan por el bienestar de los estudiantes.

6.29 EVALÚE LAS FACILIDADES PARA REALIZAR PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES Y PASANTÍAS EN ENTORNOS LABORALES (ESTO NO APLICA PARA MAESTRANTES)

TABLA 29 Evalúe las facilidades para realizar prácticas pre-profesionales y pasantías en entornos laborales

MUY INSATISFECHO		MUY SATISFECHO		
1	2	3	4	5
1	12	16	30	16

Fuente: Elaboración propia

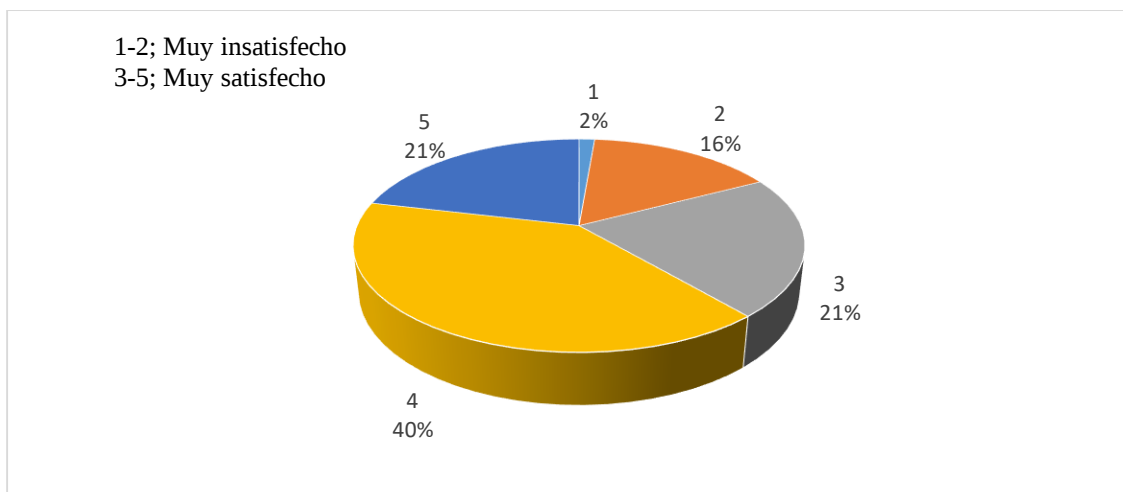


Ilustración 29 Evalúe las facilidades para realizar prácticas pre-profesionales y pasantías en entornos laborales

Fuente: Elaboración propia

Análisis: referente a los resultados obtenidos a la pregunta planteada del rango del 3 al 5 que es muy satisfecho da un porcentaje de 3–21%, 4-40% y 5-21%, es decir, son adecuadas las facilidades para realizar prácticas preprofesionales y pasantías en un entorno laboral, son importantes porque es ahí donde el estudiante tiene el reto de desarrollar sus habilidades y actitudes en un trabajo encomendado demostrando lo que ha aprendido durante años en las horas de clases, en el caso del Comunicador Social esto le permite experimentar la realidad social a la que tendrá de enfrentarse una vez obtenido su título profesional.

6.30 EVALÚE LAS FACILIDADES PARA REALIZAR VINCULACIÓN CON LA COMUNIDAD O SERVICIO COMUNITARIO (ESTO NO APLICA PARA MAESTRANTES)

TABLA 30 Evalúe las facilidades para realizar vinculación con la comunidad o servicio comunitario

MUY INSATISFECHO		MUY SATISFECHO		
1	2	3	4	5
1	6	20	29	19

Fuente: Elaboración propia

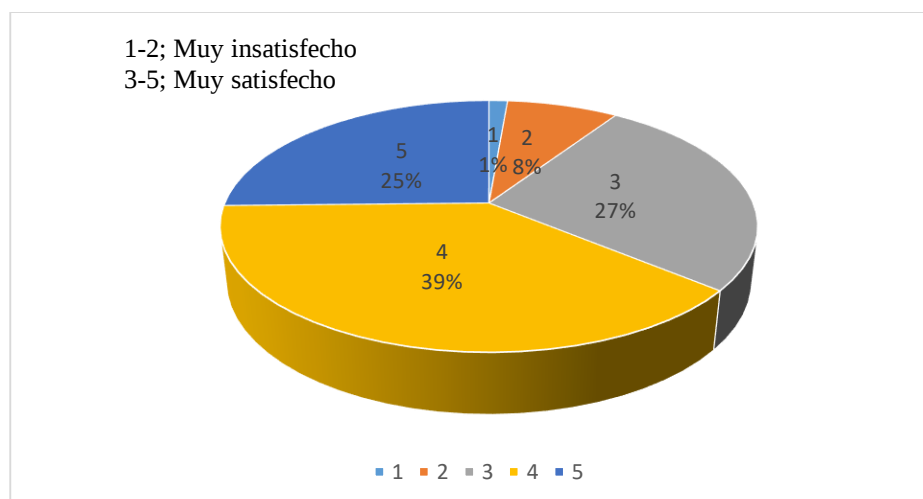


Ilustración 30 Evalúe las facilidades para realizar vinculación con la comunidad o servicio comunitario

Fuente: Elaboración propia

Análisis: se establece según la encuesta realizada del rango del 3 al 5 que es muy satisfecho con un porcentaje de 3–27%, 4-39% y 5-25%, los datos obtenidos indican que las facilidades que da la PUCE SEDE IBARRA para realizar la vinculación con la comunidad o servicio comunitario son satisfactorios, constituye una responsabilidad social lo que permite convivir y obtener experiencias nuevas y a su vez con este proceso entrega profesionales comprometidos con la sociedad y que sean capaces de generar proyectos en beneficio de la colectividad.

6.31 EVALÚE LOS HORARIOS DE CLASE

TABLA 31 Evalúe los horarios de clase

MUY INSATISFECHO		MUY SATISFECHO		
1	2	3	4	5
0	5	19	33	20

Fuente: Elaboración propia

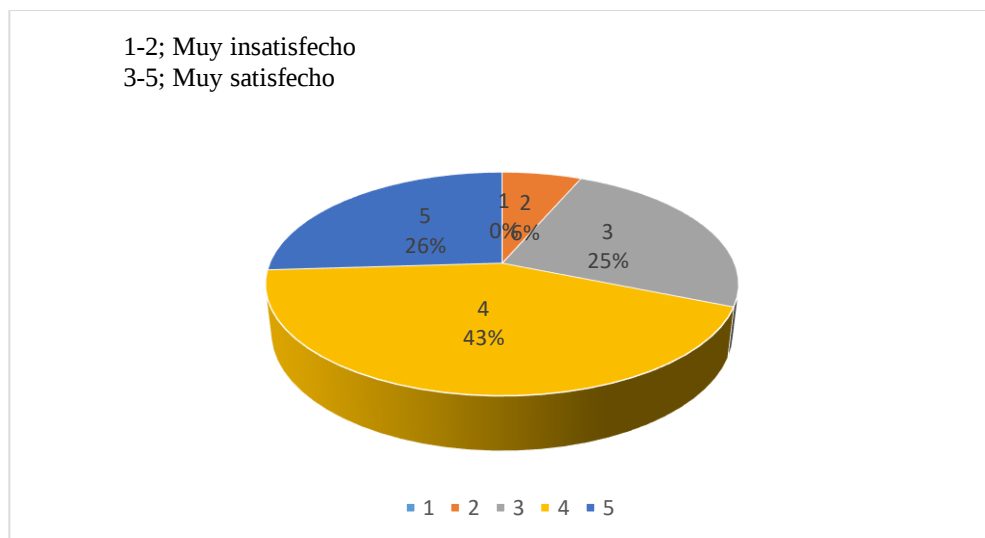


Ilustración 31 Evalúe los horarios de clase

Fuente: Elaboración propia

Análisis: esta interrogante es despejada por medio de los resultados obtenidos la cual indica del rango del 3 al 5 que es muy satisfecho con un porcentaje de 3–25%, 4-43% y 5-26%, los horarios establecidos de las clases por la PUCE SEDE IBARRA son los adecuados, tiempo en el cual se permite abordar contenidos que han ayudado en la formación técnica de los graduados encuestados.

6.32 EVALÚE EL PRESTIGIO Y NIVEL ACADÉMICO Y CIENTÍFICO

TABLA 32 Evalúe el prestigio y nivel académico y científico

MUY INSATIDFECHO		MUY SATISFECHO		
1	2	3	4	5
1	4	21	34	17

Fuente: Elaboración propia

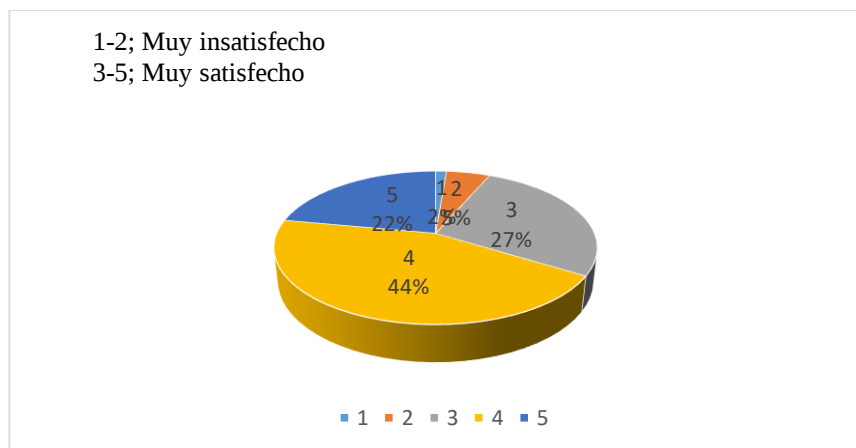


Ilustración 32 Evalúe el prestigio y nivel académico y científico

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Se establece según la encuesta realizada del rango del 3 al 5 que es muy satisfecho da un porcentaje de 3–27%, 4–44% y 5–22%, interpretándose que los graduados señalan que la PUCE es una universidad que mantiene un gran prestigio, mantiene nivel académico y científico adecuada cumpliendo los estándares requeridos por el CEAACES.

