



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“DIAGNÓSTICO DEL CAMPO LABORAL PARA COMUNICADORES EN LA  
CIUDAD DE LATACUNGA”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de  
Licenciadas en Comunicación Social

**AUTORAS:**

CAISA GAVILEMA EVELYN NATALY

MOLINA MOLINA MAYRA ALEJANDRA

**TUTOR:**

MSc. JUAN PABLO TORO

**Latacunga-Ecuador**

**Febrero 2017**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

Las ideas, conclusiones y recomendaciones vertidas en el presente trabajo, cuyo tema **“DIAGNÓSTICO DEL CAMPO LABORAL PARA COMUNICADORES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”** son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Nosotras, Caisa Gavilema Evelyn Nataly, Molina Molina Mayra Alejandra, declaramos ser autoras del presente proyecto de investigación y eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

.....  
**Caisa Gavilema Evelyn Nataly**

**C.C.: 050426579-4**

.....  
**Molina Molina Mayra Alejandra**

**C.C.: 050347511-3**

## **AVAL DEL DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el título:

**“DIAGNÓSTICO DEL CAMPO LABORAL PARA COMUNICADORES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”** de Caisa Gavilema Evelyn Nataly, Molina Molina Mayra Alejandra, de la carrera de Comunicación Social, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Febrero 2017

-----  
**MSc. Juan Pablo Toro**

**C.C.: 0502344013**

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación; por cuanto, el o los postulantes: Caisa Gavilema Evelyn Nataly y Molina Molina Mayra Alejandra con el título de Proyecto de Investigación: “**DIAGNÓSTICO DEL CAMPO LABORAL PARA COMUNICADORES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA**” han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, Febrero 2017

Para constancia firman:

---

**Lector 1 (Presidente)**

Ms.C. Mullo López  
Alex Hernán  
CC: 050184834-5

---

**Lector 2**

Ms.C. Falconí Suárez  
Franklin Eduardo  
CC: 180245438-7

---

**Lector 3**

Ms.C. Ureña López  
Ricardo Francisco  
CC: 175418169-9

## **AGRADECIMIENTO**

Queremos expresar nuestro agradecimiento total a la Universidad Técnica de Cotopaxi, por el compromiso y la vinculación que tienen con el pueblo, por su arduo trabajo que proporciona a la sociedad profesionales hombres y mujeres comprometidos en cumplir a la sociedad con sus conocimientos.

De igual manera agradecemos a todos los docentes de la carrera de Comunicación Social del Alma Mater de Cotopaxi, por sus conocimientos, valores y virtudes que nos instruyeron día a día en las aulas de clase, saberes que formaron nuestra personalidad y sabiduría profesional, ahora nos comprometemos a retribuir todo esto poniéndolo en práctica responsablemente en beneficio de la sociedad.

Además mostrar nuestro agradecimiento infinito a nuestras familias que fueron ente primordial para lograr grandes metas como esta, padres, hermanos y todos quienes con unas palabras de aliento impulsaron nuestros deseos de superarnos cada vez más en la vida.

Igualmente a nuestros compañeros de clase, por compartir estos años de aprendizaje en la Universidad y con quienes entre risas, pequeñas diferencias y tristeza hemos permanecido juntos apoyándonos y compartiendo momentos amenos.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a una mujer que ha sido el ejemplo y motor en mi vida, mi madre, quien siempre ha estado a mi lado en los momentos más difíciles con un abrazo que reconfortaba totalmente mi alma. A mi familia entera por estar siempre presente apoyando cada una de mis acciones, todos ellos han guiado mi vida por un camino correcto lleno de valores que forjan mi destino.

**Evelyn Caisa**

Dedico este logro a mis Padres que han sido mi pilar fundamental. De igual manera lo dedico a mis hermanas, por la confianza y el apoyo que me han brindado, inculcándome siempre valores como la responsabilidad y la fuerza. A mis bellos ángeles, Arely que desde las alturas guía mis pasos y a Danielito que es el regalo reencarnado de amor y dulzura que dios me pudo obsequiar.

**Mayra Molina**

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

### “DIAGNÓSTICO DEL CAMPO LABORAL PARA COMUNICADORES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”

**Autoras: Caisa Gavilema Evelyn Nataly**

**Molina Molina Mayra Alejandra**

#### RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene por objetivo conocer las oportunidades de trabajo del Comunicador Social en la ciudad de Latacunga. Según la investigación realizada el 15% de profesionales de la comunicación se encuentran desempleados o laborando en oficios que tiene nula relación con la comunicación, es decir, de: guardias, de asistentes en centros de internet, en plantaciones, entre otros. Los resultados de este estudio responden a la falta de experiencia de los recién titulados, la cual es un limitante al momento de conseguir un empleo en la ciudad de Latacunga. Otros de los aspectos investigados hace referencia la influencia que tienen el nombre de la institución donde se titula un profesional de la comunicación en la búsqueda de puestos laborales, debido a aspectos como la formación académica y categoría en la que se encuentra la Universidad. La investigación aplicada fue de tipo cualitativa - cuantitativa con un método descriptivo, las herramientas utilizadas fueron: entrevistas y encuestas dirigidas a los dueños y representantes de los medios de comunicación e instituciones públicas, a los egresados de la carrera y empleados empíricos que laboran en los medios locales. Por tal razón se considera importante realizar este estudio para diagnosticar las probabilidades que tienen un comunicador al egresar de la carrera de Comunicación Social en Latacunga.

**Palabras clave:** Campo laboral, perfil profesional del comunicador, desempleo en comunicación, falta de experiencia, medios de comunicación.

**COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY**

**FACULTY OF HUMAN SCIENCES AND EDUCATION**

**“DIAGNOSIS OF THE LABOR FIELD FOR COMMUNICATORS IN THE  
CITY OF LATACUNGA”**

**Authors: Caisa Gavilema Evelyn Nataly**

**Molina Molina Mayra Alejandra**

**ABSTRACT**

The present research project has as objective to know the work opportunities of the Social Communicator in the city of Latacunga. According to the research conducted, 15% of communication professionals are unemployed or working in trades that have no relationship with communication, that is to say, of: guards, clerk at internet cafe, in flower grooming, among others. The results of this study show to the lack of experience in just graduated students, which is a limitation where getting employment in the city of Latacunga. Other aspects on investigation, refers to the influence of the name of the institution where graduates as professional in communication in the search of job positions is called, due to aspects such as the academic formation and category in which the University is located. The applied research was of qualitative - quantitative type with a descriptive method, the tools used were: interviews and surveys directed to the owners and representatives of the media and public institutions, career graduates and empirical employees working in the Local media. For this reason, it is a very important factor to carry out this study in order to diagnose the probabilities that a communicator has to get a degree in the Social Communication career in Latacunga city.

**Keywords:** Labor field, professional profile of the communicator, unemployment in communication, lack of experience, media.

## **AVAL DE TRADUCCIÓN**

En calidad de Docente de Inglés de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por las señoritas Egresadas de la Carrera de Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación: EVELYN NATALY CAISA GAVILEMA y MAYRA ALEJANDRA MOLINA MOLINA, cuyo título versa “DIAGNÓSTICO DEL CAMPO LABORAL PARA COMUNICADORES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a las peticionarias hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, febrero de 2017

Atentamente,

.....

Lic. Jose Ignacio Andrade

**DOCENTE DE INGLES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**C.C. 0503101040**

## ÍNDICE

|   |      |
|---|------|
| Contenido   |      |
| <b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA</b> .....   | ii   |
| <b>AVAL DEL DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN</b> .....                                 | iii  |
| <b>APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN</b> .....  | iv   |
| <b>AGRADECIMIENTO</b> .....   | v    |
| <b>DEDICATORIA</b> .....  | vi   |
| <b>RESUMEN</b> .....  | vii  |
| <b>ABSTRACT</b> .....   | viii |
| <b>1.- INFORMACIÓN GENERAL</b> .....  | 1    |
| <b>2.- DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO</b> .....   | 3    |
| <b>3.- JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO</b> .....   | 4    |
| <b>4.- BENEFICIARIOS DEL PROYECTO</b> .....   | 6    |
| <b>5.- PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....  | 6    |
| <b>6.- OBJETIVOS</b> .....  | 7    |
| <b>Objetivo General</b> .....   | 7    |
| <b>Objetivos Específicos</b> .....  | 7    |
| <b>7.- ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS<br/>OBJETIVOS PLANTEADOS</b> ..... | 7    |
| <b>8.- FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA</b> .....  | 9    |
| <b>8.1.- Categorías fundamentales</b> .....   | 9    |
| <b>Campo laboral</b> .....  | 10   |
| <b>Comunicación Social</b> .....  | 12   |
| <b>Perfil profesional</b> .....   | 17   |
| <b>Medios de comunicación</b> .....   | 21   |
| <b>Tipos de empleadores</b> .....   | 22   |
| <b>Egresados de Comunicación Social</b> .....   | 25   |
| <b>9.- VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS</b> .....                        | 26   |
| <b>10. - METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL</b> .....  | 26   |
| <b>11.- ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS</b> .....                                    | 28   |
| <b>12.- IMPACTOS TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS</b> : 55                      |      |
| <b>13.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....  | 55   |
|   | x    |
| <b>Conclusiones</b> .....   | 55   |
| <b>Recomendaciones</b> .....  | 56   |

|                               |           |
|-------------------------------|-----------|
| <b>14.- BIBLIOGRAFÍA.....</b> | <b>57</b> |
| <b>15.- ANEXOS.....</b>       | <b>61</b> |

## **1.- INFORMACIÓN GENERAL**

### **Título del proyecto:**

Diagnóstico del campo laboral para comunicadores en la ciudad de Latacunga

### **Fecha de inicio:**

4 de abril de 2016

### **Fecha de finalización**

15 de Agosto de 2016

### **Lugar de ejecución:**

Provincia de Cotopaxi / cantón Latacunga

### **Unidad Académica que auspicia**

Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas

### **Carrera que auspicia:**

Comunicación Social

### **Equipo de Trabajo:**

MSc. Juan Pablo Toro

Caisa Gavilema Evelyn Nataly

Molina Molina Mayra Alejandra

### **Coordinador del Proyecto**

**Nombre:** Evelyn Caisa

**Teléfono:** 0987580414

**Correo:** naty16cami@gmail.com

### **Coordinador del Proyecto 2**

**Nombre:** Mayra Molina

**Teléfono:** 0992950513

**Correo:** molinamolnamayral@hotmail.com

### **Área de conocimiento**

El presente proyecto se vincula a la rama de Comunicación Social debido a que se estudiarán las oportunidades laborales para los profesionales especializados en esta carrera, dentro de la ciudad de Latacunga.

### **Línea de investigación**

- **Educación y comunicación para el desarrollo humano y social**

Dentro de las líneas de investigación de la Universidad Técnica de Cotopaxi, la presente investigación se acopla al número nueve, pues está relacionada al estudio sobre los aspectos educativos y el campo laboral que se presenta para los estudiantes de comunicación social.

9.- El objetivo de esta línea es promover investigaciones relacionadas con el ámbito educativo y de la comunicación en todos sus niveles, aspectos y epistemologías, orientadas a solucionar los problemas a los que se enfrenta la comunidad educativa y social en general (docentes, estudiantes y ciudadanía) y que repercutan en la transformación e innovación de espacios e instituciones para la mejora de la calidad de vida de la población.

### **Sub líneas de investigación de la carrera:**

El presente estudio está designada para la carrera de Comunicación Social con la sub-línea “Comunicación y grupos sociales vulnerables”.

## **2.- DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

La presente investigación, realiza el “Diagnóstico del campo laboral para comunicadores en la ciudad de Latacunga”, de los cuales se pudo determinar que la Universidad Central del Ecuador y la Universidad Estatal de Guayaquil fueron pioneras en la preparación de profesionales en comunicación social en el país. Constando de esta manera en el listado de las instituciones más antiguas de América Latina según menciona la autora María Isabel Punín Larrea en su estudio realizado en el 2012.

En base al estudio desarrollado, se conoce cómo se encuentran las oportunidades de trabajo para los profesionales de la Comunicación en la ciudad de Latacunga. Debido a que se ha evidenciado un gran número de comunicadores sociales que actualmente están desempleados o trabajando en áreas que no tiene relación alguna con su profesión.

Mediante la información recopilada se pudo estudiar que las oportunidades laborales en la ciudad de Latacunga son escasas, principalmente por el aspecto económico. Así lo afirma, Fernando Gutiérrez “otra de las razones por la que los comunicadores no se sienten satisfechos con sus ingresos es debido a que no existe una regulación respecto a los horarios, sueldos o ingresos por el ejercicio de la profesión” (Gutiérrez, 2010, pág.8).

A ello, se suma el poco interés que ponen los estudiantes a su formación académica al conocer que en algunos casos existe baja remuneración laboral, interfiriendo en sus estudios u ocasionando un cambio de carrera, en ciertos casos quienes la culminan deben emplearse en otros trabajos pues sus ingresos económicos son más altos que los de un comunicador social.

La dificultad que se presentó fue localizar a los dueños de los medios de comunicación y directores o encargados de diversas instituciones públicas de la ciudad de Latacunga, a pesar de esto se consiguió obtener información proporcionada por la mayoría de estos empleadores y gracias a su aporte podemos resolver varias hipótesis que se plantean en nuestro proyecto.

Para el desarrollo del proyecto, hemos realizado como primera fase la elección del tema que identifica un problema social a estudiar, en esta etapa se trabajó con la línea de investigación descriptiva que nos permitió identificar factores que inciden en el campo laboral para comunicadores en la ciudad de Latacunga.

En la segunda fase, la planificación de la información recopilada fue elemental y relevante con las herramientas que ayudaron a ejecutar las acciones planteadas, como la verificación de los datos. A continuación, se efectuó la interpretación y análisis de resultados obtenidos para posteriormente acoparle a nuestro proyecto, garantizando la confiabilidad de la información.

### **3.- JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

El presente trabajo se realizó por la importancia que tiene el campo laboral para los comunicadores, al ser un tema que afecta principalmente a los trabajadores y titulados de la carrera de comunicación social, además la escasez de medios en la ciudad de Latacunga es evidente.

Según los autores Martínez Manuel y Suarez David mencionan que: en América Latina y el Caribe, según datos de la Organización Internacional del Trabajo, el desempleo de los jóvenes de 15 a 24 años aumentó en ese período de 12.4% a 16.6%, triplicando la tasa correspondiente a los adultos, con lo cual prácticamente la mitad de los desempleados de la región son jóvenes. Destaca la gravedad del problema en el caso de las mujeres jóvenes cuya tasa de desempleo a nivel regional alcanzó el 20.8%, un nivel significativo más alto que en el caso de los hombres (14.0%). Pero no solamente en los desempleados se refleja los graves problemas de inserción laboral juvenil. (Martínez & Suarez, 2012, págs. 12-13)

Como se menciona en el texto, el índice de desempleados se ha incrementado en la población joven en relación a la adulta, sobre esto recalca que las mujeres son quienes más se encuentran sumidas en este problema, los hombres igualmente se ven afectados con un 14.0% pero, como se observa en un menor porcentaje.

Miriam Caicedo menciona que:

Los comunicadores no se sienten satisfechos con sus ingresos es debido a que no existe una regulación respecto a los honorarios, sueldo o ingresos por el ejercicio de la profesión. Se debe considerar que por lo menos el 33% de los comunicadores están trabajando en más de un lugar. (Caicedo, 2012 , pág. 14)

Como da a conocer la autora son varias las causa por las que un comunicador deja de apasionarse por su carrera, quienes por la necesidad buscan más de una fuente de ingresos para poder sustentar sus necesidades, además alude que el 59,77 % de los comunicadores consideran que es valorada la carrera de comunicación, siendo la prensa el origen de esta valoración. Los profesionales consideran que los medios de comunicación han desacreditado a la comunicación en un 8,46%, según datos manifestados por Miriam Caicedo autora de la investigación “Evaluación de las principales fuentes de trabajo para los estudiantes graduados de la FACSO, para la creación de una bolsa laboral”.

Por lo expuesto anteriormente, es importante realizar una investigación que permita conocer el campo laboral de los comunicadores sociales e identificar las diversas áreas en las que un profesional de la comunicación social se puede desempeñar.

Es necesario conocer las exigencias de los medios e instituciones donde pueden emplearse los comunicadores sociales, lo que podrá ampliar los conocimientos de los profesionales y podrán optar por especializarse en alguna área si es que así lo decidieran. Este diagnóstico se realizó con el aporte de los dueños o gerentes de los medios de comunicación, egresados en la carrera de la Universidad Técnica de Cotopaxi y trabajadores de los medios de comunicación titulados y no titulados, con el fin de saber si existe o no fuentes de empleo en la ciudad para un comunicador social y que problemáticas se encuentran en la búsqueda de una vacante laboral.

Este problema se ha venido presentando tiempo atrás, lo que hace pensar acerca del por qué no se le ha dado la debida importancia al no existir estudios sobre el tema, ya que cada vez muchos comunicadores se profesionalizan en un solo ámbito y la profesión demanda de más amplitud.

#### **4.- BENEFICIARIOS DEL PROYECTO**

Los beneficiarios directos de este proyecto investigativo son los profesionales recién graduados de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Como beneficiarios indirectos están aproximadamente 15 dueños o representantes de los medios de comunicación y 4 instituciones públicas y privadas.

#### **5.- PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

El tema “Diagnostico del campo laboral para comunicadores en la ciudad de Latacunga” se considera una problemática, porque no existen indicadores que permitan identificar la población de estudiantes inmersos en el eje profesional. A lo anterior se suma que presuntamente la Universidad Técnica de Cotopaxi es desacreditada por instituciones educativas y por medios comunicacionales de Latacunga. Este estudio determinó que el 13% de los medios de comunicación e instituciones públicas y privadas no han contado con estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC) en el ejercicio de las prácticas pre - profesionales.

Dentro de la formación académica de la UTC aparentemente se presenta una problemática en los conocimientos que se imparten en la malla curricular en cuanto a los resultados que generan. Sobre el tema de investigación no se han realizado trabajos iguales en la ciudad de Latacunga, esto hace que sea más que importante ya que se desconoce este problema social.

El mercado laboral para comunicadores sociales es escaso por lo tanto no es posible contratar profesionales titulados. Todo lo mencionado genera desconcierto en quienes aún se encuentran formándose en esta carrera, pues se desalientan al escuchar que egresados no consiguen un trabajo y deciden emplearse en cualquier trabajo que les genere algún ingreso económico.

