



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

TEMA:

LA POCA INICIATIVA EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE
LOS EGRESADOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UTA, PROVOCA
LA SATURACIÓN LABORAL EN LOS MEDIOS TRADICIONALES
DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 2011

Trabajo de Graduación previo a la obtención del Título de Licenciada en
Comunicación Social

AUTOR:

Carolina Elizabeth Villafuerte Ortega

TUTORA:

M. Sc. Eliza Vayas

Ambato-Ecuador
2012

TEMA:

LA POCA INICIATIVA EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE
LOS EGRESADOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UTA, PROVOCA
LA SATURACIÓN LABORAL EN LOS MEDIOS TRADICIONALES
DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 2011.

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de tutora del trabajo de la investigación sobre el tema “la poca iniciativa en comunicación para el desarrollo, de los egresados en comunicación social de la UTA, provoca la saturación laboral en los medios tradicionales durante el primer semestre de 2011” de la Srta. Villafuerte Ortega Carolina Elizabeth, Egresada de la Carrera de Comunicación Social de Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo de Graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación

Ambato, 4 de Enero de 2012.

.....
Lic. Eliza Vayas

C.I 180323494 - 5

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema “la poca iniciativa en comunicación para el desarrollo, de los egresados en comunicación social de la UTA, provoca la saturación laboral en los medios tradicionales durante el primer semestre de 2011”, presentado por la Srta. Carolina Elizabeth Villafuerte Ortega de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato,

Para constancia firma:

.....

Presidente

.....

Miembro

.....

Miembro

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación “la poca iniciativa en comunicación para el desarrollo, de los egresados en comunicación social de la UTA, provoca la saturación laboral en los medios tradicionales durante el primer semestre de 2011.”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de responsabilidad de la autora.

Ambato, 4 de Enero de 2012.

LA AUTORA

.....

Carolina Elizabeth Villafuerte Ortega

CI.180414585 - 0

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, 4 de Enero de 2012.

LA AUTORA

.....
Carolina Elizabeth Villafuerte Ortega

CI.180414585 - 0

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a Dios, mis
padres, hermanos y tíos.

Carolina Elizabeth Villafuerte Ortega

AGRADECIMIENTO

A Dios, mis padres y familiares, pues gracias a ellos estoy logrando mi sueño de convertirme en profesional.

Carolina Elizabeth Villafuerte Ortega

INDICE GENERAL

Preliminares	pág.
PORTADA.....	i
TEMA:	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
AUTORÍA.....	v
DERECHOS DE AUTOR	vi
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
INDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvi
INTRODUCCIÓN	1

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Tema de la investigación.....	3
Planteamiento del problema.....	3
Contextualización	3
Macro:	3
Meso.....	4
Micro	5
Análisis Crítico	8
Prognosis.....	9
Formulación del Problema.....	10
Interrogantes de la investigación	10
Delimitación del Objetivo de Investigación	10
Delimitación espacial:.....	10
Delimitación Temporal:	10
Unidades de Observación:	10

Justificación	12
Objetivos	14
Objetivo General.....	14
Objetivo Específico	14

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Investigaciones previas	15
Fundamentación filosófica.....	17
Fundamentación legal	18
Categorías Fundamentales	23
CONSTELACIÓN DE IDEAS	24
VARIABLE INDEPENDIENTE	24
VARIABLE DEPENDIENTE	25
Variable independiente	26
COMUNICACIÓN	26
COMUNICACIÓN SOCIAL	28
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	29
COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	30
DEFINICIÓN	30
TIPOLOGIA	33
Comunicación de Desarrollo.....	33
Comunicación de Apoyo al Desarrollo	34
Comunicación Alternativa para el Desarrollo Democrático	35
Comunicación - Desarrollo o Comunicación con Desarrollo	35
Variable dependiente	39
DESARROLLO SOCIAL	39
ECONOMÍA	40
FORMAS DE TRABAJO	41
SATURACIÓN LABORAL	42
Hipótesis.....	43
Hipótesis general	43

Señalamiento de Variables	43
Variable independiente	43
Variable dependiente	43

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Enfoque de la Investigación	44
Modalidad básica de la investigación	44
Bibliografía-documental	44
De Campo	44
Nivel o tipo de la investigación.....	45
Tipo de Investigación	45
Población y muestra	45
Operacionalización de Variables.....	46
Variable Independiente: la comunicación para el desarrollo.....	46
Variable Dependiente: Saturación laboral	48
Técnicas e instrumentos	50
Encuesta	50
Entrevista.-	50
Plan para la recolección de información	51
Plan de procesamiento de la información	52

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

PREGUNTA 1	53
Agrupación de personas que trabajan	53
PREGUNTA 2	55
Agrupación de personas de acuerdo a su actividad en el trabajo.....	55
PREGUNTA 3	56
Agrupación de personas que tienen iniciativa propia en el trabajo.....	56
PREGUNTA 4	57

Agrupación de personas según su conocimiento del concepto de Comunicación para el Desarrollo.....	57
PREGUNTA 5	59
Agrupación de personas -proyecto de C. para el Desarrollo.....	59
PREGUNTA 6	60
Agrupación de personas que consideran se la Comunicación para el Desarrollo aplica en el campo laboral.....	60
PREGUNTA 7	62
Agrupación -poca iniciativa en C. para el Desarrollo en egresados provoca Saturación Laboral	62
CUALITATIVO: ENTREVISTA.....	62
CUALITATIVO: ENTREVISTA.....	65
Verificación de hipótesis.....	67
Por la interrogante de la investigación.....	67
Análisis de porcentajes representados	67
Comprobación de la interrogante de investigación	69

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES	70
RECOMENDACIONES.....	71

CAPITULO VI

PROPUESTA

Datos informativos.....	72
Título.....	72
Línea	72
Comunicación Social.....	72
Área.....	72
Comunicación para el desarrollo.	72
Institución ejecutora.....	72
Beneficiarios	72

Ubicación	72
Tiempo estimado para la ejecución	72
Equipo Técnico responsable	73
Costo	73
Problema A Resolver:	73
Antecedentes de la Propuesta.....	74
Justificación	75
Objetivos	76
Análisis de factibilidad.....	77
Económico-financiera	78
Fundamentación	79
COMUNICACIÓN	79
COMUNICACIÓN ESTRATEGICA.....	81
COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	82
COMUNICACION PARA EL DESARROLLO EN LATINOAMERICA	84
Administración y Metodología	93
Previsión de la Evaluación	96
Bibliografía	97
Linkokgrafía.....	100
Anexos	101

ÍNDICE DE CUADROS

	Pag.
Cuadro N°1 Variable Independiente: la comunicación para el desarrollo.....	46
Cuadro N°2 Variable Dependiente: Saturación laboral.....	48
Cuadro N°3 Plan para la recolección de información.....	51
Cuadro N°4 Agrupación de personas que trabajan.....	53
Cuadro N°5 Agrupación de personas de acuerdo a su actividad en el trabajo	55
Cuadro N°6 Agrupación de personas que tienen iniciativa propia en el trabajo..	56
Cuadro N°7 Agrupación de personas según su conocimiento del concepto de Comunicación para el Desarrollo	58
Cuadro N°8 Agrupación de personas que han realizado un proyecto de Comunicación para el Desarrollo	59
Cuadro N°9 Agrupación de personas que consideran se la Comunicación para el Desarrollo aplica en el campo laboral.....	61
Cuadro N°10 Agrupación de personas que consideran que la poca iniciativa en C. para el Desarrollo en egresados provoca Saturación Laboral.....	62
Cuadro N°11 Entrevista Realizada a: Orlando Peñafiel.....	63
Cuadro N°12 Entrevista Realizada a: Alex Mullo	65
Cuadro N°13 Análisis de porcentajes representados.....	67
Cuadro N°14 MODELO OPERATIVO.....	93
Cuadro N°15 Plan de monitoreo y evaluación de la propuesta.....	96

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pag.
Gráfico N°1 Árbol de Problemas.....	7
Gráfico N°2 Categorías Fundamentales.....	23
Gráfico N°3 CONSTELACIÓN DE IDEAS-VARIABLE INDEPENDIENTE.....	24
Gráfico N°4 CONSTELACIÓN DE IDEAS- VARIABLE DEPENDIENTE.....	25
Gráfico N°5 Agrupación de personas que trabajan	54
Gráfico N°6 Agrupación de personas de acuerdo a su actividad en el trabajo....	55
Gráfico N°7 Agrupación de personas que tienen iniciativa propia en el trabajo..	57
Gráfico N°8 Agrupación de personas según su conocimiento del concepto de Comunicación para el Desarrollo.....	58
Gráfico N°9 Agrupación de personas que han realizado un proyecto de Comunicación para el Desarrollo	60
Gráfico N°10 Agrupación de personas que consideran se la Comunicación para el Desarrollo aplica en el campo laboral	61
Gráfico N°11 Agrupación de personas que consideran que la poca iniciativa en C. para el Desarrollo en egresados provoca Saturación Laboral	62

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo trata sobre una existente problemática que conlleva a la reflexión, la poca iniciativa en comunicación para el desarrollo, de los egresados en comunicación social de la UTA, provoca la saturación laboral en los medios tradicionales durante el primer semestre de 2011, donde hemos hecho encuestas a los egresados de la universidad Técnica de Ambato con el fin de corroborar nuestra hipótesis la misma que nos permitió realizar un propuesta que ayude a resolver esta problemática. La demanda laboral en el Área de Comunicación social, crece cada día con la consecuyente cantidad creciente de profesionales en el área de Comunicación Social, En una parte, los desempleados, egresados y profesionales en comunicación social, es una problemática que se presenta en la actualidad, especialmente en los egresados de la Universidad Técnica de Ambato. Esta desocupación laboral provoca la pobreza, crisis social y económica y por lo general se da gracias al desinterés de los profesionales, que prefieren desempeñar actividades que no se relacionen con su carrera, sin embargo otra de las razones por la que se da esta problemática es la saturación de profesionales en los medios tradicionales; además están presentes como el desconocimiento de nuevas alternativas de trabajo y la inexperiencia en estas áreas.

DESCRIPTORES: Comunicación para el desarrollo y la saturación labora en los Comunicadores sociales.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto se orientó a los comunicadores sociales y a las universidades que forjen a estudiantes para esta carrera profesional, con el fin de brindar soluciones a la saturación laboral que sufren los egresados en Comunicación Social.

El presente proyecto es una investigación de campo realizada en la Universidad Técnica de Ambato, con la ayuda de la profesora Eliza Vayas de la Universidad Técnica de Ambato.

Dicho compendio de información abarca temas sociales como es, el desempleo de los Comunicadores Sociales y la falta de preparación de los mismos, la finalidad de este trabajo se basa en obtener cifras reales que nos permitan brindar soluciones al problema planteado dentro del tema de: “La poca iniciativa en comunicación para el desarrollo, de los egresados en comunicación social de la UTA, provoca la saturación laboral en los medios tradicionales durante el primer semestre de 2011”.

Es por ello se ve necesario plasmar en el primer capítulo, el tema o el problema de la investigación, sobre la saturación de los medios tradicionales; pudiendo contextualizarlo, analizarlo críticamente, formularlo, delimitarlo en espacio y tiempo, proyectarlo al futuro, justificar su estudio y diseñar sus objetivos, tanto general como específicos.

En el Capítulo II, se redactará el Marco Teórico de la investigación, donde se incluirán los antecedentes investigativos con su debida fundamentación filosófica y legal, con sus categorías fundamentales y sus respectivas hipótesis y variables.

En el Capítulo III se presenta la metodología de la investigación, y su forma de llevar el estudio; además se muestran temas que sustentan el tipo y nivel de investigación, las técnicas e instrumentos, población y muestra, estadísticas a

utilizar y la correspondiente Operacionalización de variables.

El Capítulo IV se dedica a realizar el marco administrativo, en el mismo incluiremos los recursos que se utilizaran para la investigación, cronograma, para detallar cuanto tiempo durara la tesis con su respectiva bibliografía y anexos.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Tema de la investigación

“La poca iniciativa en comunicación para el desarrollo, de los egresados en comunicación social de la uta, provoca la saturación laboral en los medios tradicionales durante el primer semestre de 2011”.

Planteamiento del problema

Contextualización

Macro:

A nivel mundial, las actuales transformaciones socioculturales han provocado una evolución en la incorporación de las nuevas tecnologías de información y comunicación (TICS) y su utilización en las formas cotidianas de interacción social. El internet es un medio de alcance mundial y sus efectos repercuten en todos los ámbitos, y la ampliación de las redes de interconexión nos modifica las dimensiones con las que percibimos el tiempo y el espacio dando como resultado un mundo donde las distancias se empequeñecen y la información sobre los acontecimientos es simultánea.

La comunicación para el desarrollo comprende extensas ramas de desempeño laboral y establece alternativas de desempeño en el área de comunicación social, ha visto la creación de empresas propias montadas por cada profesional de esta área tales como: consultor, ejecutivo de cuentas, directivo, creativo, estrategia de difusión y medios independiente o asociado a agencias de

comunicación integral, publicidad y propaganda, investigador y analista de públicos de interés y tendencias, incluyendo su organización, presupuesto, dirección, control, evaluación y resolución de problemas, de esta manera se controla el nivel de desempleo.

Es por este motivo que las universidades extranjeras a nivel mundial han ofrecido posgrados tanto en las especialidades ya mencionadas, así como también en: Dirección en Empresas dentro de cualquier tipo de organización, planificador y coordinador de los sistemas de comunicación en organizaciones, empresa privada, ministerios de gobierno, municipios, sectores industriales, empresas de servicios, etc.

Por esta razón los países Industrializadas se han preocupado por brindar a los estudiantes de comunicación social los conocimientos necesarios para así al convertirse en profesionales busquen diversificar las opciones de trabajo y encuentren alternativas más allá de los medios de comunicación masivos tradicionales; podemos ver también que muchos países de Latinoamérica como Brasil, Argentina y Chile ya brindan propuestas para solucionar el desempleo de los profesionales de la Comunicación Social

Meso:

El Ecuador, ha sido considerado un país en “vías de desarrollo”, por este motivo se ha visto necesario tener en cuenta que muchos profesionales y egresados de la carrera de Comunicación Social, se dedican a otras actividades que no tienen relación con su carrera, además que muchos empíricos se han adueñado de lugares que les pertenecen a los comunicadores sociales, esto incremento de gran manera el nivel de desempleo en el país.

Incluso el desconocimiento en comunicación para el desarrollo, contribuyó a que los egresados y profesionales en esta área se centren en buscar trabajos solo en medios tradicionales como prensa escrita radio y televisión, lo que conllevó a una saturación de los puestos ocupacionales llevando a los comunicadores

sociales y egresados al desempleo debido a la saturación laboral. A pesar de que se han impulsado consideraciones y propuestas relacionadas con documentos que exponen el Proyecto de “Encuentros Regionales para el impulso del Sistema Nacional de Comunicación Popular, Alternativa y Comunitaria”, muy poca importancia se dio a alternativas comunicacionales. No ha existido un claro planteamiento desde diferentes miradas juveniles de una comunicación alternativa, democrática que permita plantear debate sobre temas más allá de lo informativo.

Micro:

En la ciudad de Ambato existe un índice de desempleo del 4.8% durante el 2011, valor que se incrementó desde el año 2010 en el mes de Septiembre con un porcentaje del 3.2% en el mes de Diciembre; siendo parte de esta cifra facilitada por el INEC el grupo de Comunicadores Sociales.

Se ha podido observar que los egresados, no hacen uso de sus habilidades para crear alternativas de trabajo en esta carrera; se dedican a otras actividades, pues poca es la importancia que los profesionales le han brindado a tomar otras opciones comunicativas, y han abarrotado los medios de comunicación locales. Y sería por esta razón para que existiese desempleo.

Cabe recalcar que muchos de los profesionales en Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato al ver la falta de puestos de trabajo, se desalientan y en vez de buscar otras alternativas que permitan hacer uso de su profesión se dedican a otras actividades fuera de su profesión.

Sin embargo las universidades que son las encargadas de la formación de profesionales capaces de desempeñarse en cualquiera de las ramas de esta área no cumplen con esta finalidad y solo les prepara para ejercer trabajos en de los medios de comunicación masivos tradicionales. En la ciudad de Ambato se ha observado que los egresados, no hacen uso de sus habilidades para crear alternativas de trabajo en esta carrera; se dedican a otras actividades, pues poca es

la importancia que los profesionales le han brindado a tomar otras opciones comunicativas, y han abarrotado los medios de comunicación locales. Y sería por esta razón para que existiese desempleo.