6.33 EVALÚE LA FORMACIÓN PROFESIONAL CON RESPONSABILIDAD SOCIAL RECIBIDA

TABLA 33 Evalúe la formación profesional con responsabilidad social recibida

MUY INSATISFECHO		MUY SATISFECHO		
1	2	3	4	5
1	3	19	32	22

Fuente: Elaboración propia

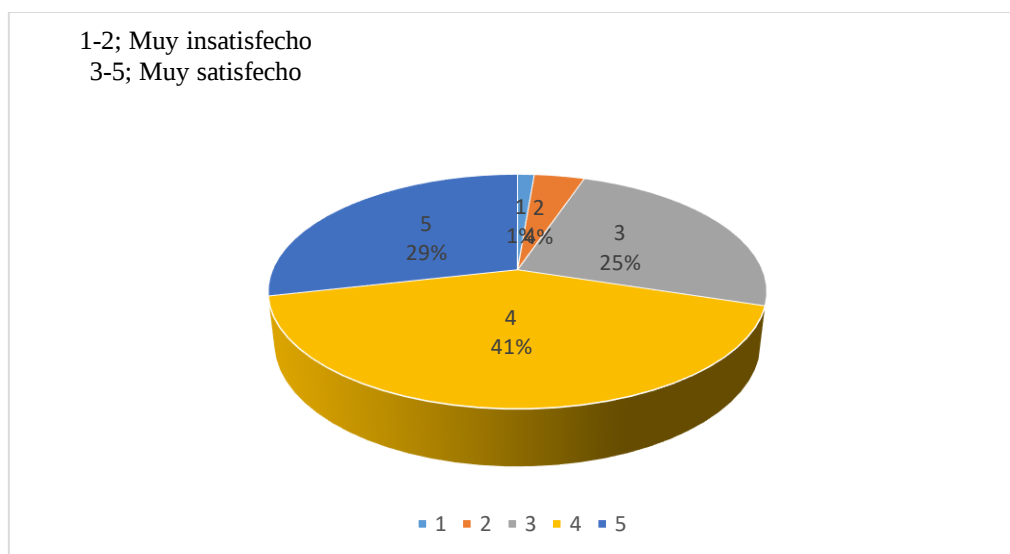


Ilustración 33 Evalúe la formación profesional con responsabilidad social recibida

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Se establece según la encuesta realizada del rango del 3 al 5 que es muy satisfecho da un porcentaje de 3–25%, 4–41% y 5–29%, mencionando que en PUCE SEDE IBARRA han recibido una buena formación profesional con responsabilidad social la cual viene desde la vinculación con la sociedad donde se crea espacios que incentivan en la elaboración de proyectos en beneficio de los necesitados, lo que ha permitido formar profesionales capaces de afrontar grandes retos.

6.34 EVALÚE LAS CERTIFICACIONES INTERNACIONALES DE CALIDAD

TABLA 34 Evalúe las certificaciones internacionales de calidad

MUY INSATISFECHO		MUY SATISFECHO		
1	2	3	4	5
5	11	23	28	10

Fuente: Elaboración propia

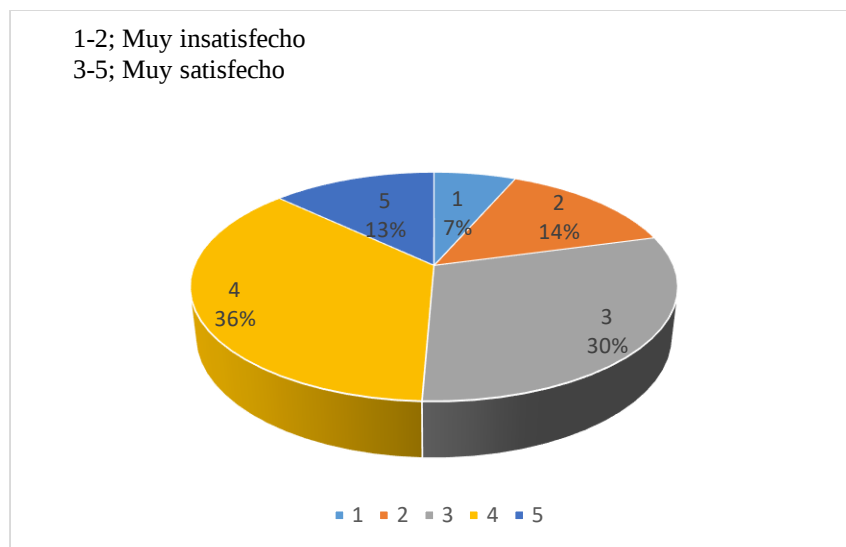


Ilustración 34 *Evalúe las certificaciones internacionales de calidad*

Fuente: Elaboración propia

Análisis: esta encuesta proporciona resultados importantes que analizados en el rango del 3 al 5 que es muy satisfecho da un porcentaje de 3–30%, 4-36% y 5-13%, es decir, la PUCE SEDE IBARRA ha recibido certificaciones internacionales de calidad por el prestigio, ámbito académico y la formación de profesionales competitivos, lo que consolida su estatus de educación de calidad y posición en el mercado como una de las más importantes a nivel provincial y nacional.

6.35 EVALÚE LA PRESENCIA DE LA PUCE EN RANKINGS NACIONALES E INTERNACIONALES

TABLA 35 *Evalúe la presencia de la PUCE en rankings nacionales e internacionales*

MUY INSATISFECHO		MUY SATISFECHO		
1	2	3	4	5
3	8	23	29	14

Fuente: Elaboración propia

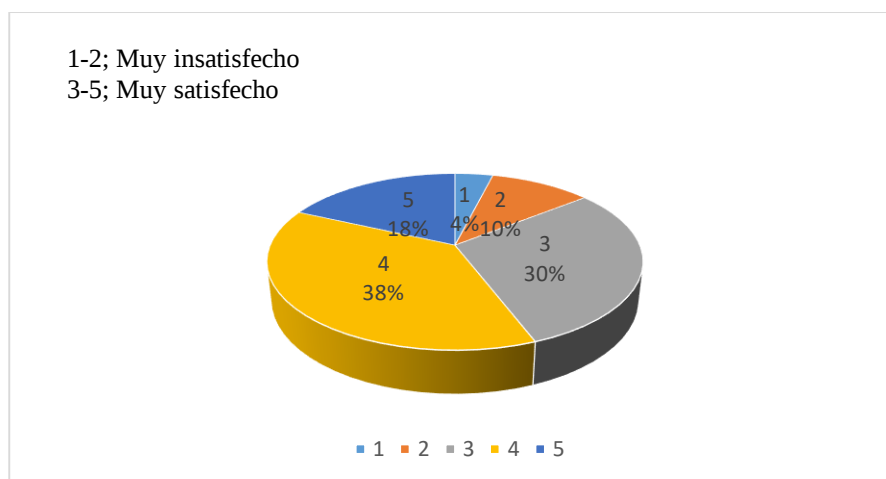


Ilustración 35 Evalúe la presencia de la PUCE en rankings nacionales e internacionales

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Se establece según la encuesta realizada del rango del 3 al 5 que es muy satisfecho da un porcentaje de 3–30%, 4-38% y 5-18%, determina que la PUCE tiene presencia en rankings nacionales e internacionales se consolida como una de las mejores universidades del Ecuador, en este año 2020 es catalogada entre las mejores de América Latina esto debido que forman grandes profesionales.

6.36 EVALÚE EL AMBIENTE DE APRENDIZAJE Y CONVIVENCIA

TABLA 36 Evalúe el ambiente de aprendizaje y convivencia

MUY INSATISFECHO		MUY SATISFECHO		
1	2	3	4	5
0	4	20	34	19

Fuente: Elaboración propia

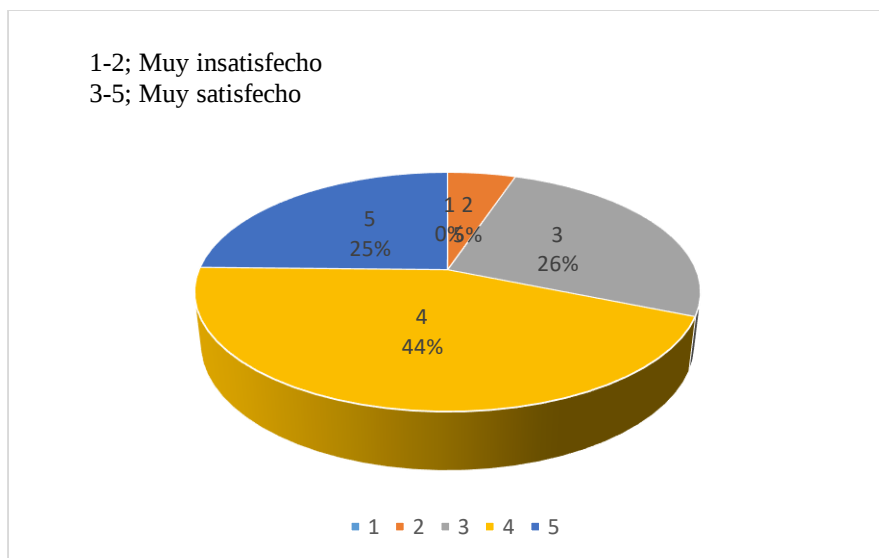


Ilustración 36 Evalúe el ambiente de aprendizaje y convivencia

Fuente: Elaboración propia

Análisis: se establece según la encuesta realizada del rango del 3 al 5 que es muy satisfecho da un porcentaje de 3–26%, 4–44% y 5–25%, entendiéndose que la PUCE proporciona un ambiente de aprendizaje y convivencia adecuado en el desarrollo de sus actividades, por lo tanto, la mayoría de los graduados de la carrera de Comunicación Social expresan que el ambiente es ideal para el aprendizaje.