Para los estudiantes de la carrera de Comunicación Social es un tema que inquieta, pues se reconoce que además de sentir amor y gusto por informar también se busca obtener un título en esta área que pueda servir de sustento en un futuro, una profesión que otorgue la capacidad de mantenernos económicamente, y al notar

todos estos inconvenientes que han padecido y continúan padeciendo los profesionales, hace decaer a quienes están por graduarse y aquellos que continúan preparándose para enfrentar el mundo profesional.

## 6.- OBJETIVOS

### Objetivo General:

- Identificar el campo laboral en el que se desenvuelve el profesional de la comunicación social en la ciudad de Latacunga.

### Objetivos Específicos:

- Realizar el análisis sistemático de literatura para conocer el estado situacional del problema objeto de estudio.
- Conocer las experiencias de los graduados en la Carrera de Comunicación Social en la Universidad Técnica de Cotopaxi en la búsqueda de puestos laborales.
- Investigar si influye o no el nombre de la Universidad donde se titula el profesional de Comunicación Social a la hora de buscar un trabajo en su área de estudio.

## 7.- ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

| Objetivo 1  | Actividad  | Resultado de la actividad | Descripción de la metodología por actividad  |
|---|--|---------------------------|--|
| Realizar el análisis sistemático de literatura para conocer el estado situacional del problema objeto de estudio. | <p>Recopilar información en diferentes revistas científicas, libros, artículos científicos, tesis entre otras fuentes de conocimientos adecuados.</p> <p>Análisis de la información compilada.</p> | Marco teórico             | El método analítico fue el aplicado en esta actividad, pues se seleccionó datos de diversas fuentes. |

| <b>Objetivo 2</b>   | <b>Actividad</b>  | <b>Resultado de la actividad</b>   | <b>Descripción de la metodología por actividad</b>  |
|---|---|--|---|
| Conocer las experiencias de los graduados en la Carrera de Comunicación Social en la Universidad Técnica de Cotopaxi en la búsqueda de puestos laborales. | <p>Contactar a los egresados de la Universidad Técnica de Cotopaxi.</p> <p>Entrevistar a los egresados de la Universidad Técnica de Cotopaxi.</p> | <p>Se consiguió datos de los profesionales que ayudará a poder ejecutar una entrevista personal, como lugar donde viven.</p> <p>Se conoció que muchos de ellos han tenido malas experiencias al tratar de encontrar trabajo.</p> <p>Análisis de resultados</p> | <p>Se utilizaron las redes sociales para encontrar a los profesionales de la comunicación, quienes después de explicarles el objetivo del trabajo y mediante mensajes de texto se coordinaron los lugares y fechas para realizarles la entrevista.</p> <p>Se utilizó el método de la entrevista a profundidad, para obtener datos de experiencias y vivencias al momento que los entrevistados acudieron en busca de un empleo.</p> |

| <b>Objetivo 3</b>   | <b>Actividad</b>  | <b>Resultado de la actividad</b>   | <b>Descripción de la metodología por actividad</b>  |
|---|---|--|---|
| Investigar cómo influye el nombre de la Universidad donde se titula el profesional de Comunicación Social a la hora de buscar un trabajo en su área de estudio. | Realizar una encuesta a los medios de comunicación e instituciones públicas y privadas. | Se determinó que casi la mitad de los dueños y representantes de medios de comunicación e instituciones consideran que si influye el nivel de educación que se | Se realizó el método de la encuesta realizadas a los medios de comunicación e instituciones públicas y privadas de la |

|  |  |   |                      |
|--|--|---|----------------------|
|  | Tabulación de datos.<br>Análisis de resultados | recibe en cada universidad, mientras que otro porcentaje encuestado menciona que no tiene nada que ver el nombre de la institución donde se titula el profesional sino la experiencia que tengan al generar productos comunicacionales. | ciudad de Latacunga. |
|--|--|---|----------------------|

## 8.- FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA

### Variable Independiente

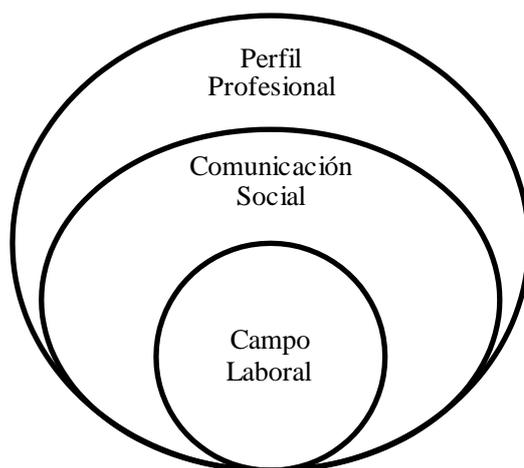
Campo Laboral

### Variable Dependiente

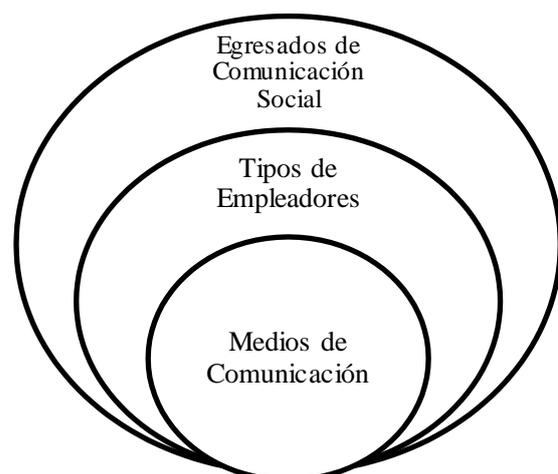
Medios de Comunicación

### 8.1.- Categorías fundamentales

#### Independiente



#### Dependiente



## **Campo laboral**

Existen muchas áreas donde un profesional de la comunicación se puede desempeñar dependiendo del país donde se encuentren, este campo laboral se ha cambiado con el paso de los años y es de gran importancia que se conozca a profundidad en que consiste esta labor. Arroyave y Blancor (2005) afirma:

El periodismo ha sido una profesión altamente ponderada a lo largo de la historia. Intelectuales, escritores de gran prestigio y hombres de estado se han expresado en términos altamente elogiosos de lo que se ha denominado el cuarto poder de la sociedad. En las modernas sociedades mediáticas, los periodistas gozan de cierto reconocimiento, ya que su imagen, su voz o sus ideas se vuelven omnipresentes. (p.4)

Como expresa el autor esta profesión tiene un papel muy importante dentro de la sociedad y el mundo entero, considerado como un poder, pues lo que generan en sus trabajos son los que miles de personas leen o captan esa información, más de un poder se lo debe entender también como una enorme responsabilidad, el hecho de informar a toda una colectividad y que muchos de ellos creerán ciegamente en la información que reciben, ya que asumen que al ser los datos de un periodista o comunicador puede ser confiable.

Con relación a esto, al ejercer este oficio en la sociedad, en algunos casos se ha convertido en un problema con la justicia, pese a ser los medios de comunicación considerados como un poder en la sociedad también han sido sometidos a varias limitaciones por parte de gobiernos que no consideran adecuado el ejercicio de esta profesión llegando a juicios en contra de periodista o medios de comunicación, de esta manera al parecer se sobreentiende que el poder del gobierno es más fuerte que el poder que tienen los medios de comunicación, según el estudio de Gustavo Abad (2013) tanto conflictos judiciales entre el gobierno y periodistas hace suponer que es el gobierno quien controla y decide sobre la justicia en Ecuador.

El gobierno se ha involucrado en numerosos frentes que le han producido un considerable desgaste en este tema. Los juicios contra medios y periodistas han estado marcados por una controversial actuación de los jueces, cuyos fallos a favor

del demandante alimentan la tesis opositora de que el gobierno controla la justicia. Los medios, que al inicio de esta confrontación partieron como acusados de haber faltado a los principios éticos, ahora acusan de la misma falta al oficialismo. (p.15)

Se presenta una especie de ampliación del campo laboral gracias al avance de las tecnologías, ya que muchos medios de comunicación han creado su versión digital ya sea de su periódico, televisora o radio y requieren a más personal correctamente capacitado en diversos aspectos audiovisuales.

Según Salaverría (2016), El tiempo paso y las redacciones de los diarios crearon sus versiones web, integrando editores y periodistas con diseñadores y programadores. En una primera etapa a mediados de la década de 1990 periodistas y editores adecuaban notas de la edición impresa para la web. Una década después los equipos comenzaron a incorporar profesionales especializados en audiovisuales. Ya entonces, se advertía un grave problema: la falta de capacitación y preparación académica de los periodistas para desempeñar tareas multimedia. (p.162)

Son varias las expectativas que se tienen sobre el oficio de comunicación, hay que entender que estos pensamientos varían dependiendo de la persona, el lugar en el que se encuentra y también el tiempo que llevan ejerciendo esta labor, pues cada uno de ellos ha tenido experiencias que han formado estos conceptos. El campo laboral para comunicadores a nivel mundial presenta una gran realidad, entre las expectativas que tienen los estudiantes con la realidad que viven quienes ya están graduados y en busca de un trabajo, la preparación de estos profesionales influye mucho cuando tratan de introducirse en este ambiente donde se vive la realidad de la competitividad. González (2006) menciona:

Existe un desajuste entre la actual formación universitaria que reciben los alumnos y el mundo profesional que se encuentran éstos cuando egresan de la Licenciatura. Las universidades buscan formar personas con conocimientos profesionales que contribuyan al crecimiento de la sociedad, forman a personas con espíritu crítico; por su parte, el mundo empresarial exige máquinas intelectuales engrasadas que incrementen la productividad con escasa inversión. (p.316)

Dentro de este estudio el autor da a conocer como miran el futuro quienes aún se encuentran estudiando, muestra las grandes expectativas con las que hablan, el deseo de cambiar el mundo con su trabajo. Esto al pensar que, en cuando obtengan su título se empleara rápidamente y continuaran ejerciendo con el amor y pasión con la que se entregan a sus estudios. Posteriormente esta perspectiva da un giro total, al conocer los llamados gajes del oficio, es decir cuáles son las necesidades, los problemas a los que se enfrenta y el salario que perciben. Algunos continúan laborando a pesar de estos inconvenientes pero otros optan por estudiar otra carrera o no ejercer, dedicándose a otros cargos. Por otra parte quienes ya cuentan con algunos años desempeñándose como profesionales de la comunicación, entienden como un campo muy limitado, según el estudio estas personas son quienes ya se han enfrentado a la dura tarea de conseguir un trabajo y saben la gran competencia que existe, las complicaciones y limitaciones. Según Mellado (2010):

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. (p.3)

En relación al relato de Mellado en el estudio titulado: Reflexiones sobre la oferta académica, la situación laboral y la formación del periodista en Latinoamérica, menciona que una causa que aqueja la estabilidad del periodista es que muchas instituciones ofertan esta profesión, el número de estudiantes que ingresan a esta carrera cada vez incrementa, generando una competitividad por ocupar los puestos laborales en las plazas de trabajo presentes. El número de profesionales es muy extenso en relación a las vacantes de trabajo.

### **Comunicación Social**

Según Punín (2012): En el Ecuador, el primer intento de formar a los periodistas dentro de las aulas universitarias, data de la década del 40, estuvo a cargo de la Universidad Central del Ecuador y la Universidad Estatal de Guayaquil, ubicadas en los principales polos productivos del país, Quito y Guayaquil. Las primeras universidades del Ecuador están entre las más antiguas de América Latina, pero no

entre las más prestigiadas, fueron influenciadas por los modelos españoles de marcada filosofía escolástica. (p.2)

Punín en su estudio muestra como la Universidad Central del Ecuador y la Universidad Estatal de Guayaquil constan entre las más antiguas de América Latina, que se encargan de formar profesionales de la comunicación, pese a esto no están en el listado de las que mejor reputación tienen, mediante estas instituciones se ha introducido en el país la Comunicación Social como una profesión, a la que ingresan actualmente miles de estudiantes en todas las Universidades públicas y privadas del país. Dentro de los estudios realizados por Punín Larrea María Isabel muestra a través de la siguiente tabla con datos obtenido en el 2012, las universidades donde se ha venido ofertando esta carrera con el pasar del tiempo.

**Tabla 1**

## Los estudios de Comunicación Social / periodismo en el Ecuador

| <b>FACULTAD</b>   | <b>AÑO DE FUNDACIÓN</b> | <b>UBICACIÓN</b> |
|---|-------------------------|------------------|
| Universidad de Guayaquil – Facultad de Comunicación Social  | 1945                    | Guayaquil        |
| Universidad Central del Ecuador - Facultad de Comunicación Social   | 1945                    | Quito            |
| Universidad Interamericana del Ecuador – Facultad de comunicación Social  | 1947                    | Riobamba         |
| Universidad de Cuenca – Facultad de Comunicación Social   | 1954                    | Cuenca           |
| Universidad del Azuay – Escuela de Comunicación Social  | 1989                    | Cuenca           |
| Universidad Nacional de Loja – Carrera de Comunicación Social   | 1989                    | Loja             |
| Universidad Técnica Luis Vargas Torres – Escuela de Comunicación Social   | 1989                    | Esmeraldas       |
| Universidad Técnica de Machala – Escuela de Comunicación Social   | 1991                    | Machala          |
| Universidad Técnica de Ambato –Facultad de jurisprudencia y Ciencias Sociales – Carrera de Comunicación Social                            | 1992                    | Ambato           |
| Universidad Internacional del Ecuador – Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación  | 1994                    | Quito            |
| Universidad Católica de Santiago de Guayaquil - Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación – Escuela de Comunicación Social | 1995                    | Guayaquil        |
| Pontifica Universidad Católica del Ecuador – Escuela de Comunicación Social   | 1997                    | Quito            |
| Universidad Andina Simón Bolívar – Especialización maestrías en Comunicación Social   | 1999                    | Quito            |
| Universidad Casa Grande Facultad de Comunicación Mónica Herrera   | 1999                    | Guayaquil        |
| Universidad Técnica Particular de Loja – Escuela de Comunicación Social   | 2000                    | Loja             |

|   |      |            |
|---|------|------------|
| Universidad Santa María – Carrera de Gestión de Diseño y Comunicación Visual                | 200  | Guayaquil  |
| Universidad Estatal de Bolívar – Escuela de Comunicación Social                             | 2003 | Guaranda   |
| Universidad Estatal de Bolívar – Escuela de Comunicación Social                             | 2003 | Guaranda   |
| Universidad Estatal de Milagro UTE – Carrera de Periodismo                                  | 2004 | Milagro    |
| Universidad Nacional de Chimborazo - Carrera de Comunicación Social                         | 2009 | Riobamba   |
| Universidad Politécnica Salesiana   | 2009 | Guayaquil  |
| Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo Carrera Profesional de Periodismo         | 2010 | Portoviejo |
| Universidad Católica de Cuenca Facultad de Ciencias de la Información y Comunicación Social | 2010 | Cuenca     |
| Escuela Superior Politécnica del Litoral - Escuela de Comunicación Social                   | 2010 | Guayaquil  |
| Universidad Técnica de Babahoyo   | 2010 | Babahoyo   |

Fuente: Punín, 2014, p.30

La necesidad de los estudiantes de recibir una educación completa. López (2006) afirma. “El plan de estudios está enfocado bajo el modelo humanista-culturalista-practico” (p.12). Lo que hace referencia a la necesidad de los estudiantes de recibir una educación completa, la unión de estos tres aspectos para no solo ser teóricos y humanistas pues también se requiere de forma necesario e indispensable conocer lo técnico, debido a que es uno de los aspectos que exige un medio y entidad en un comunicador.

Factores como la inexperiencia es la causa principal por la que un comunicador no consigue emplearse rápidamente, pues son varios los aspectos que buscan un medios o empresa en un profesional, el perfil de una persona ampliamente conocedora del tema, para que se pueda contar con estas características se requiere de una correcta formación académica.

Hoy se habla mucho sobre las demandas emergentes de la sociedad del conocimiento, las cuales exigen diversificar las competencias y destrezas

profesionales de los periodistas. Ello supone que las universidades diferencien sus proyectos académicos y alcancen nuevos niveles de calidad, de acuerdo a procesos como la acreditación ante organismos competentes. (Melado, 2008, p.4)

Una de las maneras de formar a futuros comunicadores en relación con el mundo laboral es que las instituciones fomenten prácticas semestrales en medios, de esta manera se pueda palpar la realidad de la profesión desde que están recibiendo los conocimientos en las aulas de clase, ayudando al estudiante a irse familiarizando con la futura labor.

Los medios de comunicación están distribuidos en la Ley de Comunicación del Ecuador vigente desde el 2013, con el 33% para medios privado 33% medios públicos y 34% medios comunitarios. En relación al desarrollo de los medios de comunicación en Ecuador se encuentran estudios que muestra la aparición de medios que se han destacado a lo largo de la historia y que aún prevalecen gozando de la aceptación y credibilidad otorgada por las personas.

En los últimos años se observa un desarrollo significativo de los medios de comunicación en el país. Hay razones que han determinado los cambios en las empresas periodísticas. Por un lado, el desarrollo económico y la necesidad de exponer, exhibir y ofrecer los productos y servicios de la empresa en los medios, por otro lado la presencia de leyes, reglamentos que pretenden regularizar las supuestas políticas de comunicación en el país. (Castillo, 2011, p.4)

Los diferentes medios de comunicación han ido apareciendo poco a poco satisfaciendo cada vez más las necesidades de las personas, como es el caso de la prensa con sus principales representantes como El Comercio, El Universo, Ultimas Noticias, Diario Expreso, El Extra, El Tiempo entre otros. Como también aparece el Telégrafo, la Radio y la Televisión. Los medios digitales también hacen su aparición. “En Ecuador existen algunos medios digitales en donde uno puede informarse de lo que pasa de manera rápida y con herramientas que permitan al usuario emitir su comentario e interactuar”(Castillo, 2011, p.16).

Punín, Martínez y Rencoret (2014) aseguran que el avance de la tecnología, en especial, en el ámbito de la comunicación, obliga a los medios a evolucionar

constantemente para no morir en un escenario marcado por una serie de transformaciones y cambios mediáticos que han afectado al periodismo como profesión y a los medios de comunicación, proceso que ha generado estudios de todo orden. (p.207)

Con estos cambios se requiere que un comunicador este actualizado e instruido tecnológicamente, debe conocer los nuevos métodos y herramientas para realizar la comunicación, siendo capaz de ejercer un papel en medios alternativos, debido a que esta modalidad de hacer periodismo está en boga y continuará creciendo, convirtiéndose en una nueva oportunidad de trabajo.

Como se mencionaba anteriormente la formación académica juega un papel muy importante para una persona que se especializa en la comunicación social, esto no quiere decir que la formación depende completamente de la instituciones, gran porcentaje es netamente responsabilidad de los estudiantes quienes deben esforzarse en receptar correctamente los conocimientos impartidos por los docentes, en el caso de no tenerlos muy en claro, recurrir a la autoeducación y preparación por cuenta propia.

