



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIO A DISTANCIA

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO

**“LA INSERCIÓN LABORAL DE LOS GRADUADOS DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA MODALIDAD
PRESENCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA EN
EL PERIODO 2013-2014”.**

Tesis previa a la obtención
del Grado de Licenciada en
Ciencias de la Comunicación
Social.

AUTORA:

SARA PATRICIA MONCADA FERIE

DIRECTORA:

LIC. ISABEL MARÍA ENRÍQUEZ JAYA, MG. SC

LOJA- ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN

Magister

Isabel María Enrríquez Jaya.

DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

C E R T I F I C A:

Haber asesorado, revisado y orientado el desarrollo de la investigación de tesis titulado: **“LA INSERCIÓN LABORAL DE LOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA MODALIDAD PRESENCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA EN EL PERIODO 2013-2014”** de autoría de la señorita egresada Sara Patricia Moncada Ferie.

Por reunir las condiciones establecidas en el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, autorizo proseguir con los trámites legales pertinentes para su presentación y defensa.

Loja, febrero del 2016

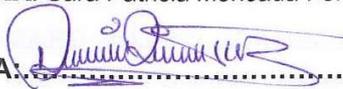
f).....
Lic. Isabel María Enrríquez Jaya, Mg. Sc
DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Sara Patricia Moncada Ferie**, declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de la tesis en el repositorio Institucional-biblioteca Virtual.

AUTORA: Sara Patricia Moncada Ferie

FIRMA: .....

CÉDULA: 1104576556

FECHA: Loja, febrero de 2016

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, **Sara Patricia Moncada Ferie**, declaro ser autora de la tesis titulada **“LA INSERCIÓN LABORAL DE LOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA MODALIDAD PRESENCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA EN EL PERIODO 2013-2014”** como requisito para optar al Grado de: LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad. La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los cuatro días del mes de Febrero del dos mil dieciséis, firma el autor.

FIRMA



AUTOR: Sara Patricia Moncada Ferie

CÉDULA: 1104576556

DIRECCIÓN: Loja, San José Bajo: Bolívar Bailón y el Retorno

CORREO ELECTRÓNICO: patty3007_@hotmail.com

TELÉFONO: 2589259

CELULAR: 0969408670

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTORA DE TESIS: Mgs. Isabel María Enrríquez Jaya.

TRIBUNAL DE GRADO:

Ing. Mg. Sc. Jaime Chillogallo Ordoñez.

Lic. Mg. Sc. María del Cisne Suárez E.

Dr. PhD. Danilo Charchabal Pérez.

(Presidente)

(Vocal)

(Vocal)

DEDICATORIA

Este trabajo dedico especialmente a mi madre Carmita Ferie Jiménez, quien con su ejemplo de vida, esfuerzo, sacrificio e inmenso amor, siempre ha estado apoyándome e inspirándome para salir adelante por darme la fuerza y valentía para superar obstáculos que se presentaron en este largo camino de mi formación académica, a mis hermanos Juan Carlos, Fernando, Iván y Jany por apoyarme en todo momento.

Con inmenso cariño, consideración y estima.

Sara Patricia Moncada Ferie

AGRADECIMIENTO

La culminación de mi carrera universitaria y la realización de la tesis no habría sido posible sin la valiosa asistencia y colaboración de personas, a quienes deseo agradecer infinitivamente.

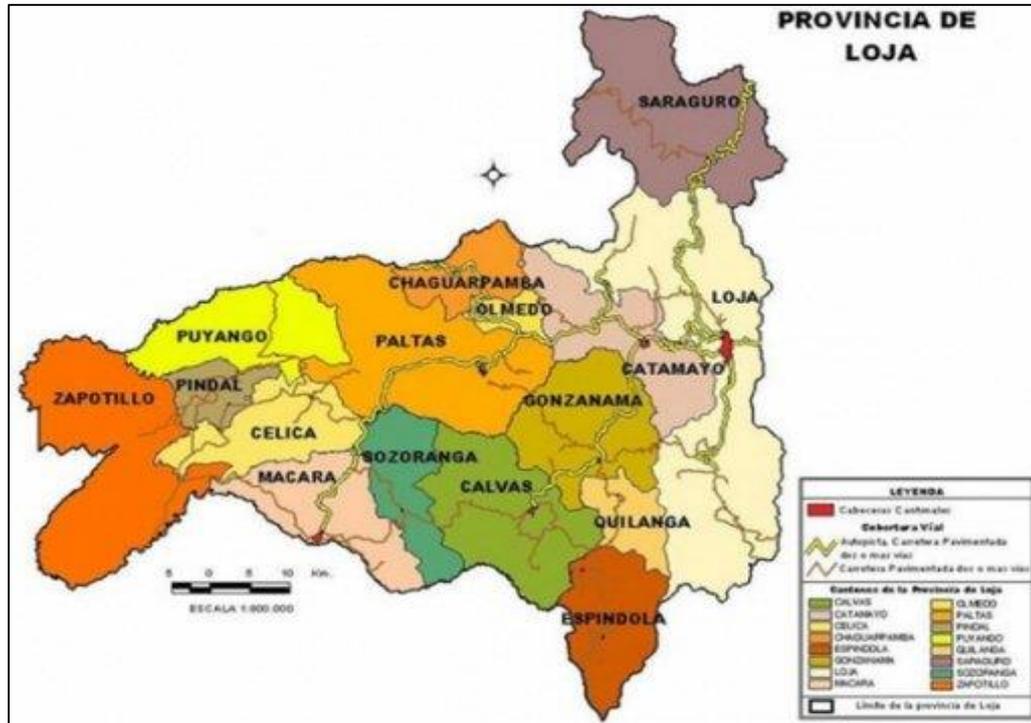
Primeramente a Dios por haberme dado salud y fuerza para poder cumplir con los propósitos de vida, a mi familia y amigos que siempre me incentivaron para culminar mis estudios universitarios, a mi directora de tesis Mgs. Isabel María Enríquez Jaya, por su paciencia y comprensión, quien con su ilustrada dirección contribuyó en mi formación profesional y finalmente a las Autoridades de la Universidad Nacional de Loja, de la Modalidad de estudios a Distancia, quienes a través de sus docentes imparten sus conocimientos para forjar profesionales.

La Autora

MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN									
BIBLIOTECA: Área de la Comunicación el Arte y la Comunicación									
TIPO DE DOCUMENTO	AUTORA NOMBRE DEL DOCUMENTO	FUENTE	FECHA AÑO	ÁMBITO GEOGRÁFICO				BARRIO	NOTAS OBSERVACIONES
				NACIONAL	REGIONAL	PROVINCIA	CANTÓN		
TESIS	SARA PATRICIA MONCADA FERIE “LA INSERCIÓN LABORAL DE LOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA MODALIDAD PRESENCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA EN EL PERIODO 2013- 2014”	UNL	2016	ECUADOR	ZONA 7	LOJA	LOJA	CIUDAD UNIVERSITARIA GUILLERMO FALCONÍ ESPINOSA LA ARGELIA CASILLA LETRA S, AV PÍO JARAMILLO ALVARADO, LOJA EC110103	LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL CANTÓN LOJA



FUENTE: <https://goo.gl/fRvhPd>

CROQUIS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA



FUENTE: <https://goo.gl/WfKZNt>

ESQUEMA

- i. PORTADA
- ii. CERTIFICACIÓN
- iii. AUTORÍA
- iv. CARTA DE AUTORIZACIÓN
- v. DEDICATORIA
- vi. AGRADECIMIENTO
- vii. MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO
- viii. MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS

ESQUEMA DE CONTENIDOS

- a. Título
- b. Resumen (Summary)
- c. Introducción
- d. Revisión de literatura
- e. Materiales y métodos
- f. Resultados
- g. Discusión
- h. Conclusiones
- i. Recomendaciones
- j. Bibliografía
- k. Anexos
 - Proyecto de tesis
 - Índice

a. TÍTULO

“LA INSERCIÓN LABORAL DE LOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA MODALIDAD PRESENCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA EN EL PERIODO 2013-2014”

b. RESUMEN

La presente investigación se enmarcó en un estudio analítico sobre **“LA INSERCIÓN LABORAL DE LOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA MODALIDAD PRESENCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA EN EL PERIODO 2013-2014”** para el desarrollo de la presente tesis se consideró investigar los actores directos como los graduados de Periodismo, estudiantes, propietarios de medios de comunicación y autoridades de la Universidad Nacional de Loja.

El problema central del presente proyecto fue: **¿Cómo insertar en el ámbito laboral a los graduados de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja?**

En esta investigación se elaboró el siguiente objetivo general: Determinar la situación laboral de los graduados de la carrera de Comunicación Social Modalidad Presencial de la Universidad Nacional de Loja. Procurando ayudar a tener oportunidades laborales dentro de su rama.

Para cumplir con este objetivo fue necesaria la utilización de los siguientes métodos: el deductivo se lo utilizó partiendo del problema para el estudio sistemático de las manifestaciones para llegar a las conclusiones generales del problema, inductivo se lo utilizó para el análisis de la información obtenida este método sirvió para la recopilación de información sobre el ambiente interno de institución, también se lo utilizó como forma de razonamiento al momento de realizar la Revisión de Literatura, analítico es de mucha importancia misma que permitió clasificar de manera sintetizada en forma de redacción sobre la información captada e histórico el cual nos permitió a través de fuentes primarias y otras evidencias de los historiadores aportar en esta investigación.

Adicional a estos métodos se utilizaron las técnicas que ayudaron a obtener información necesaria y real para el desarrollo de la investigación misma que fue aplicada a los 30 graduados y la técnica de la entrevista dirigida la coordinadora de la carrera y autoridades competentes de los medios de comunicación.

Los resultados obtenidos en esta investigación mediante las encuestas aplicadas, más del 90% de los graduados no trabaja en el área de Comunicación Social, dedicándose a otras actividades para poder subsistir se tomó como referencia de la pregunta **5 ¿Trabaja en el área que se graduó?**, Así mismo se muestra el interés que tienen los graduados en que las autoridades de la institución los apoye para insertarse al ámbito laboral como se muestra en la pregunta **8 ¿ Le gustaría que la Universidad ayude a los nuevos graduados a tener una inserción laboral?** Respondiendo el 100% positivamente.

Luego de la realización del proyecto se pudo concluir que la mayoría de los graduados no trabaja dedicándose a otros oficios para poder subsistir, así mismo se recomienda a las Autoridades de la Universidad Nacional de Loja implementar una bolsa de empleo con la finalidad de apoyar a sus graduados.

ABSTRACT

This research was part of an analytical study on " **the employability of graduates from RACE SOCIAL COMMUNICATION modality NATIONAL UNIVERSITY OF LOJA IN THE PERIOD 2013-2014** " for the development of this thesis was considered research direct actors Journalism graduates , students, media owners and authorities of the National University of Loja.

The central problem of this project was: How to insert at work to graduates of the career of Social Communication of the National University of Loja? In this research the following general objective was developed: To determine the employment status of graduates of the career of Social Communication Modality of the National University of Loja. Seeking help to have employment opportunities within their branch. To meet this goal was necessary to use the following methods : it used deductive basis of the problem for the systematic study of the manifestations to reach general conclusions inductive problem , I used to analyze the information obtained this method was used for the collection of information on the internal environment of an institution, it was also used as a form of reasoning at the time of the Literature Review , analytical is very very important that allowed the classification of synthesized way as writing on the information captured and historical which allowed us through primary sources and other evidence of historians contribute in this research. In addition to these methods the techniques that helped to obtain necessary information and actual development of the same research that was applied to the 30 graduates and the technique of interview directed the coordinator of the race and competent authorities of the media used. The results obtained in this research through applied surveys, over 90 % of graduates not working in the area of Social Communication, engaging in other activities to survive was taken as reference Question 5 Do you work in the area who she graduated? , also the interest of graduates that the authorities of the institution 's support for insertion into the workplace as shown in Question 8 would you like University help new graduates to have a labor market shown? 100% responding positively. After the project it was concluded that most graduates work not engaging in other trades to survive, also to the authorities of the National University of Loja implement an employment in order to support it encourages its graduates.

c. INTRODUCCIÓN

El periodismo es una de las profesiones más nobles que existe, mediante esta hermosa profesión se puede mostrar al mundo la realidad en todos los aspectos, ya sea político, económico, social, deportivo, natural etc. No obstante, es importante tener en cuenta que para hacer un excelente periodismo no basta con estudiar comunicación social, pues se necesita práctica, mucho trabajo y, sobre todo, mucha pasión y amor por lo que se está haciendo, pues si bien es cierto que conseguir una noticia puede ser relativamente sencillo, la dificultad que implica el oficio del periodismo reside en darle un adecuado manejo, en saber cómo comunicarla, cuándo y en dónde de forma objetiva (Randall, 1996, pág. 38)

Actualmente el periodismo en el Ecuador vive una etapa de dificultad por la división latente entre un grupo que defiende programas de gobierno y otro que hace oposición al régimen, a esto se suma las limitaciones que tienen los periodistas para realizar su trabajo, hay que reconocer que realmente hay un distanciamiento entre el mundo empresarial y el universitario hoy en día no hay un mecanismo que ayude a la unión de Universidad-Empresa, por ende mediante un estudio y diferentes referencias bibliográficas especializadas en este tema, nace la presente investigación y la necesidad de conocer la realidad en el ámbito laboral de los graduados de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja.

Dentro del ámbito laboral es muy importante que los graduados puedan desempeñar su profesión apenas culminen sus estudios universitarios, el problema se investigó para contribuir con la incorporación laboral de los graduados y también a la Universidad Nacional de Loja, al evaluar la situación actual se revela la necesidad con la realidad, el objetivo de esta investigación es determinar la situación laboral de los graduados de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja en el periodo 2013-2014. A partir del análisis y los resultados se planteó la propuesta alternativa como es, **UNA BOLSA DE EMPLEO** y es así como se busca contribuir a la inserción laboral de los graduados.

Dentro del proyecto se planteó un objetivo general y dos específicos, el objetivo general fue “Determinar un proyecto de Bolsa de Empleo Institucional, para insertarlos a la vida laboral a los graduados de la Carrera de Comunicación Social de la modalidad presencial”, y el primer objetivo específico fue “Elaborar un perfil de Bolsa de Empleo Institucional para los graduados de la Carrera de Comunicación Social de la modalidad presencial, y como segundo objetivo específico es “Socializar el perfil de Bolsa de empleo Institucional para los graduados de comunicación social”. Los alcances de la presente propuesta que se obtendrán serán favorables porque se generarán nuevas oportunidades de trabajo y nuevas fuentes de ingresos económicos y por ende propulsar el desarrollo y la calidad de vida. Los alcances de la presente propuesta que se obtendrán serán favorables para los graduados y estudiantes de la Universidad, ya que mediante la propuesta se procuró que influya de manera positiva en el ámbito económico y laboral.

La revisión de literatura contiene una investigación realizada en base a la inserción laboral, abarcando temas importantes como definiciones sobre el periodismo, trabajo periodístico, riesgos de la profesión, oferta educativa, proceso de inserción, acceso al ámbito laboral etc., donde cada definición nos ayudó a tener una visión más clara para el desarrollo del proyecto.

Esta investigación está debidamente justificada y sustentada en diferentes materiales como: libros impresos y digitales, artículos, informes, páginas web, entrevistas, encuestas entre otros.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

CAPÍTULO I

LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Lorenzo Gomis en su libro Teoría de los Géneros Periodísticos, manifiesta que “Las comunicaciones sociales son los medios más eficaces que se han encontrado para cubrir unas necesidades básicas de la sociedad” (Gomis, 2008, pág. 25)

Así mismo Gomis dice que el hombre siempre ha necesitado estar alerta de todo lo que pasaba a su alrededor, siempre ha querido compartir hechos y opiniones con los otros, y ha sentido la necesidad de considerar en común los peligros que podían venir del exterior o las oportunidades que se presentaban; el hombre ha necesitado unas formas convenidas para tomar decisiones de grupo y hacerlas saber a los demás (Pág, 25)

Por otro lado Gonzalo Abril en su Libro El cuarto bios Estudios sobre comunicación e información, precisa “Los medios son agentes culturales de socialización. Mediar significa poner en relación distintos universos de significación y de experiencia, y a la vez hacerlos más o menos comunes o conmensurables” (Abril, 2010, pág. 8)

En el artículo publicado por la Universidad Central del Ecuador el Dr. Carlos A. Rolando, “Crónicas del Periodismo en el Ecuador” expresa que “La prensa en el Ecuador, demuestra la altura a que ha llegado la evolución de la inteligencia en las diversas ramas del saber: obras generales, filosofía, religión, ciencias sociales, bellas artes, literatura, que hoy en día se establecen una fuente informativa de nuestras antiguas tradiciones y a la vez como eco de los hechos que han formado parte de nuestra historia” (Rolando, 1792,1849)

De igual manera Romel Jurado Vargas escribe “Ya nadie puede dudar que los medios de comunicación juegan un rol central en la comprensión y recreación de la vida social. Ahora la cuestión importante es saber si el papel o la función social que juegan los medios de comunicación favorece o no el

ejercicio de los derechos humanos así como la convivencia democrática y civilizada” (Romel Jurado Vargas, Supercom, 2014, Pág. 13)

En efecto es notable los cambios que se han suscitado en los últimos años en los medios de Comunicación mediante la nueva ley que está en vigencia, esto viéndolo desde una perspectiva laboral tiene dos aspectos, positivos y negativos, por un lado el alza de sueldos que beneficiaran en la economía de los profesionales de la Comunicación y por otro las limitaciones que tienen los comunicadores para expresar libremente sus pensamientos ya que prima el miedo, ha provocado el despido de muchos trabajadores.