6.37 EVALÚE LAS OPORTUNIDADES DE EMPLEO, APOYO A LA INSERCIÓN LABORAL RECIBIDA DE LA PUCE SEDE IBARRA

TABLA 37 Evalúe las oportunidades de empleo, apoyo a la inserción laboral recibida de la PUCESI

MUY INSATISFECHO		MUY SATISFECHO		
1	2	3	4	5
15	16	25	14	7

Fuente: Elaboración propia

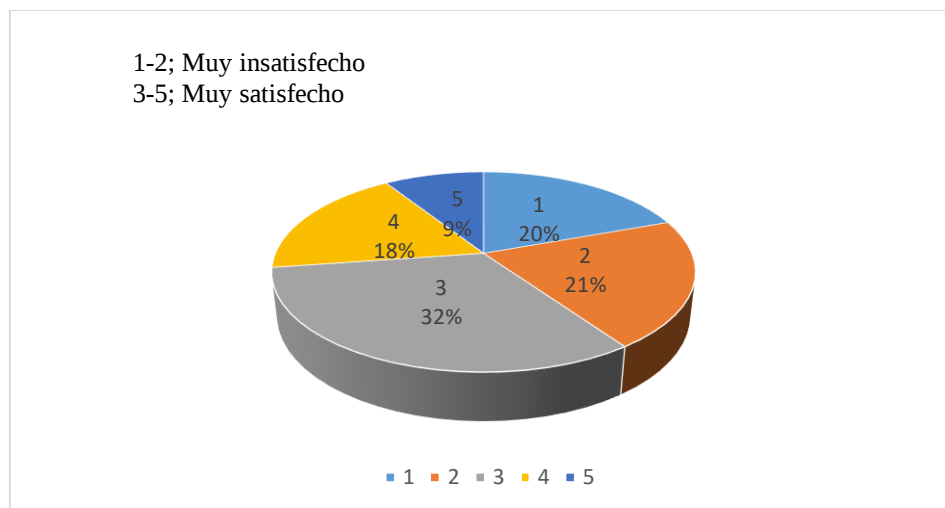


Ilustración 37 Evalúe las oportunidades de empleo, apoyo a la inserción laboral recibida de la PUCESI

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Se establece según la encuesta realizada del rango del 3 al 5 que es muy satisfecho da un porcentaje de 3–32%, 4-18% y 5-9%, brindo oportunidades de empleo, apoyo a la inserción laboral de los graduados, pero es importante manifestar que en el rango de 1 al 2 muy insatisfecho 1-20% y 2-21% dicen que no han recibido apoyo de la PUCE SEDE IBARRA para sumergirse en el ámbito laboral.

6.38 ¿CONSIDERA USTED QUE EL PROFESIONAL GRADUADO EN LA PUCE SEDE IBARRA SE CARACTERIZA POR UNA SÓLIDA PREPARACIÓN TEÓRICA Y PRÁCTICA, HUMANISTA E INTEGRAL EN EL ÁMBITO DEL CONOCIMIENTO CORRESPONDIENTE A SU FORMACIÓN? ADEMÁS DE DESTACARSE POR SU COMPROMISO FRENTE A LAS NECESIDADES QUE PLANTEAN LAS RELACIONES LOCAL, NACIONAL, REGIONAL Y GLOBAL, DESDE UNA VISIÓN CIMENTADA EN EL HUMANISMO, LOS VALORES CRISTIANOS, Y UN ENFOQUE INTERDISCIPLINAR.

TABLA 38 *¿Considera usted que el graduado se caracteriza por una sólida preparación teórica y práctica, humanista e integral en el ámbito del conocimiento correspondiente a su formación?*

NO ME IDENTIFICO PLENAMENTE		ME IDENTIFICO		
1	2	3	4	5
1	4	23	31	18

Fuente: Elaboración propia

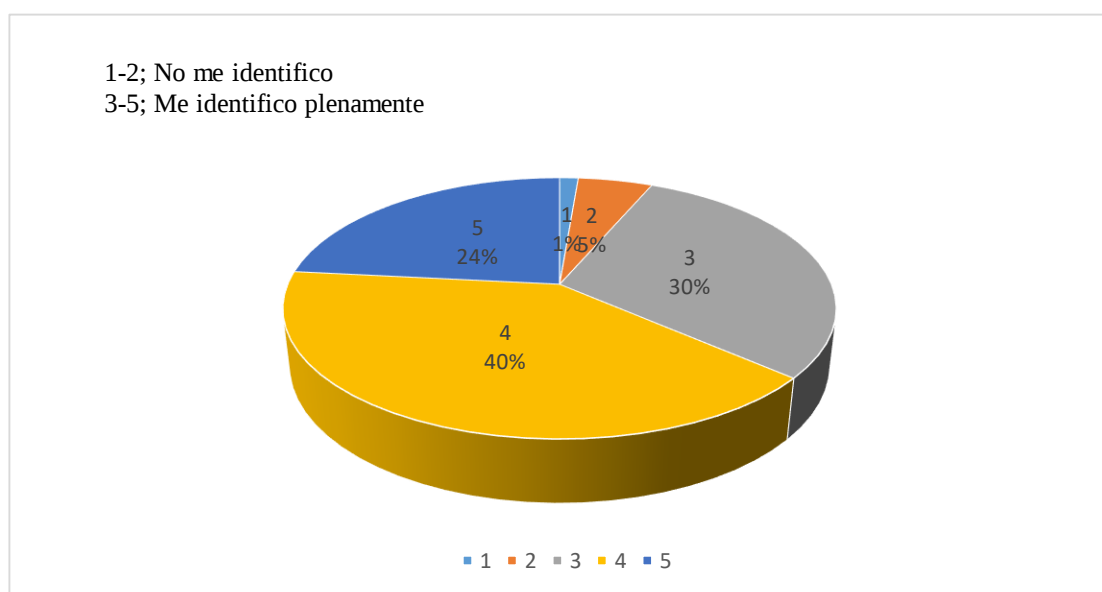


Ilustración 38 *¿Considera usted que el graduado se caracteriza por una sólida preparación teórica y práctica, humanista e integral en el ámbito del conocimiento correspondiente a su formación?*

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Se establece según la encuesta realizada del rango del 3 al 5 que es muy satisfecho da un porcentaje de 3–30%, 4-40% y 5-24%, podemos afirmar que el profesional graduado en la carrera de comunicación social de la PUCE SEDE IBARRA se caracteriza por una sólida preparación teórica y práctica. Humanística e integral, además destacarse por sus compromisos frente a las necesidades que plantean las relaciones a nivel local, nacional, regional y global desde una misión cimentada en el humanismo, valores cristianos y un enfoque interdisciplinar.

6.39 ¿QUÉ AJUSTES CURRICULARES SON NECESARIOS PARA MEJORAR EL PERFIL DE EGRESO DE SU CARRERA? (PLAN DE ESTUDIOS, ASIGNATURAS, CARGA HORARIA, ETC)

Por los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los graduados, los ajustes que se deben realizar es mejorar van encaminados en un mejoramiento en los planes de estudio a su vez manifiestan que la PUCE SEDE IBARRA debe brindar oportunidades educativas preprofesionales por medio del establecimiento de convenios y plazas laborales profesionales que permitan aplicar la teoría aprendida en aulas, contar con profesores que además de conocer la materia en teoría sean integrales con la práctica y conocimiento laboral, y mejoren la metodología de enseñanza.

Del mismo modo, en base a las respuestas obtenidas es menester de la universidad mejorar el uso de herramientas tecnológicas, programación y software, análisis de datos, match learning, estrategias de marketing, comunicación popular y comunitaria.

Es importante una actualización constante en los contenidos de las asignaturas, la comunicación se mueve con la tecnología por lo cual se debe coadyuvar en este avance. Las bases teóricas están bien, pero faltan talleres de edición radial y de video.

Un plan de estudios que explote una libertad de expresión audaz y potente para la sociedad, en donde el estudiante contemple un rol novedoso que rompa esquemas, y termine la constante espiral repetitiva, no solo de argumento sino más bien de pensamiento crítico.

La escuela de comunicación social debe adaptarse al cambio acelerado de las nuevas tecnologías, innovar su contenido y campo de acción en otras áreas que aún no se ha explotado. En este marco es necesario un reajuste en la malla curricular que implemente

materias acordes a la nueva realidad, la creación de contenidos, redacción para redes sociales, productores, dirección de empresas de comunicación, creación de marca personal, comunicación política, el rol del comunicador y la ética. Como base fundamental del estudio y fortalecer lo aprendido en las aulas el intercambio y aplicación de conocimientos fuera de la Universidad.

6.40 ¿QUÉ ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS RECOMENDARÍA IMPLEMENTAR PARA MEJORAR LA FORMACIÓN DE LOS PROFESIONALES DE SU CARRERA?

En función de las encuestas aplicadas a los graduados de la carrera de comunicación las actividades que deben implementar para mejorar la formación de los profesionales es la realización de seminarios, conferencias, visitas a empresas del área de estudios. Quienes estén laborando, den charlas a los jóvenes que están cursando la carrera y con ello vean la realidad del campo laboral.

Intercambios internacionales, pasantías en empresas de prestigio a nivel nacional e internacional, prácticas internas en salas adecuadas a la asignatura, cursos académicos online gratuitos y gestionados por la universidad.

Innovación y nuevos métodos de comunicación aplicables a la era digital en los nuevos canales de comunicación como es el Internet.

La realización de encuentros académicos con los graduados de la carrera de comunicación social para analizar el requerimiento de la demanda laboral y las competencias profesionales frente a los cambios del entorno.

La realización de investigaciones, capacitaciones metodológicas, laboratorios con todos los equipamientos requeridos para realizar las distintas actividades como edición de video, audio, fotografía, diseño gráfico etc.

6. 41. ¿CUÁLES HAN SIDO LAS MATERIAS QUE MÁS HA APLICADO EN SU DESARROLLO PROFESIONAL

Las encuestas aplicadas arrojan como resultado la importancia de la aplicación del conocimiento adquirido de todas las materias impartidas en la universidad, cada una de ellas han aportado con conocimiento técnico y científico el desenvolvimiento profesional.

Radio, medios impresos, taller complementario estrategias y nuevas tecnologías comunicación, desarrollo y ecología, taller complementario comunicación y cultura, educomunicación, televisión, publicidad y marketing digital, lenguaje audiovisual, relaciones públicas, fotoperiodismo, redacción literaria, fotografía, teoría de la comunicación, fotografía, ética, emprendimiento, medios impresos, comunicación organizacional, teoría de la imagen, teorías de la comunicación, psicología, economía pensamiento sociopolítico, comunicación organizacional, relaciones públicas fotoperiodismo, teoría de la información y géneros periodísticos.

6.42 ¿CUÁLES SON LAS MATERIAS QUE USTED CONSIDERA BÁSICAS EN EL PLAN DE ESTUDIOS DE SU CARRERA?