Cabe recalcar que muchos de los profesionales en Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato al ver la falta de puestos de trabajo, se desalientan y en vez de buscar otras alternativas que permitan hacer uso de su profesión se dedican a otras actividades fuera de su profesión, no han hecho una comunicación para el desarrollo. Sin embargo las universidades que son las encargadas de la formación de profesionales capaces de desempeñarse en cualquiera de las ramas de esta área no han cumplido con esta finalidad y solo les prepara para ejercer trabajos en de los medios de comunicación masivos tradicionales.

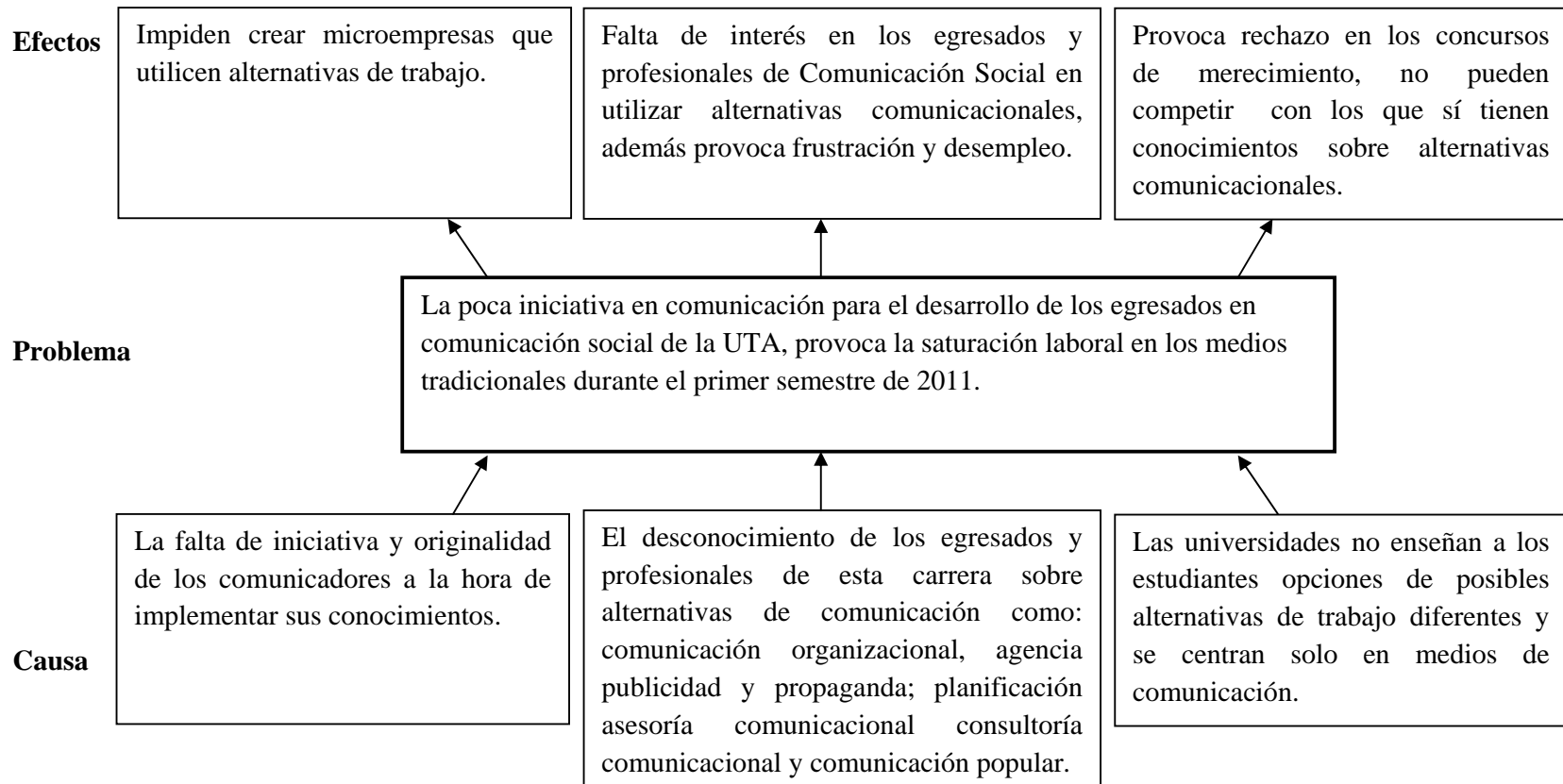


Gráfico No. 1: Relación Causa – Efecto

Elaborado por: Investigador

Análisis Crítico

Se ha partido del punto que, egresados y profesionales en Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato, conforman un grupo de población de Ambato, se han preocupado por encontrar opciones de trabajo pero fracasan al no lograr este objetivo, por varias razones que se detallaran a continuación.

Se ha dado la falta de iniciativa y originalidad de profesionales y egresados en Comunicación para el desarrollo que les permitían implementar sus conocimientos o crear microempresas para construir empresas propias. Otro punto importante ha sido tratar el poco conocimiento de este grupo poblacional sobre alternativas comunicacionales como empleos laborales, provocando frustración e incluso desempleo de los mismos.

La excesiva población de profesionales en Comunicación Social ha saturado los campos ocupacionales en el país lo que ha producido que muchos jóvenes recién graduados no puedan obtener trabajo, pero en realidad no se ha tomado en cuenta que la comunicación social no solo es periodismo sino que existen muchas ramas a las que nos podemos enfocar y una de ellas es la comunicación popular.

Es importante mencionar que las universidades se han encargado de forjar a quienes son nuestros futuros profesionales y deberían centrarse más en brindar a los estudiantes opciones de posibles alternativas de trabajo diferentes y apartadas a las tradicionales, para esto es necesario implementar en la malla curricular materias como comunicación estratégica, estrategia de difusión, mediación, etc. y reforzar otras como la comunicación organizacional, para de esta manera lograr una mejoría de la capacidad de los profesionales para desenvolverse en alternativas poco usuales pero pertenecientes a la comunicación social.

Prognosis

Si en las universidades en las que se oferta la carrera de Comunicación Social como en el caso de la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales no se da importancia a las iniciativas de Comunicación para el Desarrollo se provocara la saturación laboral para los egresados de la carrera de Comunicación Social.

Las iniciativas de Comunicación para el desarrollo que se pueden incluir en ámbitos como: Comunicación estratégica, Comunicación Organizacional, producción audiovisual, Comunicación impresa y Asesoría Comunicacional, contribuyen a identificar nuevas alternativas laborales en el campo de la Comunicación Social.

Una práctica tradicional de la Comunicación Social especialmente mediática conlleva a la saturación del campo laboral por parte de los egresados de ésta importante carrera conllevaron en el futuro a establecer trabas en el desarrollo profesional de los mismos, por lo que se llegaría a la saturación laboral de estos jóvenes que podrían ayudar al crecimiento productivo de Ambato y también del Ecuador.

Formulación del Problema

¿ La poca iniciativa en comunicación para el desarrollo de los egresados en comunicación social de la UTA, provoca la saturación laboral en los medios tradicionales durante el primer semestre de 2011?.

Interrogantes de la investigación

- ¿Existe poca iniciativa en comunicación para el desarrollo de los egresados en Comunicación Social?
- ¿Existe la saturación laboral en los medios tradicionales de comunicación social?
- ¿Qué alternativa de solución existe al problema planteado?

Delimitación del Objetivo de Investigación

La investigación se encuentra enmarcada en la siguiente delimitación que contiene:

Campo: Comunicación Social
Área: Comunicación Estratégica
Aspecto: Comunicación para el desarrollo

Delimitación espacial: El proyecto se centrará en Tungurahua, ciudad de Ambato, en los estudiantes egresados de Universidad Técnica de Ambato.

Delimitación Temporal: El estudio se realizará en el lapso de los primeros seis meses del año 2011.

Unidades de Observación:

La Facultad de jurisprudencia y Ciencias Sociales, específicamente los últimos

semestres de la carrera de Comunicación social.

- Decanos
- Subdecano
- Estudiantes

Justificación

Son muchas las opciones para los profesionales en el campo de la comunicación social como: Dirección en Empresas dentro de cualquier tipo de organización, planificador y coordinador de los sistemas de comunicación en organizaciones, empresa privada, ministerios de gobierno, municipios, sectores industriales, empresas de servicios, ONG's, organismos internacionales, instituciones sociales, sindicales, consultor, ejecutivo de cuentas, directivo, creativo, estrategia de difusión y medios independiente o asociado a agencias de comunicación integral, publicidad y propaganda, investigador y analista de públicos de interés y tendencias, incluyendo su organización, presupuesto, dirección, control, evaluación y resolución de problemas. Asesor privado de imagen, reputación y comunicación de políticos, actores sociales y personajes ligados al espectáculo, el cine y el mundo artístico, supervisor de proyectos, planificación, organización, presupuestos, control, etc., opciones enfocadas en comunicación para el desarrollo; pero lamentablemente no encontraron indicios de si estas opciones son utilizadas en la ciudad de Ambato, pues todo está centrado en los medios de radio televisión y prensa escrita, esta es la principal razón para que nuestro trabajo investigativo se lleve a cabo.

Se buscó crear nuevas alternativas que promuevan el desarrollo de la comunidad a través de la comunicación social, puesto que, la sociedad está sobre poblada de los típicos medios de comunicación que se han venido utilizando; si bien es cierto ya no existe frecuencias radiales o de canales televisivos, pero la verdad es que no miramos nuevas alternativas que son igual de útiles, e incluso están más orientadas al desarrollo de los pueblos, estas posibilidades de cambio son posibles para que la comunicación no se centralice en lo que es prensa escrita, radio y televisión, punto crucial, lo que hace posible la existencia de una sobre oferta de comunicadores sociales y así muchos se quedan sin espacios laborales, lo que aportaría al estancamiento del crecimiento del país.

Gracias a este proyecto, se logró la ayuda a cientos de jóvenes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Ambato que al no poder

visualizar bien varias opciones comunicacionales, se quedan sin empleo. La importancia de la investigación se centró en encontrar soluciones al problema de desempleo de los profesionales en esta área, por lo que los beneficiarios fueron los futuros y actuales profesionales en Comunicación social de la ciudad de Ambato.

En este proyecto se buscó proponer como solución una complementación de la malla curricular e investigar prácticas emergentes en comunicación estratégica para su viabilidad; se trabajó en la universidad en la que actualmente estudio pues me brindó todas las facilidades en lo que a datos de estudiantes se refiere para el desarrollo de la investigación de problema.

En este proyecto se buscó proponer como solución el diseño de talleres extracurriculares dirigido a estudiantes de la carrera de Comunicación Social de los dos últimos niveles que motive la iniciativa en Comunicación para el Desarrollo.

Objetivos

Objetivo General

Establecer si la poca iniciativa en comunicación para el desarrollo de los egresados en comunicación social de la UTA, provoca la saturación laboral en los medios tradicionales durante el primer semestre de 2011.

Objetivo Específico

Analizar la poca iniciativa en comunicación para el desarrollo de los egresados en comunicación social de la UTA.

Diagnosticar la saturación laboral en los medios tradicionales durante el primer semestre de 2011

Proponer una solución alternativa al problema planteado.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Investigaciones previas

De acuerdo con el trabajo que se decidió realizar es imprescindible obtener tesis anteriores de grado, sin embargo para mi tema fue muy difícil encontrar puesto que no se ha tomado en cuenta antes. La comunicación es un proceso vital para el desarrollo individual y de la sociedad. La comunicación social se fundamenta en el lenguaje y esta forma parte primordial del desarrollo del ser humano a lo largo de su evolución aunque también existieron otras formas de comunicación como el lenguaje escrito, etc. Con la evolución y desarrollo intelectual del hombre se crearon medios de comunicación y profesionales en comunicación social; usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos; sin embargo, otros medios de comunicación, no son masivos sino interpersonales.

La falta de iniciativa de las universidades ha estancado el desarrollo de alternativas que permitan la implementación de nuevas ramas de la comunicación social, existe por tal motivo falta de conocimiento, en alternativas útiles para desempeño laboral. La demanda laboral crece cada día con la consecuente cantidad creciente de profesionales en el área de Comunicación Social, es por este motivo que se considera necesario tener una excelente preparación para desempeñarse en otras ramas comunicacionales, existe una gran necesidad de crear nuevas alternativas que promuevan el desarrollo de la comunidad a través de la comunicación social, puesto que si no se las crea, la sociedad estará sobre poblada de los típicos medios de comunicación que se han venido utilizando; si bien es cierto ya no existe frecuencias radiales o de canales televisivos, pero la verdad es que no miramos nuevas alternativas que son igual de útiles, e incluso

están más orientadas al desarrollo de los pueblos, si estas posibilidades de cambio es posible que la comunicación se centralice en lo que es prensa escrita, radio y televisión, punto crucial, que haría posible la existencia de una sobre oferta de comunicadores sociales y así muchos se quedarían sin espacios laborales, lo que aportaría al estancamiento del crecimiento del país.

En una parte, los desempleados, egresados y profesionales en comunicación social, es una problemática que se presenta en la actualidad, especialmente en los egresados de la Universidad Técnica de Ambato. Esta desocupación laboral provoca la pobreza, crisis social y económica y por lo general se da gracias al desinterés de los profesionales, que prefieren desempeñar actividades que no se relacionen con su carrera, sin embargo otra de las razones por la que se da esta problemática es la saturación de profesionales en los medios tradicionales; además están presentes como el desconocimiento de nuevas alternativas de trabajo y la inexperiencia en estas áreas.

Fundamentación filosófica

El paradigma de la investigación fue crítico - constructivista - social como una alternativa para la investigación social sobre la saturación de medios tradicionales de comunicación, proponiendo estrategias de cambio que se fundamenta en el cambio de esquemas sociales, solucionando de esta manera el desempleo laboral.

Se trató el enfoque crítico porque luego de investigar sobre nuestro tema antes escrito, se discutió y buscó una solución para lograr erradicar las tasas de desempleo, en el caso del presente tema y cuando la investigación no se detuvo en la observación de dichos fenómenos así planteó alternativas de solución laboral en los comunicadores sociales, esto ayudó a la interpretación y comprensión, de los fenómenos sociales que producen el problema de desempleo en su totalidad promoviendo una construcción social.

La investigación se comprometió con los Comunicadores Sociales y el crecimiento de su desempeño laboral, para que puedan escoger alternativas que les sirvan de sustento económico.

Fundamentación legal

Dentro de la Constitución de la República del Ecuador en los derechos del buen vivir dentro de la sección tercera, existe el tema de Comunicación e información ayuda a fundamentar el trabajo gracias a lo que nos corresponde para fortalecer la comunicación con los siguientes artículos:

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

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

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

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

Dentro de la ley orgánica de educación superior, en los art exige formar adecuadamente a los Estudiantes, pues tenemos el derecho de salir preparados para desempeñarnos en cualquier área que nuestra carrera lo requiera

Art. 1.- Ámbito.- Esta Ley regula el sistema de educación superior en el país, a los organismos e instituciones que lo integran; determina derechos, deberes y obligaciones de las personas naturales y jurídicas, y establece las respectivas sanciones por el incumplimiento de las disposiciones contenidas en la Constitución y la presente Ley.

Art. 2.- Objeto.- Esta Ley tiene como objeto definir sus principios, garantizar el derecho a la educación superior de calidad que propenda a la excelencia, al acceso universal, permanencia, movilidad y egreso sin discriminación alguna.

FINES DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

Art. 3.- Fines de la Educación Superior.- La educación superior de carácter humanista, cultural y científica constituye un derecho de las personas y un bien

público social que, de conformidad con la Constitución de la República, responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos.

Art. 4.- Derecho a la Educación Superior.- El derecho a la educación superior consiste en el ejercicio efectivo de la igualdad de oportunidades, en función de los méritos respectivos, a fin de acceder a una formación académica y profesional con producción de conocimiento pertinente y de excelencia.