Considero que todo cambio es importante como lo menciona la nueva ley de comunicación de esa manera en los medios de información, empresas o instituciones públicas y privadas contratarán a personal calificado para realizar este trabajo.

En este mismo tema, Ángel Díaz de Rada, (2012) manifiesta que se entiende la Comunicación Social como “La disciplina que estudia las relaciones entre los cambios sociales y los cambios comunicativos” (Pág. 21).

Así mismo dice que esta definición integra una infinidad de actividades y mundos de conocimiento, como por ejemplo, el Diseño Social. La Comunicación Social no sólo estudia el uso del Mensaje o del Formato de la comunicación sino que también se interesa por el uso de las herramientas de comunicación como fórmula de empoderamiento. La relación entre comunicación y cambio social es bidireccional, no se plantea de una manera reduccionista. Por eso se puede afirmar que la comunicación afecta a la sociedad como la sociedad a la comunicación (Diaz, 2012) (Pág. 21)

En este sentido la comunicación es imprescindible en todo ser humano, a base de la misma se han vivido grandes cambios en la sociedad ya que se trata de mostrar todo lo que está oculto, de esta manera la gente tiene mayor acceso a elegir y a informarse de todo lo que acontece.

Consideramos que Ángel Díaz de Rada, es muy preciso al decir que la comunicación afecta a la sociedad como la sociedad a la comunicación, ya que si bien es cierto en este medio muchas veces la gente se deja llevar por lo que ve en televisión, asumiendo que es verdad lo que transmiten, de igual forma algunos comunicadores publican notas sin investigar a profundidad o ponen títulos sensacionalistas.

Lorgio García en su libro *Realidades Pequeñas Mundos Concretos*, menciona que “El hombre importante gesticula todos los días en la pantalla. Con una retórica antigua, fofa, de poca consistencia, en un esfuerzo notable por aparecer eficiente, intenta hilvanar un informe sobre el arduo trabajo de los últimos días”.

De igual manera Lorgio dice que de esta forma se conducen la información y las relaciones públicas en un montón de instituciones estatales y privadas. A fuerza de improvisar, de saberlo todo, se desperdician las oportunidades y los espacios en los medios de comunicación. Hoy en día pensamos que la Comunicación es cuestión de pararse en un set de televisión y hablar sin tener la preparación suficiente, eso pasa en muchos canales de televisión a nivel nacional vemos como jóvenes salen de reality y en tres meses los vemos presentado programas de farándula etc. A pesar que la nueva ley de comunicación indica que toda persona que labore en un medio de comunicación tiene que ser titulado. (Lorgio, 2013, Pág. 106)

Coincidimos con el pensamiento del autor antes citado, consideramos que los periodistas, se dejan llevar por la apariencia olvidándose que un cuerpo y una cara bonita no es suficientes, importa su intelecto y su capacidad de desenvolverse en todo ámbito, son pocos los profesionales que realizan su trabajo con objetividad y ética dejando de lado las apariencias y vanidades.

Según Z.M.Zorín, 2008 “Comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistema de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano” (Pág. 51)

Concordamos con esta definición expuesta, ya que detalla el mensaje que cumple la comunicación en la sociedad.

En este aspecto considero que la comunicación en los seres humanos es un factor fundamental para entendernos y desarrollarnos en cualquier actividad.

La incidencia de los más media en el consumo.

En el libro Apuntes de Comunicación (2006) de Cesar Ulloa Tapia, expresa que la importancia y protagonismo de los medios masivos de comunicación y las pistas de información en la sociedad es tema de análisis, pues su credibilidad supera con mucha diferencia a las instituciones más relevantes del país y a las principales autoridades. Desde esa arista se puede decir que el impacto e incidencia en la opinión pública es notoria, sin omitir que se han convertido, desde muchos años atrás, en instrumentos informales de educación, ocio y entrenamiento. Los medios son en sí, son mediadores entre lo que sucede afuera y lo que se recrea dentro del imaginario colectivo, inclusive se les ha llegado a denominar como cuarto poder. (Ulloa 2006, Pág. 33)

También menciona “Calificativo que está en tela de duda, porque en la era contemporánea predomina la información y su uso. Específicamente, en el valor que esta pueda tener para la toma de decisiones” (Ulloa 2006, Pág. 33)

Cesar Ulloa al mencionar el impacto e incidencia de la opinión pública es notorio e importante en la sociedad, nos damos cuenta toda la influencia y capacidad de los medios de comunicación para llegar a la gente con su mensaje, aunque esto no necesariamente quiere decir que llegan de forma positiva.

Consideramos que muchos medios en el país no informan con veracidad e imparcialidad como debería ser, afectado esto de manera directa o indirectamente a la empresa o persona, frecuentemente se observa como el contenido que se transmite en los medios de comunicación entra en las personas desde el más pequeño hasta el más grande, creemos que esto

resulta un tanto peligroso ya que a través de lo que se observa, la población se moviliza y pueden causar grandes cambios positivos y negativos ya sea en lo político o en cualquier ámbito de la sociedad.

¿Qué es periodismo?

En el artículo escrito por Tomás Eloy Martínez, Periodismo y Narración: Desafíos para el siglo XXI, menciona que, de todas las vocaciones del hombre, el periodismo es aquella en la que hay menos lugar para las verdades absolutas. La llama sagrada del periodismo es la duda, la verificación de los datos, la interrogación constante. Allí donde los documentos parecen instalar una certeza, el periodismo instala siempre una pregunta. Preguntar, indagar, conocer, dudar, confirmar cien veces antes de informar: esos son los verbos capitales de la profesión más arriesgada y más apasionante del mundo. (Recuperado de: <http://bit.ly/1HYX544>)

Por otra parte en el artículo escrito por David Randall, primera edición en (1996, Pág. 37) Manual del Periodista Universal, manifiesta que “En nuestros días, en un mundo en el que no dejan de crecer los medios de masas y el volumen de información con el que nos bombardean, cualquiera que aspire a ser un buen periodista necesita adquirir una serie de nuevas habilidades” (Recuperado de: <http://bit.ly/1mfiZ98>)

También indica que “Ya no basta manejar con facilidad las palabras. Hay que ser, además, un interrogador experto y escéptico, familiarizarse con las estadísticas, comprender el funcionamiento de los medios online, saber cómo investigar en internet, controlar las cada vez más sofisticadas fuentes y a sus tergiversadores, y generar un periodismo más informativo fresco y fiable”. (Recuperado de: <http://bit.ly/1mfiZ98>)

Concordamos con estas definiciones, el periodismo es una de las profesiones más nobles que existe, mediante esta hermosa profesión se puede mostrar al mundo la realidad en todos los aspectos, ya sea político, económico, social deportivo, natural etc. Y mediante este trabajo ayudar a personas que lo necesitan llegando a las autoridades competentes.

No obstante, es importante tener en cuenta que para hacer un excelente periodismo no basta con estudiar comunicación social, pues se necesita práctica, mucho trabajo y, sobre todo, mucha pasión y amor por lo que se está haciendo, pues si bien es cierto que conseguir una noticia puede ser relativamente sencillo, la dificultad que implica el oficio del periodismo reside en darle un adecuado manejo, en saber cómo comunicarla, cuándo y en dónde de forma objetiva.

¿Qué es noticia?

David Randall en su libro, *Manual del Periodista Universal* define que “La noticia también tiene valor informativo algo fresco, que la gente no haya oído antes y, factor crucial, que sea de interés para los lectores. Esto no se refiere a temas que afecten al público o tengan algún impacto en la vida pública, sino a los que sean de interés para el público”. (Randall, Pág.38)

Así mismo Molotch y Lester (1975) señalan que podemos distinguir del conjunto de hechos, que son las noticias, un encadenamiento de hechos (happenings), acontecimientos (occurrences), información (event) y temas (issue). Los hechos sería todo lo que sucede en el mundo. Los acontecimientos son un conjunto de hechos conocidos. Un acontecimiento, es una información si alguien lo utiliza en un momento dado para estructurar su experiencia. Así, por extensión, califican como event public aquellos acontecimientos utilizados para estructurar la vida colectiva y a través de los cuales las sociedades organizan y comparten de manera simbólica su pasado, presente y futuro. (Pág.102).

Con referencia a estas definiciones en las que Randall, Molotch y Lester se puede resumir que la noticia es todo aquello que genere interés en la audiencia. A partir de estos conceptos consideramos que en los medios de comunicación del Ecuador deben poner la noticia como realmente es, dejando de lado el sensacionalismo ya que en ocasiones los titulares son exagerados para enganchar a la audiencia.

¿Qué es la libertad de opinión?

Ángela Vivanco Martínez en su libro, Las Libertades de Opinión y de Información (2009) define a la libertad de opinión como “Uno de los hitos más relevantes dentro de la comunicación humana, que es su aspecto subjetivo. La opinión se expresa ante una audiencia para que sea conocida, es decir, se comunica a otro. El grupo que recibe la expresión de la opinión puede ser muy reducido o incluso extenderse a la sociedad entera en la que el sujeto opinante se halla inmerso” (Vivanco, Pág.9)

También manifiesta lo siguiente “Es notable su variabilidad y de allí su entronque con la idea de opinión pública. Pese a lo esencial que es esta expresión de la opinión, convengamos sí que es necesario primero todo un proceso de formación previa de esta en lo más íntimo del sujeto pensando libremente y haciendo uso de sus conocimientos de su bagaje intelectual o aún de su estado emotivo en lo referente al tema sometido a su juicio (Martinez, Pág. 9)

De igual manera manifiesta que, “Si el hombre no es libre a la hora de formarse un juicio, éste efectivamente no reflejará su esquema de pensamiento o no reflejará el ser, el trasfondo de quien emite tal opinión”. (Martinez pág. 9)

Ciertamente como lo manifiesta la autora Ángela Vivanco, la libertad de expresión y de opinión es un derecho, pero para poder hacerlo debemos estar debidamente informados del tema.

En el Ecuador este derecho está establecido en la Ley de Comunicación en el Capítulo II Sección I Derechos de la Libertad Art. 17, donde dice que, Todas las personas tienen derecho expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la Ley.

Diferencias de los periodistas de antes con los de ahora.

Patricia Estupiñán editora de la revista Vistazo en el libro Retratos Hablados manifiesta, “Cuando comencé en el hacer periodismo en el Comercio,

estábamos solo dos mujeres, era un periodismo menos exigente, donde importaba que escribieras bien, que pusieras los datos pero adornabas mucho. Hoy tienes que tratar de decir en menos palabras la mayor cantidad de datos posibles. Y decirlo bien, en ese entonces la competencia no era tan voraz como lo es hoy, cuando las opiniones para informarse son múltiples y lo serán más con el desarrollo del internet y el periodismo virtual, ahora se requiere mucho más de las personas que ingresan al mundo periodístico: mayor cultura, mayor información, mayor capacidad para analizar la información, para determinar que es importante y que no, porque en este mundo lo que más abunda es información” (Estupiñan Pág. 124)

En este mismo tema Patricia Estupiñan manifiesta “Lo importante es hacer buen periodismo, que eventualmente será reconocido, yo sé que estamos en una época en la que muchos medios son mineros, cuando la función de los medios debería ser jardineros, los mineros explotan las audiencias, los jardineros las cultivan” (Pág. 124)

Concordamos con Patricia Estupiñan al referirse como hoy los medios de comunicación explotan las audiencias, sobre todo porque vemos a diario en la parrilla de programación existe escasos programas de educación y de cultura para los más pequeños, es más lo que abundan son programas repetitivos y copias de otros países, en este considero que los directivos y productores deben tomar cartas en el asunto para mejorar la calidad de programación.

El trabajo periodístico.

Como es de conocimiento general el trabajo periodístico en el Ecuador no ha sido bien remunerado y sus condiciones han sido deficientes, constantemente se escuchan quejas de los periodistas sobre sus bajos salarios, las horas extras que realizan, los turnos en fines de semana.

Sin embargo esta situación ha cambiado en los últimos años, ya que en enero de 2013 el gobierno nacional reestructura la tabla laboral que incluye a periodistas, incrementando su salario mínimo y clasificándolos en cuatro grupos: directores de noticias, profesional con título de periodista,

profesional sin título de periodista y periodista sin título (bachiller), adicionalmente de regularon los puestos de trabajo de otras sectores relacionados al periodismo y la comunicación como: comentaristas informativos, deportivos de prensa, camarógrafos e investigadores de la comunicación social.

Abril Cartro L, C (2013) Descripción de la situación laboral actual de las mujeres periodistas en los medios de comunicación quiteños, Otro punto importante es la aprobación de una Ley de Comunicación que en su Art. 42 señala que la “profesionalización es un requisito fundamental para ejercer el trabajo periodístico, tanto en los medios de comunicación como en las instituciones públicas y privadas”.

Es importante destacar las nuevas políticas en el ámbito de la educación del actual gobierno del presidente Rafael Correa Delgado, porque están ayudando a la capacitación de preparación acorde a cada profesional y más aún a los comunicadores sociales que son quienes a través de los diferentes medios de comunicación, informan y guían a la sociedad. (Recuperado de:<http://bit.ly/1OFbR2G>)

Riesgos de la profesión

Según experiencias de algunos amigos periodistas dicen que la carrera de periodista trae consigo un sinnúmero de riesgos profesionales tales como: riesgos físicos, psicológicos y emocionales. Además se pueden identificar algunos tipos de violencia como: física golpes, empleo de la fuerza física, amenazas, insultos, agresiones intimidación al momento de realizar su labor Periodística.

El trabajo periodístico es un trabajo a presión, es común observar en las salas de redacción o en las direcciones de comunicación a periodistas quejándose por la carga laboral, por dolores de cabeza, dolores musculares y mal humor. Así mismo los periodistas están expuestos a otros riesgos propios de la profesión, aquí se pueden identificar a los fenómenos de la naturaleza que pueden afectar su integridad física y emocional. Un factor

frecuente también es el hecho de que los periodistas revelan datos que afectan a los grupos de poder, consecuencia de ellos es que los periodistas reciben amenazas, incluso sus familias son amenazadas, intimidadas, estas situaciones pueden generar en el periodista un tipo de estrés laboral y por ello su productividad o desempeño laboral se ve disminuido.

Ética del periodista.

Aznar, Hugo (2004): Nuevos códigos de ética y nuevas formas de entender el periodismo. Revista Latina de Comunicación Social, La Laguna Tenerife, manifiesta que “La existencia de graves problemas sociales exige el compromiso de todos con su eliminación, incluidos los medios y quienes trabajan en ellos. De ahí que los periodistas deban recuperar un cierto ideal perdido o debilitado de compromiso con la mejora de la sociedad” (Aznar, Pág. 58).

También dice “Bien entendido que este compromiso no es político ni ideológico, sino ético. Y no de ética general, que también, sino sobre todo de ética de la comunicación”. (Pág. 58)

De igual manera manifiesta el compromiso lo es, en primer lugar y ante todo, con las exigencias básicas de la ética periodística, a las que se hace mención expresa en la mayoría de los documentos: la verdad, el rigor, la objetividad, la pluralidad, la comprobación y contrastación, etc. Pero también –entrando ya en los asuntos que abordan los diferentes documentos– cada uno de ellos plantea a su vez las pautas que los medios y los periodistas deben seguir para contribuir de algún modo a solucionar estos males o cuando menos a no incrementarlos. Y con ello dotan de nuevos criterios a este compromiso ético de la comunicación, a este periodismo comprometido (Hugo, 2004). (Pág. 58)

En este aspecto coincidimos con el autor la ética profesional tiene que ser aplicada en todo momento al realizar un trabajo periodístico, algunos compañeros periodistas mencionan lo difícil que resulta a veces mantener la ética ya que se rigen al mando de los jefes de los medios de comunicación.

Los roles profesionales y el concepto de objetividad

(Donsbach y Patterson, 2003). Dentro de cada país encontramos unas dimensiones diferenciadoras y definitorias de la imagen que tienen quienes ejercen el periodismo de su papel dentro de los medios. Por ello, los Roles profesionales periodísticos son entendidos e interpretados de diferentes maneras dependiendo del contexto cultural. Esto se muestra en las distintas imágenes que tienen los y las periodistas de sus papeles profesionales dependiendo de los distintos países. Por ello, Donsbach y Patterson desarrollaron dos dimensiones distintas para la medición de los papeles profesionales. Por un lado, distinguen entre periodistas activos y pasivos. Por otro lado, hablan de su auto-percepción como actores políticos. Finalmente distinguen entre periodistas neutrales y abogados. (Pág. 65)

En esta categorización realizada por Donsbach y Patterson 2003 “A la hora de proponer sus tres dimensiones basadas en los papeles ejercidos por los periodistas a nivel institucional. Así pues, distingue entre las dimensiones de Intervencionismo, la Distancia del poder y la Orientación al mercado”. (Pág, 65)

Siguiendo esta clasificación, el intervencionismo describe hasta qué punto entran en juego los juicios de valores de los y las periodistas, gracias a ello se puede distinguir entre periodistas pasivos e intervencionistas o activos.

De igual forma Berganza Conde 2010 explica “El polo intervencionista corresponde a los periodistas “abogados”, que toman partido a nivel emocional. Por otro lado encontramos el polo pasivo, que describe a quienes mantienen la distancia, comprometiéndose con la objetividad y la imparcialidad” (Berganza Conde, 2010). (Pág, 66)(<http://bit.ly/1jXi1xh>)

Es este tema estamos de acuerdo con los autores, cuando manifiestan que hay dos tipos de periodistas neutrales y abogados, y ciertamente en nuestro país podemos notar en diferentes medios de comunicación que aquello es real, ya que hay comunicadores que se parcializan y defienden un modelo político o alguna ideología, cosa que no se puede hacer porque antes que

eso está la ética profesional la cual nos enseñan en las aulas durante los años de formación académica.