Según las encuestas aplicadas podemos mencionar que las materias básicas en el plan de estudios son; medios impresos, radio, televisión educativa y video ficción, dirección de empresas, comunicación organizacional, relaciones públicas, fotografía, psicología de la comunicación, teoría de la imagen, producción audiovisual de cine, comunicación publicitaria, derecho de la información, géneros periodísticos, educomunicación, comunicación desarrollo y ecología, comunicación organizacional, lenguaje audiovisual, comunicación política, estadística y análisis de datos, medios digitales, lengua y

literatura, periodismo digital, gestión de negocios, protocolo, estrategias y nuevas tecnologías, redacción periodística, ciber periodismo, expresión oral, ortografía economía, finanzas personales, legislación, uso de las apps en comunicación, nuevas narrativa, relaciones públicas, fotografía, redacción creativa, teoría de la imagen, estadística y análisis de datos y comunicación estratégica en tiempos de crisis.

6.43 SEGÚN SU CRITERIO, ¿QUÉ OTRAS MATERIAS DEBEN INCLUIRSE EN EL PLAN DE ESTUDIOS DE SU CARRERA?

Las materias que se debe incluir en el plan de estudios son: manejo y edición de programas para radio y videos, taller de locución, taller de manejo de equipos de producción para televisión, gestión de empresas periodísticas en el contexto de los nuevos modelos de negocio y consumo de información, actuación, periodismo deportivo y comentario deportivo, redacción, cine, community manager, TICS, diseño gráfico, comunicación digital, creación de contenidos para la web, comunicación política, nuevos formatos multimedia, periodismo de investigación, desarrollo del pensamiento estratégico, gestión de proyectos, semiótica, sociología, herramientas digitales y creativas, taller de adobe, actuación de doblaje, uso de las app en la comunicación, derechos humanos, nuevos formatos multimedia, desarrollo del pensamiento estratégico, uso de cámaras, matemáticas, contabilidad básica, gestión de proyectos, antropología audiovisual, comunicación alternativa, comunicación para el desarrollo,

6.44 ¿CONSIDERA USTED QUE LA ESCUELA DEBERÍA OFERTAR OTRAS CARRERAS? ¿CUÁLES?

Según las encuesta aplicadas a los graduados se considera que la escuela de comunicación debería ofertar carreras como; comunicación para el desarrollo social, educación integral, comunicación publicitaria, comunicación organizacional, comunicación digital, actuación en doblaje, comunicación política, periodismo digital, analista de contenidos

comunicacionales, periodismo deportivo, comunicación para pymes, diseño, marketing y publicidad, cine, relaciones públicas, periodismo, community manager, comunicación multimedia, comunicación política, cine.

6.45 ¿EN QUÉ ÁREAS REQUIERE FORTALECER SUS CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS CON POSGRADOS, CURSOS DE ACTUALIZACIÓN O DE EDUCACIÓN CONTINUA?

Según las encuestas aplicadas se requiere cursos de actualización o de educación continua en: estrategias y producción de información acoplada para los nuevos consumidores, comunicación digital, publicidad y marketing digital, locución, manejo de redes sociales, en producción audiovisual, guionización, comunicación y sociedad, periodismo digital, psicología de la comunicación, manejo de nuevos formatos multimedia, comunicación política, producción de audio y video, posicionamiento, redacción literaria, nuevas tecnologías de la información y comunicación, planificación estratégica, educación branding holístico, uso de programas de diseño, administración y gestión de negocios online, comunicación estratégica en la política, relaciones públicas, producción de tv, marketing, producción audiovisual, uso de programas de diseño y edición, legislación, ética, publicidad en páginas web, engagement, community, influencer, industrias creativas y culturales, comunicación política, nuevas narrativas digitales, relaciones internacionales, industrias creativas y culturales, producción de contenidos multimediales y creación y difusión contenido on-line.

6.46 ¿USTED HA RECIBIDO ALGÚN PREMIO O RECONOCIMIENTO DE PARTE DE UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA O PRIVADA POR SU LABOR PERSONAL O PROFESIONAL? ¿Y EN QUÉ ÁREA FUE?

Según los datos establecidos de los 77 encuestados han recibido a penas 28 graduados algún reconocimiento, los reconocimientos han sido por participar en concursos organizados por varias instituciones públicas o privadas.

1. Labor personal mediante prácticas preprofesionales
2. Comunicación organizacional
3. Coca Cola FM, ganador de concurso a nivel nacional, "la radio que viene".
4. Aporte dado desde mi ámbito profesional al deporte y turismo de Imbabura.
5. Caballero de paz por parte de la Policía Nacional del Ecuador.
6. Beca completa de estudios para Maestría, y beca parcial para Doctorado.
7. Área de producción audiovisual, premier en cines primer documental de responsabilidad social.
8. Área de producción audiovisual en festival de cine.
9. Gestión social.
10. En el área lingüística.
11. En área de patrimonio cultural.
12. Audiovisual.
13. Organización de eventos.
14. Producción cinematográfica.
15. Casa de la cultura núcleo Imbabura.
16. Comunicación política.
17. Redacción periodística, producción audiovisual, investigación científica y cuerpos legales de comunicación.
18. SUPERCOM.
19. Comunicación organizacional.
20. Periodismo.
21. Patrimonio cultural y patrimonial.
22. En 2017, HIAS fue una de las organizaciones de la sociedad civil ganadoras de este reconocimiento por su trabajo.
23. En el área gastronómica.
24. Producción audiovisual.

25. Reconocimiento por la edición de la primera revista juvenil trabajada con estudiantes de la Unidad Educativa Otavalo.
26. Servicio público.
27. Por el Ministerio de Inclusión Económica y Social MIES, por la contribución a la Campaña "Da dignidad" a través de la Radio de la Asamblea, proyecto dirigido por UNICEF y ALER.
28. Ámbito académico, medalla a la Mejor Egresada de Facultad de Posgrados de la UDLA año 2019, y por tesis destacada, reconocimiento por mejor egresada de comunicación PUCE-SI año 2006.

6.47 ¿USTED MANTIENE CONTACTO CON EXALUMNOS DE LA PUCE SEDE IBARRA? COMPARTA POR FAVOR CON NOSOTROS SUS NOMBRES Y DATOS DE CONTACTO

Según los datos de las encuestas realizadas podemos verificar que los graduados mantienen aún contacto con exalumnos.

DISCUSIÓN

A continuación, se presenta los resultados obtenidos del evento denominado "Hipermediación y nuevas narrativas" en que fue realizado con fecha día 31 de agosto del presente año por medio la red social Facebook.

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE

FECHA: Ibarra, 22 de septiembre del 2020

ESCUELA: ECOMS

CARRERA: Comunicación Social

INFORME DE ANÁLISIS ENCUESTA DE GRADUADOS

Objetivo General: Calificar la ejecución del evento con el fin de realizar un rediseño del mismo de acuerdo a las sugerencias planteadas en los resultados de la encuesta.

El evento "Hipermediación y nuevas narrativas" que se llevó a cabo el día 31 de agosto del presente año, tuvo una gran acogida por los usuarios, tanto por los estudiantes graduados de la carrera de comunicación social de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, así como también de los docentes y el público en general, contando con una participación de aproximadamente 87 asistentes a los cuales se les pidió de favor llenar una pequeña encuesta para fortalecer la ejecución de un nuevo conversatorio a partir de las sugerencias de los participantes, se obtuvieron 18 respuestas de las cuales se hará un análisis de cada pregunta con sus respectivas respuestas:

Pregunta 1.

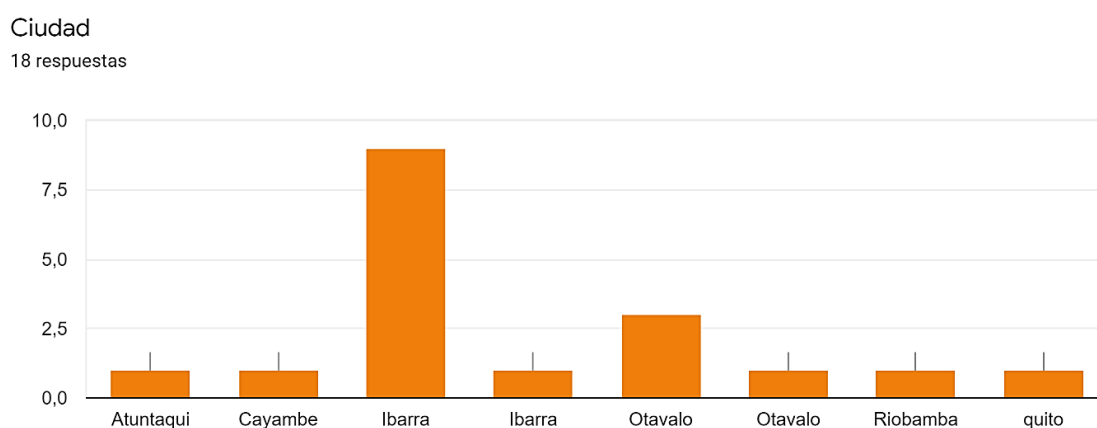


Ilustración 39 PUCESI “Hipermediación y nuevas narrativas”. Pregunta 1

Fuente: Elaboración propia

Al ser la casona universitaria PUCE-SI perteneciente a la ciudad de Ibarra, la mayoría de sus participantes son ibarreños, contando con un total de 9 asistentes, en el caso de la ciudad de Otavalo, tres personas corresponden a este cantón y las demás respuestas contabilizaron un asistente por su ciudad.

Pregunta 2.

¿De qué manera se enteró del evento?

18 respuestas

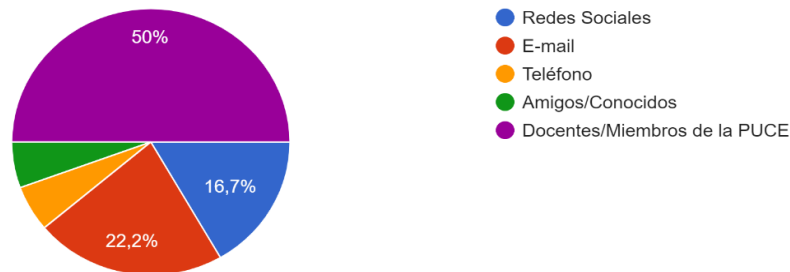


Ilustración 40 PUCESI “Hipermediación y nuevas narrativas”. Pregunta 2

Fuente: Elaboración propia

La información del evento fue publicada en las páginas oficiales de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ibarra, tanto como de Facebook como de Instagram, el equipo de comunicación se encargó de difundir la información por correos electrónicos a una base de datos que fue entregada por la docente a cargo, en las respuestas que se obtuvieron a través de la encuesta, se puede verificar que los participantes conocieron del evento por docentes y miembros de la PUCE, con un total de 9 asistentes, 4 personas por correo electrónico, 3 participantes por redes sociales y los demás asistentes por teléfono y amigos.