Art. 5.- Derechos de las y los estudiantes.- Son derechos de las y los estudiantes los siguientes:

- b) Acceder a una educación superior de calidad y pertinente, que permita iniciar una carrera académica y/o profesional en igualdad de oportunidades;
- c) Contar y acceder a los medios y recursos adecuados para su formación superior; garantizados por la Constitución;
- g) Participar en el proceso de construcción, difusión y aplicación del conocimiento;

Art. 8.- Serán Fines de la Educación Superior.- La educación superior tendrá los siguientes fines:

- a) Aportar al desarrollo del pensamiento universal, al despliegue de la producción científica y a la promoción de las transferencias e innovaciones tecnológicas;
- b) Fortalecer en las y los estudiantes un espíritu reflexivo orientado al logro de la autonomía personal, en un marco de libertad de pensamiento y de pluralismo ideológico;
- c) Contribuir al conocimiento, preservación y enriquecimiento de los saberes ancestrales y de la cultura nacional;
- f) Fomentar y ejecutar programas de investigación de carácter científico, tecnológico y pedagógico que coadyuven al mejoramiento y protección del ambiente y promuevan el desarrollo sustentable nacional;

Art. 11.- Responsabilidad del Estado Central.- El Estado Central deberá proveer los medios y recursos únicamente para las instituciones públicas que conforman el Sistema de Educación Superior, así como también, el brindar las garantías para que las todas las instituciones del aludido Sistema cumplan con:

- e) Promover y propiciar políticas públicas que promuevan una oferta académica y profesional acorde a los requerimientos del desarrollo nacional;

Dentro de los principios de educación superior están los artículos siguientes que impulsan mi tesis.

Art. 12.- Principios del Sistema.- El Sistema de Educación Superior se regirá por los principios de autonomía responsable, cogobierno, igualdad de oportunidades, calidad, pertinencia, integralidad y autodeterminación para la producción del pensamiento y conocimiento en el marco del diálogo de saberes, pensamiento universal y producción científica tecnológica global.

Estos principios rigen de manera integral a las instituciones, actores, procesos, normas, recursos, y demás componentes del sistema, en los términos que establece esta Ley.

Art. 13.- Funciones del Sistema de Educación Superior.- Son funciones del Sistema de Educación Superior:

a) Garantizar el derecho a la educación superior mediante la docencia, la investigación y su vinculación con la sociedad, y asegurar crecientes niveles de calidad, excelencia académica y pertinencia;

c) Formar académicos, científicos y profesionales responsables, éticos y solidarios, comprometidos con la sociedad, debidamente preparados para que sean capaces de generar y aplicar sus conocimientos y métodos científicos, así como la creación y promoción cultural y artística;

ñ) Brindar niveles óptimos de calidad en la formación y en la investigación.

Dentro del tema de la calidad de la educación superior, nos permite de igual manera salir preparados de la mejor manera en lo que respecta a la carrera, con los siguientes artículos

Art. 93.- Principio de calidad.- El principio de calidad consiste en la búsqueda constante y sistemática de la excelencia, la pertinencia, producción óptima, transmisión del conocimiento y desarrollo del pensamiento mediante la autocrítica, la crítica externa y el mejoramiento permanente.

Art. 94.- Evaluación de la calidad.- La Evaluación de la Calidad es el proceso para determinar las condiciones de la institución, carrera o programa académico, mediante la recopilación sistemática de datos cuantitativos y cualitativos que permitan emitir un juicio o diagnóstico, analizando sus componentes, funciones, procesos, a fin de que sus resultados sirvan para reformar y mejorar el programa de estudios, carrera o institución.

La Evaluación de la Calidad es un proceso permanente y supone un seguimiento continuo.

Art. 96.- Aseguramiento de la calidad.- El Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, está constituido por el conjunto de acciones que llevan a cabo las instituciones vinculadas con este sector, con el fin de garantizar la eficiente y eficaz gestión, aplicables a las carreras, programas académicos, a las instituciones de educación superior y también a los consejos u organismos evaluadores y acreditadores.

Art. 97.- Clasificación Académica o Categorización.- La clasificación académica o categorización de las instituciones, carreras y programas será el resultado de la evaluación. Hará referencia a un ordenamiento de las instituciones, carreras y programas de acuerdo a una metodología que incluya criterios y objetivos medibles y reproducibles de carácter internacional.

Art. 101.- Reglamento y Código de Ética.- El Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior aprobará el Reglamento que regulará las actividades de los evaluadores externos y de todos los especialistas, consultores y funcionarios; y, el Código de Ética en el que se hará constar los requisitos, las incompatibilidades, prohibiciones y su forma de selección.

En estos artículos de la constitución sobre educación, se permitirá una buena educación para la formación de excelentes profesionales que sepan desempeñar su trabajo.

Que, el Art. 26 de la Constitución de la República del Ecuador establece que la educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo;

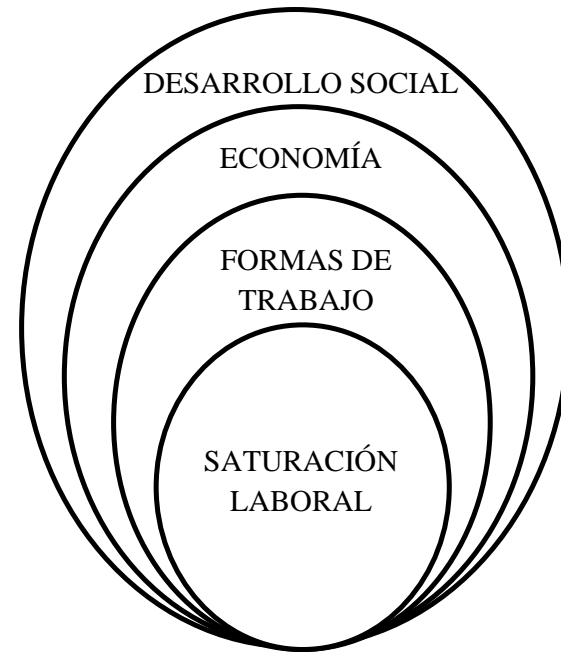
Que, el Art. 27 de la Constitución vigente establece que la educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respecto a

los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar; Que, el Art. 344 de la Sección Primera, Educación, del Título VII del Régimen del Buen Vivir de la Constitución de la República del Ecuador, determina que el sistema nacional de educación comprenderá las instituciones, programas, políticas, recursos y actores del proceso educativo, así como acciones en los niveles de educación inicial, básica y bachillerato, y estará articulado con el Sistema de Educación Superior;

Categorías Fundamentales



VARIABLE INDEPENDIENTE



VARIABLE DEPENDIENTE

INCIDE

GRÁFICO N°2

FUENTE: INVESTIGADORA

ELABORACIÓN: INVESTIGADORA



GRÁFICO N°3

FUENTE: INVESTIGADORA

ELABORACIÓN: INVESTIGADORA

VARIABLE DEPENDIENTE

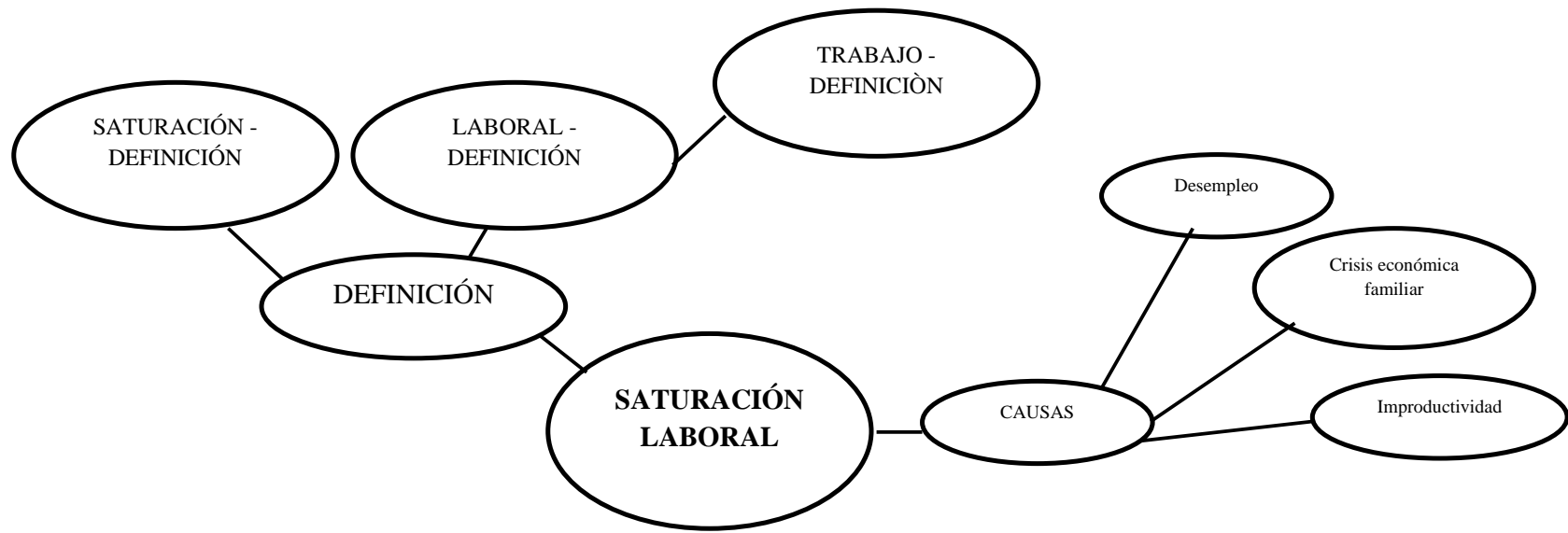


GRAFICO N° 4

FUENTE: INVESTIGADORA

REALIZACIÓN: INVESTIGADORA

Variable independiente

COMUNICACIÓN

La comunicación es el proceso mediante el cual se transmite información de una entidad a otra, los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes, además, la comunicación se ha definido como el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales. Todas las formas de comunicación requieren un *emisor*, un *mensaje* y un *receptor*. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el *emisor* en un paquete y canalizada hacia el *receptor* a través del medio. Una vez recibido, el *receptor* decodifica el mensaje y proporciona una respuesta. Pero, es imprescindible dejar de lado que el ser humano está inmerso en un ambiente denominado sociedad o entorno social, es ahí que la comunicación se reestructura y se convierte en comunicación social.

La palabra comunicación proviene del término latino comunis, que significa común, por lo que comunicación será más poner en común, compartir, más que un simple transmitir ideas, información. La comunicación requiere de varias personas, es multidireccional, exige la utilización de un código compartido y facilita otros procesos, como el educativo. En la comunicación (proceso), intervienen personas que intentan poner sus conocimientos, ideas y valores en común. Lo realizan mediante la información (producto).

Para el escritor Darío Beltrán, la Comunicación es el proceso de interacción social democrática basada en el intercambio de signos, por el cual los seres humanos comparten voluntariamente experiencias bajo condiciones libres e igualitarias de acceso, diálogo y participación, factor importante que permite identificar la base del estudio de la Comunicación Social.

La comunicación abarca mucho más que el acto de hablar y escribir. Podríamos definirla diciendo que consiste en la transmisión y recepción articulada

o inarticulada de ideas, sentimientos y actitudes con miras a obtener una respuesta. Harold Lasswell (1964) define a la comunicación como el acto intencional de una persona de dirigir un mensaje del emisor al receptor.

Claude Shannon y Warren Weaver (1949) hizo aún más explícita la estrategia de seguir el mensaje comienza con la fuente, pasando al transmisor, con el mensaje en el que puede aparecer ruido, va hacia el receptor, para tener un destino.

Ambos procesos tienen infinidad de elementos en común, tanto en cuanto a sus aspectos cognoscitivos, como en los que tiene que ver con la transmisión de información, los métodos, las técnicas y los recursos. Las competencias que una persona debe tener para educar/comunicar, son similares, salvando algunas distancias que más tienen que ver con los interlocutores, edad, intereses y conocimientos, que al mismo proceso. Además, como afirmaba Macluhan, *forma y contenido están estrechamente relacionados en el mundo de la educación y en el de la comunicación*, dentro de la fuente del link en internet de una página de educomunicación, <http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0016educomunicacion.htm>.

En la comunicación se debe tomar en cuenta la importancia de la relación del individuo con su entorno, es decir la sociedad y para ello se ha creado la comunicación social, la misma que es un campo de estudio sociológico que estudia cómo esta es percibida, transmitida y entendida y su impacto social. Se fundamenta en el lenguaje y éste forma parte primordial de la carrera como tal. Por esta razón, los estudios de comunicación social tienen mayor relación con lo político y lo social que los estudios de comunicación. Tomando a la comunicación social como un aspecto importante en la vida del ser humano, existe la carrera de comunicación social, la misma que nos permite trabajar en distintas áreas como, medios masivos, así también es necesario saber todo acerca de comunicación estratégica, debido a que nos permite generar estrategias para crear opciones de trabajo propias y alternativas a las conocidas tradicionales.

COMUNICACIÓN SOCIAL

La comunicación social se fundamenta en el lenguaje y esta forma parte primordial del desarrollo del ser humano a lo largo de su evolución aunque también existieron otras formas de comunicación como el lenguaje escrito, etc. Por esta razón, los estudios de comunicación social tienen mayor relación con lo político y lo social que los estudios de comunicación y es por este motivo que la sociología ha extendido un área llamada la sociología de la comunicación que estudia las implicaciones socioculturales que nacen de la mediación simbólica. Sin embargo los comunicadores sociales necesitan de medios para lograr su objetivo. Con el término medio de comunicación se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos; sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales.

En la línea de la crítica latinoamericana al modelo mecanicista e informacional de la “Mass Communication Research” y al modo de proceder los medios convencionales -Díaz Bordenave (1976), Beltrán (2007), Pasquali (1963)-, Kaplún señala que la auténtica comunicación –interpersonal o masiva- se forja en el diálogo y en la participación libre y equilibrada de los distintos actores sociales: “La verdadera comunicación no está dada por un emisor que habla y un receptor-recipiente que escucha, sino por dos seres o comunidades humanas que dialogan (aunque sea a distancia y a través de medios artificiales)” (Kaplún: 1990, 17).

Los medios de comunicación son instrumentos en constante evolución e incluso se van creando nuevos medios, lo malo es que no son muy conocidos por los profesionales en esta área. Existen muchas opciones alternativas comunicacionales, como: agencia, publicidad y propaganda; para un estudioso de la comunicación es una técnica de transmisión diferencial, ya que es uno de los tipos de comunicación existente, que se utiliza con fines comerciales, para un

gerente de comunicaciones de una empresa esta rama es una fuente de emisión de mensajes.

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

La comunicación estratégica es una rama de la Comunicación Social que permite mediante la investigación encontrar estrategias que permitan solucionar problemas comunicacionales en cualquier ámbito que a Comunicación corresponda.

Como preámbulo, la investigación básica nos permite determinar el obstáculo o problema que debemos enfrentar, tanto su naturaleza como su dimensión y así obtener información sobre los cambios que se requieren, y a quien van dirigidos estos cambios, es decir tiene como objetivo definir el problema en profundidad y encontrar los elementos necesarios para la elaboración de las estrategias y planes. Posteriormente se diseñan los programas donde se planifican las estrategias basadas en las necesidades ante el problema presentado, se definen y profundizan:

- Los objetivos, ahora transformados en metas precisas.
- La segmentación de las audiencias.
- Se seleccionan las estrategias más apropiadas.
- Se establecen las estrategias de mensaje (claridad e implicancia entre los mensajes).
- Pre-test: Equilibrio entre pertinencia y resonancia.
- Determinación de canales.

Luego se continúa con la evaluación para establecer su desempeño ético, su eficacia y su eficiencia a partir de: Sistemas de recolección de datos, encuestas en la comunidad, se evalúa el proceso (cumplimiento en tiempo y forma de cada etapa), se evalúa el impacto de lo logrado y lo no logrado.

Es así que las estrategias al ser herramientas para lograr los comportamientos/metas buscadas y elementos normativos para desarrollar y

consolidar convicciones que se expresan en conductas concretas permiten generar cambios en la situación y permiten solucionar el problema determinado anteriormente, y de esta manera lograr una comunicación para el desarrollo mediante el mejoramiento de vida de la sociedad o empresa.