Es preciso tomar en cuenta que los roles del periodista tiene que estar bien claro siendo ecuánime, algunos graduados en las entrevista que les realizamos mencionan que cualquier persona puede publicar una información ya sea en redes sociales, o escribir algún artículo y publicarlo pero únicamente hay que rescatar de la fuentes oficiales debido que en la mayoría son noticias reproducidas, no fidedignas y por otro lado hacer una buena investigación del acto noticioso para poder informar a la sociedad.

La TV entre el ego y el protagonismo

(Ulloa, Apuntes de Comunicacion, 2006). “Los entrevistadores del Ecuador han confundido en su gran mayoría los valores periodísticos por debilidades personales que van desde la consumación del ego, la falta de preparación temática y trivialidad del dialogo cuando no saben de qué hablar o quieren romper el esquema del formato para irse por el camino de la informalidad”.
(Ulloa, Pág.81)

Cesar Ulloa Tapia, en su pensamiento manifiesta que “Se siente indignado porque forma parte de los miles de televidentes que merecen respeto” (Pág, 82)

De igual forma manifiesta que “Le molesta que él se haya preparado toda la vida y que el entrevistador no sepa que preguntarle, en otro escenario comenta que le causaría molestia que presenten sus declaraciones adecuadas a conveniencia del rating o al desconocimiento de quien hizo el reportaje, o como quiera llamarse” (Ulloa Pág.82)

Compartimos lo que manifiesta Ulloa, ciertamente esto ocurre y es que la vanidad que existe en muchos periodistas el ego y el afán de quedar “bien” ante los televidentes y sus jefes, manejan la información y la editan a su conveniencia, sin darse cuenta que esto les afecta enormemente ya que un comunicador debe priorizar valga la redundancia el profesionalismo.

CAPÍTULO II

LA INSERCIÓN LABORAL

¿QUÉ ES LA INSERCIÓN LABORAL?

Juárez 2004 en su libro, Inserción Laboral de los jóvenes expresa La globalización ha influido significativamente en el entorno competitivo mundial. Los bienes y servicios fluyen libremente entre los países generando un incremento en la competencia y en la variabilidad de la demanda; el mercado de capitales se ha convertido en un mercado mundial y se aceleran los procesos de difusión e incorporación de los avances tecnológicos. (Juárez, 2004, pág. 20)

Sobre este tema la Dra. Marta Ibáñez Pascual, en su libro Género y Familia en la Inserción Laboral manifiesta lo siguiente “Bajo la consideración general de la adecuación entre los recursos y esfuerzos individuales, sus desempeños laborales y el monto de sus recompensas, se entiende a la inserción laboral como un proceso en general ordenado, que va premiando a los individuos a medida que estos son más productivos” (Pascual M. I., 1999, pág. 17)

Así mismo dice “El acceso a los puestos de trabajo y la movilidad entre ellos se puede ver condicionado por la pertenencia del individuo a grupos sociales o a segmentos productivos, matizando la lógica logro-recompensa individual con la influencia de las estructuras preexistentes o la pertenencia a grupos distintos” (Pascual M. I., 1999, pág. 18)

Por otro lado José María García Blanco y Rodolfo Gutiérrez en su artículo Inserción Laboral y Desigualdad en el Mercado, de la Universidad de Oviedo, manifiesta que “La inserción laboral es el término utilizado habitualmente para referirse al proceso de incorporación a la actividad económica de los individuos”.

De igual forma dice que “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 que va de posiciones del sistema

educativo y de la familia de origen y hacia posiciones del mercado y de independización familiar”. (Gutiérrez, Pág. 1)

Así mismo concluye La inserción laboral de los jóvenes constituye un magnifico observatorio de los procesos de la generación de desigualdad socioeconómica. Los logros de estatus de las primeras etapas de la vida laboral están muy cercanos temporalmente de los factores de los que se le supone una influencia mayor, como el origen familiar o el nivel educativo, por lo que la observación de esa influencia puede ser más precisa. Además en las primeras fases de la vida laboral suelen producirse frecuentes cambios que revelan ya la lógica que adopta la movilidad socioeconómica. El análisis de unas y de otras (primeras posiciones y movilidad inicial) permite también ver más cercanos los efectos de desigualdad de acceso al mercado de trabajo y los de la desigualdad dentro del mercado de trabajo (Gutierrez, 2006, págs. 1,2).

Tokar, D. & Fischer, A. & Subich, L. (1997) expresan que la inserción laboral “Es el procedimiento mediante el cual las personas se incorporan al mundo laboral, este proceso de transición conlleva un conjunto de acciones efectivas encaminadas en conseguir un empleo y consolidarse en el mismo, resultando de esto una relación de dependencia laboral y autosuficiencia económica”. (Pag.85)

Coincidimos con los autores, y realmente es en la etapa joven en la que deseamos encontrar un trabajo y poder desarrollarnos en lo profesional y generar ingresos, sin embargo en nuestro país se vuelve cada vez más complicado por la crisis que estamos atravesando y las políticas de estado.

En países desarrollados existen proyectos que ayudan a los estudiantes con bolsa de empleo, incluso existen los llamados itinerarios personalizados de inserción laboral, cuyo propósito es que las personas consigan un empleo y también se preocupan por mejorar su calidad de vida.

Situación para nada parecida a la nuestra en donde los graduados de comunicación social, deben desempeñar otros cargos por falta de oportunidades laborales en su área. Esperamos que en un futuro no muy

lejano el panorama cambie para los jóvenes y los graduados puedan lograr una inserción laboral apropiada, y en óptimas condiciones.

Para tener como referencia la situación laboral de los periodistas en España tomamos los datos que expone, CHEERS (García-Montalvo, 2002: 3) indica que a los cuatro años después de terminar la carrera, la tasa de actividad de los licenciados en periodismo era del 90,9 %, con una tasa de paro del 7,8%. El 1,3 % restante representa a los que continuaron estudiando y a los que se retiraron del mercado laboral. Pese a lo que podría parecer de positivo, este dato sitúa a los periodistas en un nivel intermedio de entre 33 titulaciones españolas analizadas, ocupando el puesto 15, muy por debajo de las tasas de actividad de otras profesiones. Bel (2004: 306) Es más pesimista y califica en el desempleo de los Licenciados en Periodismo como “angustioso y realmente alarmante en este sector” (Recuperado de :<http://bit.ly/1NL7L6T>)

Viendo estos datos nos damos cuenta que la profesión en periodismo en los últimos años no sólo en el Ecuador se ha visto afectada sino en otros países como España, es así que se evidencia la necesidad de buscar oportunidades para insertarlos al ámbito laboral a los graduados de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja.

Oferta educativa versus mercado laboral para el periodista

Según Mellado Claudia, Doctora en Comunicación, académica del Departamento de Comunicación Social de la Universidad de Concepción (Chile); dice que “Uno de los elementos que indudablemente ha impactado en el futuro laboral del periodista, es el relacionado a la gran oferta académica latinoamericana vinculada al estudio de la profesión”.

En efecto, al analizar cómo está configurado el esquema de programas de comunicación y periodismo, se observa un crecimiento importante respecto a la cantidad de alumnos que se inscriben año a año.

También menciona, “Esta abundante oferta de profesionales versus la moderada demanda laboral parte de los empleadores hoy parecen ser

variables asociadas a una baja sostenida en los niveles de sueldos, aumento en los niveles de cesantía, mermas en las condiciones de trabajo y en la validación que enfrentan, tanto los recién egresados como los periodistas más veteranos y en ejercicio de la profesión” (Recuperado de: <http://bit.ly/1mfny3g>)

Si bien es cierto en el Ecuador los periodistas ha mejorado la situación de sueldos en comparación con años anteriores, sin embargo hace falta más cambios para el bienestar de los profesionales.

Acceso al ámbito laboral

Juárez en su libro Inserción Laboral de los jóvenes expresa “Las reformas estructurales de la economía producen un marcado incremento en la tasa de desempleo, no sólo por la depresión que experimenta la demanda de trabajo de las empresas y del sector público, sino también por la mayor presión ejercida por la población que pugna por ingresar al mercado laboral” (Juárez N. Z., pág. 22)

Claudia Mellano en su artículo escrito el 21 de Agosto del 2014 “Periodismo: ¿una carrera de futuro laboral incierto?” dice hay que reconocer que realmente existe un desfase entre el mundo empresarial y el universitario; también se da una necesidad de establecer algún tipo de mecanismo que ayude a una unión Universidad-Empresa que suponga una base para la formación real e idónea para los futuros periodistas. Una muestra de lo difícil de insertarse al ámbito laboral es el incremento de Masters que es un requisito para trabajar en una institución universitaria. (Claudia, 2014).

En este mismo tema menciona que “La carrera de periodista es muy difícil de comenzar en general, aseguran los becarios, pero con la crisis económica y el cambio en los paradigmas de comunicación, la exigencia de los medios por contratar profesionales con experiencia, la dificultad se ha intensificado”. (Claudia, 2014).

De igual forma Mellano manifiesta que "Se estima que cada año se gradúa una media de 2.000 licenciados en periodismo, y muchos otros de

comunicación audiovisual, que deben competir por conseguir los mismos puestos, de los cuales solamente un 50% consigue empleo”. (Recuperado de: <http://bit.ly/1Xcxje6>)

Y es así como mediante estas reflexiones de los autores podemos deducir la difícil situación laboral de los profesionales de la comunicación, esto refleja un problema social que debería ser tomada en cuenta por todas las autoridades, especialmente de las instituciones educativas ya que las mismas se deben a la colectividad, cada año se forman jóvenes y es preocupante porque se ven limitados al no poder encontrar una oportunidad para desempeñarse en el campo laboral.

Considerando estas definiciones, en este trabajo investigativo, a partir de diversos estudios que analizan las características laborales del sector, se realizan algunas reflexiones sobre factores que impiden el acceso al ámbito laboral de los graduados de la Universidad Nacional de Loja.

Factores:

- Economía del país.
- Ley de Comunicación.
- Dependencia familiar.
- Desigualdad.
- Exclusión.
- Falta de alternativas etc.

Tasa de desempleo en el Ecuador

Para tener una referencia de cómo ha incrementado o disminuido el desempleo en el Ecuador en los años 2013 y 2014, hemos recopilado los siguientes datos que destaca el INEC.

Año 2013

En el presente documento se exhiben los resultados de los principales indicadores para la Economía Laboral a partir de la Encuesta Nacional de

Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) del mes de diciembre de 2013, la cual tiene cobertura urbana y rural y es elaborada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Estos resultados son producto de la metodología vigente a partir de junio de 2007 y son calculados para la población de 15 años y más.

Los resultados evidencian que el desempleo a nivel nacional se ubicó en 4,15% en diciembre del 2013 frente al 4,12% del mismo mes del año anterior. El subempleo en diciembre del 2013 se ubicó en 52,49%, mientras que en el mismo mes del año anterior se ubicó en 50,90%. La ocupación plena se ubica en 43,15% en diciembre del 2013 frente a un 42,79% en diciembre del 2012.

Por otro lado, en el área urbana el desempleo en diciembre del 2013 se ubicó en 4,86% frente al 5,00% de diciembre del 2012. El subempleo llegó a 43,18% y la ocupación plena a 51,67% en comparación al 39,62% y 52,30% respectivamente de diciembre del 2012.

Dentro de las ciudades auto-representadas (Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato), la tasa de desempleo tuvo su mayor variación en la ciudad de Machala, pasó de 4,4% en diciembre del 2012 a 3,8% en diciembre del 2013. La tasa de ocupación plena presentó la mayor variación en la ciudad de Quito, pasó de 58,7% en diciembre del 2012 a 65,3% en diciembre del 2013. Por su parte la tasa de subempleo tuvo su mayor variación en la ciudad de Ambato, pasó de 37,9% en diciembre del 2012 a 48,5% en diciembre del 2013. (Recuperado de: <http://goo.gl/eRi7Bg>)

Año 2014

En el presente documento se exhiben los resultados de los principales indicadores para la Economía Laboral a partir de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) del mes de junio de 2014, la cual tiene cobertura nacional urbana -rural, y es elaborada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Dichos resultados son producto de

la metodología vigente a partir de junio de 2007 y son calculados para una población de 15 años y más.

Por otro lado, en el área urbana el desempleo en junio del 2014 se ubicó en 5,72% frente al 4,89% de junio del 2013. El subempleo llegó a 41,15% y la ocupación plena a 52,78% en comparación al 46,25% y 46,92% respectivamente de junio del 2013.

Dentro de las ciudades auto-representadas (Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato), la tasa de ocupación plena tuvo una variación positiva para todas las ciudades. Quito y Guayaquil presentaron las mayores variaciones con 10,9% y 7,9% respectivamente, siendo éstas estadísticamente significativas. En cuanto al subempleo, las mismas ciudades presentaron la mayor disminución entre junio del 2013 y junio del 2014, con 8,14% y 5,89%, respectivamente, siendo éstas estadísticamente significativas. Finalmente, en cuanto al desempleo Guayaquil es la ciudad que presenta la mayor tasa ubicándose en 6,97% para junio de 2014, sin embargo, ninguna ciudad presentó variaciones estadísticamente significativas.

En el Ecuador, de cada 10 plazas de trabajo, 8 son generadas por el sector privado y 2 por el sector público, relación que es estable en los últimos años

En el Ecuador, de cada 10 plazas de trabajo, 8 son generadas por el sector privado y 2 por el sector público, relación que a su vez es estable en los últimos años. (Recuperado de:<http://goo.gl/7p2JjE>)

Analizando estos resultados de tasa de desempleo en estos dos años podemos darnos cuenta que ha incrementado la desocupación en el Ecuador. El estado ecuatoriano mediante resoluciones debería tomar cartas en el asunto para erradicar este problema social.

Proceso de Inserción

En el libro Estudios sobre Calidad e Inserción Laboral y Encuesta a Empleadores de la Universidad de Castilla- La Mancha, hablan sobre el

proceso de inserción y dicen lo siguiente “Debemos advertir en este punto que una carrera profesional más o menos brillante puede en muchos casos venir precedida de un proceso de inserción laboral más o menos dificultoso” (Castilla, Pág. 26)

De igual forma “Estimamos que, al finalizar los estudios universitarios y enfrentarse al mundo laboral, lo primero que debemos conocer del egresado es si existe o no en él una voluntad explícita de búsqueda activa de empleo” (Castilla, Pág. 27)

Rene Pedrosa F, G. Villalobos M, Manuel. M.E en su libro, Inserción laboral y trayectorias vitales del egresado de Psicología, mencionan sobre las dificultades que atraviesan los egresados y graduados para insertarse al campo laboral “Los egresados enfrentan serias dificultades para insertarse al trabajo, priva el desencanto, pesimismo desesperanza”. (Pag 41)

También dice “Así mismo expresan Diversos desenlaces se manifiesta en el proceso de transición entre el término de los estudios y la colocación al empleo”. (Pedrosa, Pag. 41)

Por otro lado “Cárdenas, S (2002)”, Proceso de Inserción, dice que “El proceso de inserción laboral de un graduado, inicia cuando realiza sus prácticas pre-profesionales que les permiten poner en práctica los conocimientos adquiridos en su etapa estudiantil, y les brinda la oportunidad de acumular experiencias verdaderas gracias al contacto con la realidad”. En muchos casos el realizar estas prácticas pre-profesionales constituye una oportunidad para la obtención de un primer empleo. (Cardenas, Proceso de Inserción, 2002). (Pág. 45)

La inserción laboral en nuestro país está definida a dos sectores: el público y el privado, en el sector público se presentan los siguientes casos: hay escases de oferta laboral o porque la existente ya está cubierta, inclusive por profesionales de otras áreas.

Por el contrario en el sector privado existe muy poca demanda específicamente de Comunicadores Sociales, ya que tampoco hay gran

cantidad de fábricas o empresas en nuestra ciudad y provincia, lo que limita la inserción laboral de los profesionales y el poco existente es mal remunerada.

Al encontrar un trabajo

Cárdenas, S (2002), manifiesta que “Al encontrar un trabajo esta etapa se puede decir que es una de las más complejas en este proceso, debido a la interacción de factores objetivos del mundo del trabajo y la persona activa, en donde se ponen a prueba factores como: inteligencia, los intereses, una apariencia apropiada, la motivación, los atributos personales, aspiraciones salariales, las expectativas profesionales y las aptitudes hacia el trabajo; además de encontrar el empleo es importante que el graduado se adapte rápidamente a este cambio,”. (Pág.82)

También dice que “De acuerdo con las demandas y necesidades del lugar de trabajo, pero sobre todo teniendo la madurez necesaria para adaptar su personalidad a las nuevas disposiciones y manifestarlas en su conducta durante el tiempo que dure su estadía en esa empresa” (Cárdena, Pág.82)

Desde esta perspectiva en Loja según las entrevistas que se realizó a los dueños de algunos medios de Comunicación el Ing. Cesar Bermeo gerente de C-Radio 104. 5 FM, Radio Cariamanga cede en Loja, dice que el si da la apertura a los estudiantes, egresados de Comunicación Social, para que hagan sus prácticas pre-profesionales pero que no cuentan con un presupuesto alto para contratarlos de manera fija a los profesionales con título.

Consolidación en una empresa

Esta es la última etapa en el proceso de inserción laboral, por medio del cual el profesional disfruta de la tan anhelada estabilidad, desde que inicia su actividad laboral; a continuación señalamos algunos aspectos necesarios para alcanzar con éxito esta fase:

- Una verdadera conciencia de la estabilidad laboral y económica, ya que esta es su principal fuente de ingresos.
- El sólido conocimiento que el trabajador pueda ofrecer en su área de trabajo, así como de su aplicación competente.
- La solución prácticamente total del conflicto entre lo obtenido y lo esperado, conjuntamente con la culminación de las expectativas de acuerdo a la profesión.
- El tiempo de dedicación que se destine a la organización, que puede tomar desde un mes, varios años o no darse nunca.
- El adecuado desempeño en la ejecución del trabajo.