Pregunta 3.

¿La información recibida sobre el evento fue la adecuada?

18 respuestas

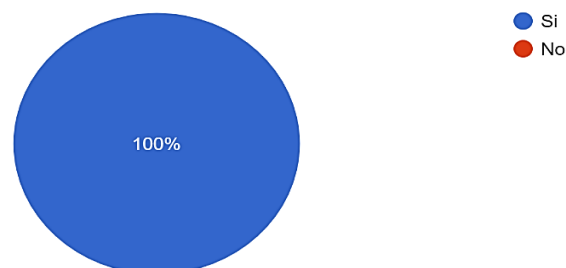


Ilustración 41 PUCESI “Hipermediación y nuevas narrativas”. Pregunta 3

Fuente: Elaboración propia

La información sobre el evento "Hipermediación y nuevas narrativas", que se brindó por correo electrónico y los afiches que se publicaron en las redes sociales tuvieron un seguimiento riguroso por el equipo de comunicación y la docente; en los documentos se encontraba toda la información necesaria para dar a conocer el evento y que los asistentes se interesaran por el mismo, dando buenos resultados.

Pregunta 4.

¿Es la primera vez que asiste a un evento de este tipo? (Evento para graduados)

18 respuestas

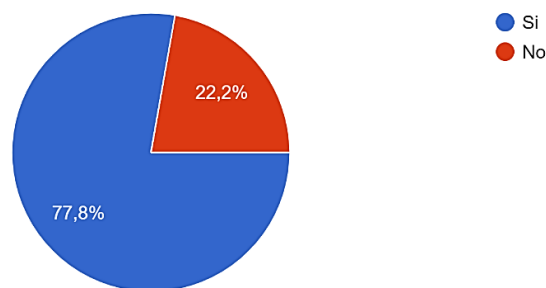


Ilustración 42 PUCESI “Hipermediación y nuevas narrativas”. Pregunta 4

Fuente: Elaboración propia

Al encontrarnos en medio de la crisis sanitaria es muy complicado dar a conocer un evento de tan alta participación, sin embargo, se obtuvo lo que se planteó como objetivo principal, 14 de los participantes señalaron que es la primera vez que asisten a un evento en donde se dan a conocer temáticas realmente interesantes para desempeñarse en el campo laboral de la comunicación, que en un futuro serán de gran ayuda para el crecimiento profesional. No obstante, 4 asistentes señalaron que si han asistido a un evento similar.

Pregunta 5.

Califique del 1 al 5, siendo 1 muy bajo y 5 muy alto: -El evento llenó las expectativas que tenía antes de este. -El evento llevó una agenda adecuada. -L...ión fue pertinente con las actividades del evento.

18 respuestas

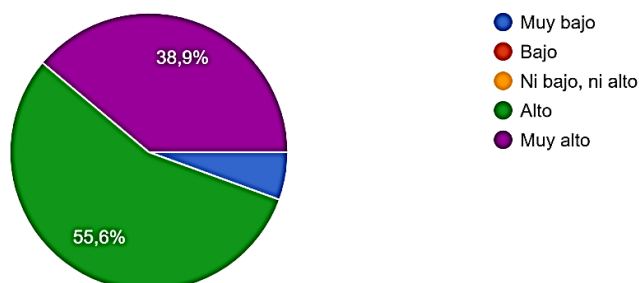


Ilustración 43 PUCESI “Hipermediación y nuevas narrativas”. Pregunta 5

Fuente: Elaboración propia

El evento "Hipermediación y nuevas narrativas", tuvo un gran apoyo por los graduados y los docentes, los cuales dieron a conocer que 10 de ellos escogieron como alto, el desempeño del evento, así como su planificación, agenda y la información pertinente al evento; 7 personas escogieron la opción muy alto y una persona faltante señaló muy bajo, dándonos un resultado positivo a lo que se esperaba.

Pregunta 6.

Califique del 1 al 5, siendo 1 muy bajo y 5 muy alto: -Las actividades fueron pertinentes con el desarrollo del evento. -Las exposiciones fueron p...esarrollo del evento fue ágil y sin inconvenientes.

18 respuestas

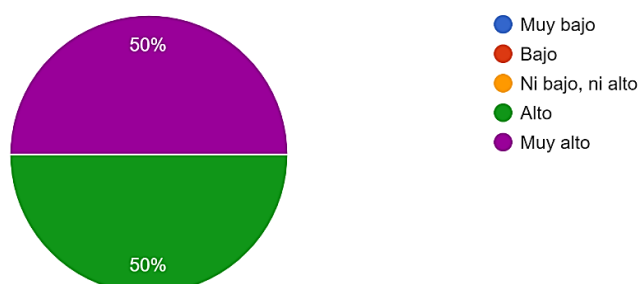


Ilustración 44 PUCESI “Hipermediación y nuevas narrativas”. Pregunta 6

Fuente: Elaboración propia

Las respuestas tanto de los graduados como los docentes arrojaron un 50%, es decir que 9 de ellos escogieron la opción muy alto sobre las actividades que se llevaron a cabo el día del evento, así como también el desarrollo y las exposiciones de los ponentes sin ningún inconveniente, y los otros 9 participantes dieron una calificación de alto. Haciendo un análisis riguroso el evento resultó mejor de lo que se esperaba.

Pregunta 7.

Volvería a participar en un evento para exalumnos

18 respuestas

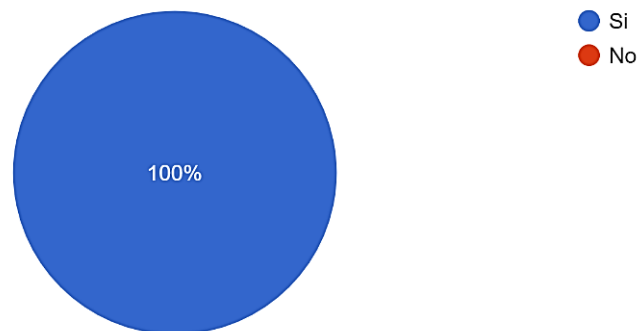


Ilustración 45 PUCESI “Hipermediación y nuevas narrativas”. Pregunta 7

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a las respuestas obtenidas anteriormente por los asistentes se pudo observar que el evento tuvo una gran acogida por los participantes por lo cual el 100% de ellos eligieron la opción de volver a participar en un evento similar para dar un mejor seguimiento a los graduados de la carrera de comunicación y conocer en que ámbito laboral se están desempeñando y que hacer para fortalecer esa enseñanza y aprendizaje.

Pregunta 8.

¿Qué sugerencias puede ofrecer para mejorar el evento?

18 respuestas

Ninguna

Colocar el evento más temprano

Ninguna, estuvo bien organizado

El aporte de ex alumnos en cuanto a sugerencias para mejorar como escuela de comunicación.

Que se busque hacer otros temas de interés

En lo personal, tanto la presentadora del evento como la coordinadora, me disgustaron muchos sus actitudes para expresarse y dar a conocer el evento, pienso que no están aptas para este tipo de encuentros virtuales, por lo cual deberían cambiar de personal, sea cualquier persona de la universidad como docentes o estudiantes, libre de eso, las ponencias fueron magistrales e interesantes por lo cual desearía inscribirme en otros eventos similares a futuro.

Tal vez creo que mi sugerencia sería que los eventos sean más dinámicos ya que si se lo realiza de forma virtual, tal vez no llame la atención del público.

Al hacer un análisis profundo sobre las sugerencias de los participantes con respecto al evento, se puede determinar que al ser un conversatorio virtual no se tiene el mismo dinamismo que la modalidad presencial, de igual manera se sugiere que los ponentes también sean los mismos graduados de la ECOMS que den a conocer su campo laboral y en que se han desempeñado desde que se graduaron, se requiere conocer más experiencias que lleven a los espectadores a observarse en un futuro y aprender de las vivencias de otros, así como también realizar una mayor difusión del evento. No obstante, también se determinó que los presentadores y coordinadores del evento deben ser personas aptas para dirigir el programa virtual, sin embargo, cada uno de los organizadores del evento dio su mejor esfuerzo y gracias a ello se obtuvieron muy buenos resultados. En conclusión, el evento "Hipermediación y nuevas narrativas", fue todo un éxito.

Pregunta 9.

¿Acerca de qué tema le gustaría seguir un curso de actualización de conocimientos?

16 respuestas

nuevas tecnologías
Cultura digital, nuevos medios
Programas digitales
El desarrollo de las herramientas tecnológicas y cómo innovar desde la comunicación en la era digital.
Marketing digital, redes sociales, medios digitales
La Comunicación Institucional y las nuevas formas de comunicar a los públicos internos y externos
Del uso correcto sobre cómo generar un marketing mix especializado a cierto tarjet en el mercado
Contar con tiempo para un conversatorio con los expositores realizar un seminario-taller que aborden la temática más a fondo.
La era digital

Al encontrarnos en una ciber esfera, los seres humanos estamos constantemente más arraigados hacia las nuevas tecnologías y el futuro del mañana, pertenecemos a un mundo globalizado y tecnológico en donde debemos estar pendientes y acordes con el futuro, por lo cual las sugerencias de los participantes fueron conocer la cultura digital, que dentro de ella se encuentra la era digital, las nuevas tecnologías, formas de comunicación, marketing digital; así como también producción audiovisual, comunicación institucional y corporativa entre otros, que son ámbitos en donde existen más posibilidades de empleos y temas de los cuales a las personas les interesa conocer.

CONCLUSIÓN

El evento "Hipermediación y nuevas narrativas", fue un gran éxito ya que es el I encuentro de graduados de la ECOMS de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, y tratar temas relevantes para el campo laboral de la comunicación, este evento tuvo un gran número de participantes, al igual que la colaboración de los ponentes, sin embargo, es importante tomar las sugerencias de los asistentes para mejorar en futuros eventos, como: que exista un mayor dinamismo, que los propios graduados den a conocer

sus experiencias, para de esta forma consolidar la relación existente entre la Casona Universitaria y sus graduados.