Según la página web <http://www.bvsde.paho.org/bvsacd/cd46/comunica>. del libro, Comunicación Estratégica para Proyectos de Desarrollo; establece que la Comunicación para el Cambio en el ámbito social, n cuanto a: la rehidratación oral, la inmunización, la planificación familiar y el cuidado de la maternidad, el acceso a la tecnología médica y servicios de salud contribuyen al desarrollo de la sociedad, punto importante en el que debemos contribuir lo Comunicadores para l Desarrollo, para que tales intervenciones sean eficaces, los programas de salud pública orienten a los destinatarios y a los proveedores de salud para que modifiquen sus comportamientos de manera tal que se promuevan vidas más saludables.

COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

DEFINICIÓN

Según José M. Pereira LA COMUNICACIÓN EN CONCEPTOS DE DESARROLLO: BALANCE Y PERSPECTIVAS: se considera que se parte de la búsqueda del desarrollo con concepto unificador del lenguaje mientras transcurría la Segunda Guerra mundial, en cuanto a las relaciones internacionales de esa época en busca del cambio, buscando la modernización en países no industrializados. Posteriormente el desarrollo se homologaría a la modernización, que serían transformaciones en aspectos sociales culturales y científicos produciendo avances industriales y tecnológicos, se utilizaría esta estrategia para ayudar a los países rezagados.

Este desarrollo modernizador, contribuyo a la centralización de aspectos técnico – económicos dejando de lado aspectos sociales; por lo que la comunicación para el desarrollo llega al punto de convertirse en un paradigma

permitiendo mediante un proceso, la incorporación de países en desarrollo dentro de un sistema de comunicación a nivel mundial, dentro de este modelo se basaban el arte de persuadir, educar y cultivar a los países Latinoamericanos con estrategias en sus contenidos en cuanto a la opinión pública se refiere. Con el tiempo se fueron dando cambios para mejorar su objetivo a lograr, dejando de lado la dependencia dentro de este paradigma y buscando en principios la democratización de la comunicación, se crearon tratados como la formulación del nuevo orden mundial de la información y comunicación.

Posteriormente se dio paso a la comunicación alternativa como ente primordial para el logro de un a comunicación dando paso al desarrollo alternativo, permitiendo explorar el mundo de las culturas populares y conocer los espacios cotidianos y prácticas comunicativas existentes en la comunidad.

Es así como la comunicación para el desarrollo aparece ligada a un nuevo enfoque sobre las culturas populares y movimientos sociales, también, está ligada a una temática para incentivar la investigación latinoamericana en comunicación; ésta, se halla vinculas al surgimiento de redes de información comunicación y conocimiento, conectándonos mundialmente ayudando al surgimiento de comunicación mundial; finalmente permite el debate sobre las políticas culturales. Actualmente la Comunicación para el desarrollo permite el compromiso sobre aspectos de paz, comunicación, salud, vivienda, alimentación, ingresos, el medio ambiente, la justicia social, la equidad, producción, la recreación, ocio, producción simbólica cultural, la forma de generar conocimientos en la sociedad, etc.

Su objetivo es apoyar la participación de las personas en la toma de decisiones, generando políticas, programas y tecnologías para mejorar el nivel de vida, impulsando el bienestar de manera sustentable".

Otro de sus objetivos es proponer soluciones a través de la comunicación y la educación mediante un modelo de difusión de actitudes modernas y mejorar la calidad de vida.

La Comunicación para el Desarrollo comprende las acciones y estrategias de Comunicación en los diversos planes y proyectos como ciencia y tecnología, salud educación medio ambiente, procesos de paz y gestión cultural, entre otros, enfrentándonos a la necesidad de promover, facilitar y animar el fortalecimiento de la capacidad expresiva, comunicativa y lúdica de la comunidad, generando un cambio en la sociedad.

Dentro de áreas que permitan la Comunicación para el Desarrollo, están:

- Desempeñar el cargo de RRPP en colegios, institutos y universidades.
- Desempeñar cargos de Director, o Jefe de Departamento u Oficina de Comunicación en instituciones de diferente tipo.
- Desempeñar el cargo de Director o Coordinador de medios y programas de comunicación masiva o institucional o como asesor y realizador de medios y programas de comunicación.
- Desempeñarse como consultor, asesor e investigador en procesos comunicativos, en una perspectiva interdisciplinaria principalmente atendida a necesidades de gestión, capacitación, educación, divulgación, integración y opinión. Creando propia empresa con sus consultorías.
- Asesorar instituciones económicas, sociales, políticas, culturales, religiosas, solidarias, como empresas, partidos políticos, cooperativas, sindicatos, cuentas de acción básicas, clubes y otras, en la creación, implementación, desarrollo y evaluación de procesos y sistemas de comunicación, intra o extra-institucionales, que permitan el desenvolvimiento, la armonización y la coordinación de la comunicación en ellos.
- Gerente y estratega de la comunicación organizacional y corporativa en sus modalidades teóricas y prácticas. Acompañante y dinamizador de

- procesos de autogestión en organizaciones comunitarias.
- Un negocio propio de producción audiovisual.
- Vendedor independiente de publicidad.

Las exigencias y la competitividad de los mercados laborales locales nacionales e internacionales exigen la alta profesionalidad del comunicador actual por ello debemos de trabajar previo un planeamiento estratégico que es una planificación tomando en consideración el análisis situacional de la organización donde se va a laborar, la priorización de los problemas para encontrar soluciones y la utilización de estrategias en el desarrollo de las acciones y actitudes, que deben estar cronogramadas en un plan operativo de una organización o un escenario real de trabajo para cumplir los objetivos de los mismos con eficiencia y eficacia.

TIPOLOGIA

Luís Ramiro Beltrán clasifica las experiencias de comunicación y desarrollo en: Comunicación de Desarrollo, Comunicación de Apoyo al Desarrollo, y Comunicación Alternativa para el Desarrollo Democrático. A esta tipología Adalid Contreras añade la Comunicación-Desarrollo o Comunicación con Desarrollo.

Comunicación de Desarrollo

En la comunicación de Desarrollo , los medios masivos o mass media, pueden crear una atmósfera pública favorable al cambio, la misma que sería considerada precisa para la modernización de sociedades tradicionales por medio del progreso tecnológico y el crecimiento económico dentro de la modernización o conjunto de transformaciones que produce el desarrollo industrial, y a los cuales los países subdesarrollados gozarían de acceder superando linealmente sucesivas fases para salir de su estado tradicional o primitivo, mediante su asimilación o adaptación a un orden de crecimiento económico e integración nacional, moderno.

Bajo estas condiciones, la comunicación de desarrollo es un proceso de incorporación de los países en desarrollo dentro del sistema comunicativo mundial para la difusión de la tecnología industrial, las instituciones sociales modernas y el modelo de sociedad de libre mercado (Mattelart, 1987: 178), donde el creciente flujo de información sería un elemento importante para configurar un sentimiento nacionalista a favor del desarrollo (Schramm, 1967: 66-67, en Benavides, et. al, 1998), y los medios de comunicación de masas ocupan un lugar central, en la medida que se entienden como un subsistema clave para generar el cambio social (Rogers y Shoemaker, 1974: 8), mediante la persuasión, educación y aculturación no conflictiva de la población expuesta a mensajes exaltadores del progreso, movilidad social, realización personal, innovaciones, alfabetización y consumismo.

Comunicación de Apoyo al Desarrollo

Dentro de la Comunicación de apoyo al desarrollo se debe llevar una comunicación planificada y organizada ya sea que este dirigida o no a los medios masivos como instrumento clave para el logro de las metas prácticas de instituciones y proyectos específicos que buscan el desarrollo, dentro de: la salud, la educación, el medio ambiente, la producción, la organización social, las situaciones de desastre, etc.

Analizar las relaciones entre comunicación y desarrollo supone combinar tres puntos de partida: la realidad presente, el futuro posible y la memoria acumulada. Combinación compleja cuya aplicación práctica nos muestra que el desarrollo está en deuda con la sociedad; la comunicación está en deuda con el desarrollo; y la teoría está en deuda con las experiencias. La realidad no cambia sustancialmente, y los enfoques del desarrollo y de la comunicación se mueven en jugadas de ajedrez que están pasando de la defensa al ataque, pero sin avisar todavía los modos que pongan en jaque las causas de la exclusión y la pobreza.

Aunque por su propia naturaleza toda comunicación podría asumirse como conectada -per se- a alguna forma de desarrollo, esto no es así. Debe estar

intencionalmente dirigida y sistemáticamente planificada a la consecución de cambios concretos, tanto en la sociedad como en las instituciones y los individuos, con vocación por el cambio, el bienestar, la calidad de vida, la organización, la esperanza, el servicio público y la democracia. La comunicación relacionada al desarrollo es medio y fin, aspecto y estrategia global, y está comprometida con modelos y proyectos, macro o microsociales, y con los procedimientos que se implementan para plasmarlos (Alfaro, 1993: 11)

Comunicación Alternativa para el Desarrollo Democrático

La misma que permite expandir y equilibrar el acceso y la participación de la gente en el proceso de comunicación, tanto a niveles de medios masivos como a los interpersonales de base, el desarrollo debe asegurar, además de beneficios materiales, la justicia social, la libertad para todos, y el gobierno de la mayoría. Se acuña en una explicación de las causas del subdesarrollo en relaciones estructurales de dependencia por la polarización entre países y sujetos ricos y pobres.

En este sentido, la comunicación en el presupuesto participativo está enmarcada claramente en la comunicación de apoyo al desarrollo, en la medida en que el presupuesto participativo es un proyecto específico institucional de las municipalidades, que utiliza a la comunicación como instrumento de difusión, sensibilización y convocatoria, en sus primeras fases. Y, además, en la comunicación alternativa para el desarrollo democrático, porque el presupuesto participativo se constituye como un proceso de comunicación interpersonal, que busca expandir la participación ciudadana a fin de asegurar la justicia social. Pero a su vez el entendimiento de la comunicación en el presupuesto participativo requiere de otros elementos como la propuesta de Adalid Contreras:

Comunicación - Desarrollo o Comunicación con Desarrollo

Nuevas cartografías van a derivar en otras concepciones sobre la relación entre comunicación y desarrollo. La comunicación se enriquece con los estudios

de recepción y consumo cultural, diseñando un paradigma que valora las mediaciones y resignificaciones en la apropiación y uso de los mensajes desde la complejidad de las culturas. Mattelart nos habla del "retorno al sujeto", al rol activo del receptor y usuario de los flujos y redes de comunicación; y Martín-Barbero nos va a proponer entender la comunicación en sus mediaciones, desde la densidad de las relaciones cotidianas sin diferencias entre una cultura de masas y otra altruista popular-liberadora en la trama espesa de los mestizajes y las deformaciones de lo urbano, de lo masivo (Martín-Barbero, 1987: 10)

La ciudadanía desborda las reivindicaciones políticas con demandas que se ubican en el significado mismo de la vida: la sexualidad, la ecología, el racismo, la drogadicción, los derechos humanos, la salud, la educación... Se reconceptualiza el desarrollo, para entenderse como una apuesta cultural de cambio enfocado desde los objetivos últimos del desarrollo mismo, vale decir, desde el cumplimiento de las aspiraciones de la gente (Ul Haq, 1995: 3). Y las concepciones sobre la comunicación abren su espacio de realización destrampándola de los límites de los medios para ubicarla en el espesor profundo de la cultura. Se hace comunicación-desarrollo desde un lugar situado, desde el lugar donde se enuncia la palabra, que es el lugar del sujeto, tomando distancia desde la revelación del "aura" que sugiere Benjamin, o desde la apropiación crítica desafiada por Freire.

La incidencia de la revolución tecnológica en el mundo contemporáneo ha llevado a designarlo como *la sociedad de información*, que Ignacio Ramonet, director de Le Monde Diplomatique, define con cuatro atributos: *planetaria, permanente, inmediata e inmaterial* (de Oliveira, 1996: 13-14).

El cambio de milenio viene acompañado de un cambio de época, *dando paso a un nuevo tipo de organización social del trabajo, de los intercambios, de la experiencia y las formas de vida y poder que se ha dado en llamar una sociedad global de redes, sustentada por una economía cuya base es la utilización del conocimiento* (Brunner, 1999:4). América Latina tiene una participación insignificante, en una relación donde mientras mayores son las

exigencias del conocimiento, menor es nuestra gravitación en el mundo emergente. Así, *nuestra presencia en el mercado global de tecnologías de información es del 2%; nuestros científicos contribuyen con menos del 2% de publicaciones especializadas; y tenemos sólo un 1% de los hosts de internet* (Cortés, 1999: 6).

Nuestro rezago expresa también una nueva forma de estratificación entre "infóricos" e "infopobres". La educación es una entrada a la alta sociedad de la red. El ingreso compra acceso. El acceso otorga datos y conocimiento. El inglés habla. La lógica de mercado se hace programación de moda, ligera y gustosa. La propiedad de los medios se concentra en redes comercialmente cada vez más poderosas e influyentes políticamente. Las imágenes y sentidos que circulan por los medios son cada vez más ajenos. Hay prácticamente una ausencia mediática del "otro occidente", y nuestro continente no está siendo generador de propuestas.

La democracia está instalada como sistema formal, sin apropiación ciudadana, razón por la que su institucionalidad es precaria. Se trata de una cultura política transplantada y condensada en instituciones formales, necesarias, pero ajenas, distanciadas y disociadas de los modos de ver y sentir de los pueblos. La democracia se ha vuelto insignificante en términos de participación. La falta de confianza en los partidos políticos, en los gobernantes y en los poderes del Estado explica por qué *lo único no mestizo en América Latina es la política* (Martín-Barbero, 1999: 10).

Las regulaciones actuales benefician más la dinámica de los mercados que los derechos de la gente. Paradójicamente, mientras en el continente los estados se están liberando de su responsabilidad en la comunicación, dejando al mercado y al libre ejercicio de la iniciativa privada las reglas del juego, en los países centrales el incentivo a la producción cultural y difusión de productos propios es creciente.

La ética de la competitividad se ha pintado de eficacia privada e ineficiencia estatal; de ganancia con pobreza; de acumulación sin distribución social. Esto es inmanente al modelo. *Cuando el afán de lucro de los participantes*

en el mercado se descontrola, desafían la ética de los pueblos, y sacrifican el respeto por la justicia y los derechos humanos (PNUD, 1999: 2).

Rearticular la relación entre comunicación y desarrollo en tiempos de búsqueda e incertezas, implica valorar las incertidumbres, porque *lo inaprensible e incomprensible se constituyen en una característica metodológica de esta época (Benavides, 1998: 111-112) y las sociedades se están reubicando a marcha forzada en procesos sin piso ni lugar fijo, en una especie de marcha a mitad de camino con dirección hacia un lugar desconocido (Martín-Barbero, 1998: 210).*

En este ambiente, partir de la pregunta es más contundente y eficaz que reproducir viejas certezas y fundamentalismos. Como propuesta de avisoramiento de nuevos futuros y como camino constructor de horizontes que se hacen paso a paso, resulta oportuno admitir con Morín, que *la complejidad es un tejido de conjunto, el tejido obtenido a partir de hilos diferentes que se transforman en uno solo. Todo eso se cruza y se vuelve a cruzar, se teje y se vuelve a tejer para formar la unidad de la complejidad; pero esa unidad no destruye la variedad ni la diversidad de las complejidades que la entretejieron. Cada hilo es singular en sí mismo, pero cada hilo tiene camino recorrido (historicidad) para llegar a ser lo que es (complejidad) (en Baldeón y Karam, 1999: 8).*

Esta visión, heterotópica, le da la razón a Foucault cuando plantea que la realidad no es representable desde una totalidad y unicidad (sea desde la totalidad de la razón o de la totalidad del sujeto, las dos alas del desarrollo sugeridas por Touraine), sino desde un espacio descentrador, desde el "otro occidente", que pone en conflicto la razón y los sujetos, y se manifiesta en una comunicación también conflictiva, confrontativa, de profunda y cotidiana creación cultural con múltiples fórmulas de cambio y búsqueda de bienestar.

Una forma de construcción social en alteridad permanente que desafía a pensar desde lugares diferentes a los centros y autoridades sin caer en el particularismo, señalándose metas en el acá precario y posible.