Además Cárdenas concluye que “la consolidación en una empresa se define principalmente por la forma de situarse definitivamente en una institución”. (Cardenas, Proceso de Inserción, 2002). (Pág. 83)

Así mismo indica “Si la persona se siente satisfecha con los objetivos alcanzados, tanto en el ámbito profesional como personal, debe además presentar una destacada actuación en el espacio público institucional, para lograr una consolidación integral al adaptarse con su entorno social” (Cardenas, Proceso de Inserción, 2002). (Pág. 83)

En este contexto es bueno precisar que tanto empleadores como trabajadores tienen que recurrir a indicadores que les permita mejorar para el bien común, si un trabajador está bien remunerado y bien tratado la empresa o institución funcionara y tendrá éxito.

No habría nada mejor tener un empleo donde podamos realizarnos como profesionales, es más que nos aporte una sensación profunda de sentido y que refleje todo lo aprendido en los años de estudio, es más que nos permita superarnos y aprender más con las nuevas tecnologías que cada día se apoderan más en la comunicación.

Por ello tenemos todas las expectativas en este trabajo investigativo, esperamos sea un aporte significativo para toda la comunidad universitaria.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

1. MATERIALES:

Los principales materiales utilizados fueron:

- Equipo de computación
- Internet
- anillados
- Transporte
- Textos de apoyo para la investigación
- Copias
- Materiales de oficina (hojas, esferos, grapadora)

2. MÉTODOS:

DEDUCTIVO: Es aquel que parte de datos generales aceptados como válidos para llegar a una conclusión de tipo particular. Este método mantiene una mutua correspondencia debido a que el proyecto parte circunstancialmente del estudio sistemático de las manifestaciones o de las causas y efectos del problema u objetos de estudio, a fin de llegar a establecer proposiciones hipotéticas de carácter general para llegar a las conclusiones generales del problema.

Este método se lo utilizó partiendo del problema, la falta de fuentes de empleo, también sirvió en el estudio de las declaraciones de los graduados en la pregunta 9 ¿Qué le sugiere a la Universidad para que pueda ayudar a los graduados a su inserción laboral?, permitiéndonos llegar a las conclusiones generales de este proyecto y por ende buscarle una posible solución que es una bolsa de empleo institucional para la Universidad Nacional de Loja.

INDUCTIVO: Es aquel que parte de los datos particulares para llegar a conclusiones generales. Aplicando este método sirvió para la recopilación de información sobre el ambiente interno de la institución.

La inclusión de este método fue de suma importancia, ya que se lo utilizó para saber cuántos graduados hubieron en los dos años de estudio en la Universidad Nacional de Loja, así mismo sirvió como forma de razonamiento al momento de realizar la revisión de literatura.

ANALÍTICO: Es de mucha importancia misma que permitió clasificar de manera sintetizada en forma de redacción sobre la información captada, sobre la base de la investigación documental motivo de análisis, para así poder entenderla y describirla, utilizando juicios de valor y la exposición personal.

La utilización de este método en esta tesis permitió conocer si los graduados están trabajando a través de las encuestas realizadas, y de esta manera obtener una respuesta efectiva.

HISTÓRICO: Es la forma de método científico específico de la historia como ciencia social. Comprende las metodologías, las técnicas y las directrices mediante las cuales los historiadores usan fuentes primarias y otras evidencias históricas en su investigación. Este método sirvió para recopilar datos históricos y con estos elaborar la reseña histórica de la carrera de Comunicación Social y su evolución en el transcurso del tiempo que tiene establecida.

Así mismo este método aportó en el presente trabajo de investigación puesto que surge de la necesidad de conocer la realidad de los graduados de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, en relación a la inserción laboral.

TÉCNICAS:

Las técnicas que se utilizaron fueron:

ENCUESTA: Se la aplicó a la población investigada, a los 30 graduados de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja en los años 2013 y 2014, mediante los resultados de las encuestas se pudo

comprobar la situación actual y llegar a elaborar las conclusiones y recomendaciones.

ENTREVISTA: Por otra parte se aplicó una entrevista a la Coordinadora de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja Dra. Bélgica Aguilar, con la finalidad que nos dé su opinión con respecto a la inserción laboral de los graduados de esa área.

POBLACIÓN

La población está conformada por la totalidad de los graduados, en el año 2013 un total de 7 y 23 graduados en el año 2014 de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja.

AÑO	GRADUADOS
2013	7
2014	23
TOTAL	30

Fuente: Secretaría de la carrera de Comunicación Social de la U.N.L (años 2013-2014)

Elaborado por: Sara Patricia Moncada Ferie

f. RESULTADOS

ENCUESTA APLICADA A LOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA MODALIDAD PRESENCIAL, DE LOS AÑOS 2013-2014.

PREGUNTAS:

1.- Año en que se graduó.

CUADRO N° 1

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
2013	7	23%
2014	23	77%
TOTAL	30	100%

Fuente: Secretaria de la carrera de Comunicación Social de la U.N.L (años 2013-2014)

Elaborado por: Sara Patricia Moncada Ferie

GRÁFICO N° 1



Fuente: Secretaria de la carrera de Comunicación Social de la U.N.L (años 2013-2014)

Elaborado por: Sara Patricia Moncada Ferie

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con respecto a esta pregunta, solo en el año 2013 se graduaron 7 estudiantes que equivale al 23% de los graduados en dos años, esto debido a la falta de preocupación de los alumnos y a los difíciles trámites administrativos; mientras que en el año 2014 se han graduado 23 que corresponden al 77% en estos dos años lo cual evidencia falta de interés por parte de los graduados para obtener su título.

Es importante mencionar que no sólo es falta de interés de los graduados, sino también de la Universidad Nacional de Loja ya que no facilitaba los procesos para poder graduarse. Como se conoce a nivel local y nacional, la Universidad está intervenida por el Consejo de Educación Superior (CES) y esperamos que mediante los correctivos que se están dando mejore para el bienestar de la Institución y de los estudiantes.

Ante la realidad planteada, se concluye que tanto estudiantes como autoridades de la Universidad Nacional de Loja se limitan y no asumen con total interés sus responsabilidades para la mejora de toda la comunidad universitaria

En este sentido recomendamos a las autoridades competentes de la Universidad Nacional de Loja, dar la apertura necesaria, socialicen con todos los directivos, concienticen, pongan más interés y supriman documentos para facilitar que tanto graduados como estudiantes puedan culminar con éxito sus estudios universitarios.

2.- ¿Está empleado actualmente?

CUADRO N°2

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
SI	10	33%
NO	20	67%
TOTAL	30	100%

Fuente: Secretaria de la carrera de Comunicación Social de la U.N.L (años 2013-2014)

Elaborado por: Sara Patricia Moncada Ferie

GRÁFICO N°2



Fuente: Secretaria de la carrera de Comunicación Social de la U.N.L (años 2013-2014)

Elaborado por: Sara Patricia Moncada Ferie

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En el presente gráfico se muestra que de 30 graduados entre (2013- 2014), 10 titulados que corresponde al 33% se encuentran laborando; en cambio 20 graduados que representa el 67% aún no encuentran trabajo en su área profesional viéndose afectada su economía.

La inserción laboral en la vida de todo profesional sin duda es muy importante, para eso estudiamos para tener un buen trabajo por ende un

mejor porvenir, pero al observar estos porcentajes nos damos cuenta que hace falta una política de estado que ayude a todos los jóvenes que salen con un título en mano a insertarlos en el campo laboral.

Por medio de los datos obtenidos se concluye, que la falta de empleo es un factor que afecta directamente a los graduados de Comunicación Social en los años 2013 y 2014.

Recomendamos a los graduados de esta carrera seguir preparándose, instruyéndose para ser competitivos y tener más oportunidades de insertarse laboralmente, a las autoridades de la Universidad Nacional de Loja, a las instituciones competentes crear proyectos donde den la oportunidad de emplear a los graduados no solo de Comunicación Social sino de todas las carreras.

3.- ¿Comenzó a trabajar apenas se graduó de la Carrera de Comunicación Social?

CUADRO N° 3

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Sí	3	10%
No	19	63%
Ya trabajabas	6	20%
Otro	2	7%
TOTAL	30	100%

Fuente: Secretaria de la carrera de Comunicación Social de la U.N.L (años 2013-2014)

Elaborado por: Sara Patricia Moncada Ferie

GRÁFICO N°3



Fuente: Secretaría de la carrera de Comunicación Social de la U.N.L (años 2013-2014)
Elaborado por: Sara Patricia Moncada Ferie

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con respecto a esta interrogante, solo 3 graduados que corresponde al 10% de los años (2013-2014) comenzaron a trabajar apenas se graduaron; 19 estudiantes que representa el 63% no empezaron a trabajar, 6 titulados que representan el 20% ya laboraban pero en otros oficios secretarias, choferes, recepcionistas etc., y el 7% que corresponde a dos graduados realizaba otra actividad.

Los graduados de Comunicación Social se encuentran en una etapa de estancamiento ya que no han cumplido con las expectativas de encontrar una oportunidad de trabajo, desesperados y desilusionados esperan que reduzca el índice de desempleo en esta Carrera.

En cuanto a esta pregunta, podemos observar que de los 30 graduados entro los años 2013 y 2014 la mayoría no empezó a trabajar después de que se graduaron como es la aspiración de todos, están a la espera de que la Universidad considere la necesidad de ayudar a incluirlos en el mercado laboral.

Se recomienda a las instituciones educativas no sólo del estado, sino de todo el país, elaboren sus proyectos considerando la demanda del mercado, para asegurar que los jóvenes profesionales que salen a la calle cada año sean considerados para insertarlos y logren ocupar un cargo para el que se prepararon durante 4 años.

4.- ¿Considera que los conocimientos recibidos en la Universidad le sirven para su buen desempeño laboral?

CUADRO N° 4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
SÍ	26	87%
NO	0	0%
UN POCO	4	13%
TOTAL	30	100%

Fuente: Secretaria de la carrera de Comunicación Social de la U.N.L (años 2013-2014)
Elaborado por: Sara Patricia Moncada Ferie

GRÁFICO N°4



Fuente: Secretaria de la carrera de Comunicación Social de la U.N.L (años 2013-2014)
Elaborado por: Sara Patricia Moncada Ferie

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Al respecto de esta interrogante, el 87% de los graduados de los años 2013-2014 expresaron que los conocimientos recibidos en la Universidad Nacional de Loja sirven para su desempeño laboral, ayudándolos a desenvolverse

tanto en la teoría como en la práctica; por otro lado 4 titulados que representan al 13% opinaron que las enseñanzas en las aulas universitarias les ayudó pero no lo suficiente para su ejercicio profesional, ya que hace falta que les den más práctica.

En esta pregunta el problema radica en la falta de equipos para la práctica comunicativa.

Se concluye que los graduados están preparados con los conocimientos adquiridos en los años de formación académica, sin embargo es necesario que una vez graduados sigan instruyéndose en su carrera.

Se recomienda a la comisión que está interviniendo a la Universidad Nacional de Loja por parte del Consejo Educación Superior (CES), que pongan mucho énfasis en el mejoramiento de la carrera de Comunicación Social especialmente en la adquisición de equipos para que los estudiantes puedan realizar sus prácticas pre-profesionales y al momento de salir estén totalmente preparados para el campo laboral.

5.- ¿Trabaja en el área que se graduó?

CUADRO N° 5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Sí	3	10%
No	27	90%
TOTAL	30	100%

Fuente: Secretaría de la carrera de Comunicación Social de la U.N.L (años 2013-2014)

Elaborado por: Sara Patricia Moncada Ferie

GRÁFICO N°5



Fuente: Secretaría de la carrera de Comunicación Social de la U.N.L (años 2013-2014)
Elaborado por: Sara Patricia Moncada Ferie

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Como se observa en el cuadro, 3 graduados que representa el 10% manifiesta positivamente que trabaja en el área que se graduó; mientras que el 90% que corresponde a 27 titulados respondieron que no laboran como comunicadores sociales, esto se evidencia que realizan otras actividades como: taxistas, asistentes administrativos, comerciantes entre otras actividades.

Mediante estos resultados reflejan la falta de una planeación por parte de las universidades para relacionar las necesidades del mercado con el número de graduados que ha ocasionado el incremento anual de profesionales desempleados que ha llevado a saturar el mercado laboral.

En conclusión las exigencias que debe cumplir un profesional cuando va a las empresas es alto y las ofertas son bajas al ingreso de un trabajo. Esto es un reflejo de lo que enfrentan los graduados dificultando su ingreso a laborar en el área de Comunicación.

Es recomendable incentivar a los graduados de Periodismo no desmayar en el proceso de buscar un trabajo, como lo mencione anteriormente estar en constante preparación, asistir a cursos, foros, conferencias etc. Para mejorar su currículum y tener mayor posibilidad de ingresar a laborar.

6.- ¿Cambiaron sus perspectivas de la carrera mientras estudiaba?

CUADRO N° 6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Sí	3	10%
No	27	90%
Un poco	0	0%
TOTAL	30	100%

Fuente: Secretaría de la carrera de Comunicación Social de la U.N.L (años 2013-2014)
Elaborado por: Sara Patricia Moncada Ferie

GRÁFICO N°6



Fuente: Secretaría de la carrera de Comunicación Social de la U.N.L (años 2013-2014)
Elaborado por: Sara Patricia Moncada Ferie

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En esta interrogante dos de los graduados que representan el 10% del total de la población investigada respondieron que si cambiaron sus expectativas de la carrera de Comunicación Social mientras estudiaban; un 90% de los encuestaron opinaron que no cambiaron. Ante estos resultados los graduados sí estuvieron encaminados en su vocación como comunicadores, logrando cumplir su meta profesional.

Es notable la existencia de profesionales en la comunicación esto ha hecho que algunos estudiantes cambien sus expectativas de esta carrera a lo largo de su formación, considerando las pocas posibilidades de encontrar un medio para desempeñarse laboralmente.

Al respecto se concluye que la mayoría de los graduados no tuvieron dudas sobre su profesión durante los años de preparación, siendo esto positivo porque refleja la idoneidad e interés por su profesión.

Es necesario recomendar a las autoridades de la institución hacer cambios positivos empezando por la actitud de los docentes, la enseñanza, aprendizaje, temáticas y técnicas de estudio y así conjuntamente lograr tener profesionales de calidad.

7.- ¿Cuándo se graduó la Universidad le ayudó a conseguir trabajo?

CUADRO N° 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Sí	0	0%
No	30	100%
TOTAL	30	100%

Fuente: Secretaria de la carrera de Comunicación Social de la U.N.L (años 2013-2014)
Elaborado por: Sara Patricia Moncada Ferie

GRÁFICO N°7



Fuente: Secretaria de la carrera de Comunicación Social de la U.N.L (años 2013-2014)
Elaborado por: Sara Patricia Moncada Ferie

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con respecto a esta pregunta, el 100% de los encuestados respondieron que la Universidad NO le ayudó a conseguir trabajo. Esto se evidencia que la Institución no tiene ninguna propuesta o mecanismo para poder ayudar a sus titulados a insertarse laboralmente, siendo esto un problema significativo para quienes se educan en la UNL.

Todos los días surgen cambios y más con la tecnología, la Universidad Nacional de Loja es una Institución de prestigio a nivel nacional, sin embargo uno de sus problemas es que se despreocupan o desentienden de sus alumnos una vez que se gradúan.

Se concluye que es importante que en la Universidad Nacional de Loja no cuenta con este servicio bolsa de empleo, por lo tanto no ayuda a ningún estudiante a insertarlo al ámbito laboral.

Cabe recomendar a las autoridades que dirigen la Universidad Nacional de Loja, se interesen por sus graduados de esta manera aportaran significativamente a los mismos y serán un ejemplo para otras instituciones.

8.- ¿Le gustaría que la Universidad ayude a los nuevos graduados a tener una inserción laboral?

CUADRO N° 8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Sí	30	100%
No	0	0%
TOTAL	30	100%

Fuente: Secretaria de la carrera de Comunicación Social de la U.N.L (años 2013-2014)

Elaborado por: Sara Patricia Moncada Ferie

GRÁFICO N°8



Fuente: Secretaría de la carrera de Comunicación Social de la U.N.L (años 2013-2014)
Elaborado por: Sara Patricia Moncada Ferie

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Se observa en el cuadro, que los 30 graduados que representan la totalidad de los encuestados respondieron que sí les gustaría que la Universidad Nacional de Loja, les brindara la oportunidad de obtener trabajo en su área; contribuyendo de esta manera a que los jóvenes profesionales empezaran su vida profesional y laboran apenas salgan de sus aulas universitarias.

La problemática que se vive en la comunidad universitaria y la preocupación que hay al no encontrar un trabajo al momento de graduarse, surgen la necesidad de que las autoridades tomen cartas en el asunto.

Se concluye que hay un gran interés de los graduados en que la Universidad pudiera de alguna manera contribuir a la inserción en el campo laboral.

Por esta razón se recomienda al Rector y al Interventor, que en los cambios que estén dándose en la institución analicen la propuesta alternativa de esta tesis.

9.- ¿Qué le sugiere a su Universidad para que pueda ayudar a los graduados a su inserción laboral?