Análisis de la Discusión

Las universidades se encuentran en un proceso de transición, con reformas y cambios encaminados en conseguir certificaciones por la calidad educativa, lo que le insta a cambiar y a reestructurar las mallas curriculares. En este sentido es importante reconocer la correspondencia que existe entre el título obtenido en la carrera de Comunicación Social y el trabajo que desempeña actualmente el comunicador.

Este Foro de discusión se realiza con el ánimo de vislumbrar diversas perspectivas de la forma en que el comunicador se interrelaciona con la audiencia, para lo cual toma en consideración el criterio de diversos panelistas con gran experiencia en el mundo comunicacional.

Se rememora lo expresado por el Dr. Omar Rincón experto en Comunicación Social y Periodismo, el cual menciona que la comunicación proviene desde la antigüedad donde las culturas indígenas partían de escuchar a la madre naturaleza y a sus ancestros y con ello lograban generar las experiencias como una forma de vida, y es ahí, donde se debe profundizar que la comunicación debe estar focalizada en la escucha, con esto el comunicador genera experiencias y en lo posible vínculos con sus espectadores.

Menciona, que la comunicación es una narración para lo cual señala la Teoría del Storytelling y reflexiona que; la comunicación aún no se ajusta en la lógica de coherencia ni en la lógica racional argumentativa la cual es propia de la cultura moderna, en resumen, lo que expresa es la conversación es un acto de escucha para generar emociones, experiencias por lo tanto la comunicación se convierte en una narración histórica.

Así también, comparte el criterio que la comunicación atraviesa seis etapas, en la primera etapa menciona que toda comunicación para generar experiencia narrativa debe “ser pensada con un ritual”, porque el ritual es el que actualiza la comunicación y esto genera comunidad, en concreto la comunicación es el diseño de rituales. Un sabio coreano decía que no había comunicación porque no había comunidad y no había rituales de comunicación sin comunidad, lo cual es imposible.

Señala una segunda etapa en la cual debe existir “género”, es importante porque con ello se produce un pacto narrativo y si no se cumple con los pactos definidos no hay género. Entendiendo así, que el género narrativo actualiza pactos entre el que comunica y quien recibe la información, pues estos pactos tienen la función de acotar los significados y después establecen una relación con los textos que el telespectador va consumiendo y relaciona con los nuevos textos que va a consumir.

La tercera etapa se relaciona con la “actualización de los géneros en formatos”, al referirse a esto menciona como ejemplo de formatos a la plataforma zoom, a Google meet, inclusive el crear o diseñar un meme constituye un nuevo formato, la realización de un reality show es un género actualizado en formato, porque todo esto está definido para un segmento específico de la población.

La cuarta etapa señala que “cada dispositivo narrativo, narra distinto”, es decir es tratar de que los formatos que vemos en televisión, redes sociales como Facebook, YouTube, que son formatos de narración coincidan en su forma de narrar, y esto constituye un evidente error puesto que todos estos tienen una forma de narra propia de narración un ejemplo de ello es un youtuber que no narra igual que un periodista o que un cómico.

La quinta etapa se relaciona con “el lugar de enuncio”, en este sentido es imprescindible señalar que el lugar de enunciación determina la estética, la dramaturgia de los sentidos, es decir, el lugar desde donde se enuncie tiene la característica propia de envolver a espectador en la realidad de la narrativa del comunicador quiere transmitir y generar comunidad.

La última etapa se refiere a “los referentes culturales”, y hablar de ello significa que la cultura influye en la narración, pues existe un consumismo cultural expandido y mientras más se expanda el conocimiento de las culturas con investigación, lectura, generación de información mejor preparado estará el narrador, porque su conocimiento se amplía sus horizontes son mayores de los que no tienen referentes culturales.

Por parte se contó con la participación de la Dra. Andrea Velásquez Benavides Docente de la Universidad Técnica Particular de Loja, hablando del tema “Hacia donde vamos”. Y es importante señalar su criterio pues hace reflexionar que la comunicación tiene varias aristas, en el último año la aparición de varias plataformas digitales ha revolucionado el mundo comunicacional y la forma de transmitir información, por mencionar nos referiremos a la plataforma Tik Tok, misma que ha permitido que desde niños considerados como la generación millennial hasta adultos considerados como la generación dinosaurio puedan interactuar y transmitir algún tipo de mensaje ya sea informativo, de drama, burlesco o hasta publicitarios pero lo importante por destacar es que el comunicador debe evolucionar en la forma de transmitir su narración y tratar de llegar a una sociedad más amplia.

Otro ejemplo por mencionar de comunicación es la llamada Youtuber Nancy Risol una joven indígena ecuatoriana oriunda del Cantón Saraguro provincia de Loja, la cual por medio de su canal en YouTube transmite información con la característica de su originalidad al contar su día a día de una forma burlesca

En sí, lo que se pretende es visualizar que la figura del comunicador debe ser más crítica y ser más participativo en todos los sentidos, ya sean en lo político, social, económico, etc.

Para finalizar con estos aportes en este espacio denominado “Hipermediación y nuevas narrativas”, también se contó con la participación de Marco Calvache Sánchez especialista en Marketing disruptivo creador de un Marketing Snacks donde se abordó el tema “Emociones, compensación y el síndrome de Estocolmo”.

Pero ¿qué tiene que ver el Síndrome de Estocolmo con la comunicación?, y la respuesta es más simple de lo que imaginamos, a medida que crecemos más secuestrados estamos de las marcas, de los productos, de los proveedores de servicios entre otros, y el usuario justifica los errores que pueden tener éstos porque nos dan un cierto grado de satisfacción y ello produce experiencias que luego trascienden con lo que nos han vendido. Y la realidad es que la comunicación es una transacción diaria que cada día debe tratar de crear experiencias que luego trasciendan en sus interlocutores por la experiencia que lo que comunico le produjo, la experiencia de la comunicación le dura hoy mientras que la trascendencia de la comunicación es para el futuro.

En palabras de Marco Calvache diremos la comunicación es funcional, porque sirve para un fin determinado, también es emocional, porque cumple con un rol específico y la comunicación es filosófica, porque tiene que ver con las creencias. Las personas compran por el efecto que les causa ese contenido en su vida, no existe un código de comunicación propio para hombres y mujeres, la satisfacción que le proporcione al uno no será de igual impacto en el otro.

Este evento ha propiciado que se dispersen dudas e interrogantes de los graduados y estudiantes de la carrera de Comunicación Social, entre las cuales podemos mencionar la pregunta realizada a Marco Calvache misma que señala: ¿cómo enganchamos esta comunicación emocional con la parte racional del usuario?, y la respuesta sencilla, la comunicación es emocional cuando el producto que quiere conseguir el cliente tiene un significado importante en su vida, y eso produce que se enganche sus emociones con su racionalidad.

Es interesante mencionar la pregunta que realiza el público que participó en este evento y menciona ¿con qué frecuencia se debe mirar la satisfacción o insatisfacción de los productos o marcas?, según Marco Calvache indica, es necesario que su monitoreo sea permanente mientras tenga contacto directo con el cliente caso contrario señala se realice una retrospectiva cada trimestre para evaluar la funcionalidad del proceso de marketing en lo cual está inmerso el tema comunicacional.

Diálogo entre comunicadores

Al concluir la participación de los panelistas existe un tipo de conversatorio entre profesionales graduados en la carrera de Comunicación Social de la PUCE sede Ibarra y los futuros profesionales, los mismos que plantean tres interrogantes para todos empezando por cuestionar *¿Cuál es la situación actual del comunicador?*, *¿Cuáles son los desafíos tecnológicos e instrumentales que han traído la pandemia a su labor comunicacional?* y por último *¿Se puede emprender en el área de la comunicación? ¿Cómo?*.

Según el criterio de la Lic. Pamela Valencia expresa que la situación actual del comunicador es muy crítica, por la gran cantidad de contenidos, discursos, argumentos de teorías que debe manejar el día a día y que todos estos no son lineales debidos que siempre están en un continuo proceso de adaptación, para lo cual es necesario conocer a la audiencia.

Por otra parte el Lic. Julio Sandoval menciona que en la situación actual del comunicador existe un componente de desorganización desde el punto de vista gremial, para lo cual es necesario que exista un gremio que agrupe a los Comunicadores Sociales, el cual les permita consolidarse y exigir el respeto de sus derechos como comunicadores. Así también, menciona un aspectos positivo propiciado por la pandemia sanitaria Covid-19 y es que el teletrabajo se consolido como una buena alternativa en el caso de la comunicación social debido que las actividades se las puede realizar en línea lo cual les ha permitido incursionar en temas de consultorías y emprendimientos digitales.

Por su parte Karen León menciona, que no importa donde se encuentren, la información siempre se tendra que transversalizar cuando se encuentra en diversas áreas, por que es necesario poner atención en la comunicación con el equipo de trabajo y se debe estar investigando constantemente lo que le permita trascender y mantenerse actualizado en el mundo comunicacional, aunque destaca que también los comunicadores sociales se han

vistos afectados por el cierre de los medios de comunicación que no lograron captar que deben rediseñarse en sus formatos digitales.

En igual sentido, Lorena Piñán señala que por parte de los medios de comunicación digital hay poco acceso en la especialización lo cual ocasiona falta de innovación educativa. Siguiendo este criterio Paolo Ponce Cadena menciona que la situación actual del comunicador es un papel histórico por la gran cantidad de información que tiene a su disposición y el reto es ser el portavoz de una buena información, promover contenidos de calidad, la comunicación debe adaptarse a la nueva narrativa y jamás debe perder el norte y la credibilidad que lo caracteriza.

Por lo antes expuesto en este conversatorio, es importante señalar que la educación superior debe enmarcarse en la actualidad sobre una estructura de calidad educativa y de estándares internacionales, para acentuar los grandes retos del debe ser, el ser y el que hacer, abordando la misión, organización, métodos de enseñanza y aprendizaje y la configuración en los rediseños curriculares como verdadera evidencia de la transformación social y de los sistemas de educación universitaria.

