



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD CIENCIAS SOCIALES,
EDUCACIÓN COMERCIAL Y DERECHO.
TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACION SOCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA: LOS RECURSOS TECNOLÓGICOS DE LA INFORMACIÓN
EN LA COMUNICACIÓN

Autores:

Srta. MEDINA GONZALEZ GINGER STEFANIA

Srta. ALCÍVAR MACÍAS NORMA YOMAIRA

Tutor:

Phd. NARANJO PINELA TERESA CELESTE

Milagro, Octubre 2019
ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

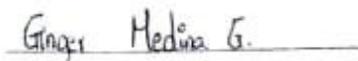
Ingeniero,
Fabricio Guevara Viejo, PhD.
RECTOR
Universidad Estatal de Milagro
Presente.

Yo, MEDINA GONZALEZ GINGER STEFANIA en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Proyecto de Investigación modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Proyecto de Investigación realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación RELACIONES ESTRATÉGICAS ENTRE COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y COMUNIDAD de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Proyecto de Investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 29 de octubre de 2019



MEDINA GONZALEZ GINGER STEFANIA
Autor I
C.I: 0956212773

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.
Fabricio Guevara Vicj6. PhD.
RECTOR
Universidad Estatal de Milagro
Presente.

Yo, ALCÍVAR MACÍAS NORMA YOMAIRA en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Proyecto de Investigación modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Proyecto de Investigación realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación RELACIONES ESTRATÉGICAS ENTRE COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y COMUNIDAD de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Proyecto de Investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 29 de octubre de 2019



ALCÍVAR MACÍAS NORMA YOMAIRA
Autor 2
C.I: 0953407392

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Yo, Phd. NARANJO PINELA TERESA CELESTE, MSc. en mi calidad de tutor del Proyecto de Investigación, elaborado por las estudiantes MEDINA GONZALEZ GINGER STEFANIA y ALCIVAR MACÍAS NORMA YOMAIRA cuyo tema de trabajo de Titulación es LOS RECURSOS TECNOLÓGICOS DE LA INFORMACIÓN EN LA COMUNICACIÓN, que aporta a la Línea de Investigación RELACIONES ESTRATÉGICAS ENTRE COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y COMUNIDAD previo a la obtención del Grado LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION SOCIAL ; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Proyecto de Investigación de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, 29 de octubre de 2019



Phd. NARANJO PINELA TERESA CELESTE, MSc.
Tutor
C.I: 09108778174

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Phd. NARANJO PINELA TERESA CELESTE

Phd. CORDOVA MORAN JORGE ANTONIO

Mgtr. ROSERO CONSTANTE LUIS ARTURO

Luego de realizar la revisión del Proyecto de Investigación, previo a la obtención del título (o grado académico) de LICENCIADO(A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION SOCIAL presentado por la estudiante MEDINA GONZALEZ GINGER STEFANIA

Con el tema de trabajo de Titulación: LOS RECURSOS TECNOLÓGICOS DE LA INFORMACIÓN EN LA COMUNICACIÓN

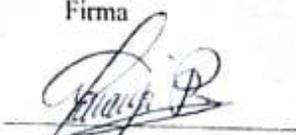
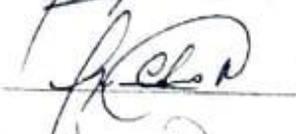
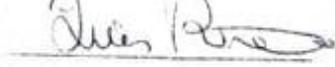
Otorga al presente Proyecto de Investigación, las siguientes calificaciones:

Estructura	[80]
Defensa oral	[17.33]
Total	[97.33]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) Aprobado.