CUADRO N° 9

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Bolsa de empleo	25	83%
Convenio con empresas	5	17%
Otros	0	0%
TOTAL	30	100%

Fuente: Secretaria de la carrera de Comunicación Social de la U.N.L (años 2013-2014)
 Elaborado por: Sara Patricia Moncada Ferie

GRÁFICO N°9



Fuente: Secretaria de la carrera de Comunicación Social de la U.N.L (años 2013-2014)
 Elaborado por: Sara Patricia Moncada Ferie

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Al realizarles la pregunta N° 9 los encuestados respondieron en un 83% que sugieren la Universidad Nacional de Loja, incorpore en la institución una Bolsa de empleo para beneficiar a sus graduados; por otro lado un 17% de la población investigada sugirieron que sea mediante convenios con instituciones.

En la actualidad la Universidad Nacional de Loja cuenta con el seguimiento a los graduados pero no con una bolsa de empleo que permita ayudar directamente a los graduados a enterar al campo laboral.

Se concluye que los graduados están a la espera de que la institución en la cual se formaron, los ayude en este tema.

Se recomienda a las autoridades de la Universidad Nacional de Loja, aplicar la propuesta alternativa de esta tesis donde se vincule directamente al graduado con la empresa, inclusive se puede hacer convenios de trabajo con instituciones de otros países.

ANÁLISIS DE LA ENTREVISTAS.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Estimada, como egresada de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, solicito su atención contestando la presente entrevista, dicho trabajo tiene como finalidad conocer levantar información que me servirá para la elaboración de mi tesis denominada “ **LA INSERCIÓN LABORAL DE LOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA MODALIDAD PRESENCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA EN EL PERIODO 2013-2014**” para optar por el título de Licenciada en Comunicación Social.

DATOS INFORMATIVOS:

Nombre: Dra. Bélgica Aguilar

Cargo: COORDINADORA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA MODALIDAD PRESENCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CUESTIONARIO:

1. **¿Han pensado en ayudar a los graduados de esta carrera a su inserción laboral?**

La Universidad no cuenta con ningún plan de inserción laboral para los graduados de ninguna carrera, sin embargo considero que sería importante

realizar un proyecto que vaya en beneficio de los graduados y de la institución.

2. ¿Tienen preparado un plan a corto plazo?

No hay ningún proyecto a corto plazo para ayudar a los titulados a encontrar trabajo, solamente contamos con el sistema de seguimiento a los ex alumnos de la Universidad Nacional de Loja, que es un aporte importante para saber la situación actual de los nuestros graduados, sin embargo esto no es suficiente ya que se necesita de una vinculación directa con los ex alumnos de esa manera poder tener mayor información y poderlos ayudar.

3. ¿Les gustaría apoyar a los graduados de esta carrera a la inserción laboral?

Por su puesto que nos gustaría, solo hace falta que las autoridades tomen cartas en el asunto, planificar y socializar el tema para llegar a este propósito.

4. ¿De qué manera lo harían para insertar laboralmente a los graduados de Comunicación Social?

Primeramente lo que les puedo decir a los estudiantes y graduados es que, una vez graduados sigan preparándose la institución les abala el título, sin embargo depende también de ellos el seguir perfeccionándose para encontrar la excelencia y ser competitivos, la manera que se los puede ayudar es aplicando una bolsa de empleo para desde aquí ayudarlos a insertarlos a este campo laboral.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Estimado, como egresada de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja solicito su atención contestando la presente entrevista, dicho trabajo tiene como finalidad conocer levantar información que me servirá para la elaboración de mi tesis denominada “ **LA INSERCIÓN LABORAL DE LOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA MODALIDAD PRESENCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA EN EL PERIODO 2013-2014**” para optar por el título de Licenciada en Comunicación Social.

DATOS INFORMATIVOS:

Nombre: Lcdo. Ramiro Cueva

Cargo: GERENTE DE ECOTEL TV.

CUESTIONARIO:

1. ¿Cómo ve Ud. La situación laboral de los comunicadores sociales en la actualidad?

La situación laboral actual de los comunicadores es complicada, a mi canal de televisión han venido profesionales con título, sin embargo al momento de realizar su trabajo no están preparados, he obtenido resultados desastrosos tienen muchas falencia, eso complica al momento de contratarlos.

2. ¿Considera que los recién graduados de periodismo están bien preparados para trabajar en un medio de comunicación?

Como lo mencione anteriormente, no están preparados en su totalidad, al momento de realizar una nota periodística, de presentar la noticia, de hacer una redacción no lo hacen correctamente, entiendo la falta de experiencia, pero en la Universidad les dan prácticas y eso tienen que aplicar al momento de estar en un medio, comprendo que es un constante aprendizaje pero si les hace falta preparación.

3. ¿Cree Ud. Que la nueva Ley de Comunicación afecta en el desarrollo profesional del periodismo?

Considero que en parte sí, pero también si se sabe hacer bien su trabajo y lo hace con ética profesional, no hay mayor problema.

4. ¿De qué manera se puede ayudar a los periodistas recién graduados a insertarse al ámbito laboral?

Un periodista debe tener suficiente conocimiento de todos los temas, debe ser integral que manejen con solvencia todos los programas de actualidad que se utilizan en el periodismo, que les permita editar sus propias notas en tv, en radio etc. De esta manera considero que se los puede contratar en cualquier medio de comunicación.

5. ¿Estaría Ud. Dispuesto hacer un convenio con la Universidad Nacional de Loja para crear una bolsa de empleo para insertar a los graduados de periodismo?

Si estaría dispuesto a colaborar con la Universidad Nacional de Loja para la creación de una bolsa de empleo, pero que los profesionales estén debidamente bien preparados porque de lo contrario no serviría.

g. DISCUSIÓN

La Comunicación Social es una carrera que nos permite investigar temas de interés mostrándole al mundo la realidad, teniendo en cuenta todas las tecnologías que se han vinculado a la misma en los últimos años, es preciso e importante que se promueva la participación y el conocimiento de las personas acerca de la influencia de esta y así mismo aportar al crecimiento y la inclusión laboral de los graduados de la Universidad Nacional de Loja, es así como nace el interés de hacer una investigación sobre la Inserción laboral de los graduados de esta carrera de la Universidad Nacional de Loja, mediante las versiones y recopilación de información pudimos darnos cuenta que hace falta que el estado se encargue de crear, impulsar y aplicar proyectos, programas que ayuden a insertar al ámbito laboral a los graduados de Comunicación Social y porque no de otras carreras.

Por otra parte fue dificultoso contactarme con los graduados de estos dos años, porque algunos viven fuera de la ciudad, mediante redes sociales contacte a la mayoría ya que en la Universidad no tenían datos actuales. Con el ánimo de buscar el camino y dar una posible solución al problema de inserción laboral de los graduados, se realizó algunas entrevistas a dueños de los medios de Comunicación entre ellas al Lcdo. Ramiro Cueva gerente de Ecotel T.V. , por su parte da a conocer la disponibilidad de hacer un convenio con la Institución para insertar al ámbito laboral a los graduados, siendo una respuesta positiva que abre paso la factibilidad de la propuesta alternativa de esta investigación para que la Universidad Nacional de Loja gestione y la aplique .

Mediante las encuestas aplicadas a los graduados de la carrera de Comunicación Social de los años 2013-2014, se verificó que los graduados están preparados con los conocimientos adquiridos en la Universidad Nacional lo cual son importantes para su inserción laboral, por ende se verifica al **primer objetivo específico** que es. Establecer mediante fundamentos teóricos de los autores, la importancia de la inserción laboral haciendo referencia de la pregunta **4 ¿Considera que los conocimientos**

adquiridos en la Universidad le sirven para su buen desempeño laboral? respondiendo la mayoría de forma positiva.

Así mismo se pudo constatar que hay falta de interés de los estudiantes para graduarse por la serie de trámites que tienen que realizar, además de la demora por parte de la Institución educativa ya que un documento tiene que pasar por diferentes departamentos y esto se vuelve dificultoso, de esta manera se cumple con el **segundo objetivo específico** que es. Indagar sobre el proceso de inserción laboral de los graduados de los años 2013-2014 de la carrera de Comunicación Social de la Modalidad Presencial de la Universidad Nacional de Loja, haciendo referencia a la pregunta **5 ¿Trabaja en el área que se graduó?** respondiendo sólo el 10% de forma positiva, por otra parte se evidenció un gran interés de los graduados en que la Universidad pudiera de alguna manera contribuir a la inserción en el campo laboral, para aquello se propuso una bolsa de empleo y de esta manera se cumple con el **tercer objetivo específico**, que es. Proponer un plan alternativo: Bolsa de Empleo Institucional, haciendo referencia a la pregunta **8 ¿Le gustaría que la Universidad ayude a los nuevos graduados a tener una inserción laboral?**, respondiendo de forma positiva el 100% de los graduados, en cuanto al **cuarto objetivo específico** que es. Aplicar el plan alternativo de inserción laboral para los graduados de la Modalidad Presencial, no se podrá efectuar de inmediato ya que la Universidad Nacional de Loja está intervenida por el Consejo de Educación Superior (CES) sin embargo mediante un diálogo que se mantuvo con el interventor PhD. Tomás Sánchez Jaime, supo manifestar que es una excelente propuesta para aplicar, eso le hace falta a la institución dijo, mediante los cambios que se están efectuando van analizar este proyecto para su ejecución en relación al **quinto objetivo específico** que es. Evaluar el impacto del plan alternativo para los graduados, se lo podrá hacer cuando la Universidad Nacional de Loja ejecute el proyecto. Es así que mediante lo expuesto damos cumplimiento al objetivo general y se determinó la situación laboral de los graduados de la carrera de Comunicación Social modalidad

presencial en los años 2013 y 2014, la mayoría de sus graduados no están insertados en el ámbito laboral, por ende es necesario e importante que las autoridades de la Universidad Nacional de Loja aplique este proyecto para beneficio de sus graduados y futuros profesionales.

h. CONCLUSIONES

En base a los resultados obtenidos en esta investigación y por las experiencias adquiridas en el desarrollo de la misma, se determinan las siguientes conclusiones:

- En los años 2013 y 2014 tan solo se graduaron 30 estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la modalidad presencial, número muy bajo de profesionales que salieron de la Universidad Nacional de Loja en los años antes mencionados, siendo el año 2013 con menos graduados 7.
- Se evidenció que solo 12 de los 30 graduados están trabajando mientras que el resto están en la desocupación y es realmente preocupante
- Más del 60% de los graduados no trabaja en el área de comunicación social, dedicándose a otras actividades para poder subsistir, agentes de ventas, asistentes, vendedores, taxistas etc.
- Los graduados de los años investigados, no tuvieron la ayuda de la Universidad para insertarlos a laborar.
- La totalidad de los titulados investigados está de acuerdo que la Universidad apoye a sus graduados, aplicando una bolsa de empleo la misma que ayudará a cumplir las metas que se proponen sus estudiantes.

i. RECOMENDACIONES

Sobre la problemática estudiada en este trabajo de investigación y con el afán de contribuir a su solución, se proponen las siguientes recomendaciones:

- Se sugiere a las autoridades de Universidad Nacional de Loja, dar la apertura necesaria que supriman los trámites para la incorporación de los egresados que aún no logran graduarse, socialicen con todos los directivos y pongan más interés en graduar a mas estudiantes.
- Se recomienda a las autoridades que en la planificación incluyan programas o proyectos que vayan en beneficio de sus estudiantes asegurando que los jóvenes profesionales que salen a la calle cada año sean considerados para insertarlos y logren ocupar un cargo para el que se prepararon durante 4 años.
- Que los docentes de la carrera de Comunicación social sigan implementando más conocimientos a sus estudiantes, demostrando a la sociedad Lojana, las buenas bases teórico-práctico que hasta la actualidad viene impartiendo.
- Se recomienda a las Autoridades de la Universidad implementar una Bolsa de Empleo, con la finalidad de apoyar a los graduados apenas salgan de sus aulas.
- Que la Bolsa de empleo para ser implementada, planifique la firma de convenios con Instituciones públicas y privadas, para así lograr una inserción laboral adecuada para cada uno de sus graduados.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIO A DISTANCIA
CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

PROPUESTA ALTERNATIVA

TEMA

“BOLSA DE EMPLEO INSTITUCIONAL PARA LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA”.

AUTORA:

SARA PATRICIA MONCADA FERIE

DIRECTORA:

LIC. ISABEL MARÍA ENRÍQUEZ JAYA, MG. SC

LOJA- ECUADOR

2016

TEMA

“BOLSA DE EMPLEO INSTITUCIONAL PARA LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA “

INTRODUCCIÓN:

La falta de empleo afecta en los graduados de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, por la falta de iniciativas de las Autoridades. En la búsqueda del bienestar de la comunidad Universitaria en especial de sus graduados, es importante hallar soluciones para esta problemática que se vive cada vez que un graduado sale a buscar trabajo.

La presente propuesta consiste en el desarrollo y aplicación de una Bolsa de Empleo mediante convenios con instituciones públicas y privadas, basados en la responsabilidad de la Universidad Nacional de Loja, ayudar a sus titulados a encontrar trabajo en la carrera que se formó.

Las bolsas de trabajo universitarias son un excelente medio para que las empresas que buscan empleados y los estudiantes activos y graduados puedan ponerse en contacto. Esta iniciativa facilita la inserción laboral de jóvenes, que en vez de tener que acudir personalmente a las empresas pueden contactarse por este medio.

En el Ecuador algunas Universidades cuentan con este servicio para sus alumnos y ex alumnos, tales como:

- Universidad Católica de Guayaquil
- Udl de Quito
- Espol del Ecuador
- Pontificia Universidad del Ecuador
- Escuela Politécnica del Litoral
- Universidad San Francisco de Quito
- Universidad Politécnica Salesiana entre otras.

La propuesta tiene como objetivo primordial apoyar a los graduados en su inserción laboral, invitando a las empresas que los contraten, dándoles un

medio acorde y su remuneración que sea aplicada de acuerdo a las leyes de la constitución.

Esta iniciativa que realicé es para contribuir con la Universidad que me ha formado mediante cuatro años y así poder ayudar a solucionar la falta de empleo en los profesionales de la Comunicación Social.

JUSTIFICACIÓN

La propuesta presentada radica su justificación en el aporte social que brindará a los titulados de Comunicación Social y como su correcto aprovechamiento aportará en desarrollo profesional y personal de los graduados.

Es importante este proyecto ya que permitirá no solo a la Universidad Nacional de Loja estar a la par con otras Instituciones de prestigio a nivel nacional e internacional, sino ayudar a sus mejores clientes como son los estudiantes.

Al presentar una propuesta de este tipo, acontece en la sociedad lojana el impulso de mejorar sus ideales puesto que Loja es considerada como la ciudad Universitaria del Sur Ecuatoriano, aquí vienen jóvenes de distintitos cantones de la provincia y del país con muchos sueños por cumplir, entre ellos es ingresar a la Universidad Nacional de Loja, para prepararse y posteriormente buscar una oportunidad de trabajo, y que mejor manera que la institución les pueda ofrecer este servicio para cumplir con ese objetivo.

La factibilidad que tiene la propuesta, es la respuesta que han dado sus autoridades para poder elaborarla y aplicarla, de igual forma algunos dueños de medios de comunicación lojanos como el Lcdo. Ramiro Cueva gerente de Ecotel TV. Que está dispuesto a colaborar con la institución para ayudar a insertar laboralmente a los mejores graduados.

Logrando así que se cristalice un sueño para los graduados y estudiantes que están por culminar sus estudios universitarios, donde encontrarán un apoyo fundamental de la institución que los acogió durante más de cuatro años de estudio.

OBJETIVOS

GENERAL:

Determinar un proyecto de Bolsa de Empleo Institucional, para insertarlos a la vida laboral a los graduados de la Carrera de Comunicación Social de la modalidad presencial.

ESPECÍFICOS:

- Elaborar un perfil de Bolsa de Empleo Institucional para los graduados de la Carrera de Comunicación Social de la modalidad presencial.
- Socializar el perfil de Bolsa de empleo Institucional para los graduados de comunicación social.

DESARROLLO

PROPUESTA PARA LOS EXGRADUADOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Mecanismo de seguimiento Exalumnos de la Universidad Nacional de Loja

1. Administración y manejo de información sobre Exalumnos

La administración y gestión de la información de los Exalumnos (egresados) de la Universidad Nacional de Loja, se la debe realizar a través de la intranet, o del departamento de Seguimiento a Graduados y debe recibir información de los siguientes usuarios.

- Usuario administrador
- Usuario secretarias pregrado/posgrados
- Usuario ex alumno

Usuario administrador: desempeña un papel muy importante para el buen funcionamiento de la intranet, porque es quien la gestiona y administra.

Usuario secretarias pregrado/posgrados: La secretaria de pregrado desempeña un papel muy importante para el buen funcionamiento de la intranet, porque es quien se encarga de retroalimentar el sistema de Exalumnos, ingresando los datos de los egresados y titulados de la Universidad Nacional de Loja.

Para poder lograr este cometido, se debe realizar lo siguiente:

- Solicitar a los Exalumnos que llenen una matriz de información personal, académica y laboral de cada uno.
- Colocar en cada acto de graduación una tarjeta de presentación de Exalumnos.
- Ingresar toda la información proporcionada por los Exalumnos.

Usuario Exalumno: El Exalumno también deberá brindar información constantemente al sistema, para mantenerlo actualizado.

2. Seguimiento a Exalumnos

El seguimiento a los Exalumnos se debe realizar conjuntamente con las diferentes carreras, ya que es importante que conozcan y evalúen las necesidades de formación que tienen los Exalumnos respecto a su carrera.