La experiencia, ya de muchos años, de las Facultades de Comunicación han puesto en evidencia que, a largo plazo, los mejores profesionales de la comunicación no acostumbran a ser aquellos y aquellas que se destacaron haciendo prácticas en las aulas de periodismo, sino aquellos y aquellas que supieron aprovechar el paso por la Universidad para adquirir una formación humanística y social que terminaría dándoles la capacidad de aprender a saber, aprender a interpretar y a comunicar. Este debería ser el objetivo prioritario de la formación universitaria en comunicación. Hoy, más que nunca, cuando algunas técnicas, formatos y géneros de la comunicación cambian más rápidamente que la propia duración de los estudios universitarios. (Moragas,2000, p.3)

### **Perfil profesional**

Los profesionales que egresan especializados en Comunicación, tienen un amplio despliegue en cuanto a su profesión. La comunicación puede verse de distintos enfoques y proporcionar distintas formas de informarnos, mediante la interacción entre el ser humano y la tecnología. En general un Comunicador Social se

especializa en ser críticos, autónomos y emprendedores en la rama de crear productos y servicios comunicacionales.

La Asociación Colombiana de Facultades y Programas Universitarios en Comunicación (AFACOM) señala que el perfil con el que sale un egresado de su facultad puede variar dependiendo de la instrucción recibida en la universidad o facultad en la que se haya especializado.

Pueden ser:

- Redactores, editores y líderes de proceso en la producción de información para medios impresos, radiales, televisivos y online, tanto convencionales como alternativos.
- Analistas de medios de comunicación y audiencias, con dominio sobre la pertinencia y rigor metodológicos de los distintos paradigmas de la investigación.
- Realizadores y productores audiovisuales en todos los formatos, con capacidad para asumir funciones de dirección, conceptualización técnica y composición creativa.
- Comunicadores organizacionales y relacionistas públicos, formulando y diseñando estrategias de comunicación asertiva en gobiernos, empresas privadas e instituciones no gubernamentales.
- Asesores y consultores de políticas públicas que propenden por procesos de desarrollo y estrategias de mejoramiento de la calidad de vida de la población.
- Gestores en ambientes culturales, con responsabilidad sobre procesos de significación y re significación de las ciudades como espacios vitales de encuentro.

Según la página oficial de la Universidad Politécnica Salesiana, un Comunicador Social egresado sale con el perfil en: Diseñar, ejecutar, evaluar y gestionar políticas,

estrategias, planes, proyectos y productos comunicacionales, informativos y educativos para el desarrollo. Desempeñarse en instituciones públicas y privadas locales nacionales, e internacionales; medios de información masivos y comunitarios; movimientos y organizaciones socioculturales.

En el mismo aspecto se da a conocer el perfil del Comunicador Social egresado de la Universidad Central del Ecuador, tiene como misión ofrecer acceso al conocimiento y cultura universal y generar investigación de excelencia integrada al desarrollo humano del Ecuador. El profesional en Comunicación Social se puede desempeñar en acciones como diseñar, realizar, utilizar y evaluar procesos, proyectos y productos comunicativos sobre las diversas esferas de la vida, con fines sociales y empresariales, sobre la base de procesos investigativos, fundamentos epistemológico-culturales, destrezas tecnológicas y diversidad mediática, que propicien y garanticen criticidad y la búsqueda de la objetividad, en un clima de libertad, democracia, respeto, solidaridad y compromiso social.

En relación al mismo tema la Universidad Técnica de Cotopaxi también presenta el siguiente perfil del Comunicador Social egresado de esta institución:

- Director de noticias, periodista y reportero radial o de televisión.
- Director de noticias, editor, coordinador de sección, reportero en prensa escrita.
- Relacionista Público en Instituciones Públicas y Privadas.
- Comunicación Institucional en entidades Públicas y Privadas.
- Periodista en medios digitales, multimedia y TIC's.
- Comunicador en Medios de Comunicación alternativos.
- Técnico de Comunicación en ONG's.
- Consultor de Comunicación Social e Investigación social.

- Asesor de comunicación en instituciones, organizaciones y empresas.
- Asesor de imagen privada, pública o comunitaria.
- Productor de piezas comunicacionales.

En:

- Medios de comunicación masivos.
- Medios de Comunicación alternativos.
- ONG 's.
- Consultorías de Investigación social.
- Asesoría de comunicación en instituciones, organizaciones y empresas.
- Asesoría de imagen privada, pública o comunitaria.
- Productoras de productos comunicacionales.

La Universidad Técnica de Cotopaxi en la carrera de Comunicación Social promueve profesionales humanistas con códigos de ética profesionales, con amplias bases en la formación científica, investigación y emprendimiento en productos comunicacionales. Se prioriza la comunicación alternativa con vinculación con el pueblo, sensible a los problemas sociales, con un enfoque a la transformación de la sociedad.

Como se puede diferenciar las tres Universidades tienen relación en el fondo del contenido, la forma, la manera de enseñanza y la especialización de cada uno de las personas que estudian esta profesión. Por ejemplo las tres tienen el mismo ímpetu de crear profesionales capaces de crear investigación y solucionar problemas de la sociedad.

## Medios de comunicación

Los medios de comunicación son los instrumentos con los cuales se puede transmitir información a la sociedad, por medio de un canal como: radio, televisión, prensa escrita y online. Estos medios en los últimos tiempos han llegado a tener un alcance a grandes masas con información por la creciente tecnología y la necesidad que tiene el ser humano de estar en constante actualización y comunicación de un sector a otro.

Los medios de comunicación con el desarrollo tecnológico se consideran herramientas de difusión de la información que en cierta forma alejan a los sujetos y los crea como una masa dispersa. A pesar de esto, tienen importancia para el desarrollo social en este momento histórico en el que priman los mass media y su desaparición es imposible. (Montero, 2015, p.19)

Según el listado emitido por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM), en la ciudad de Latacunga existen varios medios de comunicación que prestan servicios informativos, estos se dividen, en medios radiales, televisivos, impresos y online; de los cuales son privados, públicos o comunitarios, que serán detallados a continuación:

**Tabla 2**

### Listado de medios registrados en la CORDICOM

| NO. | NOMBRE DEL MEDIO        | CLASIFICACIÓN | SERVICIO       | TIPO DE MEDIO | CANTÓN    | PAG. |
|-----|-------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------|------|
| 1   | TV MICC18 Canal 47      | Televisión    | Televisión UHF | Comunitario   | Latacunga | 23   |
| 2   | Radio Novedades         | Radio         | AM             | Privado       | Latacunga | 28   |
| 3   | Radio Latacunga AM      | Radio         | AM             | Privado       | Latacunga | 28   |
| 4   | Radio Nuevos Horizontes | Radio         | AM             | Privado       | Latacunga | 28   |
| 5   | Radio Latacunga FM      | Radio         | FM             | Privado       | Latacunga | 43   |
| 6   | Hechizo FM              | Radio         | FM             | Privado       | Latacunga | 43   |
| 7   | Radio Latina 90.1 FM    | Radio         | FM             | Privado       | Latacunga | 43   |
| 8   | Radio Elite FM          | Radio         | FM             | Privado       | Latacunga | 43   |
| 9   | Editorial La Gaceta S.A | Impresos      | Periódicos     | Privado       | Latacunga | 64   |

|    |                         |                                   |                       |         |           |    |
|----|-------------------------|-----------------------------------|-----------------------|---------|-----------|----|
| 10 | Diario La Hora Cotopaxi | Impresos                          | Periódicos            | Privado | Latacunga | 65 |
| 11 | Cotopaxi Noticias.Com   | Portales informativos en Internet | Portales Informativos | Privado | Latacunga | 69 |
| 12 | Al día Online           | Portales informativos en Internet | Portales Informativos | Privado | Latacunga | 69 |
| 13 | Radio Activa Online     | Portales informativos en Internet | Portales Informativos | Privado | Latacunga | 69 |
| 14 | Elite TV                | Televisión                        | Televisión UHF        | Privado | Latacunga | 76 |
| 15 | TV Color                | Televisión                        | Televisión UHF        | Privado | Latacunga | 76 |

**Fuente:** CORDICOM, 2015, p.27

También existen algunas instituciones públicas y privadas que cuentan con áreas de comunicación social en Latacunga, como son: GAD Municipal Latacunga, Gobernación de Cotopaxi, Prefectura de Cotopaxi, Ministerio de Inclusión Económica y Social, Distrito de Educación, entre otras.

## **Tipos de empleadores**

### **Empleador**

Tanto en los medios de comunicación como en instituciones públicas o privadas, existen los empleadores quienes son los que se encargan de contratar a los colaboradores del medio que pueden ser empíricos o titulados. “El término empleador está originado en la relación de trabajo. El empleador es que crea uno o varios puestos de trabajo y los ofrece con el fin de que sean ocupados por trabajadores bajo su mando, y a través de un contrato de trabajo” (Sánchez, 2011. P.35).

Según Gonzaga (2014). Todo ser humano en el campo laboral tiene que estar preparado:

1. Primero sobre todas las cosas debe tener la educación y estar capacitado y seguirse capacitando hasta que deje de laborar.
2. Existe una palabra clave “la sociedad de la información” es el que avanza en todo el aspecto del conocimiento.

3. Son los cambios rotativos en el mercado laboral que el comunicador debe de estar preparado para cualquier situación. (p.21)

Los comunicadores sociales más que nadie, deben estar preparados con estos tres aspectos básicos que no solo son para la comunicación sino en general, en especial el punto tres, donde claramente debemos tener en cuenta que la comunicación es una rama demasiado amplia, no se enfoca solamente en la información noticiosa, sino que un comunicador tranquilamente puede llegar a conformación su propia empresa de comunicación.

En cuanto a las características que los medios de comunicación buscan varía dependiendo de las necesidades de cada medio y es ahí donde se necesita poner en práctica los conocimientos adquiridos en la academia y en la mayoría de casos especializarse y centrarse en lo que le servirá para el mejor desenvolvimiento en el medio. Por lo general en los medios o empresas destinadas a la comunicación prioriza la redacción de textos, en la actualidad solicitan más en el ámbito digital pues se considera que esta en el boom comunicacional.

Barbetti (2005) afirma: Con respecto a los requisitos más valorados en el momento de la selección los empleadores señalaron en todo los casos aspectos que se vinculan especialmente con competencias referidas a habilidades “saber hacer” (“capacidad para trabajar en equipo”, “capacidad para organizar y planificar” “capacidad para tomar decisiones”) y actitudes -“saber ser”-(honestidad, responsabilidad, proactividad / dinamismo, creatividad/ innovación, flexibilidad / capacidad para adaptarse a los cambios). (p.2)

Las perspectivas que tenían algunos empleadores ha ido evolucionando con la creciente actualización de la globalización, donde no solo cuenta la experiencia adquirida sino la puesta en práctica en el campo laboral, según un estudio realizado por Godano y Barbetti (2001) mencionan que: “Las visiones y posturas de los empresarios frente a determinados temas pueden condicionar de manera significativa los procesos de inserción laboral a partir del establecimiento de preconceptos sobre los perfiles profesionales apropiados” (p.4).

Sin embargo, otros autores en diferentes estudios manifiestan que el título juega solo como un comodín para tomar el puesto vacante.

Con base en el recuento del total de empleadores potenciales existentes para el ejercicio del periodismo, al igual que de los centros laborales que de manera efectiva dan trabajo en el área [...] identificando en qué sectores existe mayor posibilidad de crecimiento, qué campos están más o menos saturados, cuáles son las tendencias, los actores emergentes y las condiciones futuras de empleo. (Mellado, Salinas y Barría, 2010, p.93)

En el Ecuador, las expectativas laborales son muy elevadas a comparación de la oferta y la demanda que existe, el entorno laboral no es nada complaciente para los titulados en el área de comunicación social, por varias afectaciones que influyen en la presión tanto para empresarios empleadores como para empleados titulados de comunicadores.

Según Martínez y Suarez (2012): “Los empresarios regulan la profesión periodística sin que los empleados puedan ejercer presión (p.18). Cada vez la percepción de los empleadores va cambiando con el avance de las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs), a medida que las demandas laborales avanzan las exigencias y la forma de contratación también va en aumento.

Existen los empleadores tradicionales, los cuales se encargan de realizar la entrevista en el lugar de trabajo, con hoja de vida impresa, los que anunciaban empleo por radio o en prensa escrita, también los que se dirigen a colegios profesionales o en otros casos los que tienen asegurado un puesto laboral por pasantías realizadas antes de incursionar en la ardua labor de la búsqueda de plazas de trabajo, pero ahora se puede ver que existen empleadores que recurren al internet para concretar una contratación profesional.

En la mayoría de las empresas consultadas, las formas de reclutamiento son variadas. Cada vez se recurre más a internet, ya sea a través de portales de ofertas de empleo (principalmente Infojobs, Infoempleo, Laboris, Monster, CareerBuilder, etc.), páginas webs especializadas por sector, o la página web de la propia empresa. (Martínez y Suarez, 2012, p.26)

Para Diana Marcela Jiménez Restrepo en su libro denominado: La búsqueda de información en el mercado laboral desde un enfoque alternativo: las redes sociales y el mercado laboral menciona que “Los empleadores buscan el mejor empleado, el más idóneo para desarrollar la vacante propuesta” (Jiménez, 2012, p.3). Es por ello, que los postulantes para un puesto de trabajo demandan de ciertas características que satisfagan las necesidades y exigencias que los dueños de los medios de comunicación requieren. Para Uribe, Viáfara y Oviedo (2007) argumentan que: “La educación hace más competitivos a los individuos en el mercado laboral, haciéndolos más propensos a usar canales formales y a estar empleados”. (p.67) Los empleadores buscan en sus empleados preparación y educación sobre todas las cosas, pues consideran que de esta forma pueden alcanzar la excelencia y abastecer el campo laboral.

Esto es lo principal que necesitan los medios de comunicación de sus futuros empleados, pero la realidad es distinta pues los problemas que identifican las empresas y medios de comunicación son que los egresados tienen poca calidad en sus redacciones o falta de práctica en el aspecto técnico. Demasiada preparación teórica pero poca instrucción práctica. En resumen el egresado y graduado no cumplen con las expectativas del empleador. En este punto es donde las facultades y carreras de comunicación se enfrenta a un gran dilema, pues o se adaptan a un modelo propio para el mercado laboral o al comunicador responsable con la sociedad. Es posible que se pueda generar nuevas fuentes de trabajo donde comunicadores puedan desempeñar su actividad de manera responsable y que respondan a las demandas sociales.

### **Egresados de Comunicación Social**

Aunque el estudiante en comunicación realiza prácticas pre-profesionales, es corto el tiempo, pues al prescindir de un sueldo, provoca que el estudiante se limite al tiempo necesario de horas para aprobar el crédito y no adquiera mayor experiencia. Además las pasantías son indispensables en el proceso educativo del comunicador, es resultado de la cooperación tradicional con las empresas mediáticas.

Según la autora Rosamelia Gil Guzmán en su libro Figuras sobresalientes de la Comunicación Social – Un perfil de ejemplaridad de los comunicadores menciona los siguientes datos tomados: “Entrevistados 218 profesionales egresados, el 40,72% se ubicó desarrollando el rol de periodista [...] En segundo lugar, se ubicaron los egresados en funciones directivas de programación y control” (Gil. 1994, p.30).

A partir de este estudio mencionado, podemos ver una gran diferencia entre otros países de América del Sur y nuestro país, se puede identificar que últimamente, la situación actual de los comunicadores sociales en el Ecuador está cambiando pues se empieza de alguna forma a valorar el profesionalismo del comunicador y su trayectoria académica, sin embargo en los medios todavía no se refleja esa realidad. En la universidad todavía la carrera se centra en grandes modelos y se limita a entrenar estudiantes en el saber-hacer, es decir las carreras de comunicación se encargan en que los estudiantes aprendan a producir, escribir, publicitar, edición de audio y video, etc.

## **9.- VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS**

¿Cuáles son las vivencias de los graduados en la carrera de comunicación social en la ciudad de Latacunga?

¿Influye la experiencia de un titulado en Comunicación Social en la búsqueda de un trabajo en la misma área en la ciudad de Latacunga?

## **10. - METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL**

### **Enfoque**

El enfoque de la presente investigación será cualitativo-cuantitativo, es decir se utilizarán el método de la entrevista para conocer las experiencias de los titulados en comunicación social de la Universidad Técnica de Cotopaxi en busca de un empleo en su área de estudio, además de las entrevistas realizadas a comunicadores empíricos, también se utilizó la encuesta para recabar la opinión de los dueños y representantes de los medios de comunicación e instituciones públicas sobre las cualidades que debe poseer un profesional para otorgarle una vacante laboral.

### **Nivel de la investigación**

El nivel que tiene este trabajo es exploratorio por el trabajo de campo realizado sobre el tema, y descriptiva pues se presentan los resultados estadísticos obtenidos.

### **Población y muestra**

El total de la población entre los dueños o representantes de los medios de comunicación e instituciones públicas locales, egresados de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Cotopaxi de los últimos tres años y los trabajadores de los medios de comunicación empíricos son de 89 personas a las cuales se les realizó las encuestas, para esto se seleccionará la muestra según la ecuación correspondiente.

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

n= es el tamaño de la muestra

z= el nivel de confianza, en este caso se seleccionó el 99%.

p= proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q= proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e= nivel de error dispuesto a cometer, en este caso se escogió el 5%.

N= tamaño de la población son de 89 personas.

Después de la ecuación correspondiente el total de la muestra es de 79 encuestas aplicadas a los diferentes grupos de investigación. Además de los cuales se ha seleccionado cinco profesionales egresados de la Carrera de Comunicación Social en los últimos tres años, a los que se realizará la entrevista para aportes a la investigación de este proyecto.

### **Técnicas e Instrumentos de investigación**

Las técnicas utilizadas en esta investigación son: entrevistas y encuestas que fueron herramientas primordiales de este estudio, arrojando los resultados presentados.