Fecha: 29 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos			Firma
Presidente	NARANJO PINELA CELESTE	PINELA	TERESA	
Secretario (a)	CORDOVA ANTONIO	MORAN	JORGE	
Integrante	ROSERO ARTURO	CONSTANTE	LUIS	

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Phd. NARANJO PINELA TERESA CELESTE

Phd. CORDOVA MORAN JORGE ANTONIO

Mgtr. ROSERO CONSTANTE LUIS ARTURO

Luego de realizar la revisión del Proyecto de Investigación, previo a la obtención del título (o grado académico) de LICENCIADO(A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION SOCIAL presentado por la estudiante ALCÍVAR MACÍAS NORMA YOMAIRA

Con el tema de trabajo de Titulación: LOS RECURSOS TECNOLÓGICOS DE LA INFORMACIÓN EN LA COMUNICACIÓN

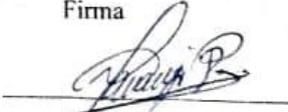
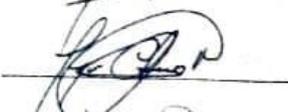
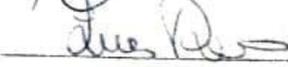
Otorga al presente Proyecto de Investigación, las siguientes calificaciones:

Estructura	[80]
Defensa oral	[20]
Total	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) Aprobado

Fecha: 29 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos			Firma
Presidente	NARANJO CELESTE	PINELA	TERESA	
Secretario (a)	CORDOVA ANTONIO	MORAN	JORGE	
Integrante	ROSERO ARTURO	CONSTANTE	LUIS	

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por ser mi padre, quien me ha dado salud diariamente para poder lograr los objetivos.

A mi madre Patricia González por todo su amor y sacrificio. A mi hermana y mis tíos por siempre confiar en mí.

También le dedicó todo esto a mi pequeña hija que sé que cuando crezca estará orgullosa de mi.

Ginger Medina González

DEDICATORIA

Este proyecto de tesis lo dedico a Dios, por toda lo que me ha dado, por cada situación que se haya presentado, porque todo me lo dio fue en el momento correcto. Con el tiempo he aprendido que las coincidencias no existen sino todo tiene un por qué y al final todo se conecta.

Se lo dedico a mi madre, porque sin ella no sería una mujer con grandes expectativas, ella siempre me ha enseñado que debo obtener mis propios logros y vivir mis experiencias.

Se lo dedico a todas aquellas personas que me dijeron que no me rindan y me dieron aliento para seguir en esta travesía.

Norma Alcívar Macías

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme buena salud y vida, por permitirme cumplir mis propósitos.

Agradezco a mi mamá la cual es una de mis ganas de salir adelante y lograr cada meta que me propongo en mi vida, gracias mamá por tu apoyo incondicional.

A mi abuelita Yolanda que desde el cielo siempre desea que todas mis metas las pueda cumplir.

A mi hija que sé que cuando crezca va estar orgullosa de mi.

A mi familia por ese apoyo incondicional y por depositar su confianza en mí.

Ginger Medina González

AGRADECIMIENTO

En estos instantes de mi vida estoy en un proceso de mejorar, crecer en conocimiento y espiritualmente.

Así que a través de este escrito es para agradecer por todo aquello que Dios me ha dado, porque cada esfuerzo que hice solo fue una pequeña muestra de lo mucho que deseo cumplir mis objetivos.

Mi madre, la Sra. Elena Macías Aguirre, aquella mujer, que es la autora de mis días, siempre estuvo en mis momentos cuando peleaba con mis miedos e inseguridades, por eso le agradezco ya que sin ella esto no tendría sentido todo esto por lo cual estoy viviendo.

Mis jefes, la Sra. Ana Cadmelema y el Sr. Luis Granja, aquellas personas que me permitieron estudiar y trabajar, les agradezco por ser un pilar fundamental en este proceso de la Universidad ya que sin su aporte no habría conseguido esta nueva meta.