En este sentido podemos mencionar que los graduados que no dispongan de una buena calidad educativa tropezarán a menudo, con dificultades al hacer la transición desde la universidad hacia el mercado laboral, porque en sí, los empleadores buscan profesionales a las que puedan incorporar directamente a sus estructuras internas sin la necesidad de capacitación previa pues se entiende que estos profesionales ya cuentan con los conocimientos que exige el mercado ocupacional.

El gran reto que asumen las autoridades de los planteles educativos superiores con la sociedad es equilibrar las habilidades y capacidades en formación profesional de calidad capaces de enfrentar los grandes desafíos de la actualidad haciendo del Ecuador un país con mayores posibilidades de desarrollo, a través del impulso a la productividad.

7. CONCLUSIONES

En base al trabajo realizado con la utilización y apoyo de fuentes bibliográficas como también con los criterios de evaluación planteados en la encuesta desarrollada y respondidos de forma específica por los graduados de la carrera se concluye, que el perfil profesional de Comunicador Social de la PUCE sede Ibarra, está acorde con las necesidades que solicita el mercado empresarial por lo que cumple con los estándares de calidad educativa impuestos por el CEAACES y los que coinciden con la oferta académica de la universidad.

Se ha identificado con la encuesta aplicada a los graduados de la carrera de Comunicación Social que la mayoría de estos encuentran un trabajo adecuado que les permite la realización personal y un correcto desarrollo profesional, con lo que se reafirma que la PUCE sede Ibarra, no solo enseña la teoría sino también les proporciona de un criterio audaz que les ayuda a desarrollar sus actividades diarias.

Con el análisis de la cadena de valor de los procesos que realizan los graduados de la carrera de comunicación social de la PUCE-SI y en función de las respuestas aportadas por los panelistas y profesionales de la comunicación se concluye, que los empleadores y el mismo comunicador necesita mayor apertura en temas de capacitación pues la tecnología avanza a pasos agigantados del mismo modo que cada minuto aparece un sinnúmero de información que debe ser focalizada de manera correcta por los comunicadores para ser transmitida y que está a más de generar experiencias positivas llegue a trascender en el tiempo y en la vida del que la recibe.

Las actividades para acercar al graduado con el mundo profesional deben estar organizadas de tal forma que ayuden responsablemente en el cumplimiento de sus objetivos, para lo cual la universidad debe plantear las estrategias necesarias que

coadyuven en el desenvolvimiento eficaz en el campo laboral y esto se evidencia con la encuesta aplicada que desde la PUCE SEDE IBARRA han proporcionado todas las facilidades para que el profesional pueda vincularse con la sociedad desde el momento que realiza su etapa de vinculación así también en las practicas preprofesionales la universidad brinda apoyo y seguimiento con el fin que el estudiante se desempeñe de la mejor manera, y ya en el mundo laboral no tenga mayores contratiempos.

8. RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar una actualización en los contenidos de las materias académicas impartidas las cuales deben estar encaminadas en el uso frecuente de la tecnología, por consiguiente, esto propicie un rediseño de la malla curricular que permita a los futuros graduados salir al mundo laboral con un perfil de conocimientos sólidos basados en ejes temáticos que las empresas exigen en la actualidad.

De los comentarios extraídos por los comunicadores sociales se recomienda que se realice un seguimiento constante a los graduados para conocer la realidad actual que atraviesan en el momento, para lo cual se sugiere que se apliquen encuestas periódicas que ayuden a determinar cómo puede aportar positivamente la universidad para mejorar el desarrollo comunicacional manteniendo los estándares de calidad que debe tener un profesional de la PUCESI.

Mantener un acercamiento constante con los graduados es uno de los objetivos que deben plantearse las autoridades la universidad, en este caso se recomienda realizar encuentros con promociones de graduados futuras e invitar a empresarios de la comunicación que ayude a esgrimir las necesidades que imponga el mercado empresarial con respecto a las capacidades y aptitudes que deben tener los profesionales de la comunicación.

Fomentar la importancia de la creación de una organización o gremio de comunicadores sociales que ayuden a establecer estrategias necesarias para que el profesional de la comunicación tenga una mayor consolidación en mundo laboral y que a su vez esta organización de profesionales sienta las bases de respaldo en la parte jurídica para que los derechos del comunicador sean respetados y puedan seguir ejerciendo este trabajo de manera eficaz y con las garantías adecuadas.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, N., & Riera, A. (2011). Los medios, las TIC`s y la ética periodística en la convergencia de la sociedad de la información. Razón y Palabra. Recuperado el 09 de agosto de 2020, de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N76/varia/11_AbreuRiera_V76.pdf
- Alfonso, I. (2012). La Sociedad de la Información, Sociedad del Conocimiento y Sociedad del Aprendizaje. Referentes en torno a su formación. 12(2), 265-243. Recuperado el 06 de agosto de 2020, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5766698.pdf>
- Bautista, A. (20 de julio de 2018). Next_U. *Marketing Digital: Ventajas y desventajas de consumir noticias a través de redes sociales*. Recuperado el 28 de julio de 2020, de <https://www.nextu.com/blog/redes-sociales-ventajas-y-desventajas/>
- Belloch, C. (2012). Las Tecnologías de la Información y Comunicación en el aprendizaje. Departamento de Métodos de Investigación. Recuperado el 09 de agosto de 2020, de <https://www.uv.es/bellohc/pedagogia/EVA1.pdf>
- Caisa. E y Molina. M. (2017). “diagnóstico del campo laboral para comunicadores en la ciudad de Latacunga”. Latacunga. Recuperado el 26 de julio de 2020 de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3949/7/T-UTC-0385.pdf>
- Caldevilla, D. (2013). Efectos actuales de la “sobreinformación” y la “infoxicación” a través de la experiencia de las bitácoras y del proyecto I+D avanza ‘radiofriends’. Revista de Comunicación de la SEECI, 34-56. Recuperado el 05 de agosto de 2020, de http://www.seeci.net/revista/index.php/seeci/article/download/7/pdf_21
- Cravero. E. (2017). Inserción laboral, nivel de empleabilidad y Satisfacción del estudiantado. Barcelona. Recuperado el 26 de julio de 2020 de http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/118482/1/tfm_eleonora_cravero.pdf
- Dra. Gómez Armijos, C. (2006). *La Investigación Científica en Preguntas y Respuestas El Sistema Modular*. Ambato: Corporación UNIANDES.

- Dr. Calduch Cervera, R. (2014). *Métodos y Técnicas de Investigación Internacional*. Madrid: Edición electrónica original: Madrid.
- Durán, L. (2017). La importancia del seguimiento a egresados de educación superior. Milenio. Recuperado el 26 de julio de 2020, de <https://www.milenio.com/opinion/luis-duran/columna-luis-duran/la-importancia-del-seguimiento-a-egresados-de-educacion-superior>
- El Comercio. (2018). *El monto de los sueldos de comunicadores y periodistas se discutió en la Asamblea Nacional*. Recuperado el 25 de agosto de 2020, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/sueldos-comunicadores-periodistas-asamblea-ley.html>
- El Telégrafo. (2012). *Gobierno decreta alza salarial histórica*. Recuperado el 25 de agosto de 2020, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/actualidad/1/gobierno-decreta-alza-salarial-historica>
- ENEMDU. (2020). *Boletín Técnico de Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo de diciembre de 2019*. Recuperado el 26 de julio de 2020 de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Diciembre/Boletin_tecnico_de_empleo_dic19.pdf
- Espiritusanto, O. (2014). *Periodismo Ciudadano. Nuevas formas de comunicación, información y acción social*. Recuperado el 09 de agosto de 2020, de http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista105_1-periodismo-ciudadano-nuevas-formas-de-comunicacion-e-informacion.pdf
- Farías, P., & Gómez, M. (2011). *El estado de la profesión periodística y la crisis de los medios en España*. Razón y Palabra. Recuperado el 05 de agosto de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520010096.pdf>
- Fonseca Yerena, M. (2000). *Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica, Primera Edición*. México: Pearson Educación.
- Franco, J. (2016). *Medios de comunicación tradicionales en el nuevo entorno digital*. León. Recuperado el 06 de agosto de 2020, de

https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/5579/71468657K_GMIM_Septiembre21.pdf?sequence=1

García, J, Gutiérrez, R. (1996). Inserción laboral y desigualdad en el mercado de trabajo: cuestiones teóricas*. Oviedo. Recuperado el 26 de julio de 2020 de http://ih-vm-cisreis.c.mad.interhost.com/REIS/PDF/REIS_075_12.pdf

García, T. (2013). El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación. Recuperado el 28 de agosto de 2020, de http://www.univsantana.com/sociologia/El_Cuestionario.pdf

Giménez, E. (s.f). Promoción de la cultura emprendedora en la Universidad Yacambú. Recuperado el 09 de agosto de 2020, de <http://www.uny.edu.ve/cms/Institucionales/Emprendimiento/Descargas/definiciones%20basicas%20de%20emprendedores.pdf>

Gómez, M. S., & Sepúlveda, R. (2011). Perspectivas y proyección profesional de la comunicación social. 194-209. Recuperado el 09 de agosto de 2020, de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/download/2444/1717>

Gutiérrez, B., Rodríguez, M., & Gallego, M. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. Signo y Pensamiento, 268-285. Recuperado el 05 de agosto de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/860/86020052017.pdf>

Guzmán, S., Febles, M., Corredera, A., Flores, P., Tuyub, A., & Rodríguez, P. (2008). Estudio de seguimiento de egresados: recomendaciones para su desarrollo. Innovación Educativa, 8(42), 19-31. Recuperado el 2020 de julio de 27, de <https://www.redalyc.org/pdf/1794/179421234003.pdf>

Hernández Sampieri, R., & Fernández Collado, C. (2006). *Metodología de la Investigación. Cuarta edición*. México: McGraw-Hill.