## 11.- ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

### ENCUESTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INSTITUCIONES

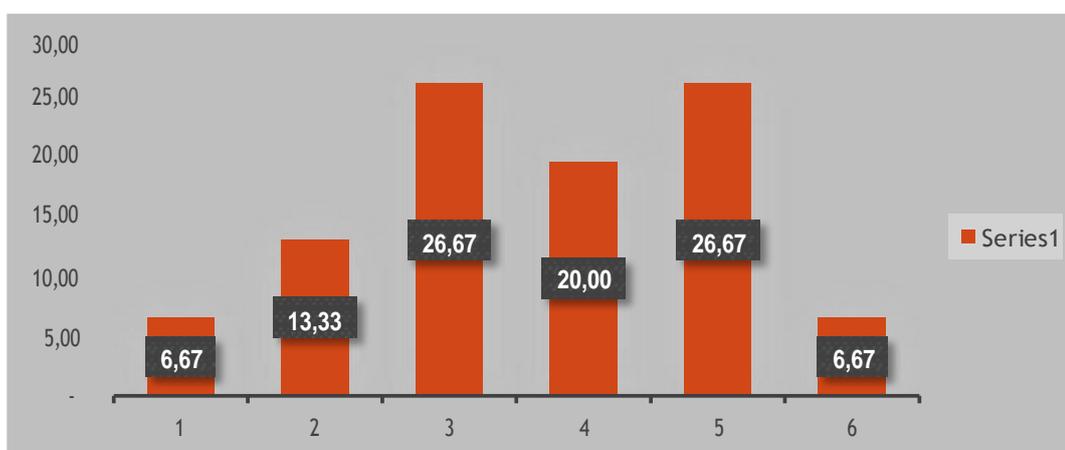
#### 1. ¿A qué tipo de medio de comunicación o dependencia del sector público representa?

**Tabla 1. Medios de Comunicación e Instituciones públicas**

| Opciones          | Número    | Porcentaje  |
|-------------------|-----------|-------------|
| Impreso           | 1         | 6,67%       |
| Televisivo        | 2         | 13,33%      |
| Radial            | 4         | 26,67%      |
| Online            | 3         | 20,00%      |
| Sector Público    | 4         | 26,67%      |
| Televiso – Radial | 1         | 6,67%       |
| <b>TOTAL</b>      | <b>15</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a medios de Comunicación e Instituciones públicas

**Figura 1. Medios de Comunicación e Instituciones públicas**



**Fuente:** Encuesta realizada a medios de Comunicación e Instituciones públicas

En la ciudad de Latacunga existen diversos medios de comunicación como: televisivos, radiales, impresos, digitales, además cuenta con instituciones públicas y privadas donde principalmente sobresalen los medios radiales y el sector público destinados a la servir comunicacionalmente a la sociedad local, los cuales han aportado de manera significativa a esta investigación proporcionando datos

relevantes, aportando con sus conocimientos y opiniones sobre el campo laboral para comunicadores sociales en Latacunga.

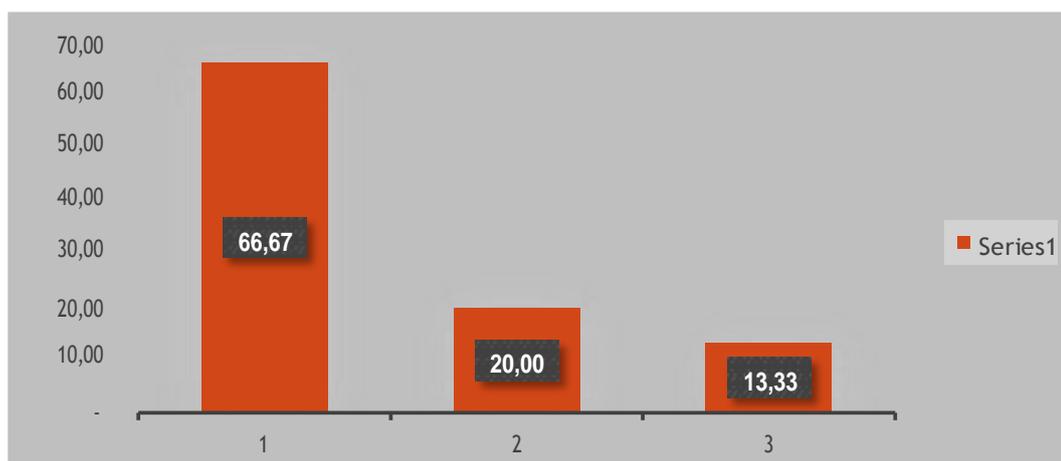
## 2. ¿Tiene título de comunicador social o ramas afines?

**Tabla 2. Medios de Comunicación e Instituciones públicas**

| Opciones     | Número    | Porcentaje  |
|--------------|-----------|-------------|
| Sí           | 10        | 66,67%      |
| No           | 3         | 20,00%      |
| Estudiando   | 2         | 13,33%      |
| <b>TOTAL</b> | <b>15</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a medios de Comunicación e Instituciones públicas

**Figura 2. Medios de Comunicación e Instituciones públicas**



**Fuente:** Encuesta realizada a medios de Comunicación e Instituciones públicas

La mayoría de los encuestados mencionaron que si tienen título profesional en Comunicación Social, lo que representa que cuentan con la capacitación adecuada para ejercer estos cargos, pues además se da a notar la necesidad de prepararse profesionalmente no solo para estar preparados y desempeñar las acciones de una manera eficaz, sino también porque las leyes exigen el título en Comunicación, pese a esto hay un porcentaje menor que no lo tiene pero se encuentran capacitándose en diferentes universidades.

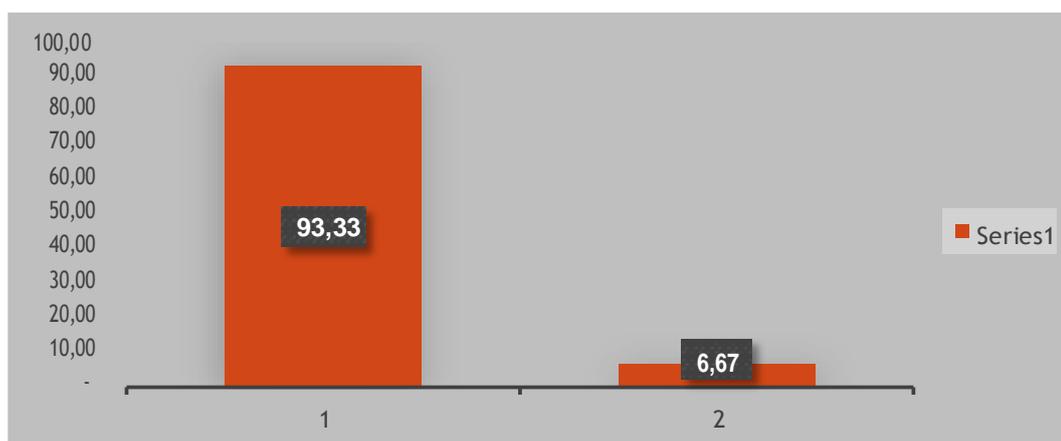
### 3 ¿En su medio de comunicación o dependencia trabajan profesionales en Comunicación Social titulados?

**Tabla 3. Medios de Comunicación e Instituciones públicas**

| Opciones     | Número    | Porcentaje  |
|--------------|-----------|-------------|
| Sí           | 14        | 93,33%      |
| No           | 1         | 6,67%       |
| <b>TOTAL</b> | <b>15</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a medios de Comunicación e Instituciones públicas

**Figura 3. Medios de Comunicación e Instituciones públicas**



**Fuente:** Encuesta realizada a medios de Comunicación e Instituciones públicas

Los medios de comunicación e instituciones públicas de la ciudad de Latacunga, mencionaron que en sus medios o dependencias cuentan con profesionales titulados en comunicación social de diversas Universidades del país, lo que representa que en la mayor parte de esta población encuestada se está cumpliendo con lo estipulado en las leyes de comunicación donde se indica que los medios de comunicación e instituciones deben contar con un personal de profesionales titulados.

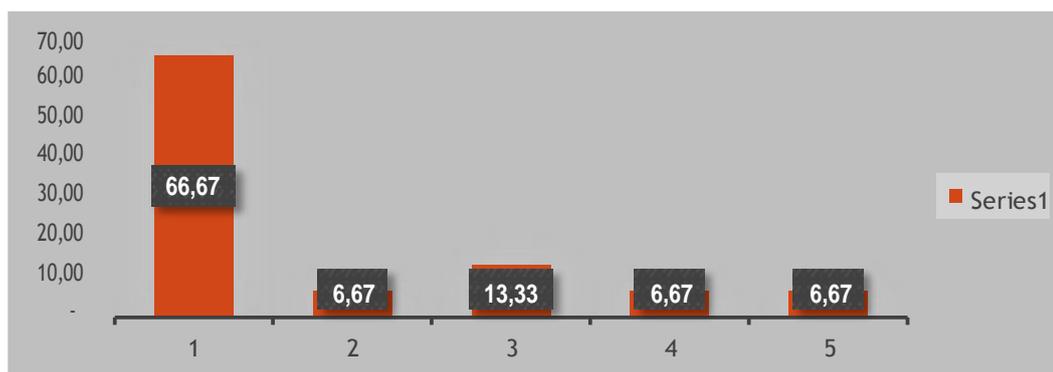
#### 4. ¿Qué problemas ha encontrado al buscar personal para su medio de comunicación o dependencia?

**Tabla 4. Medios de Comunicación e Instituciones públicas**

| Opciones  | Número    | Porcentaje  |
|---|-----------|-------------|
| Falta de experiencia  | 10        | 66,67%      |
| Especializados en un solo ámbito  | 1         | 6,67%       |
| Otros   | 2         | 13,33%      |
| Falta de experiencia - Especializados en un solo ámbito                               | 1         | 6,67%       |
| Falta de experiencia - No aceptan la remuneración que el medio está dispuesto a pagar | 1         | 6,67%       |
| <b>TOTAL</b>  | <b>15</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a medios de Comunicación e Instituciones públicas

**Figura 4. Medios de Comunicación e Instituciones públicas**



**Fuente:** Encuesta realizada a medios de Comunicación e Instituciones públicas

La falta de experiencia y la negación a aceptar de la remuneración que les ofrece los empleadores, es un problema que los dueños de los medios y dependencias públicas experimentan al momento de buscar personal para sus medios, como se menciona son estas las principales problemáticas que se generan por parte de los profesionales quienes no son contratados por la poca experiencia con la que cuentan y viceversa no aceptan los trabajos por el aspecto económico.

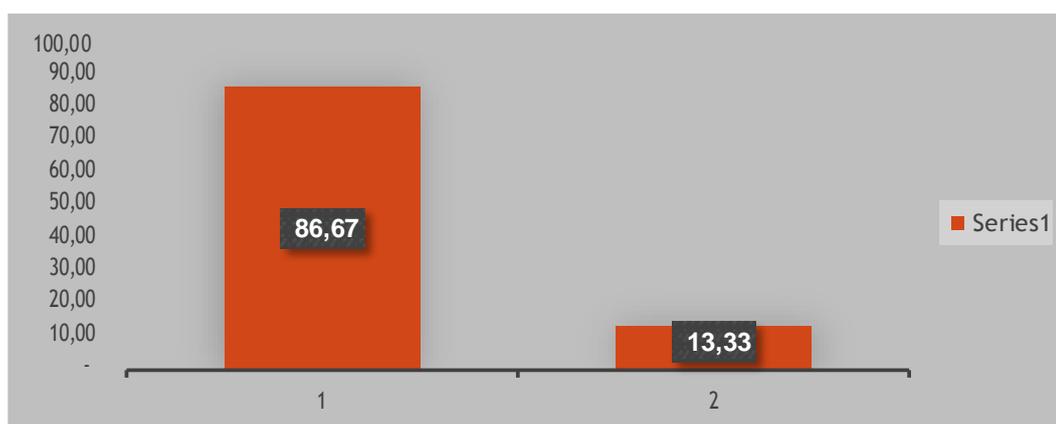
**5. ¿Ha tenido estudiantes pasantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi laborando en su medio?**

**Tabla 5. Medios de Comunicación e Instituciones públicas**

| Opciones     | Número    | Porcentaje  |
|--------------|-----------|-------------|
| Sí           | 13        | 86,67%      |
| No           | 2         | 13,33%      |
| <b>TOTAL</b> | <b>15</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a medios de Comunicación e Instituciones pública

**Figura 5. Medios de Comunicación e Instituciones públicas**



**Fuente:** Encuesta realizada a medios de Comunicación e Instituciones públicas

La mayoría de los medios de comunicación y dependencias públicas manifestaron haber contado con la presencia de estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Cotopaxi para las prácticas pre - profesionales, dando a conocer la apertura que les brindan a estos estudiantes en su iniciación en lo que es su futura profesión, donde además logran poner en práctica lo aprendido en las aulas de clase y por supuesto adquieren experiencia.

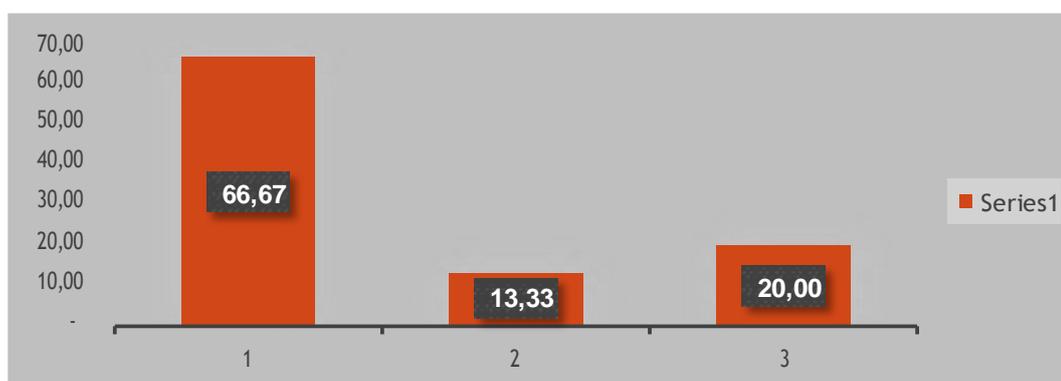
6. ¿Considera que hay migración de profesionales en Comunicación Social a otras ciudades?

Tabla 6. Medios de Comunicación e Instituciones públicas

| Opciones     | Número    | Porcentaje  |
|--------------|-----------|-------------|
| Sí           | 10        | 66,67%      |
| No           | 2         | 13,33%      |
| A veces      | 3         | 20,00%      |
| <b>TOTAL</b> | <b>15</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Encuesta realizada a medios de Comunicación e Instituciones públicas

Figura 6. Medios de Comunicación e Instituciones públicas



Fuente: Encuesta realizada a medios de Comunicación e Instituciones públicas

Los representantes y dueños de los medios de comunicación y dependencias públicas, comentaron su preocupación por la migración de profesionales de la comunicación a otras ciudades, la inquietud se puede evidenciar pues aluden que muchos migran a lugares cercanos y otros incluso a grandes ciudades, llevando su potencial y conocimientos que bien podrían ser aprovechados en su ciudad natal incluso con la creación de nuevos medios e instituciones, generando así mayores plazas de empleo.

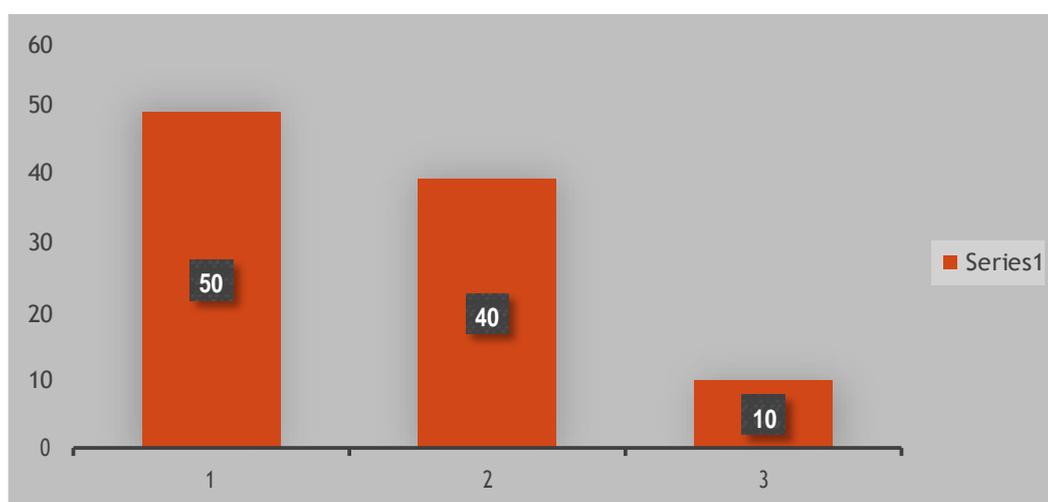
## 7. ¿Si su respuesta fue afirmativa explique el por qué?

**Tabla 7. Medios de Comunicación e Instituciones públicas**

| Opciones                          | Número    | Porcentaje  |
|-----------------------------------|-----------|-------------|
| Mayores oportunidades laborales   | 5         | 50%         |
| Mejores remuneraciones salariales | 4         | 40%         |
| Ganas de superación               | 1         | 10%         |
| <b>TOTAL</b>                      | <b>10</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a medios de Comunicación e Instituciones públicas

**Figura 7. Medios de Comunicación e Instituciones públicas**



**Fuente:** Encuesta realizada a medios de Comunicación e Instituciones públicas

Estas cifras reflejan que una cierta parte prefiere irse a otras ciudades en busca de crecimiento profesional, económico y personal; por lo que consideran que la ciudad de Latacunga no les puede ofrecer esas oportunidades, esta problemática que al parecer se presenta debido a la escasez de medios de comunicación en Latacunga y a que las plazas de trabajo que existen en esta ciudad ya se encuentran ocupadas por otros profesionales y aparentemente miran como única alternativa migran en busca de nuevas oportunidades.

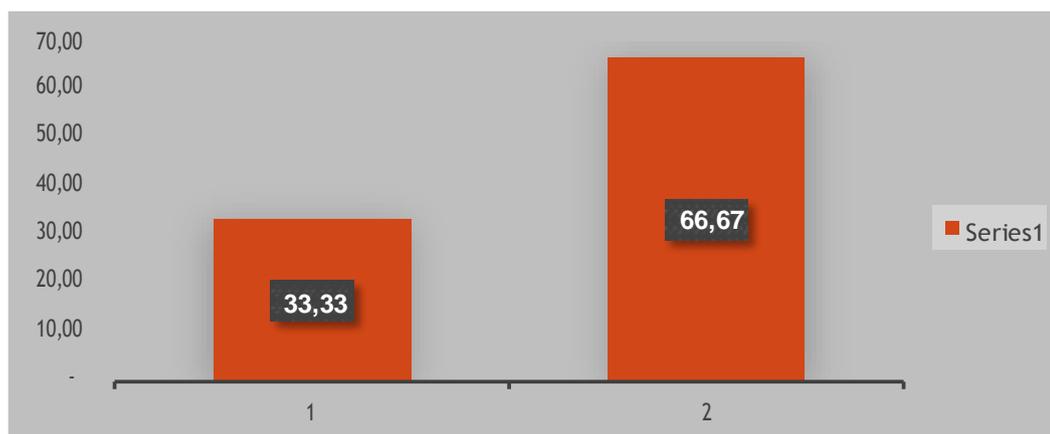
**8 ¿Influye el nombre de la institución donde se titula un profesional al momento de contratar a un trabajador para su medio de comunicación o dependencia?**

**Tabla 8. Medios de Comunicación e Instituciones públicas**

| Opciones     | Número    | Porcentaje  |
|--------------|-----------|-------------|
| Sí           | 5         | 33,33%      |
| No           | 10        | 66,67%      |
| <b>TOTAL</b> | <b>15</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a medios de Comunicación e Instituciones públicas

**Figura 8. Medios de Comunicación e Instituciones públicas**



**Fuente:** Encuesta realizada a medios de Comunicación e Instituciones públicas

La mayoría de los responsables de los medios y dependencias del sector público respondieron que no influye el nombre de la institución donde un comunicador se gradúa, expresando que son los conocimientos y experiencias lo que se toma en cuenta para otorgar los empleos y no es relevante el nombre de las instituciones, por otra parte son muy pocos los que mencionan que esto si influye debido a la preparación dada en las aulas de clases.