El proceso se debería realizar de la siguiente manera:

- Elaborar un estudio de egresados y empleadores.
- Establecer las estrategias para la realización de dicho estudio.
- Seleccionar de la base de datos el perfil de alumnos a los que se desea aplicar la encuesta.
- Enviar las encuestas a los seleccionados.
- Solicitar el informe de resultados de tal manera que se pueda contar con información confiable sobre el desempeño profesional de los egresados en Relación con su formación.
- Realizar una comparación entre los resultados obtenidos en el proceso formativo y las necesidades y exigencias del campo ocupacional.
- Elaboración de planes de mejora.
- Ejecutar los planes con las dependencias universitarias involucradas.
- Archivar los documentos.

3. Comunicación

La finalidad de la comunicación es generar un diálogo permanente con los Exalumnos, a través de la emisión y recepción de información e inquietudes sobre temas académicos, sociales, etc., que permitan incrementar la participación activa en la vida universitaria, así como informar a la comunidad universitaria y a la sociedad sobre las actividades que se realizan para lograr una vinculación entre los Exalumnos de la UNL con su universidad.

Para lograr con este cometido se deben utilizar los siguientes medios de comunicación:

- Publicar información en el sitio web de la UNL dirigido exclusivamente a los Exalumnos.
- Publicar sobre los temas relacionados con Exalumnos en el portal de noticias de la UNL, para lo cual se debe seguir el siguiente protocolo:
 - Buscar noticias de Exalumnos o con temas relacionados a la vinculación con los egresados.
 - Elaborar la noticia.
 - Difundir la noticia en la web institucional sección Exalumnos.
 - Publicar adicionalmente información en las redes sociales como: Facebook, siguiendo los siguientes pasos:
 - ✓ Publicar frases motivadores constantemente (puede ser diariamente)
 - ✓ Publicar eventos académicos (becas, cursos, conferencias), sociales, culturales que sean de interés para los Exalumnos y que sean ofertados por la Universidad Nacional de Loja.
 - ✓ Publicar información relacionada a eventos, becas, pasantías académicas, ofertados por organismos o instituciones externas a la Universidad.
- Enviar información a través del correo electrónico que se haya habilitado para el efecto en la UNL, siseg@unl.edu.ec, a los correos personales de los Exalumnos, siguiendo los siguientes pasos:
 - Recopilar información a los interno de todas las áreas de la Universidad Nacional de Loja y generar información para los Exalumnos.
 - Enviar la información oportunamente y con la información necesaria para que los Exalumnos puedan tener conocimiento pleno de los que se desea informar.

4. Gestión de ofertas laborales

La finalidad es proporcionar una herramienta eficaz de reclutamiento y selección de personal a empleadores locales, nacionales e internacionales y ponerla al servicio de los Exalumnos de la Universidad Nacional de Loja, para ello se deben seguir los siguientes pasos:

- Receptar las ofertas laborales desde la empresa interesada en la cuenta creada exclusivamente para los Exalumnos.
- Verificar información relacionada a la empresa.
- Revisar y verificar que la oferta laboral cumpla con la información necesaria para conocimiento de los Exalumnos como: perfil profesional, fecha máxima de envío de hoja de vida y datos de contacto del representante de la empresa.
- Elaborar la publicación conforme al formato establecido.
- Generar en el sistema Exalumnos los correos electrónicos conforme al perfil requerido.
- Enviar la oferta laboral a los correos personales de los Exalumnos.
- Receptar las hojas de vida de los postulantes a las ofertas laborales.
- Enviar el contacto a la empresa las hojas de vida de los postulantes.
- Archivar digitalmente y actualizar los datos de Exalumnos a partir de las hojas de vida.
- Registrar los datos de la empresa ofertante en la base de datos creada para el efecto.
- Registrar los datos de Exalumnos postulantes en la base de datos para el efecto.
- Solicita el informe de seleccionados y contratados a las empresas que han ofertado vacantes.

Adicionalmente se debería trabajar en una bolsa de empleo, cuyo objetivo es:

- Vincular a los estudiantes y egresados de la Universidad con el mercado laboral, mediante un servicio interno y externo gratuito.

- Generar un nexo entre aspirantes y empresas, que vinculen a las instituciones públicas y privadas a obtener personal formado integralmente, lo que permitirá el desarrollo socioeconómico de la región.

Para ingresar a este espacio los Exalumnos deberán contar con una clave y usuario personal para poder postular a las diferentes ofertas publicadas por las empresas.

Cabe señalar que las bolsas de empleo son un excelente medio para las empresas que buscan empleados y los estudiantes activos y graduados puedan ponerse en contacto. Estas iniciativas facilitan la inserción laboral de jóvenes, que en vez de tener que acudir personalmente a las empresas se puedan contactar por este medio.

5. Desarrollo personal y profesional

La finalidad es promover espacios de integración en la vida universitaria, a través de reuniones, conferencias, becas, pasantías, proyectos de investigación, participación de los Exalumnos en programas de postgrados, educación continua, reencuentros. Para ello se debe seguir el siguiente proceso:

- Coordinar con las dependencias académicas eventos que generen la participación de los Exalumnos.
- Informar a los Exalumnos sobre eventos externos a la Universidad Nacional de Loja, que permitan su desarrollo personal y profesional.
- Aplicar los procesos de comunicación.
- Solicitar informes de participación de los Exalumnos en los diferentes eventos publicados.

6. Pertenencia y vinculación del egresado de la Universidad Nacional de Loja

Su finalidad es promover la vinculación con sus egresados y titulados en la actividad diaria de la universidad.

Para ello se deberán cumplir con los siguientes procesos:

- Entregar material informativo sobre el Área d Exalumnos en las actividades académicas como: incorporaciones, disertaciones de grados orales, encuentros de Exalumnos.
- Realizar campañas de actualización de datos para lograr un registro lo más actualizado posible de los Exalumnos.

AGENDA DE SOCIALIZACIÓN

AGENDA DE LA SOCIALIZACIÓN		
LUGAR: Sala de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja		
FECHA: Viernes 04 de Diciembre del 2015		
PARTICIPANTES: Coordinadora de la carrera de Comunicación Social y alumnos de la misma		
OBJETIVO: Conocer, receptar opiniones de docentes y alumnos de la carrera de Comunicación Social para la mejora de esta propuesta.		
HORA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
12H00	Bienvenida a cargo de la Coordinadora de la Carrera de Comunicación Social	Dra. Mónica Hinojosa
12H10	Saludo y presentación de la propuesta	Sara Patricia Moncada Ferie
12H15	Presentación de la propuesta "BOLSA DE EMPLEO INSTITUCIONAL PARA LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA"	
12H20	Desarrollo del tema	
12H45	Intervención de la Coordinadora y alumnos de Comunicación Social	
13H00	Agradecimiento y despedida	

CRONOGRAMA

OCTUBRE-DICIEMBRE				
Nº	Fecha	Octubre	Noviembre	Diciembre
	Actividad	1234	1234	1234
1	Presentación del tema			
2	Justificación			
3	Objetivos			
4	Desarrollo			
5	Socialización			

BENEFICIARIOS

Los beneficiados no solo serán los graduados de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, sino también los estudiantes, egresados y graduados de otras carreras de la Universidad, de esta manera será un ejemplo para todas las áreas y mejorará la imagen institucional de la Universidad Nacional de Loja.

Considerando que la Universidad con su alta calidad académica y humanística que ofrece formación en los niveles: técnico y tecnológico superior; profesional o de tercer nivel; y, de postgrado o cuarto nivel; que realiza investigación científico-técnica sobre los problemas del entorno, con calidad, pertinencia y equidad, a fin de coadyuvar al desarrollo sustentable de la región y del país, interactuando con la comunidad, generando propuestas alternativas a los problemas nacionales, con responsabilidad social; reconociendo y promoviendo la diversidad cultural y étnica y la sabiduría popular, apoyándose en el avance científico y tecnológico, en procura de mejorar la calidad de vida del pueblo ecuatoriano. No desestimaré este proyecto que es de suma importancia para sus mejores clientes que son sus alumnos.

Así mismo la Universidad Nacional de Loja tiene como visión, consolidarse como una Comunidad Educativa, con excelencia académica, humanista y democrática, líder en el desarrollo de la cultura, la ciencia y la tecnología, por ello es significativo el aporte de esta investigación para el mejoramiento, desarrollo y excelencia de la Institución.

Como parte de este proyecto me considero una de las futuras beneficiadas, ya que este trabajo va enfocado a incluir en el ámbito laboral a todos los profesionales, especialmente a los de Comunicación Social que es una de las profesiones más nobles que hay.

De esta manera se busca contribuir al desarrollo profesional y dinamizar la economía de la sociedad lojana y del país.

PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

En el desarrollo del presente trabajo de investigación la aspirante al grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social aportó con la cantidad de **\$264,00** cuyo valor fue financiado por cuenta propia para la realización del trabajo de investigación.

RECURSOS:

INSTITUCIONALES:

- ✓ Universidad Nacional de Loja
- ✓ Biblioteca
- ✓ Carrera de Comunicación Social

MATERIALES:

- ✓ Computadora
- ✓ Internet
- ✓ Texto de apoyo para la investigación
- ✓ Anillados
- ✓ Empastados
- ✓ Hojas de papel bond
- ✓ Materiales de oficina
- ✓ Transporte
- ✓ Copias entre otros.

RECURSOS

Los recursos para la investigación son:

INSTITUCIONAL:

- ✚ Universidad Nacional de Loja
- ✚ Biblioteca

HUMANOS:

- ✚ Investigadora: Sara Patricia Moncada Ferie
- ✚ Directora de tesis

PRESUPUESTO:

DETALLES	VALORES
Resman de papel bond	\$12
Copias	\$10
Útiles de oficina	\$15
SUMINISTROS TECNOLÓGICOS	
Equipos de computación	\$60
Grabadora de periodista	\$80
Pendivre	\$15
Internet	\$22
Transporte	\$30
Imprevistos	\$20
TOTAL	\$264

CONCLUSIONES

- Se concluye que los alumnos de Comunicación Social están interesados en que las autoridades los ayuden a insertarse a la vida laboral.
- La propuesta es factible y puede ser aplicada mediante la gestión que haga la Universidad Nacional de Loja en beneficio de sus alumnos.
- Todos tienen el interés de que esta propuesta sea ejecutada, ya que es una excelente iniciativa para el bienestar de la comunidad Universitaria.
- Las prácticas pre-profesionales que realizan los estudiantes en la Universidad no son remuneradas.
- En lo referente a equipamiento, no existe en la Universidad un espacio con todos los equipos única y exclusivamente para que los estudiantes pongan en práctica lo aprendido en las aulas.

RECOMENDACIONES

- A las autoridades de la Universidad Nacional de Loja analizar esta propuesta alternativa con el fin de aportar en el desarrollo profesional de sus alumnos.
- A los propietarios de los medios de Comunicación de Loja den la apertura y las facilidades para que profesionales de la Comunicación hagan sus prácticas pre-profesionales.
- Que esas prácticas sean remuneradas.
- Al departamento de Comunicación implementen más equipos para que los estudiantes realicen sus prácticas pre-profesionales.
- Al departamento de gestión académica den cumplimiento a los programas planificados que van en beneficio de los estudiantes.

BIBLIOGRAFÍA

Abril, G. (2010). El cuarto bios, Estudios sobre comunicación e información.

Cardenas, S. (2002). Proceso de Inserción.

Estupiñan, P. (2014). Periodismo . Vistazo , 124.

Gomis, L. (2008). Teoría de los Géneros Periodísticos.

Gutierrez, J. M. (2006). Inserción Laboral y Desigualdad en el mercado . 2.
<http://definicion.mx/periodismo/>. (2014). Obtenido de
<http://definicion.mx/periodismo/>.

Hugo, A. (2004). Revista Latina de Comunicación Social.

INEC. (2013). Reporte Economía Laboral .

Ulloa, T. C. (2006). Apuntes de Comunicacion. En C. U. Tapia, Apuntes de Comunicacion (págs. 81-82).

ANEXOS

Anexo N° 1.- Fotos de la presentación de la bolsa de empleo



**Presentación ante la Coordinadora y alumnos de Comunicación Social.
Investigadora: Sara Patricia Moncada Ferie**



**Exposición de la propuesta bolsa de empleo.
Investigadora: Sara Patricia Moncada Ferie**



Dialogando con la Coordinadora y alumnos de Comunicación Social
Investigadora: Sara Patricia Moncada Ferie



Recibiendo sugerencias y recomendaciones de parte de la coordinadora y alumnos.
Investigadora: Sara Patricia Moncada Ferie

Anexo N°2.- Registro de asistencia a la socialización

SOCIALIZACIÓN

"BOLSA DE EMPLEO INSTITUCIONAL PARA LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA"

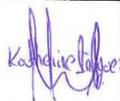
ALUMNOS Y DOCENTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

NOMBRE	CÉDULA	SUGERENCIAS	FIRMA
Andora Yacira Lozano Moreyra	5519650	Es una buena iniciativa, los comunicadores sociales y futuros comunicadores tenemos muchas necesidades para poder llevar a cabo nuestros labor,	
Gabriela Medina Sánchez	1150128179		
Castillo Lemijos Lisly Michelle	1104446214	Buen proyecto. Ojalá se realice.	
SUCREPO GARCALADA JENNIFER PALMENA	1900519040	MUY BUENA INICIATIVA	
Rosa Margarita García Rivera	1103736409	Muy buena iniciativa, ojalá se de su aplicación y sirva para las promociones futuras.	
Jacmin Sánchez	1106-110101	Convenio con empresas públicas y privadas. Democratización por prácticas profesionales	
Carolina García.	1150131785	Como medio de comunicación debe conseguir sus propios auspiciantes, y como medio depende de la constitución	
Nicole Cevallos	1105874174	Crear convenios con las diferentes empresas para realizar las prácticas. Canales de televisión y periodistas realiza varias funciones.	

SOCIALIZACIÓN

"BOLSA DE EMPLEO INSTITUCIONAL PARA LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA"

ALUMNOS Y DOCENTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

NOMBRE	CÉDULA	SUGERENCIAS	FIRMA
Maria José Garamán Taveri	1104605330	Más convenios de la universidad con institu- ciones públicas y privadas.	
Katherine Maria Triguera Quilla	1105958094	Convenios de la Universidad Nacional con instituciones públicas y privadas	
Yhonna Alexandra Ortiz Ulloa.	1150022984	Convenios con las instituciones y departamentos de comunicación para las prácticas profesionales.	
Severo Dínico González PAVE.	1104689664	u u u	
Rosa Gabriela Rojas Uguin	190048340-3	Que la universidad este en constante revisión de los pa- gos que nos otorgan a los profesionales, que sean justos de acuerdo con lo que marca en la ley. El programa debería ser ejecutado para beneficio nuestro	

j.- BIBLIOGRAFÍA

- Abril, G. (2010). El cuarto bios, Estudios sobre comunicación e información.
- Berganza Conde, M. O. (2010). Revista Latina de Comunicación Social.
- Cardenas, S. (2002). Análisis de las actitudes hacia la búsqueda de empleo: un estudio longitudinal con universitarios de Alcalá de Henares. .
- Cardenas, S. (2002). Proceso de Inserción.
- Cardenas, S. (2002). Proceso de Inserción.
- Claudia, M. (21 de Agosto de 2014). Obtenido de Académica del Departamento de Comunicación Social de la Universidad de Concepción (Chile). :
<http://noticias.universia.es/empleo/noticia/2014/08/21/1110132/periodismo-carrera-futuro-laboral-incierto.html>
- Diaz, R. A. (2012). Comunicación Social. Obtenido de <http://bit.ly/1HVPT1B>.
- Estupiñan, P. (2014). Periodismo . Vistazo , 124.
- Gomis, L. (2008). Teoría de los Géneros Periodísticos.
- Gutierrez, J. M. (2006). Inserción Laboral y Desigualdad en el mercado . 2.
<http://definicion.mx/periodismo/>. (2014). Obtenido de <http://definicion.mx/periodismo/>.
- <http://es.catholic.net/op/articulos/>. (2014). Obtenido de <http://es.catholic.net/op/articulos/>.
- <http://grupo.us.es/grehcco/ambitos%2015/15caro.pdf>. (2015).
- <http://www.elciudadano.gob.ec/el-periodismo-en-el-ecuador-tras-el-legado-de-eugenio-espejo/>. (2014). Obtenido de El Ciudadano.
- http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S131595182010000100002&script=sci_arttext. (2010).
- <https://escuchanosprensa.wordpress.com/2011/11/07/el-rol-del-periodista-y-sus-funciones-actuales/>. (2011). El Rol del Periodista. Escuchanos Prensa.
- Hugo, A. (2004). Revista Latina de Comunicación Social.
- INEC. (2013). Reporte Economía Laboral .

- Juárez, N. Z. (2004). Inserción Laboral de los jóvenes.
- Juárez, N. Z. (s.f.). Inserción Laboral de los jóvenes.
- Lorgio, G. (2013). En L. García, Realidades Pequeñas Mundos Concretos (pág. 105).
- Palacios, L. (2014). Asociación de la Prensa de Madrid (APM).
- Pascual, M. I. (1999). Género y Familia en la Inserción Laboral.
- Pascual, M. I. (1999). Género y Familia en la Inserción Laboral.
- Randall, E. e. (1996). Manual del Periodismo Universal.
- Rolando, C. A. (1792,1849). Crónicas del periodismo en el Ecuador. Guayaquil.
- Tokar, D. &. (1997).
- Ulloa, T. C. (2006). Apuntes de Comunicación. En C. U. Tapia, Apuntes de Comunicación (págs. 81-82).
- Ulloa, T. C. (2006). Apuntes de Comunicación. En T. C. Ulloa.