Variable dependiente

DESARROLLO SOCIAL

*“El desarrollo social no es una meta a la cual hay que aspirar y llegar, para después mantener el ‘statu quo’. El desarrollo social es un camino que se recorre siempre, día tras día, pues siempre el hombre tendrá posibilidades de ser mejor y de estar mejor. Por lo tanto, un proceso de mejoramiento de la calidad de vida del hombre, como ser individual y de la sociedad como ente colectivo, vale poco si no siembra en ese hombre y en esa sociedad el deseo de superarse constantemente.”*Donney’s, Oscar. *et.al.*, *La concepción de desarrollo y de gerencia*, en: [www.ciat.cgiar.org/...cd_curso/Contenido/Modulo%203/Submodulos%203.1/Submodulo %203.1.1/desarrollo_social.pdf](http://www.ciat.cgiar.org/...cd_curso/Contenido/Modulo%203/Submodulos%203.1/Submodulo%203.1.1/desarrollo_social.pdf).

El desarrollo social se refiere al desarrollo del capital humano y capital social en una sociedad. Implica una evolución o cambio positivo en las relaciones de individuos, grupos e instituciones en una sociedad. Implica principalmente Desarrollo Económico y Humano. Su proyecto de futuro es el Bienestar social.

El sub desarrollo de un país es prácticamente en la actualidad el atraso de un país o región, , que no habría alcanzado determinados niveles (socioeconómicos, culturales), está muy relacionado con la pobreza, llegándose a incluir como países subdesarrollados a aquellos donde un tanto por ciento determinado de su población vive bajo el nivel de la pobreza, además la palabra subdesarrollo suele emplearse con mucha frecuencia a los países del Tercer Mundo, hasta el punto de convertirse casi en un sinónimo (los países subdesarrollados son los países del Tercer Mundo, y viceversa), pero este es un término demasiado peyorativo; pero lo más acertado sería decir que cuando un país atraviesa una etapa en la que las sociedades se encuentran en pleno progreso, de capacidad y bienestar social y económico, se encuentra en desarrollo.

ECONOMÍA

En el aspecto económico, la Economía tiene como objeto estudiar la correcta distribución de los recursos escasos para satisfacer las necesidades del ser humano. En otras palabras, analiza la relación entre los recursos de los que se dispone, que son de carácter limitado y las necesidades, que son de carácter ilimitado, aunque jerarquizadas.

El término economía es una expresión que proviene del latín «economía», y este, del griego «oikos» = casa y «nomos» = administración (administración de una casa). El título «oikonomikos», de la obra de Jenofonte (430-355 a. de J.C.), se considera la primera contribución global a la formación de la ciencia económica.

Gregory Mankiw, autor del libro "Principios de Economía", considera que el término economía proviene de la palabra griega que significa "el que administra un hogar". A criterio de Mankiw, los hogares y la economía tienen mucho en común, debido a que la sociedad al igual que un hogar, debe gestionar adecuadamente sus recursos ya que éstos son escasos; los renombrados economistas, Samuelson y Nordhaus, autores del libro "Economía", definen la economía como: "El estudio de la manera en que las sociedades utilizan los recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuirlas entre los diferentes individuos"; Los economistas Benjamin Perles y Charles Sullivan, autores del libro "Economía Para Todos", proporcionan la siguiente definición de economía: "Estudio de los actos humanos en los asuntos ordinarios de la vida. Explica cómo logra el hombre sus ingresos y cómo los invierte", estos actos humanos o formas de trabajo dentro de la comunicación Social son las que mediante la creatividad de impulsar nuevas ramas dentro de Comunicación para el Desarrollo permite superar la crisis económica a los profesionales en esta área.

Dentro del ámbito de la economía, la crisis económica y social se convierte en un precedente para el subdesarrollo de un país, en este caso del Ecuador sufra una crisis económica, por lo tanto, esta hace referencia a un periodo

de escasez en la producción, comercialización y consumo de productos y servicios. La economía es cíclica, es decir, combina etapas de expansión con fases de contracción. Estas fluctuaciones sucesivas se conocen como ciclo económico. Una crisis económica o social es una etapa de profundas perturbaciones que caracterizan una situación gravemente depresiva, dentro de un ciclo económico o social.

Una de las principales causas para que se produzca la crisis económica o social en nuestro país, dentro del tema que estamos tratando es el desempleo de profesionales, en este caso de comunicadores sociales, La presencia de un elevado desempleo es un problema tanto económico como social. Durante los períodos de elevado desempleo, las dificultades económicas también afectan a sus emociones y a la vida familiar.

FORMAS DE TRABAJO

En la Comunicación Social, existen diversas formas de trabajo, las tradicionales que vienen desde la creación de la carreras, dentro de las cuales podemos incluir: como periodista, productor, editorialista, conductor, etc., dentro de los medios de comunicación masiva; y las no tradicionales que han aparecido en la actualidad conforme las sociedades de la Comunidad en la comunicación para el desarrollo comprende extensas ramas de desempeño laboral que establece alternativas de desempeño en el área de comunicación social, ha visto la creación de empresas propias montadas por cada profesional de esta área tales como: consultor, ejecutivo de cuentas, directivo, creativo, estrategia de difusión y medios independiente o asociado a agencias de comunicación integral, publicidad y propaganda, investigador y analista de públicos de interés y tendencias, incluyendo su organización, presupuesto, dirección, control, evaluación y resolución de problemas, de esta manera se controla el nivel de desempleo, además de las antes mencionadas en Comunicación para el Desarrollo. Al tomar en cuenta solo las opciones tradicionales dentro del campo laboral se producen una saturación, conllevando a una crisis laboral en los Comunicadores Sociales.

SATURACIÓN LABORAL

La saturación es el estado de saciedad que produce el exceso de una cosa, el trabajo, es el esfuerzo personal para la producción y comercialización de bienes y/o servicios con un fin económico, que origina un pago en dinero o cualquier otra forma de retribución, por lo tanto saturación en el campo laboral sería: la existencia del exceso del esfuerzo de las personas para la producción y o comercialización de un producto y en el caso de la comunicación Social sería el exceso de ofertantes en el campo laboral de los Comunicadores Sociales, conllevando luego al desempleo, crisis económica e improductividad.

Hipótesis

Hipótesis general

La poca iniciativa en comunicación para el desarrollo de los egresados en comunicación social de la UTA, provoca la saturación laboral en los medios tradicionales durante el primer semestre de 2011.

Señalamiento de Variables

Variable independiente

Comunicación para el desarrollo.

Variable dependiente

Saturación laboral

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Enfoque de la Investigación

El investigador en su trabajo acoge el enfoque: crítico propositivo de carácter cuanti-cualitativo. Cuantitativo porque se recabará información que será sometida a análisis matemático. Cualitativo porque estos resultados en números porcentuales pasarán a la criticidad con soporte del Marco Teórico.

Modalidad básica de la investigación

Bibliografía-documental

Porque el trabajo de grado tendrá información secundaria sobre el tema de investigación obtenidos a través de libros, textos, módulos, periódicos, revistas, Internet, así como de documentos válidos y confiables a manera de información primaria.

De Campo

Porque los investigadores acudirán a recabar información en el lugar donde se producen los hechos para así actuar en el contexto y transformar una realidad.

Nivel o tipo de la investigación

Tipo de Investigación

La investigación llevará a nivel de Asociación de Variables porque permite estructurar predicciones a través de la medición de relaciones entre variables. Además se puede medir el grado de relación entre variables y a partir de ello determinar tendencias o modelos de comportamiento mayoritario.

Población y muestra

Estudiantes del seminario de graduación de	
Comunicación Social de la UTA	97
Profesionales de Comunicación social	2

Operacionalización de Variables

Cuadro N°1

REALIZADO POR: Carolina Villafuerte

Variable Independiente: la comunicación para el desarrollo

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
Es el conjunto de estrategias comunicativas que se aplican a los llamados países del Tercer Mundo, buscando mejorar sus condiciones de vida. Se basaba en la idea de que los medios de comunicación tenían importantes efectos que podían conducir al crecimiento económico de los países y, como consecuencia, provocar	Estrategias comunicativas Mejora de condiciones de vida Crecimiento económico de los países y cambio social Comunicación de	Conocimiento en estrategias de comunicación Ambiente sano Nivel de vida Conocimiento en	¿Tiene usted en conocimiento en estrategias de comunicación? ¿Se considera usted de una condición de vida? ¿En qué nivel de vida se ubica usted? ¿Tiene conocimientos sobre comunicación	Entrevistas Encuestas Entrevistas Encuestas Entrevistas Encuestas

<p>cambio social. Para ello, se emitían mensajes con fines educativos que iban dirigidos en principio a áreas como la agricultura, sanidad, nutrición, planificación familiar y desarrollo de las áreas rurales, etc. Más tarde se incorporaron otras como la ideología, la cultura y la identidad nacional. Todo esto mediante: Com. de desarrollo, Comunicación de apoyo al desarrollo, Comunicación alternativa para el desarrollo democrático, Comunicación alternativa para el desarrollo democrático, Comunicación con desarrollo.</p>	<p>desarrollo</p> <p>Comunicación de apoyo al desarrollo</p>	<p>Comunicación para el Desarrollo.</p> <p>Conocimiento en Comunicación de apoyo al desarrollo.</p>	<p>para el desarrollo?</p> <p>¿Tiene conocimientos sobre comunicación de apoyo al desarrollo?</p>	<p>Entrevistas</p> <p>Encuestas</p>
	<p>Comunicación alternativa para el desarrollo democrático</p>	<p>Conocimiento en Comunicación alternativa para el desarrollo democrático</p>	<p>¿Tiene conocimientos sobre comunicación alternativa para el desarrollo democrático?</p>	<p>Entrevistas</p> <p>Encuestas</p>
	<p>Comunicación con desarrollo</p>	<p>Conocimiento en Comunicación con desarrollo</p>	<p>¿Tiene conocimientos sobre comunicación con desarrollo?</p>	<p>Entrevistas</p> <p>Encuestas</p>

Cuadro N°2

REALIZADO POR: Carolina Villafuerte

Variable Dependiente: Saturación laboral

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
Utilización de un puesto laboral hasta llegar al límite de su capacidad ocupacional que puede ocasionar: Desempleo, crisis económica familiar, improductividad, etc. Que se puede dar por varias causas.	Utilización de un puesto laboral	Puesto laboral.	¿Trabaja usted actualmente?	Entrevistas Encuestas
	Superación del límite de capacidad ocupacional laboral	Nivel de capacidad ocupacional laboral	Le han ofrecido un trabajo con referencia a comunicación para el desarrollo?	Entrevistas Encuestas
	Desempleo	Nivel de desempleo	¿Posee usted posibles opciones de trabajo en el área de Comunicación Social para su futuro desarrollo laboral?	Entrevistas Encuestas
	Crisis económica familiar	Nivel de crisis laboral	¿Cuánto tiempo le llevo a usted encontrar trabajo luego	Entrevistas Encuestas

	<p>· Improductividad</p> <p>Causas</p>	<p>Nivel de</p> <p>improductividad</p> <p>Posibles causas</p>	<p>de egresar de su carrera?</p> <p>¿Está capacitado para desempeñarse perfectamente en cualquier área comunicacional que trabaje?</p> <p>¿Tiene experiencia laboral en todas las posibles áreas de Comunicación Social?</p> <p>¿Conoce usted alternativas comunicacionales además de las tradicionales para trabajar y desarrollarse como empresa propia?</p>	<p>Entrevistas</p> <p>Encuestas</p>
--	--	---	--	-------------------------------------

Técnicas e instrumentos

Encuesta.- se dirigió a los egresados de la Universidad Técnica de Ambato y profesionales de la carrera de Comunicación Social, cuyo instrumento fue una encuesta, elaborado con preguntas cerradas que permitieron recabar información sobre el manejo de alternativas comunicacionales y pérdida de opciones de trabajo (Anexo 1).

Entrevista.- Dirigido a los profesionales de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato, cuyo instrumento fue una guía de entrevista, que permitió examinar el diálogo hacia la confirmación del problema sobre el manejo de alternativas y pérdida de opciones de trabajo. (Anexo 2)

Plan para la recolección de información

CUADRO N. 3

REALIZADO POR: Carolina Villafuerte

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para Qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación
2. ¿De qué personas u objetos?	Egresados y profesionales de la Universidad Técnica de Ambato
3. ¿Sobre qué aspectos?	comunicación para el desarrollo saturación laboral
4. ¿Quién? ¿Quiénes?	Investigadora-Carolina Villafuerte
5. ¿Cuándo?	Durante el mes de Mayo
6. ¿Dónde?	Cantón Ambato
7. ¿Cuántas veces?	2 pruebas pilotos y una definitiva
8. ¿Qué técnicas de recolección?	Encuestas y entrevista
9. ¿Con qué?	Instrumentos: Cuestionario, Entrevista
10. ¿En qué situación?	En la Universidad Técnica de Ambato

Plan de procesamiento de la información

- Revisión crítica de la información recogida: es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- Repetición de la recolección, en ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.
- Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis.
- Cuadros de una sola variable, cuadro con cruce de variables.
- Manejo de información (reajuste de cuadros con casillas vacías o con datos tan reducidos cuantitativamente, que no influyen significativamente en los análisis).
- Estudio estadístico de datos para presentación de resultados.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Encuesta – cuantitativo

Encuesta dirigida a los Egresados en Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato.

PREGUNTA 1

Agrupación de personas que trabajan

Cuadro N° 4

Realizado por: Carolina Villafuerte

	Frecuencia	Porcentaje
Si	41	41,8%
no	57	58,2%
Total	98	100,0%



Gráfico N°5

Realizado por: Carolina Villafuerte

Análisis: La información recolectada revela que 57 egresados en Comunicación Social que corresponden al 58,2% no trabajan actualmente, y 41 personas correspondientes al 41.8% si lo hacen.

Interpretación: mediante esta información podemos decir que más de la mitad de las personas encuestadas no tienen trabajo actualmente, certificando que salen

PREGUNTA 2

Agrupación de personas de acuerdo a su actividad en el trabajo

Cuadro N° 5

Realizado por: Carolina Villafuerte

		Frecuencia	Porcentaje
1	Redactor	0	0%
2	Reportero	41	41,8%
3	Productor	0	0%
4	Editor	0	0%
5	Presentador	0	0%
6	Director	0	0%
7	Camarógrafo	0	0%
8	otros	0	0%
	99NA	57	58,2%
	Total	98	100,0%



Gráfico N°6

Realizado por: Carolina Villafuerte

Análisis: La información recolectada revela que al no trabajar 57 egresados en Comunicación Social que corresponden al 58,2%; el 41.8% que son 41 personas, este porcentaje eligió la opción de reportero.

Interpretación: mediante esta información podemos decir que más de la mitad minoritaria de las personas encuestadas que tienen trabajo actualmente todas son reporteros ya que la otra mitad no aplica en esta pregunta, dejando en claro que no existe iniciativa en utilizar alternativas novedosas de trabajo de comunicación social.

PREGUNTA 3

Agrupación de personas que tienen iniciativa propia en el trabajo

Cuadro N° 6

Realizado por: Carolina Villafuerte

	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	16,3%
No	25	25,5%
99	57	58,2%
Total	98	100,0%



Gráfico N°7

Realizado por: Carolina Villafuerte

Análisis: La información recolectada revela que 51 egresados en Comunicación Social que corresponden al 58,2% que no trabajan actualmente, corresponden a los que no aplican en esta pregunta, y 41 personas correspondientes al 41,8% si lo hacen por lo que el 16,3% que son 26 egresados si aplica iniciativas propias de trabajo y el 25,5% que resultan ser 25 personas no proponen iniciativas propias en su trabajo.

Interpretación: de esta manera establecemos que la mayoría de estudiante que trabajan o aplican iniciativas propias a su trabajo.