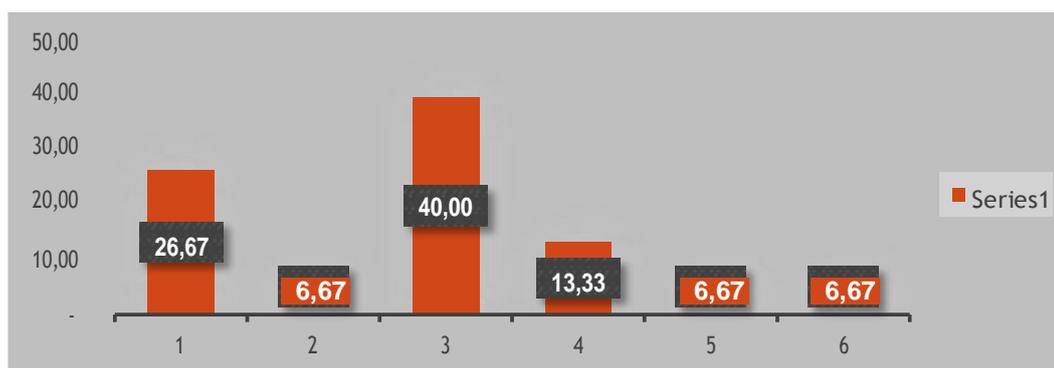
9. ¿Qué técnicas considera que las Universidades deben fortalecer en los nuevos profesionales de la Comunicación para su correcto desenvolvimiento laboral?

**Tabla 9. Medios de Comunicación e Instituciones públicas**

| Opciones                                  | Número    | Porcentaje  |
|---|-----------|-------------|
| Practica                                  | 4         | 26,67%      |
| Investigación                             | 1         | 6,67%       |
| Practica - Investigación                  | 6         | 40,00%      |
| Practica - Teoría - Investigación         | 2         | 13,33%      |
| Practica – Teoría                         | 1         | 6,67%       |
| Practica - Teoría - Investigación - Otros | 1         | 6,67%       |
| <b>TOTAL</b>                              | <b>15</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a medios de Comunicación e Instituciones públicas

**Figura 9. Medios de Comunicación e Instituciones públicas**



**Fuente:** Encuesta realizada a medios de Comunicación e Instituciones públicas

Un porcentaje elevado de los responsables de los medios de comunicación y dependencias del sector público respondieron que sería beneficiario que las Universidad Técnica de Cotopaxi fortalezca más la enseñanza en la práctica e investigación, que eso es lo que han podido percibir que falta tanto en profesionales como en pasantes, además que tengan el correcto manejo de la Ley de Comunicación, y sobre todo la ética de cada uno de los profesionales.

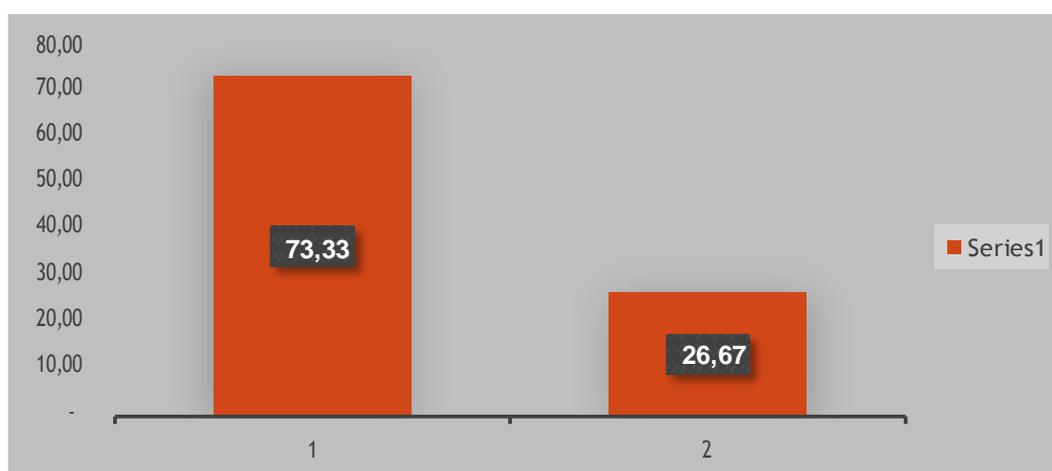
**10. ¿Le gustaría contratar profesionales en Comunicación Social egresados de la Universidad Técnica de Cotopaxi?**

**Tabla 10. Medios de Comunicación e Instituciones públicas**

| Opciones     | Número    | Porcentaje  |
|--------------|-----------|-------------|
| Sí           | 11        | 73,33%      |
| No           | 4         | 26,67%      |
| <b>TOTAL</b> | <b>15</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a medios de Comunicación e Instituciones públicas

**Figura 10. Medios de Comunicación e Instituciones públicas**



**Fuente:** Encuesta realizada a medios de Comunicación e Instituciones públicas

En la mayoría de los medios de comunicación encuestados respondieron que les gustaría contratar profesionales egresados de la Universidad Técnica de Cotopaxi dando a notar que en su mayoría si están dispuestos a dar apertura a estos profesionales para que inicien su carrera comunicacional. Otra parte menciona que por temas de presupuesto económico no les podrían otorgar esa oportunidad.

## ENCUESTAS A LOS COMUNICADORES SOCIALES

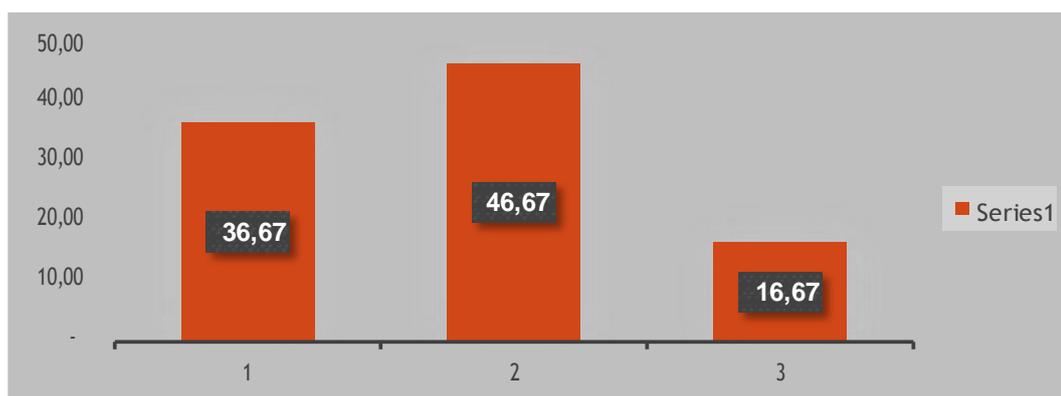
### 1. ¿Hace cuánto tiempo se graduó como Licenciado en Comunicación Social?

**Tabla 1. Egresados de la carrera de Comunicación Social**

| Opciones     | Número    | Porcentaje  |
|--------------|-----------|-------------|
| Un año       | 11        | 36,67%      |
| Dos años     | 14        | 46,67%      |
| Tres años    | 5         | 16,67%      |
| <b>TOTAL</b> | <b>30</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a los Egresados de la carrera de Comunicación Social

**Figura 1. Egresados de la carrera de Comunicación Social**



**Fuente:** Encuesta realizada a los Egresados de la carrera de Comunicación Social

Los egresados de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, manifestaron una buena parte que están titulados desde hace unos dos años atrás, sin contar con algunos estudiantes que aún no han podido titularse pero en algunos casos ya ejercen la profesión como profesionales en medios de comunicación locales e instituciones públicas y privadas.

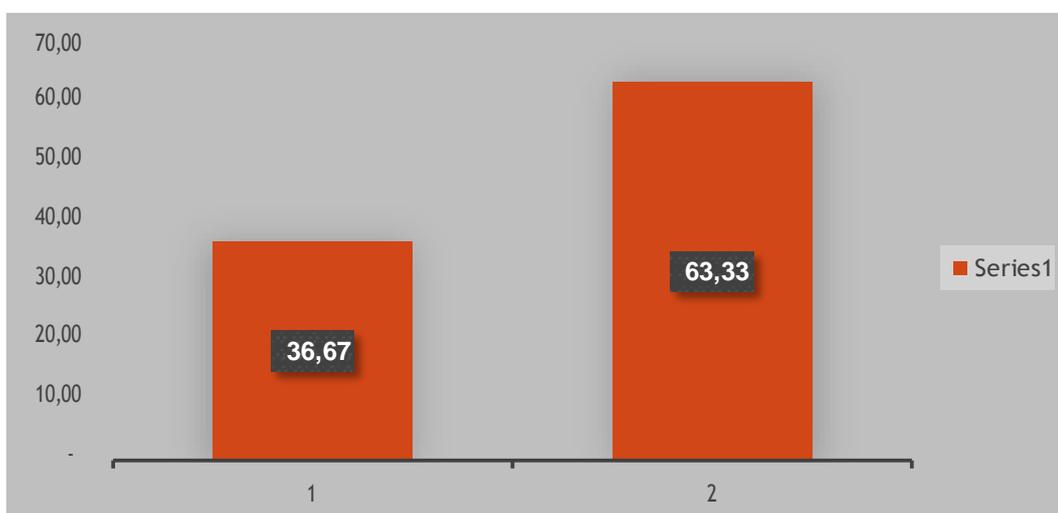
## 2. ¿En la actualidad se encuentra ejerciendo su profesión?

**Tabla 2. Egresados de la carrera de Comunicación Social**

| Opciones     | Número    | Porcentaje  |
|--------------|-----------|-------------|
| Sí           | 11        | 36,67%      |
| No           | 19        | 63,33%      |
| <b>TOTAL</b> | <b>30</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a los Egresados de la carrera de Comunicación Social

**Figura 2. Egresados de la carrera de Comunicación Social**



**Fuente:** Encuesta realizada a los Egresados de la carrera de Comunicación Social

De las encuestas realizadas a los egresados en la carrera de Comunicación Social, el 63,33% manifestó no estar ejerciendo su profesión y el 36,67% si están ejerciendo laboralmente su profesión. Varios encuestados mencionaron que el aspecto político ha sido un limitante en la búsqueda de un empleo pues menciona que hay que pertenecer a un partido político para laborar. Lo que se relaciona a un estudio realizado donde menciona que “Cada vez más, las reivindicaciones sociales y las decisiones políticas se fundan en derechos, individuales o colectivos, y no en argumentos de conveniencia social o interés general”. (Calzavara, 2009, p.31)

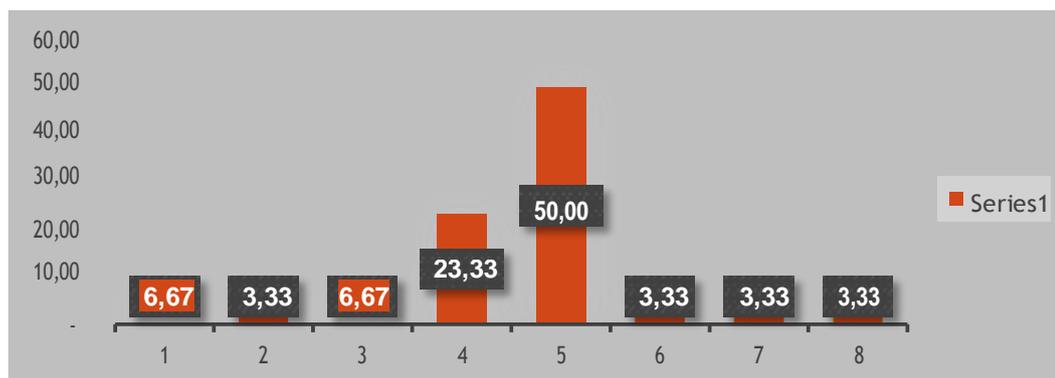
### 3. ¿En que se encuentra trabajando?

**Tabla 3. Egresados de la carrera de Comunicación Social**

| Opciones                                      | Número    | Porcentaje  |
|---|-----------|-------------|
| Radio   | 2         | 6,67%       |
| Prensa  | 1         | 3,33%       |
| Institución                                   | 2         | 6,67%       |
| Emprendimientos Propios                       | 7         | 23,33%      |
| Otros   | 15        | 50,00%      |
| Radio - Emprendimientos Propios - Institución | 1         | 3,33%       |
| Radio - Televisión - Institución              | 1         | 3,33%       |
| Radio - Televisión                            | 1         | 3,33%       |
| <b>TOTAL</b>                                  | <b>30</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a los Egresados de la carrera de Comunicación Social

**Figura 3. Egresados de la carrera de Comunicación Social**



**Fuente:** Encuesta realizada a los Egresados de la carrera de Comunicación Social

La mitad de los egresados de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, respondieron a las encuestas que no ejercen la profesión de comunicadores por diversas causas como la escases de trabajo y otra parte significativa está realizando emprendimientos propios relacionados a la profesión, sin embargo se percibe que han tenido que buscar otras fuentes de ingresos por no encontrar trabajo en el área de especialización.

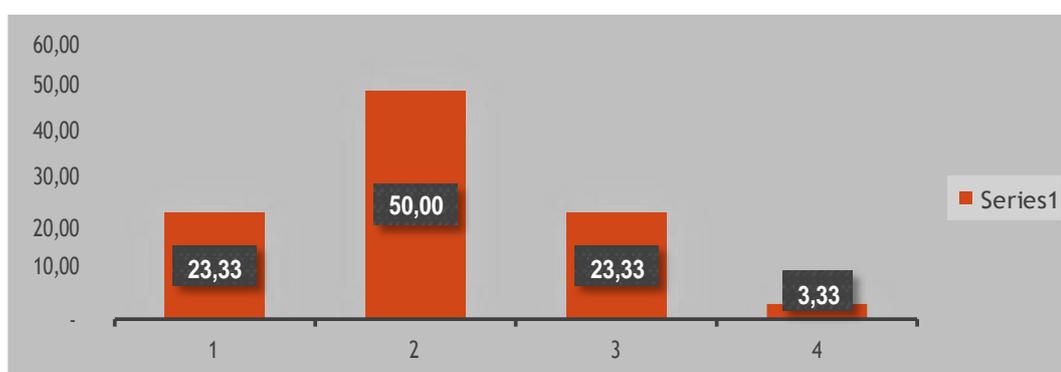
#### 4. ¿Cuánto es el salario que percibe por su trabajo?

**Tabla 4. Egresados de la carrera de Comunicación Social**

| Opciones     | Número    | Porcentaje  |
|--------------|-----------|-------------|
| 0 - 150      | 7         | 23,33%      |
| 150 - 300    | 15        | 50,00%      |
| 300 - 600    | 7         | 23,33%      |
| 600 - más    | 1         | 3,33%       |
| <b>TOTAL</b> | <b>30</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a los Egresados de la carrera de Comunicación Social

**Figura 4. Egresados de la carrera de Comunicación Social**



**Fuente:** Encuesta realizada a los Egresados de la carrera de Comunicación Social

De las encuestas realizadas a los egresados en la carrera de Comunicación Social, el 50% respondió estar percibiendo un salario entre 150 a 300 dólares, el 23,33% respondió percibir entre 0 a 150 dólares, el otro 23,33% percibe mensual entre 300 a 600 dólares y solo el 3,33% menciona obtener una mensualidad de 600 dólares a más. En este sentido, la mitad de los encuestados nos respondieron que perciben mensualmente de 150 a 300 dólares, lo que refleja que no perciben ni el sueldo básico pero que han tenido que acogerse por necesidad y causando que no se desempeñen correctamente por el bajo sueldo que percibe. “La remuneración es una poderosa fuerza para motivar al personal”. (Nazario, 2006, p.6)

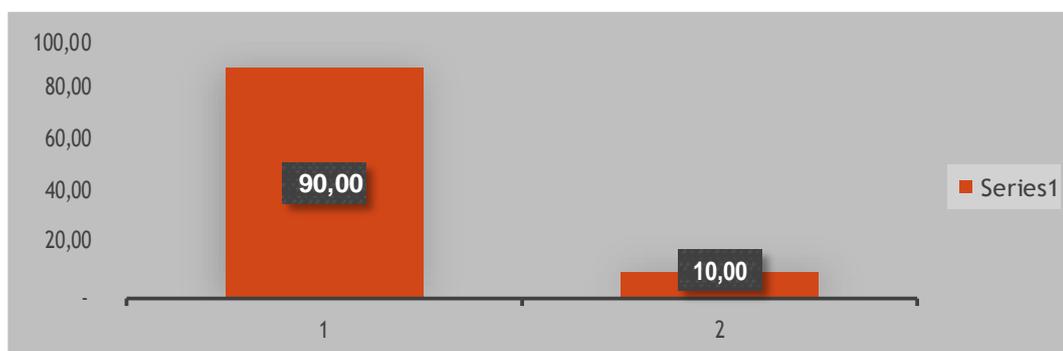
5. ¿Ha buscado empleo en su área profesional en algún medio de comunicación o en alguna dependencia pública o privada?

**Tabla 5. Egresados de la carrera de Comunicación Social**

| Opciones     | Número    | Porcentaje  |
|--------------|-----------|-------------|
| Sí           | 27        | 90,00%      |
| No           | 3         | 10,00%      |
| <b>TOTAL</b> | <b>30</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a los Egresados de la carrera de Comunicación Social

**Figura 5. Egresados de la carrera de Comunicación Social**



**Fuente:** Encuesta realizada a los Egresados de la carrera de Comunicación Social

De los egresados de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, existe una gran parte de profesionales que han buscado empleo en medios de comunicación o instituciones públicas y privadas que cuenten con empleos afines, por otra parte son muy pocos los profesionales que no han hecho el mínimo intento de ejercer su profesión en algún medio local.