Irala, P. (2014). Nuevas narrativas en el periodismo actual. El periodismo transmediático. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 20(1), 147--158. Recuperado el 09 de agosto de 2020, de

https://www.researchgate.net/publication/263696108_Nuevas_narrativas_en_el_periodismo_actual_El_periodismo_transmediatico

Islas, O. (2008). El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. *Palabra Clave*, 11(1), 29-39. Recuperado el 09 de agosto de 2020

Ley Orgánica de Educación Superior. (2018). Artículo 142. Quito. Recuperado el 26 de julio de 2020 de <https://www.epn.edu.ec/wp-content/uploads/2018/08/LOES.pdf>

Lopera J, Ramírez C, Zuluaga M, Ortiz J (2010) El Método Analítico como Método Natural. Antioquia - Colombia. Recuperado de: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2145-48922010000200008

López, P., & Fachelli, S. (2015). Metodología de la investigación social cuantitativa. Barcelona. Recuperado el 28 de agosto de 2020, de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoccua_a2016_cap2-3.pdf

López, P. (2004). Población Muestra y Muestreo. *Scielo*. doi:ISSN 1815-0276

Mejía, C. (2017). Las Nuevas Generaciones. *Planning*. Recuperado el 06 de agosto de 2020, de http://www.planning.com.co/bd/mercadeo_eficaz/Febrero2017.pdf

Montalvo, J. (2016). Emprendimientos digitales y diseño de modelos de negocio: investigación aplicada en estudiantes de la Carrera de Comunicación. *Contratexto*, 155-170. Recuperado el 09 de agosto de 2020, de <https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/viewFile/656/633>

Organización de las Naciones Unidas. (16 de diciembre de 1966). *Naciones Unidas Derechos Humanos-Oficina del Alto Comisionado*. Obtenido de <https://www.ohchr.org/sp/professionalinterest/pages/ccpr.aspx>

Pérez. C, Castro. F, Cubo. S. (2009). Significado del trabajo e inserción laboral de graduados universitarios. Badajoz. Recuperado el 26 de julio de 2020 de <https://www.redalyc.org/pdf/3498/349832323026.pdf>

- Primicias.ec (2020). Ecuador cerró 2019 con una tasa de desempleo de 3,8%. Recuperado el 26 de julio de 2020 de: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/cifras-subempleo-desempleo-inec-enero/>
- PUCESI (2020). Carrera de Comunicación. Ibarra. Recuperado el 26 de julio de 2020 de https://www.pucesi.edu.ec/webs/?page_id=3204.
- PUCESI. (2013). Instructivo para el procedimiento de seguimiento a graduados. Ibarra. Recuperado el 27 de julio de 2020, de <http://www.pucesi.edu.ec/web2017/wp-content/uploads/2015/04/INSTRUCTIVO-DE-SEGUIMIENTO-A-GRADUADOS.pdf>
- Punín. M. (2012). Análisis de la formación de Comunicadores Sociales en el Ecuador. Casos: Universidad Central del Ecuador, Universidad del Azuay y Universidad Técnica Particular de Loja. Recuperado el 26 de julio de 2020 de https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/4357/rep_189_2012.pdf;jsessionid=68B5A4D621AEB0DD66B2CF3D30F50405?sequence=1
- Red Internacional de Periodistas. (2014). Ocho herramientas que los periodistas digitales deben tener en la mira. Recuperado el 09 de agosto de 2020, de IJNET: <https://ijnet.org/es/story/ocho-herramientas-que-los-periodistas-digitales-deben-tener-en-la-mira>
- Reglamento General de Ley Orgánica de Educación Superior. (2011). Artículo 26. Ecuador. Recuperado el 26 de julio de 2020 de http://www.espol.edu.ec/sites/default/files/archivos_transparencia/Reglamento%20Ley%20de%20Educacion%20Superior.pdf
- Revista Líderes (2018). En Ecuador la mayor cantidad de desempleados son jóvenes. Quito. Recuperado el 26 de julio de 2020 de: <https://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-desempleados-jovenes-inec.html>
- Rizo, M. (2006). La interacción y la comunicación desde los enfoques de la psicología social y la sociología fenomenológica. Breve exploración teórica. Análisis, 45-62. Recuperado el 06 de agosto de 2020, de <https://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n33/02112175n33p45.pdf>

- Rojas, M. (2015). Tipos de Investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. *Redvet*, 16(1), 1-14. Recuperado el 28 de agosto de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/636/63638739004.pdf>
- Scolari, C. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. *Anuario AC/E de cultura digital*, 71-81. Recuperado el 09 de agosto de 2020
- Sierra, L. (2009). Reseña de "Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva" de. *Signo y Pensamiento*, 28(54), 392-393. Recuperado el 06 de agosto de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/860/86011409031.pdf>
- Soengas, X. (2018). Los medios de comunicación en la sociedad actual: crisis, negocio y politización. *Ámbitos*. Recuperado el 06 de agosto de 2020, de <https://institucionales.us.es/ambitos/los-medios-de-comunicacion-en-la-sociedad-actual-crisis-negocio-y-politizacion/>
- Tomat, C. (2012). El "focus group": nuevo potencial de aplicación en el estudio de la acústica urbana *Athenea Digital*. *Revista de Pensamiento e Investigación Social*. *Athenea Digital*, 12(2), 129-152. Recuperado el 28 de agosto de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/537/53723279006.pdf>
- Torres. T, Aranzazú. J y Torres. M. (2018) Representaciones sociales de empleo y desempleo en estudiantes universitarios de Quito, Ecuador. Quito. Recuperado el 26 de julio de 2020 de: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/729/72957731001/72957731001.pdf>
- UNJURADIO. (2017). Tecnología multimedia: El impacto del uso de las TICs en el periodismo. Recuperado el 09 de agosto de 2020, de <http://unjuradio.com/2017/09/01/tecnologia-multimedia-la-importancia-del-uso-de-las-tics-en-el-periodismo/>

10. CERTIFICACIÓN ANTIPLAGIO

Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

SEDE IBARRA



Ibarra, 17 de septiembre del 2020

Dirigido a:
Mg.Sc. Yalíza Therly Ramos Gil
Directora de la Escuela de Comunicación Social

De:
Mtr. Ana Culqui
Docente Asesor

Asunto: Resultado de Turnitin

Tema: ANÁLISIS DE LA INSERCIÓN LABORAL DE LOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA.

Autor: Robinson Alejo Papiales Quilo

Una vez pasado y revisado el trabajo de Titulación por el programa Turnitin, dio como resultado una puntuación significativa del 10% de coincidencia. Por lo que el trabajo se consolida de acuerdo a los márgenes establecidos por la institución.

Resumen de coincidencias	
10 %	
#	Detalle de coincidencias
1	Introducción del trabajo de titulación
2	Introducción del trabajo de titulación
3	Introducción del trabajo de titulación
4	Introducción del trabajo de titulación
5	Introducción del trabajo de titulación
6	Introducción del trabajo de titulación
7	Introducción del trabajo de titulación
8	Introducción del trabajo de titulación
9	Introducción del trabajo de titulación
10	Introducción del trabajo de titulación
11	Introducción del trabajo de titulación
12	Introducción del trabajo de titulación
13	Introducción del trabajo de titulación

Sin otro particular que hacer referencia.

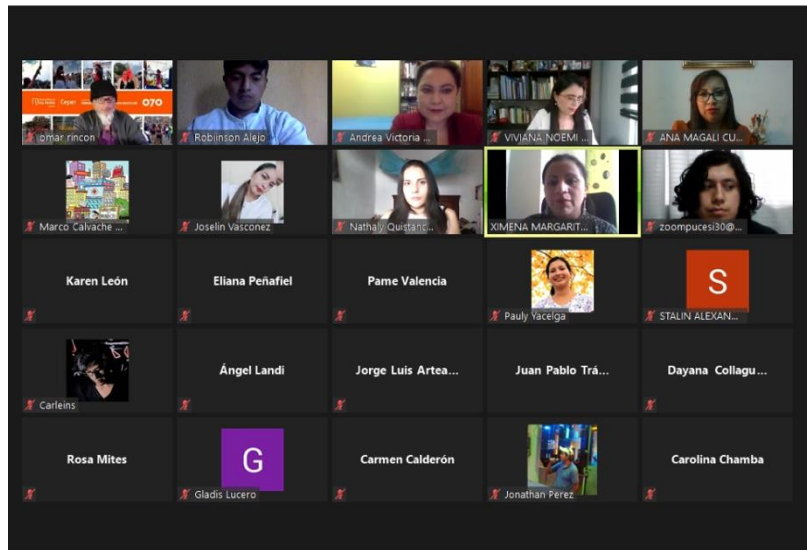
Atentamente,

Mtr. Ana Culqui
Docente Asesor

Av. Jorge Guzmán Rueda y Av. Aurelio
Espinoza Pólit, Cella "La Victoria"
Código: 500000
Tel: (+593) 06 2645 000 / 2645 453
Ibarra - Ecuador www.puce.edu.ec



11. ANEXOS



Anexo 1 Encuentro de graduados 2020

PUCE Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra

Charla Magistral

Diálogo entre comunicadores

¿Cuál es la situación actual del comunicador?

¿Cuáles son los desafíos tecnológicos e instrumentales que ha traído la pandemia a su labor comunicacional?

¿Se puede emprender en el área de la comunicación?

¿Cómo?

#UnidosTrabajamosPorNuestrosSueños

Anexo 2 Encuentro de graduados 2020

PUCE Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra

Charla Magistral

¡Esta es la grandeza a la que estamos llamados, a continuar, a reinventarnos y ser mejores! ¡Este es nuestro gran desafío! Gracias por ser un comunicador...

#UnidosTrabajamosPorNuestrosSueños

Robinson Alejo

Viviana Noemi Galar

Joko Sandrovi

ANA MAGALL

Lorena Pihan

Chat de grupo de Zoom

De Laura Castillo a Todos:

Más q un desafío q han afrontado los comunicadores de campo es el cierre de medios de comunicación y el desempleo, frente a la innovación tecnológica.

Que en muchos casos son generaciones q no se adaptan a estos cambios.

De David Valdivieso a Todos:

Falta preparación en las universidades relacionada al campo laboral, especialmente en la parte del uso de herramientas tecnológicas que en la actualidad están rompiendo barreras para poder realizar cobertura y poder transmitir inmediatamente una noticia, o un hecho noticioso que ocurra.

De Dani Patiño a Todos:

El problema es que la academia se actualiza y prepara con tiempo en el contenido educativo en base a las necesidades actuales, pero la transformación digital es muy rápida cambia de un día para el otro el reto es investigar por nosotros mismos, ellos dan las bases la demás preparación depende de nosotros.

Enviar a: Todos

Escribir mensaje aquí...

Anexo 3 Encuentro de graduados 2020