PREGUNTA 4

Agrupación de personas según su conocimiento del concepto de Comunicación para el Desarrollo

Cuadro N° 7

Realizado por: Carolina Villafuerte

	Frecuencia	Porcentaje
1 Comunicación de Medio Ambiente	0	0%
2 Mejoramiento de la Calidad de Salud	2	2,0%
3 Mejoramiento de la Calidad de Vida	96	98,0%
4 Mejoramiento de la Educación	0	0%
5 Mejoramiento de la Economía	0	0%
6 Ninguno	0	0%
Total	98	100,0%

Agrupación de personas segun su conocimiento dell concepto de Comunicación para el Desarrollo

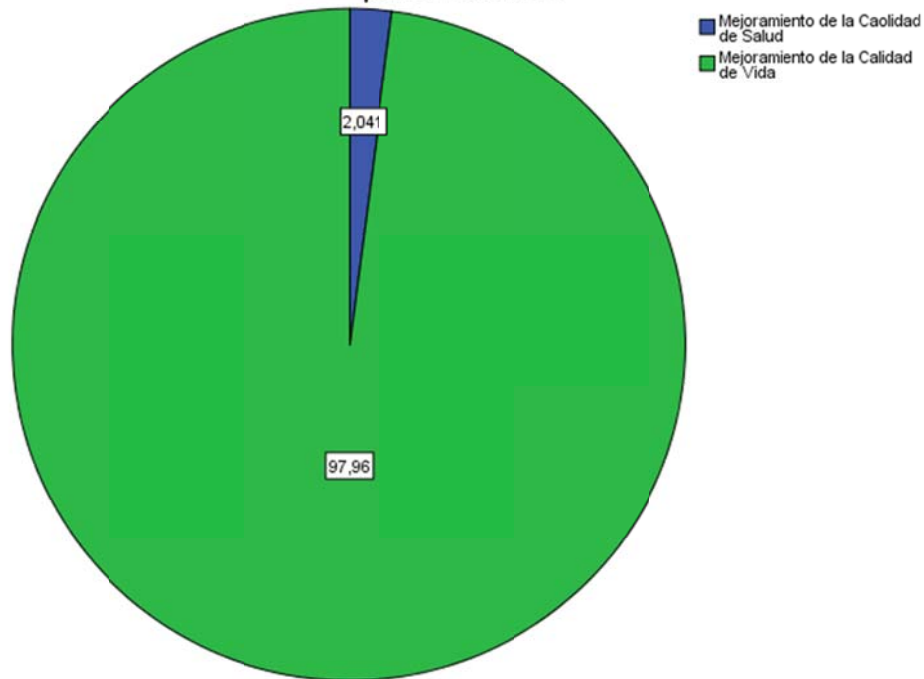


Gráfico N°8

Realizado por: Carolina Villafuerte

Análisis: La información recolectada revela que de 6 opciones a elegir, la tercera tuvo un 98% de acogida que son 96 estudiantes, mientras que la segunda tuvo un 2% de acogida que corresponde a dos personas; completando el 100%.

Interpretación: de esta manera verificamos que la mayoría de personas afirman que Comunicación para el Desarrollo es el mejoramiento de la calidad de vida.

PREGUNTA 5

Agrupación de personas que han realizado un proyecto de Comunicación para el Desarrollo

Cuadro N° 8

Realizado por: Carolina Villafuerte

	Frecuencia	Porcentaje
Si	73	74,5%
No	25	25,5%
Total	98	100,0%

Agrupacion de pesronas que han realizado un proyecto de Comunicación para el Desarrollo

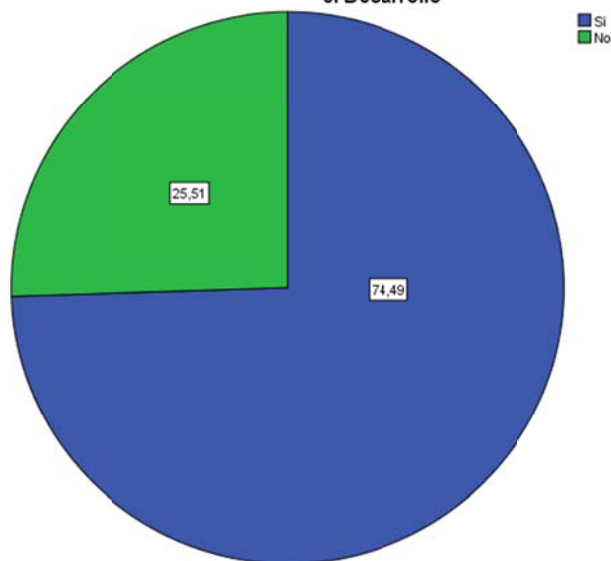


Gráfico N°9

Realizado por: Carolina Villafuerte

Análisis: La información recolectada revela 73 persona correspondientes al 74,5% respondieron si y el 25,5% que son 25 personas respondieron no a la pregunta.

Interpretación: de esta manera verificamos que la mayoría de personas afirman que si han diseñado un proyecto Comunicacional.

PREGUNTA 6

Agrupación de personas que consideran se la Comunicación para el Desarrollo aplica en el campo laboral

Cuadro N° 9

Realizado por: Carolina Villafuerte

	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	72	73,5%
Poco	25	25,5%
Nada	1	1,0%
Total	98	100,0%

Agrupacion de personas que consideran se la Comunicacion para el Desarrollo aplica en el campo laboral

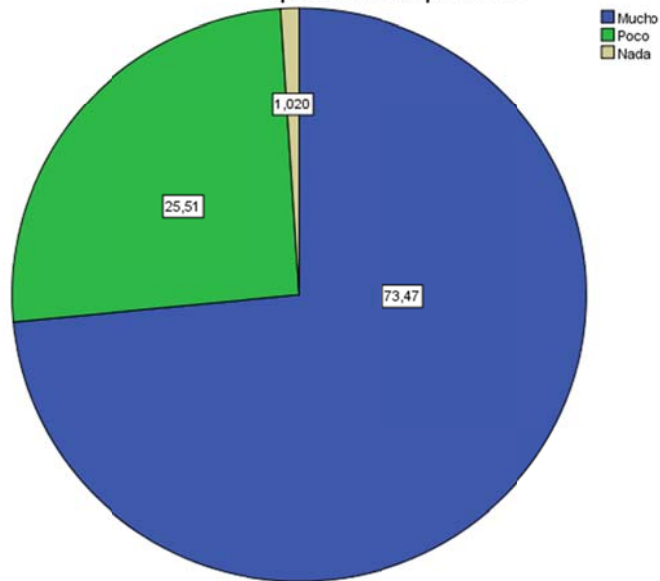


Gráfico N°10

Realizado por: Carolina Villafuerte

Análisis: La información recolectada revela que el 73,5% que corresponden a 72 personas eligieron la opción 1, el 25,5%, es decir, 25 personas, optaron por la opción, 2 y 1%, esto es un individuo, la opción 3.

Interpretación: de esta manera verificamos que la mayoría piensa que es muy aplicable la Comunicación para el Desarrollo en el campo laboral.

PREGUNTA 7

Agrupación de personas que consideran que la poca iniciativa en C. para el Desarrollo en egresados provoca Saturación Laboral

Cuadro N° 10

Realizado por: Carolina Villafuerte

	Frecuencia	Porcentaje
Si	97	99,0%
No	1	1,0%
Total	98	100,0%



Gráfico N°11

Realizado por: Carolina Villafuerte

Análisis: La información recolectada revela que el 99% que corresponden a 99 personas eligieron la opción 1, el 1%, esto es un individuo, la opción 2.

Interpretación: de esta manera verificamos que la mayoría de egresados de la carrera de Comunicación social de la UTA piensa que la poca iniciativa en comunicación para el desarrollo de los egresados en comunicación social de la uta, provoca la saturación laboral en los medios tradicionales.

CUALITATIVO: ENTREVISTA

Entrevista Realizada a: Orlando Peñafiel (Comunicador Social)

Cuadro N° 11

Elaborado por: Carolina Villafuerte

Pregunta	Respuesta	Interpretación
1.-¿Usted, tiene experiencia laboral sobre áreas de Comunicación para el Desarrollo?	Sí, es importante tener experiencia para poder exponer como ejemplificación a la hora de dar la cátedra	Si
2¿Usted, conoce y recibió académicamente sobre la comunicación para el desarrollo?	Si, hoy en día la Comunicación para el Desarrollo está inmersa en cada materia que se recibe en la Universidad.	si
3¿Usted, conoce y recibió académicamente a sus alumnos sobre posibles alternativas laborales de la comunicación para el desarrollo?	Si	Si
4¿Impulsa usted su propia empresa en Comunicación para el Desarrollo?	Si	Si
5¿Tiene conocimientos sobre proyectos en Comunicación para el Desarrollo?	Si	Si

6¿En el ámbito laboral, cree usted que los egresados de la UTA tienen posibilidades de desarrollar su actividad profesional en Comunicación para el Desarrollo?	Si	Si
---	----	----

CUALITATIVO: ENTREVISTA

Entrevista Realizada a: Alex Mullo (Comunicador Social)

Cuadro N° 12

Elaborado por: Carolina Villafuerte

Pregunta	Respuesta	Interpretación
1.-¿Usted, tiene experiencia laboral sobre áreas de Comunicación para el Desarrollo?	Si	Si
2¿Usted, conoce y recibió académicamente sobre la comunicación para el desarrollo?	Si, la verdad es muy poco los que se al respecto	si
3¿Usted, conoce y recibió académicamente a sus alumnos sobre posibles alternativas laborales de la comunicación para el desarrollo?	No	No
4¿Impulsa usted su propia empresa en Comunicación para el Desarrollo?	Si	Si
5¿Tiene conocimientos sobre proyectos en Comunicación para el Desarrollo?	Si, pero no muy a fondo	Si
6¿En el ámbito laboral, cree usted que los egresados de	Si	Si

la UTA tienen posibilidades de desarrollar su actividad profesional en Comunicación para el Desarrollo?		
---	--	--

Verificación de hipótesis

Por la interrogante de la investigación

¿La poca iniciativa en comunicación para el desarrollo de los egresados en comunicación social de la UTA, provoca la saturación laboral en los medios tradicionales durante el primer semestre de 2011?

Análisis de porcentajes representados

Cuadro N°13

Realizado por: Carolina Villafuerte

PREGUNTA	CARACTERISTICA/ OPCION	PORCENTAJE
¿Trabaja usted actualmente, en el área de comunicación social?	NO	58,2%
En su trabajo usted, se desempeña como:	Reportero	41%
En su desempeño laboral usted, ¿aplica iniciativas propias?	NO	25,5 %
Comunicación para el desarrollo es:	Mejoramiento de la Calidad de Vida	98%
Usted, ¿ha diseñado algún proyecto de Comunicación para el Desarrollo como una alternativa adicional con el fin de emprenderlo en el campo laboral?	SI	74.5%
¿Considera usted, si es aplicable la Comunicación para el Desarrollo en el campo laboral?	MUCHO	73.5%

Cree usted, ¿Que la poca iniciativa en comunicación para el desarrollo de los egresados en comunicación social de la uta, provoca la saturación laboral en los medios tradicionales?	SI	99%
---	-----------	------------

Comprobación de la interrogante de investigación

Con los resultados obtenidos se pretende que el 58,2% no trabaja, y las personas que trabajan la mayoría lo hacen como reporteros, además que no aplican iniciativas propias en su campo laboral; el 98% de egresados de la Carrera de Comunicación Social conoce el concepto de Comunicación para el Desarrollo y han diseñado algún proyecto relacionado con el tema, además que el 73,5% considera que la Comunicación para el Desarrollo es muy aplicable para el campo laboral, pero el 99% de egresados están conscientes que la poca iniciativa en comunicación para el desarrollo de los egresados en comunicación social de la UTA, provoca la saturación laboral en los medios tradicionales

Al obtener los resultados de las encuesta se ha podido observar que primeramente si existe una formación al respecto, pero que falta una complementación en cuento al campo laboral para un Comunicador Social de acuerdo al área de Comunicación para el desarrollo.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Existe poca iniciativa en comunicación para el desarrollo de los egresados en Comunicación Social?, si, pues la mayoría con el 25,5% de las personas encuestadas tomando en cuenta que el 58,2% no trabajan no aplican sus propias iniciativas en su campo laboral, y que el 74,5% ha realizado proyectos en Comunicación para el Desarrollo y el 73,5% piensa que esta rama es aplicable en el aspecto laboral, la mayor parte con un 98% afirma que Comunicación para el Desarrollo permite el mejoramiento de la calidad de vida.
- Existe la saturación laboral en los medios tradicionales de comunicación social? Si, debido que el 41,8% trabajan y el 100% de estos son reporteros que en nuestra encuesta se determinó que el 58,2% que se convierte en la mayoría de los encuestados no tienen trabajo.

RECOMENDACIONES

- Aplicación de talleres extracurriculares dirigido a estudiantes de la carrera de Comunicación Social de los dos últimos niveles que motive la iniciativa en Comunicación para el Desarrollo.
- Mejorar la malla en temáticas de Comunicación para el Desarrollo.
- Manejo y planificación de talleres consecutivos sobre las alternativas de Comunicación para el Desarrollo en el campo laboral.

CAPITULO VI

PROPUESTA

Datos informativos

Título

Diseño de talleres extracurriculares dirigido a estudiantes de la carrera de Comunicación Social de los dos últimos niveles que motive el emprendimiento en Comunicación para el Desarrollo.

Línea

Comunicación Social.

Área

Comunicación para el desarrollo.

Institución ejecutora

Universidad técnica de Ambato, facultad de Jurisprudencia y ciencias sociales, carrera de comunicación social.

Beneficiarios

Egresados de la Carrera de Comunicación Social.

Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato

Ubicación

En el Ecuador, provincia de Tungurahua, en la ciudad de Ambato, parroquia Huachi Chico, Av. Los Chasquis SN frente al barrio El Dorado, Nueva Ambato.

Tiempo estimado para la ejecución

6 meses

Equipo Técnico responsable

Carolina Elizabeth Villafuerte Ortega

Costo

\$1500 dólares de los Estados Unidos de América

Problema A Resolver:

¿Es el manejo sobre alternativas comunicacionales (que no sean prensa radio y televisión), lo que provoca la falta de opciones de trabajo de los egresados y profesionales en comunicación social durante los dos últimos años?

Antecedentes de la Propuesta

Una vez aplicadas las encuesta se llegó a establecer que existe poca iniciativa en comunicación para el desarrollo de los egresados en Comunicación Social, pues la mayoría con el 25,5% de las personas encuestadas tomando en cuenta que el 58,2% no trabajan no aplican sus propias iniciativas en su campo laboral, y que el 74,5% ha realizado proyectos en Comunicación para el Desarrollo y el 73,5% piensa que esta rama es aplicable en el aspecto laboral, la mayor parte con un 98% afirma que Comunicación para el Desarrollo permite el mejoramiento de la calidad de vida.

También existe la saturación laboral en los medios tradicionales de comunicación social, debido a que el 41,8% trabajan y el 100% de estos son reporteros que en nuestra encuesta se determinó que el 58,2% que se convierte en la mayoría de los encuestados no tienen trabajo.

Conclusión por lo que se ha considerado la propuesta de: Diseñar de talleres extracurriculares dirigido a estudiantes de la carrera de Comunicación Social de los dos últimos niveles que motive el emprendimiento en Comunicación para el Desarrollo.

Justificación

Se busca dar a conocer nuevas alternativas que promuevan el desarrollo laboral de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social gracias a la Comunicación para el desarrollo, ayudando a los futuros Comunicadores Sociales a estar al tanto de las nuevas opciones laborales para evitar así que se incremente la población de los campos laborales existentes en esta carrera y eliminando la saturación laboral; si bien es cierto ya no existe iniciativa de generar nuevas oportunidades para desarrollarse laboralmente pues están más orientadas al desarrollo de los pueblos, si generamos interés en los jóvenes mediante nuestra propuesta estaríamos contribuyendo a la sociedad disminuyendo la crisis económica y laboral.

Es necesario innovar el conocimiento en comunicación para el Desarrollo y otras ramas por parte de los estudiantes de ésta importante carrera para promover el desarrollo profesional de los mismos, por lo que se llegaría a eliminar o disminuir el desempleo de estos jóvenes que podrían ayudar al crecimiento productivo de Ambato y también del Ecuador.

Gracias a esta propuesta, se ayudará a cientos de jóvenes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Ambato que al no poder visualizar bien varias opciones comunicacionales, se quedan sin empleo, por lo que los beneficiarios serán los actuales profesionales en Comunicación social de la ciudad de Ambato.

Objetivos

General

Diseñar talleres extracurriculares dirigidos a estudiantes de la carrera de Comunicación Social de los dos últimos niveles que motiven el emprendimiento en Comunicación para el Desarrollo.