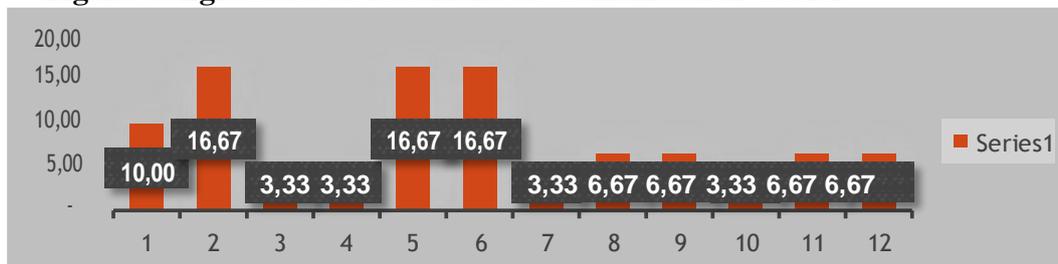
## 6. ¿Qué problemas tuvo al buscar un trabajo de acuerdo a su profesión?

**Tabla 6. Egresados de la carrera de Comunicación Social**

| Opciones  | Número    | Porcentaje  |
|---|-----------|-------------|
| Mucha competencia - Escases de Trabajo - Mala Remuneración      | 3         | 10,00%      |
| Escases de Trabajo - Mala Remuneración                          | 5         | 16,67%      |
| Falta de experiencia - Pocos Conocimientos - Mala Remuneración  | 1         | 3,33%       |
| Mucha competencia - Escases de Trabajo - Pocos Conocimientos    | 1         | 3,33%       |
| Falta de experiencia - Escases de Trabajo - Pocos Conocimientos | 5         | 16,67%      |
| Falta de experiencia - Escases de Trabajo - Mala Remuneración   | 5         | 16,67%      |
| Falta de experiencia - Mucha competencia - Pocos Conocimientos  | 1         | 3,33%       |
| Falta de experiencia - Mucha competencia - Escases de Trabajo   | 2         | 6,67%       |
| Falta de experiencia - Mala Remuneración                        | 2         | 6,67%       |
| Mala Remuneración   | 1         | 3,33%       |
| Escases de Trabajo  | 2         | 6,67%       |
| Mucha competencia - Escases de Trabajo                          | 2         | 6,67%       |
| <b>TOTAL</b>  | <b>30</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a los Egresados de la carrera de Comunicación Social

**Figura 6. Egresados de la carrera de Comunicación Social**



**Fuente:** Encuesta realizada a los Egresados de la carrera de Comunicación Social

De las encuestas realizadas a los egresados en la carrera de Comunicación Social, mencionaron tener la misma relación en tanto a los problemas que usualmente han encontrado cuando buscaron empleos afines a su profesión, primero por la escases de trabajo, segundo mala remuneración que les ofrece los medios, tercero falta de experiencia que han obtenido y cuarto pocos conocimientos adquiridos. Este último se lo puede implementar gracias a las tecnologías que actualmente poseemos. “Esta revolución, dicen unos, ensancha nuestras posibilidades”. (Zemeño Arellano & Ramírez, 2007, p.2)

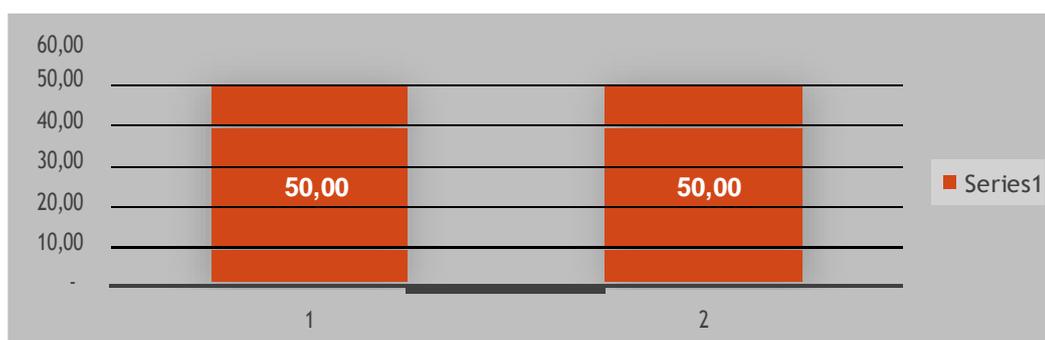
### 7. ¿Ha buscado empleo fuera de la provincia de Cotopaxi?

**Tabla 7. Egresados de la carrera de Comunicación Social**

| Opciones     | Número    | Porcentaje  |
|--------------|-----------|-------------|
| Sí           | 15        | 50,00%      |
| No           | 15        | 50,00%      |
| <b>TOTAL</b> | <b>30</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a los Egresados de la carrera de Comunicación Social

**Figura 7. Egresados de la carrera de Comunicación Social**



**Fuente:** Encuesta realizada a los Egresados de la carrera de Comunicación Social

De las encuestas realizadas a los egresados en la carrera de Comunicación Social, el 50% respondió que ha buscado empleo fuera de la provincia de Cotopaxi, y el otro 50% respondió que no ha buscado en otras provincias por motivos personales o facilidades laborales. Como se evidencia la mitad de los encuestados no han

buscado empleo fuera de su ciudad sin tener alguna visión de un exitoso futuro que podría esperarles, es necesario tener una mejor visión. “Un futuro que es pensar entre otras cosas cómo se imaginan la futura etapa de sus vidas”. (Corica, 2012, p.4)

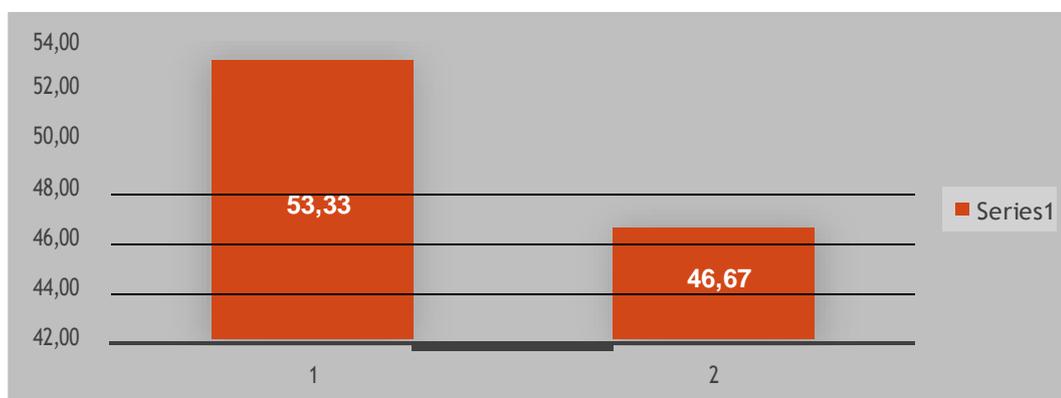
**8. ¿Considera que influye el nombre de la institución donde se tituló al momento al momento de conseguir un trabajo?**

**Tabla 8. Egresados de la carrera de Comunicación Social**

| Opciones     | Número    | Porcentaje  |
|--------------|-----------|-------------|
| Sí           | 16        | 53,33%      |
| No           | 14        | 46,67%      |
| <b>TOTAL</b> | <b>30</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a los Egresados de la carrera de Comunicación Social

**Figura 8. Egresados de la carrera de Comunicación Social**



**Fuente:** Encuesta realizada a los Egresados de la carrera de Comunicación Social

La mayoría de los titulados en comunicación social mencionan lo contrario de los dueños de los medios e instituciones pues consideran que si influye el nombre de la institución donde un comunicador se gradúa, expresando que algunos empleadores al revisar sus carpetas lo primero que ven es la Universidad en la que sacaron su profesión.

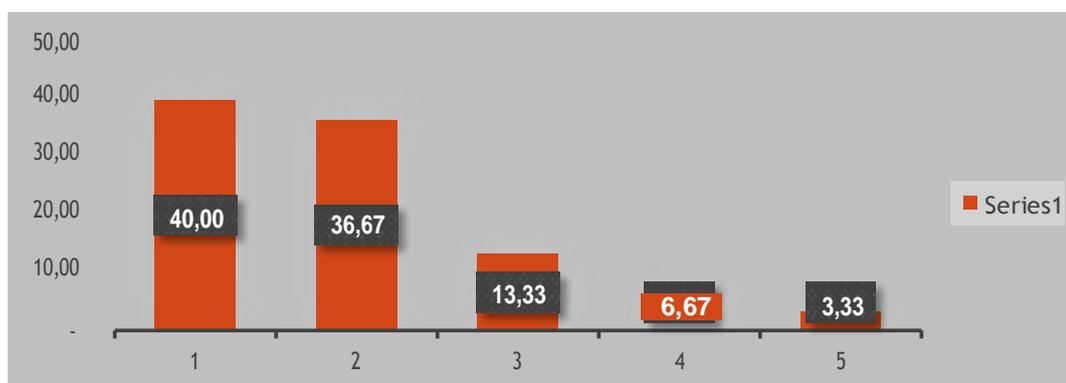
**9. ¿Qué ámbitos considera que la Universidad Técnica de Cotopaxi debe fortalecer en su formación académica en los nuevos comunicadores?**

**Tabla 9. Egresados de la carrera de Comunicación Social**

| Opciones                                    | Número    | Porcentaje  |
|---|-----------|-------------|
| Técnico - Práctico/ Teórico - Investigativo | 12        | 40,00%      |
| Técnico - Práctico                          | 11        | 36,67%      |
| Todos                                       | 4         | 13,33%      |
| Técnico - Práctico/Humanístico              | 2         | 6,67%       |
| Teórico - Investigativo                     | 1         | 3,33%       |
| <b>TOTAL</b>                                | <b>30</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a los Egresados de la carrera de Comunicación Social

**Figura 9. Egresados de la carrera de Comunicación Social**



**Fuente:** Encuesta realizada a los Egresados de la carrera de Comunicación Social

De las encuestas realizadas a los egresados en la carrera de Comunicación Social, el 40% respondió que la Universidad Técnica de Cotopaxi debería enfocar más en fortalecer la técnico práctico y lo teórico investigativo, el 36,67% menciona que se debería fortalecer solo técnico práctico, el 13,33% piensan que es necesario fortalecer todos los ámbitos para un correcto desenvolvimiento laboral, el 6,67% indicó que deberían poner énfasis en preparar profesionales especializados en

técnico práctico y el humanístico y el 3,33% piensan que lo mejor sería fortalecer lo teórico e investigación. La formación académica es muy importante, esto se menciona en el texto relacionado al tema donde menciona “La formación ante el intrincado problema de la relación entre la teoría y la práctica”. (Sayago & Chacón, 2006, p.2)

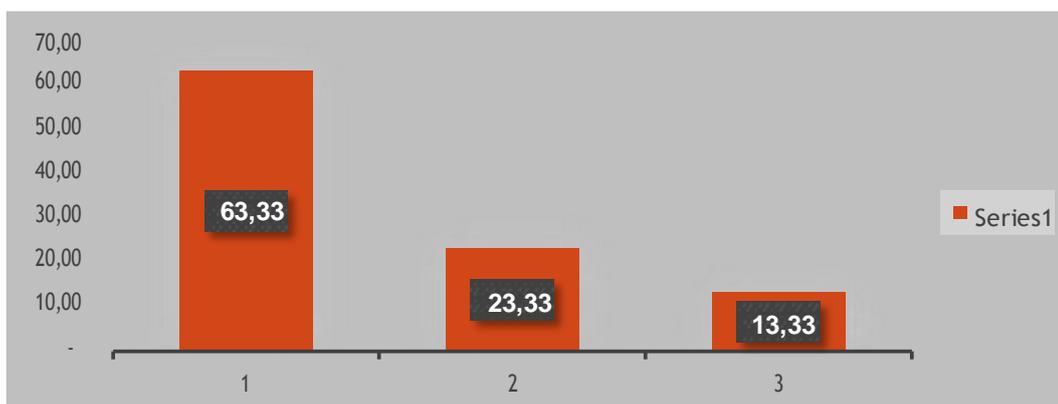
#### 10.- ¿Cómo ve el futuro de un comunicador social en Latacunga?

**Tabla 10. Egresados de la carrera de Comunicación Social**

| Opciones   | Número    | Porcentaje |
|--|-----------|------------|
| Escases de puestos laborales                             | 19        | 63,33      |
| Incremento de competencia entre profesionales            | 7         | 23,33      |
| Necesidad de migración de profesionales a otras ciudades | 4         | 13,33      |
| <b>TOTAL</b>   | <b>30</b> | <b>100</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a los Egresados de la carrera de Comunicación Social

**Figura 10. Egresados de la carrera de Comunicación Social**



**Fuente:** Encuesta realizada a los Egresados de la carrera de Comunicación Social

Mediante las encuestas realizadas a los egresados de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, mencionaron que la mayoría piensan que el campo laboral en la ciudad de Latacunga es escaso y con el tiempo será

mucho peor, provocando escases de trabajo, la competencia entre profesionales en comunicación y la migración a otras ciudades.

### ENCUESTA A TRABAJADORES DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SECTORES PÚBLICOS Y PRIVADOS

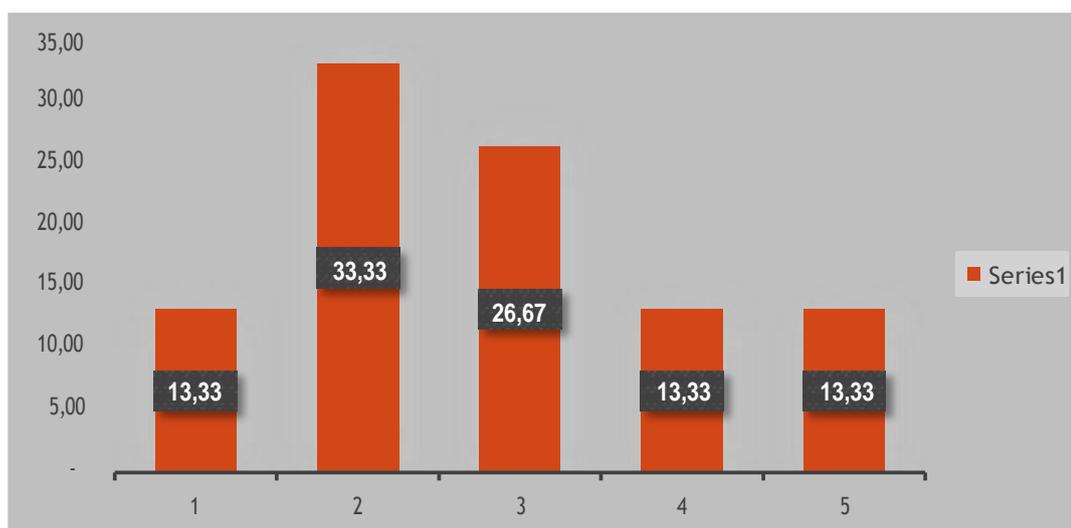
#### 1. ¿En qué tipo de medio de comunicación o dependencia del sector público trabaja?

**Tabla 1. Trabajadores de medios de comunicación locales**

| Opciones       | Números   | Porcentaje  |
|----------------|-----------|-------------|
| Impresos       | 2         | 13,33%      |
| Televisión     | 5         | 33,33%      |
| Radio          | 4         | 26,67%      |
| Online         | 2         | 13,33%      |
| Sector Publico | 2         | 13,33%      |
| <b>Total</b>   | <b>15</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a los trabajadores de medios de comunicación y sectores públicos y privados

**Figura 1. Trabajadores de medios de comunicación locales**



**Fuente:** Encuesta realizada a los trabajadores de medios de comunicación y sectores públicos y privados

En las encuestas realizadas a los trabajadores de los medios de comunicación, existe mayor concentración de trabajadores en la televisión esto evidencia la posibilidad de entender a el área televisiva, un medio en el cual se presentan más puestos laborales, por otra parte se expone una similitud tanto en impresos, online y sector público, que son plazas de trabajo ocupadas por estos profesionales de la comunicación.

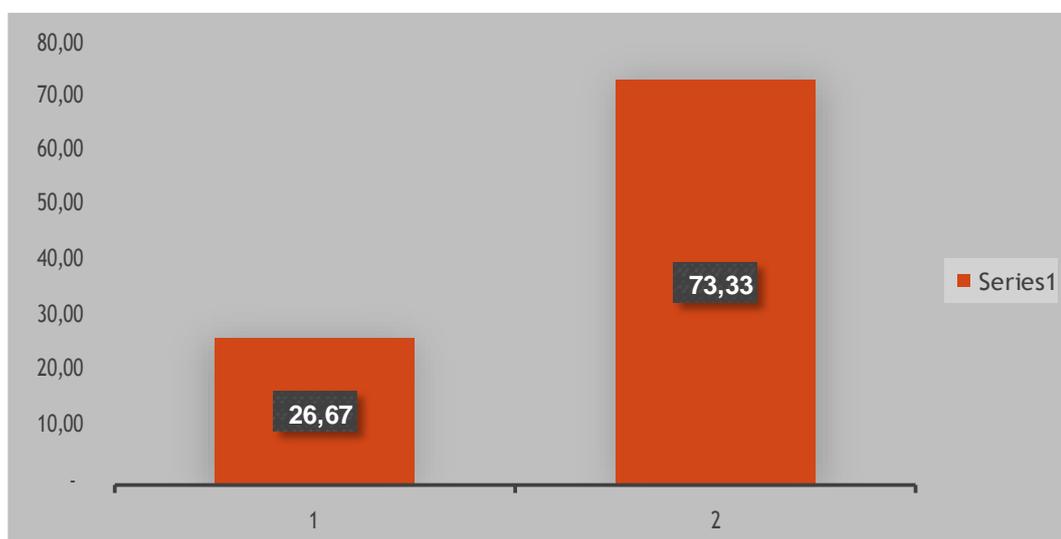
## 2. ¿Tiene título en Comunicación Social o ramas afines?

**Tabla 2. Trabajadores de medios de comunicación locales**

| Opciones     | Números   | Porcentaje  |
|--------------|-----------|-------------|
| Si           | 4         | 26,67%      |
| No           | 11        | 73,33%      |
| <b>Total</b> | <b>15</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a los trabajadores de medios de comunicación y sectores públicos y privados

**Figura 2. Trabajadores de medios de comunicación locales**



**Fuente:** Encuesta realizada a los trabajadores de medios de comunicación y sectores públicos y privados

Los trabajadores de los medios de comunicación mencionaron que existe una problemática al ver que en los medios de comunicación y sector público consta un alto índice de trabajadores empíricos, dejando de lado a los que sí tienen el título profesional, esto al parecer ocurre principalmente porque pese a que no cuenten con un título profesional si tienen una gran experiencia que los respalda y que es la carta que les abre muchas puertas laborales.