Norma Alcívar Macías

ÍNDICE

DERECHOS DE AUTOR	II
DERECHOS DE AUTOR	III
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	V
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	VI
DEDICATORIA	VII
DEDICATORIA.....	VIII
AGRADECIMIENTO	IX
AGRADECIMIENTO	X
INDICE.....	XI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XIV
ÍNDICE DE TABLAS.....	XV
INDICE DE GRÁFICOS.....	XVI
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN	3
1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.2 JUSTIFICACIÓN	6
1.3. SISTEMATIZACIÓN ESPECÍFICA	7
1.4 OBJETIVO GENERAL.....	7
1.4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	8
CAPÍTULO II	9
2.2 FUNDAMENTACIÓN.....	11
2.2.1 ANTECEDENTES HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN	11
2.2.2 LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y SU APORTACIÓN EN EL PERIODISMO	12

2.2.3 LAS COMPETENCIAS QUE DEBEN OBTENER LOS PERIODISTAS EN LAS TICS	13
2.2.4 EL PERIODISTA Y LA INFORMACIÓN MÓVIL.....	14
2.2.5 ORTOGRAFÍA Y REDACCIÓN CON INMEDIATEZ	15
2.2.6 DISPOSITIVOS MÓVILES DENTRO DEL AMBITO COMUNICATIVO	16
2.2.7 USO DE LAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS EN LA COMUNICACIÓN	17
2.2.8 REDES SOCIALES.....	17
2.2.9 CONCORDANCIA DE LAS REDES SOCIALES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	20
2.2.10 PLATAFORMAS VIRTUALES DE COMUNICACIÓN Y SIGNIFICADOS	21
2.2.11 EJEMPLOS DE FAKE NEWS.....	22
2.4 MARCO LEGAL.....	24
CAPÍTULO III.....	27
3.1 METODOLOGÍA	27
3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN	27
3.2.1 INVESTIGACIÓN HISTÓRICA	27
3.2.2 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA	28
3.2.3 INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL	28
3.3 DISEÑO.....	28
3.4 MÉTODOS	29
3.4.1 MÉTODO EMPÍRICO	29
3.4.2 ENCUESTA.....	29
3.5 POBLACIÓN.....	29
3.6 MUESTRA	29
3.6.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA	29
3.6.2 PROCESO DE SELECCIÓN	29

3.7 HIPOTESIS GENERAL.....	29
3.8.1 OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES	30
CAPITULO IV.....	31
ANÁLISIS Y RESULTADOS.....	31
4.1 RESULTADO DE LAS ENCUESTAS.....	31
CAPITULO V	41
CONCLUSIONES	41
RECOMENDACIONES.....	42
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	43
ANEXOS... ..	45

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Imprenta de Gutenberg	11
Figura 2 Ejemplo noticia fake #1	22
Figura 3 Ejemplo noticia fake #2	23
Figura 4 Ejemplo noticia fake #3	24

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las variables.....	30
--	----

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Resultados de pregunta 1	31
Gráfico 2 Resultados de pregunta 2	32
Gráfico 3 Resultados de pregunta 3	33
Gráfico 4 Resultados de pregunta 4	34
Gráfico 5 Resultados de pregunta 5	35
Gráfico 6 Resultados de pregunta 6	36
Gráfico 7 Resultados de pregunta 7	37
Gráfico 8 Resultados de pregunta 8	38
Gráfico 9 Resultados de pregunta 9	39
Gráfico 10 Resultados de pregunta 10	40