WEBGRAFÍA

Recuperado de: <http://bit.ly/1PtJKBN>

Recuperado de: <http://bit.ly/1HYX544>

Recuperado de: <http://bit.ly/1mfiZ98>

Recuperado de: <http://bit.ly/1OFbR2G>

Recuperado de: <http://bit.ly/1jXi1xh>

Recuperado: <http://bit.ly/1NL7L6T>

Recuperado de: <http://bit.ly/1mfny3g>

Recuperado de: <http://bit.ly/1Xcxje6>

<file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet->

<http://goo.gl/5OVM23>

k.- ANEXOS

Anexo N° 1 Proyecto de tesis



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

**MODALIDAD DE ESTUDIO A DISTANCIA, ÁREA DE LA
EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

PROYECTO

TEMA

**“LA INSERCIÓN LABORAL DE LOS GRADUADOS DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA MODALIDAD
PRESENCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA EN
EL PERIODO 2013-2014”.**

Proyecto de investigación previo
a la obtención del grado de
Licenciada en Ciencias de la
Comunicación Social.

AUTORA:

SARA PATRICIA MONCADA FERIE

DIRECTORA:

LIC. ISABEL MARÍA ENRÍQUEZ JAYA, MG.

LOJA-ECUADOR

2016

a. TEMA

“LA INSERCIÓN LABORAL DE LOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA MODALIDAD PRESENCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA EN EL PERIODO 2013-2014”

b. PROBLEMÁTICA

En nuestro país la norma relacionada a Educación Superior no establece un compromiso de parte de la universidad hacia sus graduados. Su vínculo culmina una vez que el estudiante finaliza su formación universitaria, con el acto de incorporación.

Pero en la actualidad las Instituciones de Educación Superior tienen la preocupación de conocer la situación de sus ex alumnos, ya que esto redundaría en la imagen institucional y por ende aumenta las posibilidades de ofertar estudios de otros niveles, a sus mismos estudiantes. Por ello es que este documento constituye un importante aporte para la Universidad y la carrera de Comunicación Social, y su proyección a futuro.

CONTEXTUALIZACIÓN

La Universidad Nacional de Loja, es una de las instituciones educativas con 156 años de formar profesionales de calidad. La carrera de Comunicación Social se creó en el año de 1989, la misma que continúa hasta la actualidad. Con la nueva administración del Dr. Gustavo Villacís, esta carrera está cambiando, ahora cuenta con su propio bloque de infraestructura, existen el laboratorio de radio y televisión, cuentan con equipos nuevos de fotografía y en este año se adquirirá nuevos equipos para televisión. Laboran un total de 13 docentes, tres de ellos de nacionalidad española. El horario de trabajo es de 08h00 a 13h00 y de 15h00 a 18h00. La coordinadora actual de la carrera es la Dra. Bélgica Aguilar Aguilar. Su misión y visión son las siguientes:

Misión:

La Carrera en Ciencias de la Comunicación Social, del Área de la Educación Arte y Comunicación de la Universidad Nacional de Loja, forma profesionales de tercer nivel, con fundamentos humanísticos, teóricos, científico-tecnológicos, capaces de interpretar y contribuir a la solución de la problemática de la región sur, nacional e internacional, para informar, orientar, educar a la comunidad, respetando la dignidad humana,

realidades, saberes ancestrales, sabiduría popular, deberes, derechos, que contribuyan desde la investigación social, al accionar comunicativo y axiológico en la práctica del buen vivir de la sociedad ecuatoriana.

Visión:

La Carrera en Ciencias de la Comunicación Social, del Área de la Educación Arte y Comunicación de la Universidad Nacional de Loja, es el escenario de formación académica en Comunicación Social de tercer nivel, con vastos conocimientos axiológicos, teóricos, prácticos, científicos y técnicos, interdisciplinarios que permiten a los graduados un desempeño idóneo en ámbitos especializados en instituciones públicas y privadas, de la región sur del país. Es innegable que las cosas cambian segundo a segundo, el acceso a las nuevas tecnologías de la información, y al conocimiento están cambiando y con ello las maneras de aprender, de enseñar, y de resolver problemas. En este sentido es necesario que los graduados de la carrera de Comunicación Social, continúen con su actualización profesional, para que tengan la oportunidad de acceder a una mayor y mejor oferta laboral y por ende a un trabajo que les ayude a mejorar su calidad de vida y a desenvolverse profesionalmente. Este trabajo de investigación permitirá realizar un análisis sobre la inserción laboral de los graduados de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja durante el período 2013 - 2014, ya que es necesario conocer su situación laboral actual y la problemática o dificultades que encontraron en su proceso de vinculación laboral.

SITUACIÓN ACTUAL DEL PROBLEMA

Es preocupante que en nuestro país no exista una correcta inserción laboral, nos referimos en particular a la situación de los graduados de la Universidad Nacional de Loja, y específicamente a la carrera de Comunicación Social, ya que en muchos casos deben ejercer o realizar

trabajos en otras áreas, con ámbitos diferentes al de su formación profesional, como: agentes de ventas, asistentes, vendedores, taxistas, etc.

Se ha observado que la Universidad no cuenta con un proyecto de inserción laboral, no solo para la carrera de Comunicación Social sino en todas las áreas del conocimiento. Muchos de los estudiantes graduados que hemos entrevistado han conseguido trabajo por sus propios medios y no a través de la Universidad. Con estos datos recolectados, surge la necesidad de realizar un análisis de la situación por la que atraviesan los comunicadores sociales para vincularse laboralmente y conocer a ciencia cierta los problemas con los que se encuentran y las actividades que deben realizar.

PROBLEMA CENTRAL

Con lo expuesto anteriormente nos hacemos la siguiente pregunta.

¿CÓMO INSERTAR EN EL ÁMBITO LABORAL, A LOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA?

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

La presente investigación se la realizará de marzo a diciembre del presente año, en la Universidad Nacional de Loja, iniciando con la fase de recolección de datos de los graduados del 2014, fase que nos servirá para diagnosticar la inserción laboral de los graduados.

c. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación es de suma importancia ya que los graduados de la Universidad Nacional de Loja, tendrán la oportunidad de obtener un puesto de trabajo a través de su establecimiento de nivel superior que los formó; y a su vez la universidad contará con prestigio porque ayudará a sus estudiantes a insertarse en el ámbito laboral, puesto que pocas universidades del país poseen este tipo de ayuda. Las razones porque se realiza esta investigación es porque no hay un estudio sobre este aspecto y al realizarlo ayudaremos a la Universidad Nacional de Loja estar entre las pocas universidades que aportan a sus graduados a conseguir trabajo.

Es factible la realización de este proyecto porque se cuenta con los materiales necesarios, personal administrativo de la carrera de Comunicación social dispuesto a brindarnos los datos necesarios para llevar a feliz término con el proyecto en mención. En la actualidad la acreditación de las carreras y universidades exige mayor vinculación entre la universidad y sus graduados, para ello existe en cada Institución de Educación Superior el departamento de vinculación y seguimiento a los egresados. Este trabajo nunca terminará ya que permite mantener un acercamiento entre los egresados y graduados con la universidad, para la consecución de nuevos proyectos.

El impacto que generará la presente investigación será impresionante, ya que esta carrera pondrá el ejemplo para el resto de carreras de la Universidad, aportando al mejoramiento de la imagen institucional y a brindar a sus públicos internos cambios significativos para su vida profesional. Los resultados de esta investigación nos permitirán visualizar la realidad actual de los graduados respecto a su desenvolvimiento en el campo laboral, ya que se tratará de enfocar en las experiencias y cuestionamientos que se generaron al momento de lograr su inserción en el mercado laboral como profesionales en su área.

d. OBJETIVOS

GENERAL:

Determinar la situación laboral de los graduados de la carrera de Comunicación Social Modalidad Presencial de la Universidad Nacional de Loja.

ESPECÍFICOS:

- Establecer mediante fundamentos teóricos de los autores, la importancia de la inserción laboral.
- Indagar sobre el proceso de inserción laboral de los graduados de los años 2013-2014 de la carrera de Comunicación Social de la Modalidad Presencial, de la Universidad Nacional de Loja.
- Proponer un plan alternativo: Bolsa de Empleo Institucional.
- Aplicar el plan alternativo de inserción laboral para los graduados de la Modalidad Presencial.
- Evaluar el impacto del plan alternativo para los graduados.

e. ESQUEMA DEL MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I

- La Comunicación Social
- Áreas de la Comunicación Social
- El periodismo: Radio, TV, Prensa, Relaciones Públicas y Medios Digitales
- La profesión de periodista
- Riesgos de la profesión
- La ética profesional

CAPÍTULO II

- La Inserción Laboral
- Importancia y beneficios
- Proceso de inserción laboral
- El trabajo
- Como adaptarse a su nuevo trabajo
- La bolsa de empleo

f. MARCO TEÓRICO

LA COMUNICACIÓN SOCIAL

La Universidad Nacional del centro de la provincia de Buenos Aires, en su página web detalla que “La comunicación social es el nombre de muchos fenómenos que, juntos configuran un espacio conceptual amplio y confuso, aunque la sociedad mediatizada y los medios masivos de comunicación han sido el problema central durante las décadas anteriores.”

Hoy en día, pensamos a la Comunicación en estrecho contacto con la cultura y, en este sentido, la analizamos como un fenómeno transversal; como la condición de posibilidad de todas las prácticas sociales. Esta nueva visión de conjunto nos permite abordar procesos, instituciones y actores, sin desvincular unos de otros. Tendremos así, comunicación y medios masivos, comunicación, imagen e instituciones, comunicación y producción académica, comunicación y mediaciones socioculturales, comunicación y tecnologías, etc., sin dejar de tener en cuenta el modo en que cada una de estas dimensiones de lo social y lo cultural se encuentran y cruzan en la vida cotidiana. Por otro lado Ángel Díaz de Rada (2012) manifiesta que se entiende la Comunicación Social como “la disciplina que estudia las relaciones entre los cambios sociales y los cambios comunicativos”. Esta definición integra una infinidad de actividades y mundos de conocimiento, como por ejemplo, el Diseño Social.

La Comunicación Social no sólo estudia el uso del Mensaje o del Formato de la comunicación sino que también se interesa por el uso de las herramientas de comunicación como fórmula de empoderamiento. La relación entre comunicación y cambio social es bidireccional, no se plantea de una manera reduccionista.

<https://inventariacomunicacionsocial.wordpress.com/2012/03/31/que-es-la-comunicacion-social/>

Áreas de la Comunicación Social

Existen diferentes áreas en la Comunicación social, a continuación detallamos: Relaciones Públicas, Periodismo (radio, prensa, televisión, medios digitales) y comunicación organizacional.

¿Qué es periodismo?

En la página web <http://definicion.mx/periodismo/> “El periodismo es una actividad cuyo fin es informar a los ciudadanos” ya sea para radio, prensa tv y medios digitales”. Su papel importante es informar de manera objetiva a la ciudadanía. La principal característica es informar de aspectos actuales, las fuentes informáticas deben ser veraces y deben ser contrastadas con anterioridad.

Por otro lado la página web <http://es.catholic.net/op/articulos/> expone que “El periodismo es el oficio o la profesión que tiene como fin buscar noticias e información para que la sociedad siempre esté enterada de lo que ocurre a su alrededor”. Si se define como oficio o profesión es porque puede ser cualquiera de las dos, ya que, anteriormente, para ser periodista no era necesario estudiar una carrera universitaria, y aunque en la actualidad esto sucede en muchos casos, hoy en día en muchas universidades existe la carrera de comunicación social, en donde, además de estudiarse las bases del periodismo, se enseña todo lo concerniente a los medios de comunicación.

No obstante, es importante tener en cuenta que para hacer un excelente periodismo no basta con estudiar comunicación social, pues se necesita práctica, mucho trabajo y, sobre todo, mucha pasión y amor por lo que se está haciendo, pues si bien es cierto que conseguir una noticia puede ser relativamente sencillo, la dificultad que implica el oficio del periodismo reside en darle un adecuado manejo, en saber cómo comunicarla, cuándo y en dónde.

Debemos recalcar que el periodismo como lo informan estas dos páginas especialistas en esta área busca siempre información veraz y oportuna, para de esta manera informar a la sociedad de los acontecimientos que se suscitan en su diario vivir.

El trabajo periodístico

Como es de conocimiento general el trabajo periodístico en el Ecuador no ha sido bien remunerado y sus condiciones han sido deficientes.

Constantemente se escuchan quejas de los periodistas sobre sus bajos salarios, las horas extras que realizan, los turnos en fines de semana, etc.

De acuerdo a una investigación de la Agencia de noticias Andes en junio de 2013 que recoge los testimonios de algunos periodistas que han sido víctimas de esa situación. Sin embargo esta situación ha cambiado en los últimos años, ya que en enero de 2013 el gobierno nacional reestructura la tabla laboral que incluye a periodistas, incrementando su salario mínimo y clasificándolos en cuatro grupos: directores de noticias, profesional con título de periodista, profesional sin título de periodista y periodista sin título (bachiller), adicionalmente de regularon los puestos de trabajo de otras sectores relacionados al periodismo y la comunicación como: comentaristas informativos, deportivos de prensa, camarógrafos e investigadores de la comunicación social.

Otro punto importante es la aprobación de una Ley de Comunicación que en su Art. 42 señala que la profesionalización es un requisito fundamental para ejercer el trabajo periodístico, tanto en los medios de comunicación como en las instituciones públicas y privadas.

Es importante destacar las nuevas políticas en el ámbito de la educación del actual gobierno del presidente Rafael Correa Delgado, porque están ayudando a la capacitación de preparación acorde a cada profesional y más aún a los comunicadores sociales que son quienes a través de los diferentes medios de comunicación, informan y guían a la sociedad.

Riesgos de la profesión

La carrera de periodista trae consigo un sinnúmero de riesgos profesionales tales como: riesgos físicos, psicológicos y emocionales.

Además se pueden identificar algunos tipos de violencia como: física (golpes, empleo de la fuerza física, etc.), verbal (amenazas, insultos, agresiones e intimidaciones) al momento de realizar su labor

Periodística.

El trabajo periodístico es un trabajo a presión, es común observar en las salas de redacción o en las direcciones de comunicación a periodistas quejándose por la carga laboral, por dolores de cabeza, dolores musculares y mal humor.

Así mismo los periodistas están expuestos a otros riesgos propios de la profesión, aquí se pueden identificar a los fenómenos de la naturaleza que pueden afectar su integridad física y emocional.

Un factor frecuente también es el hecho de que los periodistas revelan datos que afectan a los grupos de poder, consecuencia de ellos es que los periodistas reciben amenazas, incluso sus familias son amenazadas, intimidadas, estas situaciones pueden generar en el periodista un tipo de estrés laboral y por ello su productividad o desempeño laboral se ve disminuido.

CAPITULO II

LA INSERCIÓN LABORAL

¿Qué es la Inserción Laboral?

“Tokar, D. & Fischer, A. & Subich, L. (1997)” expresan que la inserción laboral “es el procedimiento mediante el cual las personas se incorporan al mundo laboral, este proceso de transición conlleva un conjunto de acciones efectivas encaminadas en conseguir un empleo y consolidarse en el mismo,

resultando de esto una relación de dependencia laboral y autosuficiencia económica”.

En países desarrollados existen proyectos que ayudan a los estudiantes con talleres de capacitación y con bolsa de empleos, incluso existen los llamados itinerarios personalizados de inserción laboral, cuyo propósito es de conseguir que las personas consigan un empleo y también se preocupan por mejorar su calidad de vida.

Situación para nada parecida a la nuestra en donde los graduados de comunicación social, deben desempeñar otros cargos por falta de oportunidades laborales en su área. Esperamos que en un futuro no muy lejano el panorama cambie para los jóvenes y los graduados puedan lograr una inserción laboral apropiada, y en óptimas condiciones.

Proceso de Inserción

“Cárdenas, S (2002)”, dice que “El proceso de inserción laboral de un graduado, inicia cuando realiza sus prácticas pre-profesionales que les permiten poner en práctica los conocimientos adquiridos en su etapa estudiantil, y les brinda la oportunidad de acumular experiencias verdaderas gracias al contacto con la realidad”.

En muchos casos el realizar estas prácticas pre-profesionales constituye una oportunidad para la obtención de un primer empleo.

La inserción laboral en nuestro país está definida a dos sectores: el público y el privado, en el **sector público** se presentan los siguientes casos: hay escases de oferta laboral o porque la existente ya está cubierta, inclusive por profesionales de otras áreas.

Por el contrario en el **sector privado** existe muy poca demanda específicamente de Comunicadores Sociales, ya que tampoco hay gran cantidad de fábricas o empresas en nuestra ciudad y provincia, lo que limita la inserción laboral de los profesionales y el poco existente es mal remunerada.

Al encontrar un trabajo

Así mismo Cárdenas, S (2002), manifiesta que “Al encontrar un trabajo esta etapa se puede decir que es una de las más complejas en este proceso, debido a la interacción de factores objetivos del mundo del trabajo y la persona activa, en donde se ponen a prueba factores como: inteligencia, los intereses, una apariencia apropiada, la motivación, los atributos personales, aspiraciones salariales, las expectativas profesionales y las aptitudes hacia el trabajo; además de encontrar el empleo es importante que el graduado se adapte rápidamente a este cambio, realizando su intervención en el mismo de acuerdo con las demandas y necesidades del lugar de trabajo, pero sobre todo teniendo la madurez necesaria para adaptar su personalidad a las nuevas disposiciones y manifestarlas en su conducta durante el tiempo que dure su estadía en esa empresa”.