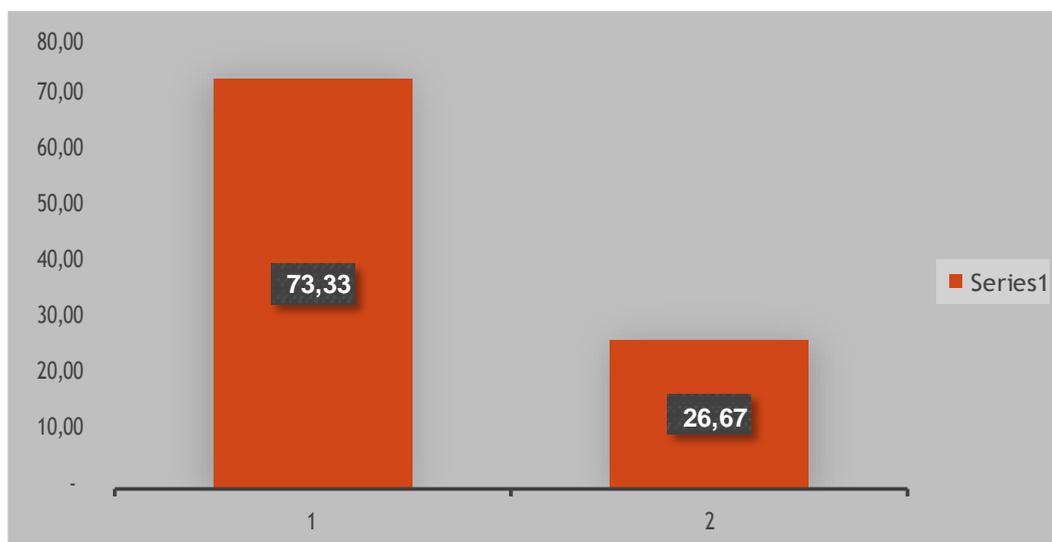
### 3. ¿En el medio en el que labora trabajan profesionales en Comunicación Social titulados?

**Tabla 3. Trabajadores de medios de comunicación locales**

| Opciones     | Número    | Porcentaje  |
|--------------|-----------|-------------|
| Si           | 11        | 73,33%      |
| No           | 4         | 26,67%      |
| <b>Total</b> | <b>15</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a los trabajadores de medios de comunicación y sectores públicos y privados

**Figura 3. Trabajadores de medios de comunicación locales**



**Fuente:** Encuesta realizada a los trabajadores de medios de comunicación y sectores públicos y privados

Según datos de los trabajadores de los medios de comunicación locales existen profesionales titulados en la carrera de Comunicación Social de diferentes Universidades del país, mostrando que las plazas de trabajo comunicacionales en la ciudad de Latacunga se encuentra en una posible igualdad ya que medios de comunicación e instituciones públicas y privadas cuentan tanto con profesionales titulados y con empíricos.

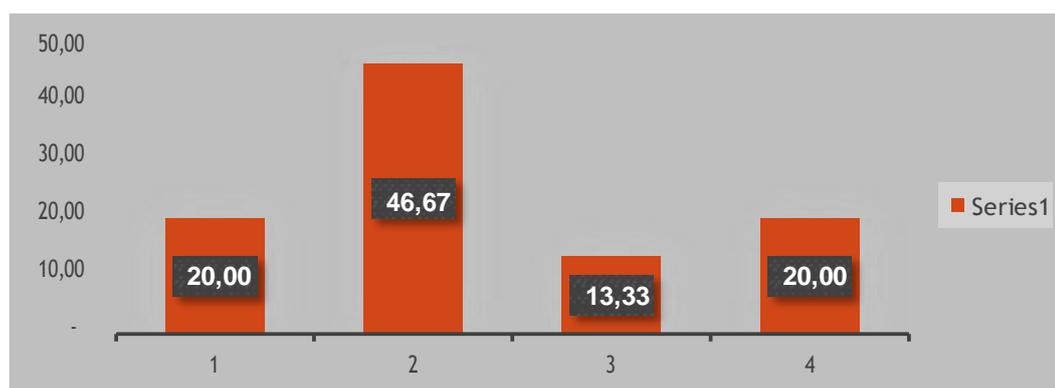
#### 4. ¿Qué problemas ha encontrado al buscar un empleo en comunicación?

**Tabla 4. Trabajadores de medios de comunicación locales**

| Opciones             | Número    | Porcentaje  |
|----------------------|-----------|-------------|
| Falta de experiencia | 3         | 20,00%      |
| Mucha competencia    | 7         | 46,67%      |
| Escases de trabajo   | 2         | 13,33%      |
| Mala remuneración    | 3         | 20,00%      |
| <b>Total</b>         | <b>15</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a los trabajadores de medios de comunicación y sectores públicos y privados

**Figura 4. Trabajadores de medios de comunicación locales**



**Fuente:** Encuesta realizada a los trabajadores de medios de comunicación y sectores públicos y privados

Según datos de los trabajadores de los medios de comunicación locales mencionan que la principal problemática para encontrar un empleo en comunicación es la competitividad en el medio, pues existen pocas plazas y muchas personas en busca de cubrir las con sus conocimientos y capacidades.

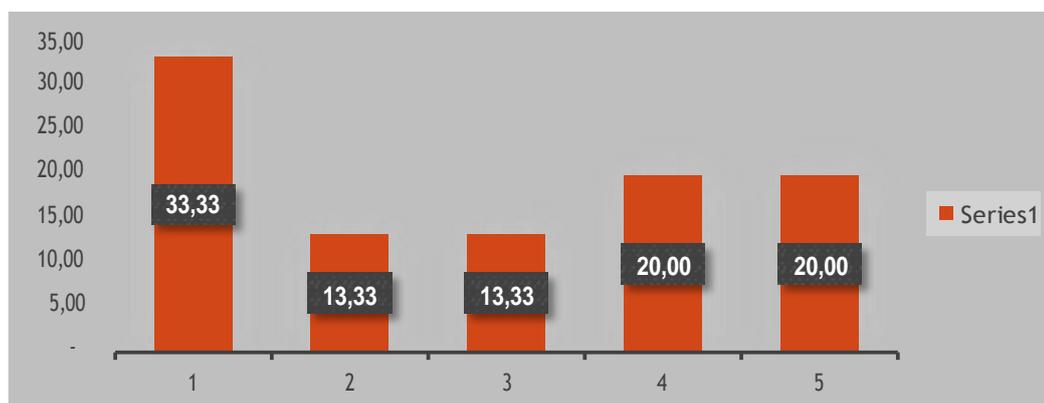
## 5. ¿Cuánto años lleva ejerciendo la profesión de comunicación social?

**Tabla 5. Trabajadores de medios de comunicación locales**

| Opciones     | Número    | Porcentaje  |
|--------------|-----------|-------------|
| 1. 2 - 3     | 5         | 33,33%      |
| 2. 4 - 5     | 2         | 13,33%      |
| 3. 6 - 7     | 2         | 13,33%      |
| 4. 8 - 10    | 3         | 20,00%      |
| 5. Más       | 3         | 20,00%      |
| <b>Total</b> | <b>15</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta realizada a los trabajadores de medios de comunicación y sectores públicos y privados

**Figura 5. Trabajadores de medios de comunicación locales**



**Fuente:** Encuesta realizada a los trabajadores de medios de comunicación y sectores públicos y privados

La mayoría de los trabajadores en comunicación encuestados mencionan estar ejerciendo la profesión de 2 a 3 años, dando por cierto que han copado espacios en los medios locales y en algunos casos se encontró profesionales que tienen más de 10 años cumpliendo las funciones de comunicador social.

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En el desarrollo de la investigación se aplicaron dos técnicas de recolección de información que son: la entrevista y encuestas. En las encuestas encontramos tres tipos de grupos: comunicadores sociales titulados, dueños y representantes de los medios de comunicación de Latacunga y el tercer grupo a los comunicadores sociales empíricos que se encuentran laborando en un medio de comunicación.

El primero se enfocó a los comunicadores sociales titulados en la Universidad Técnica de Cotopaxi en los últimos cuatro años, los resultados son: dentro del 50% están quienes no se encuentran trabajando netamente en la profesión y quienes están desempleados por varios motivos como las escasas oportunidades de trabajo en Latacunga, falta de experiencia, mala remuneración, mucha competencia y el 53,33% menciona que en esta problemática influye el nombre de la institución donde procede el profesional, que al parecer se ha convertido en un limitante para conseguir un empleo. El porcentaje restante ejerce sus conocimientos adquiridos, en su mayoría en emprendimientos propios y en un menor porcentaje en radio e instituciones.

El segundo grupo fue dirigido a los dueños de los medios de comunicación de Latacunga: radiales, televisivos, escritos y online, igualmente destinada a directores de los departamentos de comunicación en instituciones públicas y privadas. Se ha tomado al inicio todos los medios de comunicación e instituciones pero al presentarse varias dificultades para poder hablar con dueños y representantes de estos, se optó por la muestra de la mayoría del grupo de estudio.

Los resultados obtenidos de este grupo de estudio son: un 66% de los dueños y representantes tienen título profesional en comunicación, un 20% no cuentan con este título, y 14% se encuentran estudiando. Además la mayoría de ellos cuentan con profesionales en sus localidades y están dispuestos a contratar comunicadores de la Universidad Técnica de Cotopaxi, también mencionaron que no es importante el nombre de la institución donde se titulan, pero si son exigentes sobre la experiencia que deben tener al realizarse como profesionales en comunicación inmersos en el campo laboral.

Los dueños y representantes de los medios de comunicación e instituciones públicas y privadas, manifestaron que la Universidad Técnica de Cotopaxi, debería implementar la educación en las áreas técnicas e investigación, ya que los medios e instituciones prefieren profesionales especializados en conocimientos técnicos.

El tercer grupo fue direccionado a los comunicadores profesionales empíricos que se encuentran ejerciendo en medios de comunicación e instituciones públicas y privadas, para conocer datos sobre su labor y hace cuánto tiempo ejercen en ese empleo. Como resultados se obtuvieron que el 33% de los encuestados se dedican laboralmente en televisión, 27% en radios y el 40% restante en prensa, online e instituciones.

Además, se conoció que el 73% no cuentan con un título profesional en comunicación social, del 100% de la población encuestada exponen que los principales problemas que ellos han observado para conseguir una vacante laboral son: falta de experiencia, competitividad, escasas de trabajo y mala remuneración. Estas encuestas han arrojado los siguientes resultados mediante la tabulación de cada una de las preguntas realizadas y presentadas en el proyecto de investigación.

Mediante el método de la entrevista, los resultados que se obtuvieron son: un elevado número de comunicadores graduados en la Universidad Técnica de Cotopaxi se encuentran desempleados, mientras que el 50% trabajan en otros oficios que no tienen relación alguna con la comunicación, señalan los encuestados que encontrar un trabajo en esta profesión ha sido una tarea compleja y por la necesidad económica han tenido que emplearse en oficios que les generen los suficientes ingresos para satisfacer sus necesidades y tener un estilo de vida adecuado. Por otra parte, el 23,33% de profesionales se encuentran realizando emprendimientos propios que les genera ingresos económicos.

Los comunicadores titulados en la Universidad Técnica de Cotopaxi comentan las experiencias que han tenido al momento de acudir a buscar un empleo, varias trabas se les presenta en su aspecto profesional como la exigencia de conocimientos prácticos para desarrollar trabajos como videos, spots, fotografías, manejo de cámaras entre otras actividades. A esto se suma la escasez de medios de

comunicación que existe en Latacunga y la gran competencia que se genera en esta profesión.

Por último comentan, que la auto preparación se presenta como una obligación de los estudiantes, ya que pueden ir practicando en aspectos que no son muy reforzados en las instituciones, de igual forma es de vital importancia contar con docentes adecuados y especializados en cada área y más aún si son materias básicas de la profesión y se requiere de más esfuerzo de los docentes y de los alumnos.

## **12.- IMPACTOS TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS:**

Los impactos esperados son sociales, la investigación de este tema es de interés social pues es enfocado a conocer la realidad del campo laboral para comunicadores sociales en Latacunga, dando a conocer las diferentes labores que pueden ejercer en esta profesión, además de presentar las cualidades exigidas comúnmente por los empleadores de la comunicación.

## **13.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:**

### **Conclusiones**

- El campo laboral para los comunicadores en la ciudad de Latacunga se encuentra limitado por varias razones principalmente que dentro de la localidad existen pocos medios de comunicación para dar labor a todos los profesionales que existen y se encuentran estudiando.
- A través del análisis teórico se conoció que esta problemática se ha presentado en la ciudad de Latacunga hace tiempo atrás, y que en realidad no se ha indagado lo suficiente sobre el tema lo que también se presenta como una desventaja para los comunicadores al no contar con suficiente información.
- Los resultados arrojados en la investigación, indica que la mayoría de profesionales no consiguen trabajo por su poca experiencia y preparación en el área técnica: como es el manejo de equipo, edición de audio y video,

convirtiéndose en una limitante. Debido a que el 26,67% de los medios e instituciones prefieren comunicadores más prácticos que teóricos para emplearlos en sus instalaciones. Lo que ha hecho que los profesionales tengan en su mayoría malas experiencias al buscar un trabajo.

- El 90% de profesionales en la comunicación, han buscado vacantes en su área de estudio, de este porcentaje el 40% ha buscado plazas laborales fuera de Latacunga y el 50% de ellos no han buscado empleo fuera de la ciudad, lo que podría representar una causa del porque se encuentran sin trabajo. Otros aspectos que se han presentado como causas de desempleo en los comunicadores son: Falta de experiencia, escasas de trabajo, competitividad y malas remuneraciones.
- Existe una contradicción en cuanto a si interviene o no el nombre de la institución donde se titula un Comunicador Social a la hora de otorgar y recibir trabajo, el 66,67% de medios e instituciones encuestados aseguran no tener importancia este aspecto, por otra parte el 53,33% de profesionales encuestados afirman que este aspecto si influye para que se les proporcione un empleo.

### **Recomendaciones**

- Debido a las escasas oportunidades de trabajo para los comunicadores sociales en la ciudad de Latacunga, es recomendable para los profesionales en esta área que apunten a los emprendimientos propios, esto como medio para ejercer su profesión, ya que mediante este estudio se ha determinado que es la mejor opción para trabajar.
- Se debería realizar más investigaciones y trabajos similares sobre este tema para poder esclarecer completamente datos que aún quedan inciertos, y generar más conocimientos sobre cómo se presenta el campo laboral para comunicadores en la ciudad de Latacunga.
- La Universidad Técnica de Cotopaxi debe reforzar más la formación académica que proporciona a sus estudiantes, especialmente en las áreas técnicas e investigativas, pues tanto medios e instituciones como

profesionales mencionan que en la actualidad se ha convertido en un requisito primordial la sapiencia en estos aspectos para ejercer su profesión de una manera más adecuada y completa.

- El Comunicador Social debe recurrir a la auto preparación es decir continuar formándose en áreas importantes dentro de la comunicación para tener más oportunidades laborales y tener conocimientos iguales o superiores a los demás.
- Es importante que se continúe con la investigación para que se determine con exactitud si influye o no el nombre de la universidad donde se titula un profesional de la comunicación al conseguir un trabajo, pues se obtuvieron datos contradictorio, mientras los profesionales expresan que si influye este aspecto los dueños y representantes de medios de comunicación e instituciones públicas y privadas menciona que esto no es tomado en cuenta.

#### **14.- BIBLIOGRAFÍA:**

Abad, Gustavo (2013). Medios, periodismo y responsabilidad social: en busca de políticas públicas en Ecuador . Chasqui, p.15.

Arroyave Jesús & Blancor Isca (2005). Cómo perciben los periodistas su profesión: entre el agotamiento y la fascinación. Redalyc, p.4.

Barbetti, Pablo (2005). Criterios valorados en la selección de profesionales universitarios y posición de los empresarios frente a la formación superior. Un análisis de las opiniones de los empleadores en la ciudad de Corrientes. Revistacyt.unne.edu.ar , p.2.

Caicedo, Miriam Natalia (2012 ). Evaluación de las principales fuentes de trabajo para los estudiantes graduados de la facso. para la creación de una bolsa laboral. . Guayaquil .

- Calzavara, Hoenir Sarthou (2009). La tensión entre democracia y derechos humanos. Redalyc, p.31.
- Castillo, Sheyla (2011). Mapa de medios de comunicación del Ecuador.
- CORDICOM. (15 de Junio de 2015). Listado de Medios de Comunicación a Nivel Nacional . Recuperado de: <http://nubr.co/kceaMu>
- Corica, Agustina (2012). Las expectativas sobre el futuro educativo y laboral de jóvenes de la escuela secundaria: entre lo posible y lo deseable. Scielo, p.4.
- Gil, Rosmelia (1994). Figuras sobresalientes de la Comunicación Social – Un perfil de ejemplaridad de los comunicadores . Caracas : Kasak N°3 .
- Godano Alcides & Barbetti Pablo (2001). Las Necesidades de Formación y Capacitación para Profesionales Universitarios. La Visión de los Empresarios en la Ciudad de Corrientes. Aset, p.4.
- Gonzaga, Karen (2014). Estudio de factibilidad sobre las oportunidades laborales de los egresados de la Facultad de Comunicación Social FACSO de la promoción 2011 - 2012. Guayaquil.
- Gonzaga, Karen (2014). Estudio de factibilidad sobre las oportunidades laborales de los egresados de la Facultad de Comunicación Social FACSO de la promoción 2011 - 2012. Universidad de Guayaquil, p.21.
- González Caro, Jiménez Francisco y Marín Gloria (2006). El acceso al mercado laboral. Redalyc, p.316.
- Jimenez, Diana (2012). La búsqueda de información en el mercado laboral desde un enfoque alternativo : las redes sociales y el mercado laboral. Cali: CIDSE, Universidad del Valle.
- Gonzales, Eva (2009). Nuevas Fórmulas, Nuevos Medios: la Comunicación de los. En M. G. Lorenzo, Actas del I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social (pág. 5). Tenerife : ISBN: 978-84-9941-001-2.