Específicos

- Diseñar el libreto de un video documental para dar a conocer opciones en comunicación para el desarrollo como opciones para evitar la saturación laboral
- Elaborar esquema de charla para incentivar opciones de comunicación para el desarrollo como opciones laborales

Análisis de factibilidad

Política: La propuesta se considera factible, porque se sustenta en los Art. 26 al 29 que protegen el derecho a la educación con su libertad de enseñanza, así también se ampara en el art. 343 donde la educación tendrá como finalidad el desarrollo de las capacidades y potencialidades individuales y colectivas, con generación de conocimientos y también en el art. 350 donde la finalidad de la educación es la formación académica y profesional con visión científica y humanística con innovación promoción y difusión de saberes.

Socio-cultural: Socialmente será viable, puesto que estaremos entablando comunicación con los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato y las autoridades de la institución, provocando armonía entre estos dos actores sociales, teniendo como resultado una mayor aceptación por parte de los estudiantes y un mayor interés hacia nuestro objetivo de impulsar la iniciativa propia de los estudiantes en alternativas comunicacionales con respecto a Comunicación para el Desarrollo.

Tecnológico: En este aspecto es factible ya que las herramientas tecnológicas nos permitirán recrear de mejor manera lo que se quiere transmitir a los estudiantes cuando se esté llevando a cabo la solución a la problemática, herramientas tecnológicas que no serían difíciles de manipular.

Organizacional: Es favorable ya que se estaría contando con el apoyo carrera de Comunicación Social de la UTA como entidad que se dedica a fortalecer los conocimientos en los estudiantes de la universidad en cuestión.

Equidad de género: Definitivamente se cumplirá con este requerimiento ya que en el personal que se buscara para que aporte con la propuesta, estarán involucrados profesionales tanto hombres como mujeres, de la misma manera en cuanto tiene que ver con nuestra propuesta.

Ambiental: La propuesta ambientalmente, se considera factible, porque dentro de lo organizado se utilizaran elementos que no afecten al ambiente.

Económico-financiera: la propuesta esta detallada más adelante en el modelo operativo con su presupuesto.

Fundamentación

COMUNICACIÓN

Es todo el conjunto de hablar, escuchar, ver, sentir, reaccionar...dentro del marco ambiental y de experiencias pasadas.

La comunicación abarca mucho más que el acto de hablar y escribir. Podríamos definirla diciendo que consiste en la transmisión y recepción articulada o inarticulada de ideas, sentimientos y actitudes con miras a obtener una respuesta. Harold Lasswell (1964) define a la comunicación como el acto intencional de una persona de dirigir un mensaje del emisor al receptor.

Claude Shannon y Warren Weaver (1949) hizo aún más explícita la estrategia de seguir el mensaje comienza con la fuente, pasando al transmisor, con el mensaje en el que puede aparecer ruido, va hacia el receptor, para tener un destino.

La palabra comunicación proviene del término latino comunis, que significa común, por lo que comunicación será más poner en común, compartir, más que un simple transmitir ideas, información. La comunicación requiere de varias personas, es multidireccional, exige la utilización de un código compartido y facilita otros procesos, como el educativo. En la comunicación (proceso), intervienen personas que intentan poner sus conocimientos, ideas y valores en común. Lo realizan mediante la información (producto).

Ambos procesos tienen infinidad de elementos en común, tanto en cuanto a sus aspectos cognoscitivos, como en los que tiene que ver con la transmisión de información, los métodos, las técnicas y los recursos. Las competencias que una persona debe tener para educar/comunicar, son similares, salvando algunas distancias que más tienen que ver con los interlocutores, edad, intereses y conocimientos, que al mismo proceso. Además, como afirmaba Macluhan, forma

y contenido están estrechamente relacionados en el mundo de la educación y en el de la comunicación.<http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0016educomunicacion.htm>

La comunicación es la transmisión de mensajes o ideas y contribuye directamente al desarrollo de la sociedad, es ahí donde se convierte en Comunicación Social, cuando los integrantes de esta transmisión son grupos sociales interviniendo en esta etapa la comunicación de masas.

La comunicación estratégica es una rama de la Comunicación Social que permite mediante la investigación encontrar estrategias que permitan solucionar problemas comunicacionales en cualquier ámbito que a Comunicación corresponda.

Como preámbulo, la investigación básica nos permite determinar el obstáculo o problema que debemos enfrentar, tanto su naturaleza como su dimensión y así obtener información sobre los cambios que se requieren, y a quien van dirigidos estos cambios, es decir tiene como objetivo definir el problema en profundidad y encontrar los elementos necesarios para la elaboración de las estrategias y planes. Posteriormente se diseñan los programas donde se planifican las estrategias basadas en las necesidades ante el problema presentado, se definen y profundizan:

- Los objetivos, ahora transformados en metas precisas.

- La segmentación de las audiencias.

- Se seleccionan las estrategias más apropiadas.

- Se establecen las estrategias de mensaje (claridad e implicancia entre los mensajes).

- Pre-test: Equilibrio entre pertinencia y resonancia.

- Determinación de canales.

Luego se continúa con la evaluación para establecer su desempeño ético, su eficacia y su eficiencia a partir de: Sistemas de recolección de datos, encuestas en la comunidad, se evalúa el proceso (cumplimiento en tiempo y forma de cada etapa), se evalúa el impacto de lo logrado y lo no logrado.

Es así que las estrategias al ser herramientas para lograr los comportamientos/metas buscadas y elementos normativos para desarrollar y consolidar convicciones que se expresan en conductas concretas permiten generar cambios en la situación y permiten solucionar el problema determinado anteriormente, y de esta manera lograr una comunicación para el desarrollo mediante el mejoramiento de vida de la sociedad o empresa.

COMUNICACIÓN ESTRATEGICA

Comunicación horizontal y educación para el cambio según Leonardo Rabinovich en su libro LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES, 2004. Estas teorías – de modo inverso a las anteriores – han surgido en la región de programas de acción comunitaria y grupal para el cambio social.

Las personas o grupos pasan de meros receptores a productores o depositarios de la información que ha de ser compartida y perfeccionada para alcanzar a ser instrumento de la movilización y el cambio social.

En este caso los programas se focalizan sobre los procesos de legitimación del conocimiento de la persona y de la “comunicación horizontal” dentro de los grupos o comunidades, para edificar la solidaridad y la toma de conciencia social y política para el cambio. Según la página web <http://www.bvsde.paho.org/bvsacd/cd46/comunica.pdf>, del libro.

Comunicación Estratégica para Proyectos de Desarrollo.

Por qué la Comunicación para el Cambio en el Comportamiento es Importante para muchas de las intervenciones identificadas en el Informe sobre el Desarrollo Mundial de 1993 del Banco Mundial por ejemplo, la rehidratación oral, la inmunización, la planificación familiar y el cuidado de la maternidad no resulta suficiente facilitar el acceso a la tecnología médica y servicios de salud.

Para que tales intervenciones sean eficaces, los programas de salud pública necesitan influenciar a los destinatarios y a los proveedores de salud para que modifiquen sus comportamientos de manera tal que se promuevan vidas más saludables. En particular, los programas deben estar orientados a convencer a las personas para que adopten acciones preventivas en el ámbito del hogar, para que desarrollen un apoyo efectivo a los comportamientos orientados a la salud y para que cambien las actitudes y comportamientos de los proveedores de manera que refuercen los comportamientos saludables buscados en sus destinatarios.

COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

Según José M. Pereira LA COMUNICACIÓN EN CONCEPTOS DE DESARROLLO: BALANCE Y PERSPECTIVAS: se considera que se parte de la búsqueda del desarrollo con concepto unificador del lenguaje mientras transcurría la Segunda Guerra mundial, en cuanto a las relaciones internacionales de esa época en busca del cambio, buscando la modernización en países no industrializados. Posteriormente el desarrollo se homologaría a la modernización, que serían transformaciones en aspectos sociales culturales y científicos produciendo avances industriales y tecnológicos, se utilizaría esta estrategia para ayudar a los países rezagados.

Este desarrollo modernizador, contribuyo a la centralización de aspectos técnico – económicos dejando de lado aspectos sociales; por lo que la comunicación para el desarrollo llega al punto de convertirse en un paradigma permitiendo mediante un proceso, la incorporación de países en desarrollo dentro

de un sistema de comunicación a nivel mundial, dentro de este modelo se basaban el arte de persuadir, educar y culturar a los países Latinoamericanos con estrategias en sus contenidos en cuanto a la opinión pública se refiere. Con el tiempo se fueron dando cambios para mejorar su objetivo a lograr, dejando de lado la dependencia dentro de este paradigma y buscando en principios la democratización de la comunicación, se crearon tratados como la formulación del nuevo orden mundial de la información y comunicación. Posteriormente se dio paso a la comunicación alternativa como ente primordial para el logro de una comunicación dando paso al desarrollo alternativo, permitiendo explorar el mundo de las culturas populares y conocer los espacios cotidianos y prácticas comunicativas existentes en la comunidad.

Es así como la comunicación para el desarrollo aparece ligada a un nuevo enfoque sobre las culturas populares y movimientos sociales, también, está ligada a una temática para incentivar la investigación latinoamericana en comunicación; ésta, se halla vinculada al surgimiento de redes de información comunicación y conocimiento, conectándonos mundialmente ayudando al surgimiento de comunicación mundial; finalmente permite el debate sobre las políticas culturales. Actualmente la Comunicación para el desarrollo permite el compromiso sobre aspectos de paz, comunicación, salud, vivienda, alimentación, ingresos, el medio ambiente, la justicia social, la equidad, producción, la recreación, ocio, producción simbólica cultural, la forma de generar conocimientos en la sociedad, etc.

Su objetivo es apoyar la participación de las personas en la toma de decisiones, generando políticas, programas y tecnologías para mejorar el nivel de vida, impulsando el bienestar de manera sustentable".

Otro de sus objetivos es proponer soluciones a través de la comunicación y la educación mediante un modelo de difusión de actitudes modernas y mejorar la calidad de vida.

La Comunicación para el Desarrollo comprende las acciones y estrategias de Comunicación en los diversos planes y proyectos como ciencia y tecnología, salud educación medio ambiente, procesos de paz y gestión cultural, entre otros, enfrentándonos a la necesidad de promover, facilitar y animar el fortalecimiento de la capacidad expresiva, comunicativa y lúdica de la comunidad, generando un cambio en la sociedad.

COMUNICACION PARA EL DESARROLLO EN LATINOAMERICA

Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años

Luis Ramiro Beltrán

¿Cuál ha sido la trayectoria de la comunicación para el desarrollo en Latinoamérica? ¿Ha hecho esta región contribuciones significativas a ella?

Durante casi 45 años Latinoamérica ha sido notablemente activa, imaginativa y productiva en tratar de poner la comunicación al servicio del desarrollo. Empezó a utilizar la comunicación para el desarrollo mucho antes de que se hubieran propuesto teorías para ello e incluso cuando la denominación misma no existía aún.

Luís Ramiro Beltrán clasifica las experiencias de comunicación y desarrollo en: Comunicación de Desarrollo, Comunicación de Apoyo al Desarrollo, y Comunicación Alternativa para el Desarrollo Democrático. A esta tipología Adalid Contreras añade la Comunicación-Desarrollo o Comunicación con Desarrollo.

Comunicación de Desarrollo

En la comunicación de Desarrollo , los medios masivos o mass media, pueden crear una atmósfera pública favorable al cambio, la misma que sería considerada precisa para la modernización de sociedades tradicionales por medio del progreso tecnológico y el crecimiento económico dentro de la modernización o conjunto de transformaciones que produce el desarrollo industrial, y a los cuales

los países subdesarrollados gozarían de acceder superando linealmente sucesivas fases para salir de su estado tradicional o primitivo, mediante su asimilación o adaptación a un orden de crecimiento económico e integración nacional, moderno.

Bajo estas condiciones, la comunicación de desarrollo es un proceso de incorporación de los países en desarrollo dentro del sistema comunicativo mundial para la difusión de la tecnología industrial, las instituciones sociales modernas y el modelo de sociedad de libre mercado (Mattelart, 1987: 178), donde el creciente flujo de información sería un elemento importante para configurar un sentimiento nacionalista a favor del desarrollo (Schramm, 1967: 66-67, en Benavides, et. al, 1998), y los medios de comunicación de masas ocupan un lugar central, en la medida que se entienden como un subsistema clave para generar el cambio social (Rogers y Shoemaker, 1974: 8), mediante la persuasión, educación y aculturación no conflictiva de la población expuesta a mensajes exaltadores del progreso, movilidad social, realización personal, innovaciones, alfabetización y consumismo.

Comunicación de Apoyo al Desarrollo

Dentro de la Comunicación de apoyo al desarrollo se debe llevar una comunicación planificada y organizada ya sea que este dirigida o no a los medios masivos como instrumento clave para el logro de las metas prácticas de instituciones y proyectos específicos que buscan el desarrollo, dentro de: la salud, la educación, el medio ambiente, la producción, la organización social, las situaciones de desastre, etc.

Analizar las relaciones entre comunicación y desarrollo supone combinar tres puntos de partida: la realidad presente, el futuro posible y la memoria acumulada. Combinación compleja cuya aplicación práctica nos muestra que el desarrollo está en deuda con la sociedad; la comunicación está en deuda con el desarrollo; y la teoría está en deuda con las experiencias. La realidad no cambia sustancialmente, y los enfoques del desarrollo y de la comunicación se mueven en

jugadas de ajedrez que están pasando de la defensa al ataque, pero sin avisorar todavía los modos que pongan en jaque las causas de la exclusión y la pobreza.

Aunque por su propia naturaleza toda comunicación podría asumirse como conectada -per se- a alguna forma de desarrollo, esto no es así. Debe estar intencionalmente dirigida y sistemáticamente planificada a la consecución de cambios concretos, tanto en la sociedad como en las instituciones y los individuos, con vocación por el cambio, el bienestar, la calidad de vida, la organización, la esperanza, el servicio público y la democracia. La comunicación relacionada al desarrollo es medio y fin, aspecto y estrategia global, y está comprometida con modelos y proyectos, macro o microsociales, y con los procedimientos que se implementan para plasmarlos (Alfaro, 1993: 11)

Comunicación Alternativa para el Desarrollo Democrático

La misma que permite expandir y equilibrar el acceso y la participación de la gente en el proceso de comunicación, tanto a niveles de medios masivos como a los interpersonales de base, el desarrollo debe asegurar, además de beneficios materiales, la justicia social, la libertad para todos, y el gobierno de la mayoría. Se acuña en una explicación de las causas del subdesarrollo en relaciones estructurales de dependencia por la polarización entre países y sujetos ricos y pobres.

En este sentido, la comunicación en el presupuesto participativo está enmarcada claramente en la comunicación de apoyo al desarrollo, en la medida en que el presupuesto participativo es un proyecto específico institucional de las municipalidades, que utiliza a la comunicación como instrumento de difusión, sensibilización y convocatoria, en sus primeras fases. Y, además, en la comunicación alternativa para el desarrollo democrático, porque el presupuesto participativo se constituye como un proceso de comunicación interpersonal, que busca expandir la participación ciudadana a fin de asegurar la justicia social. Pero a su vez el entendimiento de la comunicación en el presupuesto participativo

requiere de otros elementos como la propuesta de Adalid Contreras:

Comunicación - Desarrollo o Comunicación con Desarrollo

Nuevas cartografías van a derivar en otras concepciones sobre la relación entre comunicación y desarrollo. La comunicación se enriquece con los estudios de recepción y consumo cultural, diseñando un paradigma que valora las mediaciones y resignificaciones en la apropiación y uso de los mensajes desde la complejidad de las culturas. Mattelart nos habla del "retorno al sujeto", al rol activo del receptor y usuario de los flujos y redes de comunicación; y Martín-Barbero nos va a proponer entender la comunicación en sus mediaciones, desde la densidad de las relaciones cotidianas sin diferencias entre una cultura de masas y otra altruista popular-liberadora en la trama espesa de los mestizajes y las deformaciones de lo urbano, de lo masivo (Martín-Barbero, 1987: 10)

La ciudadanía desborda las reivindicaciones políticas con demandas que se ubican en el significado mismo de la vida: la sexualidad, la ecología, el racismo, la drogadicción, los derechos humanos, la salud, la educación... Se reconceptualiza el desarrollo, para entenderse como una apuesta cultural de cambio enfocado desde los objetivos últimos del desarrollo mismo, vale decir, desde el cumplimiento de las aspiraciones de la gente (Ul Haq, 1995: 3). Y las concepciones sobre la comunicación abren su espacio de realización destrampándola de los límites de los medios para ubicarla en el espesor profundo de la cultura.