Consolidación en una empresa

Esta es la última etapa en el proceso de inserción laboral, por medio del cual el profesional disfruta de la tan anhelada estabilidad, desde que inicia su actividad laboral; a continuación señalamos algunos aspectos necesarios para alcanzar con éxito esta fase:

- Una verdadera conciencia de la estabilidad laboral y económica, ya que esta es su principal fuente de ingresos.
- El sólido conocimiento que el trabajador pueda ofrecer en su área de trabajo, así como de su aplicación competente.
- La solución prácticamente total del conflicto entre lo obtenido y lo esperado, conjuntamente con la culminación de las expectativas de acuerdo a la profesión.
- El tiempo de dedicación que se destine a la organización, que puede tomar desde un mes, varios años o no darse nunca.
- El adecuado desempeño en la ejecución del trabajo.

Cárdenas, S (2002). Análisis de las actitudes hacia la búsqueda de empleo: un estudio longitudinal con universitarios de Alcalá de Henares. Además Cárdenas, S (2002), concluye que “la consolidación en una empresa se define principalmente por la forma de situarse definitivamente en una institución”.

Si la persona se siente satisfecha con los objetivos alcanzados, tanto en el ámbito profesional como personal, debe además presentar una destacada actuación en el espacio público institucional, para lograr una consolidación integral al adaptarse con su entorno social.

g. METODOS

DEDUCTIVO:

Es aquel que parte de datos generales aceptados como válidos para llegar a una conclusión de tipo particular. Este método mantiene una mutua correspondencia debido a que el proyecto parte circunstancialmente del estudio sistemático de las manifestaciones o de las causas y efectos del problema u objetos de estudio, a fin de llegar a establecer proposiciones hipotéticas de carácter general para llegar a las conclusiones generales del problema.

INDUCTIVO:

Es aquel que parte de los datos particulares para llegar a conclusiones generales. Aplicando en este método servirá para la recopilación de información sobre el ambiente interno de la empresa. También lo utilizaremos como forma de razonamiento al momento de realizar la

Revisión de Literatura.

ANALÍTICO:

Es de mucha importancia misma que permitirá clasificar de manera sintetizada en forma de redacción sobre la información captada sobre la base de la investigación documental motivo de análisis, para así poder entenderla y describirla, utilizando juicios de valor y la exposición personal.

HISTÓRICO:

El método histórico o la metodología de la historia es la forma de método científico específico de la historia como ciencia social. Comprende las metodologías, las técnicas y las directrices mediante las cuales los historiadores usan fuentes primarias y otras evidencias históricas en su investigación

Este método servirá para recopilar datos históricos y con estos elaborar la reseña histórica de la carrera de Comunicación Social y su evolución en el transcurso del tiempo que tiene establecida.

El presente trabajo de investigación surge de la necesidad de conocer la realidad de los graduados de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, en relación a la inserción laboral.

Método análisis y síntesis.

Participantes

Los participantes de esta investigación son los ex alumnos de la carrera de Comunicación Social de la modalidad presencial de la Universidad Nacional de Loja en el período 2013-2014.

POBLACIÓN Y MUESTRA

La población está conformada por la totalidad de los graduados, en el año 2013 un total de 7 y 23 graduados en el año 2014, además de los estudiantes de octavo año de la carrera de comunicación social de la modalidad presencial

CUADRO N°11

POBLACIÓN	GRADUADOS
GRADUADOS 2013	7
GRADUADOS 2014	23
TOTAL	30

Fuente: Secretaría de la carrera de Comunicación Social de la U.N.L (años 2013-2014)
Elaborado por: Sara Patricia Moncada Ferie

Estrategias

Para la obtención de datos es necesario solicitar a la Carrera de Comunicación Social, una base de datos con: números de teléfono, correos electrónicos, dirección domiciliaria, dirección de trabajo de los graduados de la carrera y en el periodo mencionados.

Se utilizarán las siguientes técnicas:

- **Encuestas:** Que se aplicara a los graduados y a los estudiantes de octavo año de la carrera de Comunicación Social de la modalidad presencial.
- **Entrevista personal:** Esta actividad se cumplirá asistiendo al lugar de trabajo de la coordinadora de la Carrera de Comunicación Social Modalidad Presencial.
- **Entrevista telefónica:** La entrevista se la deberá realizar en aquellos casos que los estudiantes se encuentren residiendo fuera de la ciudad de Loja.

Elaboración del cuestionario de la entrevista

En primera instancia se elaborará una entrevista modelo, para verificar la pertinencia de las preguntas que se realizarán, caso contrario se realizarán los ajustes correspondientes, a fin de que el instrumento nos brinde la oportunidad de obtener datos de forma fidedigna.

h. CRONOGRAMA

		MARZO - DICIEMBRE 2015											
Nº	Fecha	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero
	Actividad	1234	1234	1234	1234	1234	1234	1234	1234	1234	1234	1234	1234
1	Presentación y del proyecto												
2	Realización de las entrevistas												
3	Análisis situacional												
4	Determinación de objetivos y perfiles estratégicos												
5	Conclusiones y recomendaciones												
6	Levantamiento final del texto												
7	Revisión del borrador												
8	Presentación final de la tesis												
9	Aprobación de la tesis												
10	Sustentación de la tesis												
11	Defensa publica de la tesis												

i. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación la aspirante al grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social deberá aportar con la cantidad de **1.088,06** cuyo valor será financiado por cuenta propia para la realización del trabajo de investigación.

PRESUPUESTO

RECURSOS	DESCRIPCIÓN	COSTOS
Materiales	Suministros de oficina	
	Resmas de papel bond	12.00
	Cartucho de tinta	25.00
	Copias	10.00
	Otros útiles de oficina: esferográficos, cds.	14.00
	Suministros tecnológicos	
	Laptop	800.00
	Impresora Cannon	60.00
	Grabadora de periodista	80.00
	Pendrive	15.00
Servicio	Internet	22.00
	Transporte	30.00
	SUBTOTAL	1068.00
	2% IMPREVISTOS	20.06
	TOTAL	1088,06

j. FINANCIAMIENTO:

El financiamiento de este trabajo de investigación será cubierto en su totalidad por la estudiante.

k. BIBLIOGRAFÍA

- Tokar, D. & Fischer, A. & Subich, L. (1997) Personality and Vocational Behavior: a selective review of the literature.
- Cárdenas, S (2002). Análisis de las actitudes hacia la búsqueda de empleo: un estudio longitudinal con universitarios de Alcalá de Henares.
- Master en Comunicación (2000), Editorial Océano, Barcelona.
- Corrales, O. Situación laboral de los periodistas egresados de la U. Chile (1993 - 2003). Cuadernos de trabajo ICEI, Santiago (2006).
- Elliott, P. **Sociología de las profesiones**. Madrid, Taurus (1974).
- Aguirre, J. El perfil ocupacional de los periodistas de Caracas. Temas de Comunicación, Serie AYAKUA n°1, UCAB, Caracas (1992).

WEBGRAFÍA

AGENCIA ANDES. Precarización laboral: una realidad que los periodistas temen expresar. . [en línea]. [citado 08 julio 2013].

Disponible en: <http://bit.ly/1i88Tk3>

La Universidad Nacional del centro de la provincia de Buenos Aires, pá.web

<https://inventariacomunicacionsocial.wordpress.com/2012/03/31/que-es-la-comunicacion-social/>

<://es.catholic.net/op/articulos/50185/cat/160/que-es-el-periodismo.html>

Anexo N°2.- Modelo de encuesta que se aplicará a los graduados de Comunicación Social.



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Encuesta a los graduados de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja periodo 2013-2014.

Estimado/a, solicito su atención contestando la presente encuesta. Dicho trabajo tiene como finalidad conocer levantar información que me servirá para la elaboración de mi tesis para optar por el título de Licenciada en Comunicación Social.

PREGUNTAS:

1. ¿Año en que se graduó?

2013 ()

2014 ()

2. ¿Está empleado actualmente?

Sí ()

No ()

3. ¿Comenzó a trabajar apenas se graduó de la carrera de Comunicación Social?

- Sí ()
- No ()
- Ya Trabajabas ()
- Otro ()

4. ¿Considera que los conocimientos recibidos en la Universidad le sirven para su buen desempeño laboral?

- Sí ()
- No ()
- Un poco ()

5. ¿Trabaja en el área que se graduó?

- Sí ()
- No ()

6. ¿Cambiaron sus perspectivas de la carrera mientras estudiaba?

- Sí ()
- No ()
- Un poco ()

7. ¿Cuándo se graduó la Universidad le ayudo a conseguir trabajo?

- Sí ()
- No ()

8. ¿Le gustaría que la Universidad ayude a los nuevos graduados a tener una inserción laboral?

- Sí ()
- No ()

9. ¿Qué le sugiere a su Universidad para que pueda ayudar a los graduados a su inserción laboral?

Elija una opción:

- Bolsa de empleo ()
- Convenio con empresas ()
- Otros ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3.- Modelo de entrevista a la Coordinadora



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**ENTREVISTA A LA COORDINADORA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL MODALIDAD PRESENCIAL.**

Estimada, solicito su atención contestando la presente entrevista. Dicho trabajo tiene como finalidad conocer levantar información que me servirá para la elaboración de mi tesis para optar por el título de Licenciada en Comunicación Social.

CUESTIONARIO:

1. ¿Han pensado en ayudar a los graduados de esta carrera a su inserción laboral?

.....
.....

2. ¿Tienen preparado un plan a corto plazo?

.....
.....

3. ¿Les gustaría apoyar a los graduados de esta carrera a la inserción laboral?

.....
.....

4. ¿De qué manera lo harían para insertar laboralmente a los graduados de Comunicación Social?

.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N°4.- Modelo de Entrevista



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

ENTREVISTA AL LCDO. RAMIRO CUEVA GERENTE DE ECOTEL TV.

Estimado, solicito su atención contestando la presente entrevista. Dicho trabajo tiene como finalidad conocer levantar información que me servirá para la elaboración de mi tesis para optar por el título de Licenciada en Comunicación Social.

CUESTIONARIO:

1. ¿Cómo ve Ud. La situación laboral de los comunicadores sociales en la actualidad?

.....
.....

2. ¿Considera que los recién graduados de periodismo están bien preparados para trabajar en un medio de comunicación?

.....
.....

3. ¿Cree Ud. Que la nueva Ley de Comunicación afecta en el desarrollo profesional del periodismo?

.....
.....

4. ¿De qué manera se puede ayudar a los periodistas recién graduados a insertarse al ámbito laboral?

.....
.....

5. ¿Estaría Ud. Dispuesto hacer un convenio con la Universidad Nacional de Loja para crear una bolsa de empleo para insertar a los graduados de periodismo?

.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N°5.- Lista de los graduados en el año 2013-2014

	
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN SECRETARÍA GENERAL	
GRADUADOS 2014	
ACTA DE GRADO Nro. 051	
ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA	
Correspondiente a/la señor/ta /a Bachiller: FLORES ALVARADO ÁNGEL GEOVANNY.	
ACTA DE GRADO Nro. 052	
ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA	
Correspondiente a/la señor/ta /a Bachiller: YAGUACHI MAZA CARLOS ALBERTO.	
ACTA DE GRADO Nro. 053	
ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA	
Correspondiente a/la señor/ta /a Bachiller: ORDOÑEZ ALVARADO TANIA ELIZABETH.	
ACTA DE GRADO Nro. 063	
ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN EDUCACIÓN MUSICAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.	
Correspondiente a/la señor/ta /a Bachiller: JAPON GUAMAN CLAUDIO EMILIO.	
ACTA DE GRADO Nro. 079	
ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA	
Correspondiente a/la señor/ta /a Bachiller: CARRION RIVERA FABIAN RODRIGO.	
<small>Ciudad Universitaria "Guillermo Falconi Espinosa" Tel. 2565614-2565558 Email: secret@unl.edu.ec Loja Ecuador</small>	

Graduados de Comunicación Social de la U.N.L año 2014



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
SECRETARÍA GENERAL

ACTA DE GRADO Nro. 105

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Correspondiente a/la señor/ta/a Bachiller: ARMIJO GUAYLLA CECILIA ELIZABETH.

ACTA DE GRADO Nro. 106

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Correspondiente a/la señor/ta/a Bachiller: GORDÓN BAILÓN RENATO FABRICIO.

ACTA DE GRADO Nro. 115

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Correspondiente a/la señor/ta/a Bachiller: CELI TAMAY JOE GABRIEL.

ACTA DE GRADO Nro. 152

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Correspondiente a/la señor/ta/a Bachiller: PONTÓN BENAVIDE XIMENA ELIZABETH.

ACTA DE GRADO Nro. 184

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Correspondiente a/la señor/ta/a Bachiller: DÍAZ GONZÁLEZ AMANDA MARYBEL.

ACTA DE GRADO Nro. 191

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
SECRETARÍA GENERAL

EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Correspondiente a/la señor/ta/a Bachiller: BANEGAS MOROCHO WILMER MANUEL.

ACTA DE GRADO Nro. 220

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Correspondiente a/la señor/ta/a Bachiller: GONZAGA JIMÉNEZ ANA LILIANA.

ACTA DE GRADO Nro. 242

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Correspondiente a/la señor/ta/a Bachiller: SUÁREZ MELGAR ANDREA IVONNE.

ACTA DE GRADO Nro. 250

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Correspondiente a/la señor/ta/a Bachiller: SIGCHO ABRIGO JULIO ALFREDO.

ACTA DE GRADO Nro. 253

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Correspondiente a/la señor/ta/a Bachiller: VÁSQUEZ ALEJANDRO CRISTIAN LEONARDO.

ACTA DE GRADO Nro. 255

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
SECRETARÍA GENERAL

Correspondiente a/la señor/ta Bachiller: PULLAGUARI SUÁREZ EDGAR GEOVANNY.

ACTA DE GRADO Nro. 261

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Correspondiente a/la señor/ta Bachiller: CUEVA CUEVA DEICY LETICIA.

ACTA DE GRADO Nro. 264

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Correspondiente a/la señor/ta Bachiller: APOLO FEIJOO MARÍA FERNANDA.

ACTA DE GRADO Nro. 269

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Correspondiente a/la señor/ta Bachiller: CALVA SARANGO KAREN ELIZABETH.

ACTA DE GRADO Nro. 272

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Correspondiente a/la señor/ta Bachiller: ESTUPIÑÁN MERCADO LUIS ALFONSO.

ACTA DE GRADO Nro. 278

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Correspondiente a/la señor/ta Bachiller: CUENCA LUDEÑA MÓNICA VANE SA.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
SECRETARÍA GENERAL

ACTA DE GRADO Nro. 299

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

Correspondiente a la señorita/a Bachiller: LOAIZA LIMA EDUARDO VICENTE.

ACTA DE GRADO Nro. 314

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

Correspondiente a la señorita/a Bachiller: JIMA SOLANO YE 88ENIA ELIZABETH.

GRADUADOS DEL AÑO 2013

ACTA DE GRADO Nro. 047

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

Correspondiente a la señorita/a Bachiller: GUAZHA MEDINA JORGE VINICIO.

ACTA DE GRADO Nro. 051

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

Correspondiente a la señorita/a Bachiller: JUMBO CABRERA GABRIELA MARIA.

ACTA DE GRADO Nro. 086

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

Correspondiente a la señorita/a Bachiller: ORTIZ GUAMAN DIEGO GUSTAVO.



ACTA DE GRADO Nro. 102

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Correspondiente a/la señor/ta Bachiller: NEIRA CALDERON DAVID ALEJANDRO.

ACTA DE GRADO Nro. 121

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Correspondiente a/la señor/ta Bachiller: VELEPUCHA OVACO CLAUDIA JOHANA.

ACTA DE GRADO Nro. 160

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Correspondiente a/la señor/ta Bachiller: RAMON ARIAS WILSON RENE.

ACTA DE GRADO Nro. 162

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL, OTORGADO POR EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Correspondiente a/la señor/ta Bachiller: ALVARADO TORRES SONIA PATRICIA.

Anexo N°6.- Modelo de oficio para realizar la socialización

Loja 02 de Diciembre de 2015.

Dra. Mónica Hinojosa.

**COORDINADORA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**

En su despacho.

De mi especial consideración.

Por medio de la presente quiero hacerle llegar un cordial y atento saludo, a la vez desearle éxitos en las labores que usted prestigiosamente dirige en beneficio de la colectividad universitaria.

El motivo de la misma es con la finalidad de exponerle y solicitar lo siguiente:

Sara Patricia Moncada Ferie, con cédula 1104576556, egresada de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, Modalidad de Estudios a Distancia, le solicito me conceda un espacio de media hora el día Viernes 4 de Diciembre del presente año con los alumnos de 6to módulo, para socializar mi propuesta alternativa denominada una **"BOLSA DE EMPLEO INSTITUCIONAL PARA LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA"** la cual me servirá para la ejecución de mi tesis de grado.

Esperando que mi pedido tenga la favorable acogida, desde ya le anticipo mis más sinceros agradecimientos.

Atentamente.


.....
SARA PATRICIA MONCADA FERIE
C.C. 1104576556

Jueves / 9:00 a 10:30
Viernes 12:00 a 13:00.


2/12/2015

Investigadora: Sara Patricia Moncada Ferie

Investigadora: Sara Patricia Moncada Ferie

Anexo N°7.- Fotos de la carrera de comunicación social de la Universidad Nacional de Loja



Bloque de la carrera de Comunicación Social de la U.N.L
Investigadora: Sara Patricia Moncada Ferie



Entrada a la carrera de Comunicación Social de la U.N.L
Investigadora: Sara Patricia Moncada Ferie

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO	vii
MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS.....	viii
ESQUEMA.....	ix
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
ABSTRACT	3
c. INTRODUCCIÓN.....	4
d. REVISIÓN DE LITERATURA	6
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	28
f. RESULTADOS	31
g. DISCUSIÓN.....	49
h. CONCLUSIONES.....	52
i. RECOMENDACIONES.....	53
• PROPUESTA ALTERNATIVA	
j.- BIBLIOGRAFÍA.....	76
K. ANEXOS.....	79
INDICE.....	113