- López Xosé & Pereira Xosé (2006). Planes de estudio de comunicación en América Latina . CHASQUI, p.13.
- Martínez Manuel & Suarez David (2012). Análisis de la falta de ofertas laborales en el país en el sector de la comunicación, para la elaboración de un plan . Guayaquil .
- Martínez Manuel & Suarez David (2012). Análisis de la falta de ofertas laborales en el país en el sector de la comunicación, para la elaboración de un plan estratégico de apoyo a estudiantes universitarios para que adquieran experiencia. Guayaquil: Facso.
- Melado, Ruíz Claudia (2008). Diagnóstico y perspectivas del periodismo como profesión: Reflexiones en torno a la formación de los profesionales de la comunicación en Chile. Redalyc.
- Mellado, Claudia (2010). Reflexiones sobre la oferta académica, la situación laboral y la formación del periodista en Latinoamérica. Scielo .
- Mellado Claudia, Salinas Paulina & Barría Sergio (2010). Estructura del empleo periodístico y validación profesional de sus prácticas en el mercado laboral Chileno. INNOVAR JOURNAL, p.93.
- Montero, Gloria (2015). Sistematización de la experiencia comunicacional de la radio franciscana radio misión san antonio de la ciudad de zumba provincia de zamora chinchipe. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Moragas, Miguel (2000). Las Facultades de comunicación en el umbral de la era internet. Chasqui, p.3.
- Nazario, Rafael (2006). Beneficios y motivación de los empleados. Redalyc, p.3.
- Punín María Isabel, Martínez Alison & Rencoret Nathaly (2014). Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro. Redalyc , p.207.

- Punín, María Isabel (2012 ). Los estudios de comunicación social/periodismo en el Ecuador. Razón y Palabra , p.2.
- Punín, María Isabel (2012). Los estudios de comunicación social/periodismo en el Ecuador. Una visión crítica al rol de la universidad y la academia. Razon y Palabra .
- Salaverría, Ramón (2016). Ciberperiodismo en Iberoamérica. En R. Salaverría, Ciberperiodismo en Iberoaméric, p.481.
- Sánchez, Alejandro (2011). Régimen Laboral en el Sector Público. Universidad Técnica Particular de Loja, p.35.
- Sayago Zoraida & Chacón María (2006). Las prácticas profesionales en la formación docente: hacia un nuevo diario de ruta. Scielo, p.2.
- Uribe José, Viáfara Carlos & Oviedo Yanira (2007). Efectividad de los canales de búsqueda de empleo en Colombia en el año 2003. Colombia: Lect. Econ.
- Zermeño Ana, Arellano Aideé & Ramírez Vanessa (2007). El papel de las tecnologías de información y comunicación. Redalyc, p.2.

**15.- ANEXOS****Anexos 1****Modelo de encuesta****UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI****FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN****ENCUESTA A DUEÑOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SECTORES  
PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA**

Esta encuesta tiene por objetivo conocer datos que ayuden a la realización del proyecto “Diagnóstico del campo laboral para comunicadores en la ciudad de Latacunga” con la finalidad de analizar las oportunidades de trabajo para los periodistas en la ciudad.

Nombre del medio de comunicación o sector público: .....

Cargo:

Edad:

Sexo:

**1. ¿En Qué tipo de medio de comunicación o dependencia del sector público trabaja?**

( ) Impreso

( ) Televisivo

( ) Radial

( ) Online

( ) Sector Público

( ) Otros

**2. ¿Tiene título en Comunicación Social o ramas afines?**

- Sí
- No
- Estudiando

**3. ¿En su medio de comunicación o dependencia trabajan profesionales en Comunicación Social titulados?**

- Sí
- No

¿Cuántos?.....

**4. ¿Qué problemas ha encontrado al buscar personal para su medio de comunicación o dependencia?**

- Falta de experiencia
- Especializados en un solo ámbito
- No aceptan la remuneración que el medio está dispuesto a pagar
- Otros.....

**5. ¿Ha tenido estudiantes pasantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi en su medio o dependencia?**

- Sí
- No

Porque.....

**6. ¿Considera que hay migración de profesionales en Comunicación Social a otras ciudades?**

- Si
- No
- A veces

**7. ¿Si su respuesta fue afirmativa explique el por qué?**

.....

.....

.....

.....

**8. ¿Influye el nombre de la institución donde se titula un profesional al momento de contratar a un trabajador para su medio de comunicación o dependencia?**

- Si
- No

Por qué.....

**9. ¿Qué técnicas considera que las Universidades deben fortalecer en los nuevos profesionales de Comunicación para su correcto desenvolvimiento laboral?**

- Práctica
- Teoría
- Investigación
- Otros, detalle cuales: .....

**10. ¿Le gustaría contratar profesionales en Comunicación Social egresados de la Universidad Técnica de Cotopaxi?**

Si

No

Por qué.....

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI****FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN****ENCUESTA A PROFESIONALES EN COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA  
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

Esta encuesta tiene por objetivo conocer datos que ayuden a la realización del proyecto “Diagnóstico del campo laboral para comunicadores en la ciudad de Latacunga” con la finalidad de analizar las oportunidades de trabajo para los periodistas en la ciudad.

Nombre:.....

Edad:

Sexo:

**1.- ¿Hace cuánto tiempo se graduó como Licenciado en Comunicación Social?**

- Un año
- Dos años
- Tres años
- Más

**2.- ¿En la actualidad se encuentra ejerciendo su profesión?**

- Si
- No

**3.- ¿En que se encuentra trabajando?**

- Radio
- Televisión

- Prensa
- Institución
- Emprendimientos Propios
- Otros.....

**4.- ¿Cuánto es el salario que percibe por su trabajo?**

- 0-150
- 150-300
- 300-600
- 600- Más

**5.- ¿Ha buscado empleo en su área profesional en algún medio de comunicación o en alguna dependencia pública o privada?**

- Si
- No

**6.- ¿Qué problemas tuvo al buscar un trabajo de acuerdo a su profesión?**

- Falta de experiencia
- Mucha competencia
- Escases de trabajo
- Pocos conocimientos
- Mala remuneración
- Otros

Detalle.....

**7.- ¿Ha buscado empleo fuera de la provincia de Cotopaxi?**

( ) Si

( ) No

Por qué.....

**8.- ¿Considera que influye el nombre de la institución donde se tituló al momento de conseguir un trabajo?**

( ) Si

( ) No

Por qué.....

**9.- ¿Qué aspectos considera usted que la Universidad Técnica de Cotopaxi debe fortalecer en su formación académica en los nuevos comunicadores?**

( ) Técnico - Práctico

( ) Teórico - Investigativo

( ) Humanístico

( ) Todos

¿Por qué?.....

**10.- ¿Cómo ve el futuro de un comunicador social en Latacunga?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI****FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN****ENCUESTA A PERSONAS QUE SE ENCUENTRAN LABORANDO EN  
MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SECTORES PÚBLICOS Y PRIVADOS  
AFINES A ESTA ÁREA, EN LA CIUDAD DE LATACUNGA**

Esta encuesta tiene por objetivo conocer datos que ayuden a la realización del proyecto “Diagnóstico del campo laboral para comunicadores en la ciudad de Latacunga” con la finalidad de analizar las oportunidades de trabajo para los periodistas en la ciudad.

Cargo:

Edad:

Sexo:

**1. ¿En Qué tipo de medio de comunicación o dependencia del sector público trabaja?**

- Impreso
- Televisivo
- Radial
- Online
- Sector Público
- Otros

**2. ¿Tiene título en Comunicación Social o ramas afines?**

- Sí
- No
- Estudiando

**3. ¿En el medio en el que labora trabajan profesionales en Comunicación Social titulados?**

Sí

No

¿Cuántos?.....

**4. ¿Qué problemas ha encontrado al buscar un empleo en comunicación?**

Falta de experiencia

Mucha competencia

Escases de trabajo

Pocos conocimientos

Mala remuneración

Otros

Detalle.....

**5. ¿Cuánto años lleva ejerciendo la profesión de comunicación social?**

2-3

4-5

6-7

8-10

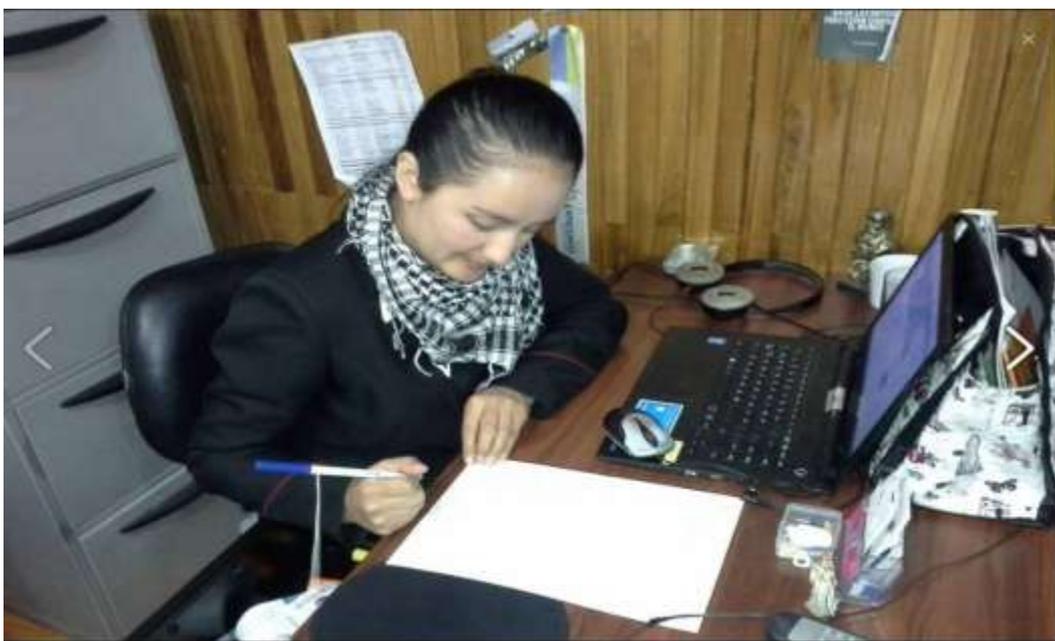
Más

**ANEXOS 2****Fotografía N° 1**

**Pie de Foto.-** Lic. Luis Muñoz – Gerente de Cotopaxi Noticias

**Fotografía N° 2**

**Pie de Foto.-** Lic. Jorge Idrovo – Gerente de Al día Online.

**Fotografía N° 3****Pie de Foto.-** Tlgo. Freddy Guanoluisa – Director del Área de Comunicación Social del GAD Latacunga.**Fotografía N° 4****Pie de Foto.-** Lic. Germania Riera –Egresada de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

**ANEXOS 3****HOJA DE VIDA****DATOS PERSONALES:**

**Nombres:** Juan Pablo

**Apellidos:** Toro Bravo

**Fecha de Nacimiento:** 16 de agosto de 1978

**Estado Civil:** Casado

**Cédula de Identidad:** 0502344013

**Dirección:** Salcedo, calle Rocafuerte y Juan León Mera

**Teléfono:** 0987260418

**E-mail:** juan.toro@utc.edu.ec

**ESTUDIOS REALIZADOS:**

- Tres semestres en la Facultad de Comunicación Social en la Universidad Central del Ecuador.
- Universidad Técnica de Ambato, Carrera de Comunicación Social
- UNIANDES Universidad Regional Autónoma de los Andes

**TÍTULOS OBTENIDOS:**

2004 / Licenciado en Comunicación Social

2007 / Diploma Superior en Planificación Estratégica de la Comunicación

2008 / Especialista en Comunicación e Imagen Corporativa

2009 / Magister en Comunicación Periodística Institucional y Empresarial

## HOJA DE VIDA

### DATOS PERSONALES:

**Nombres:** Evelyn Nataly  
**Apellidos:** Caisa Gavilema  
**Fecha de Nacimiento:** 16 de Enero de 1994  
**Lugar de Nacimiento:** Pujili – Cotopaxi  
**Estado Civil:** Soltera  
**Cédula de Identidad:** 054265794  
**Dirección:** Barrio “Vicente León”- Pujilí  
**Teléfono:** 0987580414  
**E-mail:** naty16cami@gmail.com



### ESTUDIOS REALIZADOS:

Escuela fiscal “Pedro Vicente Maldonado”

Colegio Nacional “Provincia de Cotopaxi”

UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI (Actualmente 9  
Nivel)

### TÍTULOS OBTENIDOS:

2011 Institución: Colegio Nacional “Provincia de Cotopaxi”

Título: Bachiller en Ciencias Sociales.

## HOJA DE VIDA

### DATOS PERSONALES:

**Nombres:** Mayra Alejandra

**Apellidos:** Molina Molina

**Fecha de Nacimiento:** 10 de Marzo de 1994

**Lugar de Nacimiento:** Latacunga

**Estado Civil:** Soltera

**Cédula de Identidad:** 0503475113

**Dirección:** Isla San Cristóbal y Piqueros

**Teléfono:** 0992950513

**E-mail:** molinamolnamayral@hotmail.com



### ESTUDIOS REALIZADOS:

Escuela Elvira Ortega

Instituto Tecnológico Superior “Victoria Vásquez Cuví”

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI (Actualmente 9 Nivel)

### TÍTULOS OBTENIDOS:

2011 Institución: Instituto Tecnológico Superior “Victoria Vásquez Cuví”

Título: Bachiller en Ciencias Sociales.

#### ANEXOS 4

En los presentes cuadros se presenta los resultados obtenidos mediante las entrevistas, mostrando cuales son las experiencias obtenidas de cada uno de los entrevistados, cada uno de ellos profesionales de la comunicación titulados en la Universidad Técnica de Cotopaxi.

| FUENTE             | TEMATICA   | FECHA      |
|--------------------|--|------------|
| Lic. Wilson Maigua | <p><b>Experiencias obtenidas en busca de un trabajo.</b></p> <p>Menciona que el no conseguir trabajo se ha convertido en algo traumante pues en Cotopaxi no existen muchas oportunidades de trabajo, dice que el compromiso de los profesionales no es solo buscar un trabajo más bien es salir a buscar otras fuentes de empleos como trabajos e iniciativas propias que permitan sobresalir a un profesional. Menciona que en muchos trabajos se solicitan solo personal titulados en Universidades de categoría A, comenta que esta situación es muy lamentable y es la causa de que muchos profesionales no se encuentren trabajando, y a eso se suma que la Universidad se encuentra en un momento crítico y los más perjudicados son los alumnos “estamos siendo muy perjudicados, somos muy</p> | 08-04-2016 |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | <p>menospreciados” y es algo lamentable que debamos realizar otras actividades que no corresponden del todo a nuestra profesión y más lamentable aun haber pasado años en la universidad para estar viviendo esta realidad.</p> |  |
|--|---|--|

| FUENTE           | TEMATICA   | FECHA      |
|------------------|--|------------|
| Lic. Ana Santana | <p><b>Experiencias obtenidas en busca de un trabajo.</b></p> <p>Comenta que no ha logrado conseguir un trabajo pues ella menciona que primero se necesita experiencia en el sector público o privado y por más conocimientos y desempeño que se tenga en las aulas no sirve para conseguir tu primer trabajo. Dice que por la crisis que existe en el país mencionan que por lo menos este año no hay contratos en el sector público de Latacunga, hay trabajo en Azuay, en Quito y en Loja pero piden mínimo un año de experiencia y se debe adicionar al título cursos relacionados para que vean tus conocimientos actualizados. “Tenemos que ser realistas ahora no hay trabajo, tenemos que salir de la ciudad para tenerlo y que pueda solventar</p> | 22-04-2016 |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | nuestro bolsillo y nos podamos desempeñar de acuerdo a nuestro título”. |  |
|--|---|--|

| FUENTE                | TEMATICA  | FECHA      |
|-----------------------|---|------------|
| Lic. Alejandra Ortega | <p><b>Experiencias obtenidas en busca de un trabajo.</b></p> <p>Dice que ha dejado carpetas en los medios de comunicación pero la respuesta es gracias la estaremos llamando, el problema más frecuente es que los medios de comunicación buscan explotar a los chicos o chica mediante las pasantías. Comenta que otro de los casos muy comunes en la búsqueda de empleo es que piden experiencia mínima de dos años. Ese es un gran problema conseguir trabajo sin tener experiencia que te respalde. Dice que el campo laboral en Latacunga es muy escaso si esperamos a alguna empresa o medio de comunicación no ve oportunidad de trabajar en la ciudad “el futuro para nosotros esta en emprendimientos propios, pues el hecho de emigrar es</p> | 03-05-2016 |

|                       |   |              |
|-----------------------|---|--------------|
|                       | <p>un factor que afectaría a la economía así como también la desintegración familiar y pues si pensamos en quedarnos en la ciudad no es apropiado porque no tenemos plazas de empleo”. Hay que ser conscientes de que a pesar de los conocimientos adquiridos en la universidad también depende de nosotros como buenos profesionales el auto educarnos.</p>  |              |
| <b>FUENTE</b>         | <b>TEMATICA</b>   | <b>FECHA</b> |
| Lic. Marco Altamirano | <p><b>Experiencias obtenidas en busca de un trabajo.</b></p> <p>Expresa que ha encontrado muchos obstáculos para obtener un empleo en medios locales el conflicto no es que no quieran dar trabajo más bien es que no quieren pagar lo que realmente debe ganar un comunicador y a eso se suma que existen medios impresos que pagan \$2 por noticia publicada y exigen que sea un trabajo bien hecho que cumpla todas las leyes y con todas las normas deontológicas, pero no están dispuestos a retribuir ese trabajo con la remuneración correspondiente. Dice que buscar trabajo en instituciones públicas es más complicado, la educación que se</p> | 13-05-2016   |

|                      |   |              |
|----------------------|---|--------------|
|                      | <p>proporciona en la universidad menciona que dictan las clases lo mejor que pueden no se desmerece el esfuerzo que hacen ya que el conocimiento de un comunicador social debe ser tanto teórico como práctico. Pero si deberían manejar un cierto direccionamiento a conocimientos generales de fotografía, edición de audio, edición de video, locución, actos protocolarios, oratoria y eso complementado con las teorías de la comunicación.</p>  |              |
| <b>FUENTE</b>        | <b>TEMATICA</b>   | <b>FECHA</b> |
| Lic. Mauricio Zapata | <p><b>Experiencias obtenidas en busca de un trabajo.</b></p> <p>Menciona que actualmente se encuentra en un Trabajo para Fundación telefónica en conjunto con Fundación niños con destino en el ámbito de comunicación social y programas sociales para erradicar el trabajo infantil, empresa ubicada en Sangolquí, comenta que ha tenido que migrar pues en la ciudad de Latacunga no hay trabajo para los comunicadores y por ende no encontró empleo y pues además que hay empresas y medios que no pagan el salario estipulado por</p> | 26-05-2016   |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | <p>la ley. Comenta que para tener el empleo tuvo que salir de la provincia porque necesitan el empleo pero menciona que tiene compañeros que no han podido conseguir trabajo hasta ahora y los q están trabajando lo están haciendo en otras provincias.</p> |  |
|--|--|--|