Se hace comunicación-desarrollo desde un lugar situado, desde el lugar donde se enuncia la palabra, que es el lugar del sujeto, tomando distancia desde la revelación del "aura" que sugiere Benjamin, o desde la apropiación crítica desafiada por Freire.

La incidencia de la revolución tecnológica en el mundo contemporáneo ha llevado a designarlo como *la sociedad de información*, que Ignacio Ramonet,

director de Le Monde Diplomatique, define con cuatro atributos: *planetaria, permanente, inmediata e inmaterial* (de Oliveira, 1996: 13-14).

El cambio de milenio viene acompañado de un cambio de época, *dando paso a un nuevo tipo de organización social del trabajo, de los intercambios, de la experiencia y las formas de vida y poder que se ha dado en llamar una sociedad global de redes, sustentada por una economía cuya base es la utilización del conocimiento* (Brunner, 1999:4). América Latina tiene una participación insignificante, en una relación donde mientras mayores son las exigencias del conocimiento, menor es nuestra gravitación en el mundo emergente. Así, *nuestra presencia en el mercado global de tecnologías de información es del 2%; nuestros científicos contribuyen con menos del 2% de publicaciones especializadas; y tenemos sólo un 1% de los hosts de internet* (Cortés, 1999: 6).

Nuestro rezago expresa también una nueva forma de estratificación entre "inforicos" e "infopobres". La educación es una entrada a la alta sociedad de la red. El ingreso compra acceso. El acceso otorga datos y conocimiento. El inglés habla, la lógica de mercado se hace programación de moda, ligera y gustosa.

La propiedad de los medios se concentra en redes comercialmente cada vez más poderosas e influyentes políticamente. Las imágenes y sentidos que circulan por los medios son cada vez más ajenos. Hay prácticamente una ausencia mediática del "otro occidente", y nuestro continente no está siendo generador de propuestas (software).

La democracia está instalada como sistema formal, sin apropiación ciudadana, razón por la que su institucionalidad es precaria. Se trata de una cultura política transplantada y condensada en instituciones formales, necesarias, pero ajenas, distanciadas y disociadas de los modos de ver y sentir de los pueblos. La democracia se ha vuelto insignificante en términos de participación. La falta de confianza en los partidos políticos, en los gobernantes y en los poderes del Estado

explica por qué *lo único no mestizo en América Latina es la política* (Martín-Barbero, 1999: 10).

Las regulaciones actuales benefician más la dinámica de los mercados que los derechos de la gente. Paradójicamente, mientras en el continente los estados se están liberando de su responsabilidad en la comunicación, dejando al mercado y al libre ejercicio de la iniciativa privada las reglas del juego, en los países centrales el incentivo a la producción cultural y difusión de productos propios es creciente.

La ética de la competitividad se ha pintado de eficacia privada e ineficiencia estatal; de ganancia con pobreza; de acumulación sin distribución social. Esto es inmanente al modelo. *Cuando el afán de lucro de los participantes en el mercado se descontrola, desafían la ética de los pueblos, y sacrifican el respeto por la justicia y los derechos humanos* (PNUD, 1999: 2).

Rearticular la relación entre comunicación y desarrollo en tiempos de búsqueda e incertezas, implica valorar las incertidumbres, porque *lo inaprensible e incomprensible se constituyen en una característica metodológica de esta época* (Benavides, 1998: 111-112) y *las sociedades se están reubicando a marcha forzada en procesos sin piso ni lugar fijo, en una especie de marcha a mitad de camino con dirección hacia un lugar desconocido* (Martín-Barbero, 1998: 210).

En este ambiente, partir de la pregunta es más contundente y eficaz que reproducir viejas certezas y fundamentalismos. Como propuesta de avisoramiento de nuevos futuros y como camino constructor de horizontes que se hacen paso a paso, resulta oportuno admitir con Morín, que *la complejidad es un tejido de conjunto, el tejido obtenido a partir de hilos diferentes que se transforman en uno solo. Todo eso se cruza y se vuelve a cruzar, se teje y se vuelve a tejer para formar la unidad de la complejidad; pero esa unidad no destruye la variedad ni la diversidad de las complejidades que la entretejieron. Cada hilo es singular en sí mismo, pero cada hilo tiene camino recorrido (historicidad) para llegar a ser lo que es (complejidad)* (en Baldeón y Karam, 1999: 8).

Esta visión, heterotópica, le da la razón a Foucault cuando plantea que la realidad no es representable desde una totalidad y unicidad (sea desde la totalidad de la razón o de la totalidad del sujeto, las dos alas del desarrollo sugeridas por Touraine), sino desde un espacio descentrador, desde el "otro occidente", que pone en conflicto la razón y los sujetos, y se manifiesta en una comunicación también conflictiva, confrontativa, de profunda y cotidiana creación cultural con múltiples fórmulas de cambio y búsqueda de bienestar. Una forma de construcción social en alteridad permanente que desafía a pensar desde lugares diferentes a los centros y autoridades sin caer en el particularismo, señalándose metas en el acá precario y posible.

La Comunicación para el Desarrollo comprende las acciones y estrategias de Comunicación en los diversos planes y proyectos como ciencia y tecnología, salud educación medio ambiente, procesos de paz y gestión cultural, entre otros, enfrentándonos a la necesidad de promover, facilitar y animar el fortalecimiento de la capacidad expresiva, comunicativa y lúdica de la comunidad, generando un cambio en la sociedad.

Dentro de áreas que permitan la Comunicación para el Desarrollo, están:

- Desempeñar el cargo de RRPP en colegios, institutos y universidades.
- Desempeñar cargos de Director, o Jefe de Departamento u Oficina de Comunicación en instituciones de diferente tipo.
- Desempeñar el cargo de Director o Coordinador de medios y programas de comunicación masiva o institucional o como asesor y realizador de medios y programas de comunicación.
- Desempeñarse como consultor, asesor e investigador en procesos comunicativos, en una perspectiva interdisciplinaria principalmente atendida a necesidades de gestión, capacitación, educación, divulgación, integración y opinión. Creando propia empresa con sus consultorías.

- Asesorar instituciones económicas, sociales, políticas, culturales, religiosas, solidarias, como empresas, partidos políticos, cooperativas, sindicatos, cuentas de acción básicas, clubes y otras, en la creación, implementación, desarrollo y evaluación de procesos y sistemas de comunicación, intra o extra-institucionales, que permitan el desenvolvimiento, la armonización y la coordinación de la comunicación en ellos.
- Gerente y estratega de la comunicación organizacional y corporativa en sus modalidades teóricas y prácticas. Acompañante y dinamizador de procesos de autogestión en organizaciones comunitarias.
- Un negocio propio de producción audiovisual.
- Vendedor independiente de publicidad.

En la Comunicación Social, existen diversas formas de trabajo, las tradicionales que vienen desde la creación de las carreras, dentro de las cuales podemos incluir: como periodista, productor, editorialista, conductor, etc., dentro de los medios de comunicación masiva; y las no tradicionales que han aparecido en la actualidad conforme las sociedades de la Comunidad en la comunicación para el desarrollo comprende extensas ramas de desempeño laboral que establece alternativas de desempeño en el área de comunicación social, ha visto la creación de empresas propias montadas por cada profesional de esta área tales como: consultor, ejecutivo de cuentas, directivo, creativo, estratega de difusión y medios independiente o asociado a agencias de comunicación integral, publicidad y propaganda, investigador y analista de públicos de interés y tendencias, incluyendo su organización, presupuesto, dirección, control, evaluación y resolución de problemas, de esta manera se controla el nivel de desempleo.

Al tomar en cuenta solo las opciones tradicionales dentro del campo laboral se producen una saturación, conllevando a una crisis laboral en los Comunicadores Sociales.

La saturación es el estado de saciedad que produce el exceso de una cosa, el trabajo, es el esfuerzo personal para la producción y comercialización de bienes y/o servicios con un fin económico, que origina un pago en dinero o cualquier otra forma de retribución, por lo tanto saturación en el campo laboral sería: la existencia del exceso del esfuerzo de las personas para la producción y o comercialización de un producto y en el caso de la comunicación Social sería el exceso de ofertantes en el campo laboral de los Comunicadores Sociales, conllevando luego al desempleo, crisis económica e improductividad.

Administración y Metodología

MODELO OPERATIVO

CUADRO N° 14

Elaborado por: Carolina Villafuerte

FASES	ETAPAS	METAS	ACTIVIDADES	RECURSOS	PRESUPUESTOS	RESPONSABLE	TIEMPO
INICIAL	SENSIBILIZAR	Al final del primer mes lograr la aprobación de la aplicación del	- Citas previas y gestión con las autoridades de facultad de jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato.	* Materiales de oficina. * Talento humano	\$ 5.00 Cinco dólares de los Estados Unidos de América, en gastos de movilización	Investigador.	Un mes.
	Presentación de la propuesta a autoridades.	del proyecto.	- Exposición y acuerdos para la aprobación de la propuesta. - Aprobación y ejecución de la propuesta.				

FASES	ETAPAS	METAS	ACTIVIDADES	RECURSOS	PRESUPUESTOS	RESPONSABLE	TIEMPO
CENTRAL	PLANIFICACIÓN	- En el lapso de tres meses elaborar un guión.	- Elaboración del guión técnico y textual del video documental	* Materiales de oficina. * Talento humano	\$ 5.00 Cinco dólares de los Estados Unidos de América, en gastos de movilización \$300.00	Investigador.	Seis meses.
	Elaboración de los productos comunicacionales como propuesta en este proyecto	- En el lapso de tres meses elaborar una guía de talleres.	- Producción del video documental. - Edición del video documental. - Elaboración de la malla temática de las charlas		Trescientos dólares de los estados unidos de América, elaboración del video documental. \$100.00 Cien dólares de los Estados Unidos de América en la elaboración de la malla curricular		

FASES	ETAPAS	METAS	ACTIVIDADES	RECURSOS	PRESUPUESTOS	RESPONSABLE	TIEMPO
FINAL	EJECUCIÓN	Realización	- Realización de charlas.	* Materiales de oficina.	\$ 5.00	Investigador.	Seis meses.
	Implementación de charlas	De una charla semestral a cada nivel de la carrera de Comunicación Social.		* Talento humano.	Cinco dólares de los Estados Unidos de América, en gastos de movilización \$300.00 Trescientos dólares de los estados unidos de América, elaboración del conferencista.		
	EVALUACIÓN	Durante los seis meses de realización,	- Realización de encuestas a los asistentes de las charlas.	*Insumos de oficina.	\$ 5.00	Investigador.	Seis meses.
	Identificación de errores de la implementación de la propuesta	evaluar sistemáticamente la propuesta	- Realización de teste evaluativos a los asistentes a la charla.	* Talento humano.	Cinco dólares de los Estados Unidos de América, en gastos de movilización		

Previsión de la Evaluación

Matriz de evaluación

Plan de monitoreo y evaluación de la propuesta

Cuadro N°15

Elaborado por: Carolina Villafuerte

Preguntas Básicas	explicación
1. Quienes Solicitan Evaluar	El Decano de la Facultad de Jurisprudencia de la UTA La investigadora
2. ¿Por qué evaluar?	Es necesario para detectar errores.
3. ¿Para qué evaluar?	Para mejorar la metodología de las charlas preparación de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social en Comunicación para el Desarrollo
4. ¿Qué evaluar?	Charlas Documental
5. ¿Quién evalúa?	El decano, y el director de la carrera y el público
6. ¿Cuándo evaluar?	Periodos de seis meses del semestre de agosto de la carrera de Comunicación Social
7. ¿Cómo evaluar?	Encuesta, entrevistas, test de evaluación
8. ¿En qué evaluar?	Cuestionarios Guía test dirigido a los estudiante o el público

Bibliografía

ADOUM, Jorge E. 1997, "ECUADOR SEÑAS PARTICULARES", eskeletra editorial, Ecuador.

ALFARO MORENO, Rosa María. 2009 "Una comunicación para otro desarrollo: para el diálogo entre el norte y el sur", Asociación de Comunicadores Sociales "Calandria", Texas.

GALEANO, Eduardo. "LAS VENAS ABIERTAS DE AMÉRICA LATINA", siglo veintiuno editores, s.a. de c.v., México.

HURLEY Deborah, "ESTRELLA POLAR", editorial Ecuador

KAPUSCINSKI, Ryszard. 2003, "LOS CINCO SENTIDOS DEL PERIODISTA", Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, México.

MALPICA, Jorge Nieto. 2005, "Comunicación para el desarrollo", Universidad Autónoma de Tamaulipas, Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales, Carrera de Ciencias de la Comunicación, México.

MORÍN, Edgar. 2001, "Los siete saberes necesarios para la educación del futuro", Ediciones Nueva Visión, España.

M. PEREIRA, José otros, La Comunicación en Conceptos de Desarrollo: Balance y Perspectivas, Ediciones

BALDEON, Eduardo y KARAM, Tanius, Retos y desafíos a la imaginación y la comunicación, Revista Arandú No. 40, OCLACC, 1999

BELTRAN, Luis Ramiro, Comunicación para el desarrollo: una evaluación al cabo de cuatro décadas, mimeo, Lima, Perú, 1995

BENAVIDES, Julio, BONILLA, Jorge, PEREIRA, José, La comunicación en contextos de desarrollo: balance y perspectivas, en Revista Signo y Pensamiento No. 32, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia, 1998

BRUNNER, José Joaquín, América Latina frente a los desafíos de la comunicación y el conocimiento, ponencia presentada al I Encuentro Continental de Comunicadores Católicos, Medellín, Colombia, abril 1999

CONTRERAS, Adalid, PIEROLA, Virginia, Políticas institucionales de comunicación en América Latina, FES, Quito, Ecuador, 1998

CONTRERAS, Adalid, Encuentros y desencuentros entre comunicación, sociedad y desarrollo, ponencia presentada al I Encuentro Nacional y Seminario Latinoamericano "La comunicación latinoamericana y la cuestión del desarrollo: balance y proyecciones en medio de dos milenios", Cochabamba, Bolivia, noviembre de 1999

CORTEZ, Carlos, Medellín 30 años después, ponencia presentada al I Encuentro Continental de Comunicadores Católicos, Medellín, Colombia, abril 1999

EXENI, José Luis, Políticas de comunicación, Ed. Plural/FES, La Paz, Bolivia, 1998

FOUCAULT, Michel, El orden del discurso, Ed. Tusquets, Barcelona, España, 1987

GARCIA, Antonio, ¿Comunicación para la dependencia o para el desarrollo?, CIESPAL, Quito, Ecuador, 1980

HERRERA, Ernesto, Los excluidos de un continente, Revista Imprecor, París, Francia, noviembre 1996

MARTIN-BARBERO, Jesús, Las mediaciones de los medios en la construcción de ciudadanía, Revista Arandú No. 39, OCLACC, Quito, Ecuador, 1999

MARTIN-BARBERO, Jesús, De la comunicación a la filosofía y viceversa: nuevos mapas, nuevos retos, en Mapas nocturnos. Diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero, Siglo del Hombre Editores, Universidad Central, Bogotá, Colombia, 1998

MARTIN-BARBERO, Jesús, De los medios a las mediaciones, Ed. Gustavo Gilli, México DF, México, 1987

Linkografía

RABINOVICH, Leonardo. 2004, La Comunicación Estratégica para la Gestión de las Organizaciones, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, www.c3fes.net.

http://www.bantaba.ehu.es/sociedad/files/view/comunicacion_para_el_desarrollo_sostenible_de_latinoamerica.pdf?revision_id=62826&package_id=33905

<http://www.zonaeconomica.com/comunicacion-desarrollo>

web <http://www.bvsde.paho.org/bvsacd/cd46/comunica.pdf>, del libro

http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n_para_el_desarrollo

<http://www.wordreference.com/definicion/saturado>

<http://www.definicion.org/trabajo>

http://carloscamacho.net/articulos/comunicacion_comunicadores/comunicadores_para_el_desarrollo.pdf

www.ciat.cgiar.org/...cd_curso/Contenido/Modulo%203/Submodulos%203.1/Submodulo%203.1.1/desarrollo_social.pdf

Anexos