LOS RECURSOS TECNOLÓGICOS DE LA INFORMACIÓN EN LA COMUNICACIÓN

RESUMEN

La investigación denominada los recursos tecnológicos en información de la comunicación realizada a los estudiantes de la Universidad Estatal de Milagro, se realizó a través del análisis planteado la mala difusión de las noticias o hechos noticiosos a través de las redes sociales, esto se debe a la situación que vivimos actualmente que es un avance tecnológico muy notorio, la falta de responsabilidad de las personas al subir algún tipo de información en las redes sociales. Los ciudadanos no se dan cuenta del tipo de información que suben o comparten en sus redes sociales, no todas las personas usan estas tecnologías, pero si en mayor parte, podemos decir que los que más utilizan estos recursos tecnológicos son los jóvenes. El uso frecuente de las tecnologías de la información en la comunicación, en el uso de la ciudadanía en general requiere que los ciudadanos mantengan una actitud positiva o no de morbo en los hechos noticiosos que ocurren a diario a nivel local o nacional, por ser un hecho que impacta a la sociedad es compartido y se hace viral pero no siempre lo que se comparte en redes sociales es verdad, no es información creíble. La aplicación de las tecnologías de la información en la comunicación, en la concienciación en los ciudadanos que sufren información que genere controversia en la ciudadanía lo que se quiere es que los ciudadanos entiendan que no son ellos los llamados a subir información deben esperar que los medios de comunicación lo hagan ya que ellos son quienes cuentan con información de lo sucedido y fuentes confiables para así saber que la información difundida es real

PALABRAS CLAVE: Recursos tecnológicos ,información, comunicación, Redes Sociales.

TECHNOLOGICAL RESOURCES OF INFORMATION IN THE COMMUNICATION SUMMARY

ABSTRACT

The investigation called the technological resources in information of the communication made to the students of the State University of Milagro, was carried out through the analysis raised the bad diffusion of the news or news made through the social networks, this is due to the situation we are currently experiencing that is a very noticeable technological advancement, the lack of responsibility of people when uploading some type of information on social networks. Citizens do not realize the type of information they upload or share in their social networks, not all people use these technologies, but if for the most part, we can say that the ones who use these technological resources the most are young people. The frequent use of information technologies in communication, in the use of citizens in general, requires that citizens maintain a positive attitude or not of morbidity in the news events that occur daily at local or national level, as it is a fact that impacts society is shared and becomes viral but not always what is shared on social networks is true, it is not credible information. The application of information technologies in communication, in raising awareness among citizens who suffer information that generates controversy in the citizenship, what is wanted is for citizens to understand that they are not called to upload information should expect that the media of communication do so since they are the ones who have information about what happened and reliable sources to know that the information disseminated is real.

KEY WORDS: Technological resources, Information, Communication, Social Networks,

INTRODUCCIÓN

La tecnología es un recurso muy importante hoy en día, nos ayuda a que la información llegue de una manera instantánea a todas partes del mundo, el problema es cuando una información no es verídica y si es un hecho que afecta a la ciudadanía esto genera en caos en la sociedad es por ello que la información que circula en redes sociales no son de confiar si no es difundida por un medio de comunicación.

Por esta razón se escogió a los jóvenes de primer nivel de Comunicación Social para que se entienda que no se debe difundir información de forma superficial, este proyecto es con la finalidad de realizar campañas e impartir información para que los novatos aprendan y entiendan el caos que se genera cuando una información falsa es difundida.

Los recursos informativos se han convertido en herramientas indispensable para toda la humanidad por su gran avance y acceso que hoy en día tiene la sociedad, miles de niños, jóvenes y adultos alrededor del mundo utilizan las herramientas tecnológicas diariamente. En la actualidad las personas no pueden vivir sin un computador o artefacto tecnológico aún menos sin el Internet.

Esta investigación se centra en dar a conocer que no todo lo que se difunde en redes sociales es verídica tales plataformas como: Facebook, Instagram, Twitter, etc. Y diversas herramientas con fines en lo que pasa hoy en día en la sociedad.

El desarrollo teórico de esta investigación se centra en los recursos tecnológicos en la información de la comunicación, se realiza un estudio sobre el uso de los avances tecnológicos y como las personas se informan desde la comodidad de su hogar.

La metodología que se empleó en la investigación, está basada en un análisis cuantitativo, ya que se pretende investigar como la sociedad recibe y si también transmiten información o hechos noticiosos.

También se da a conocer los datos de los resultados obtenidos a partir del análisis e interpretación, en donde las entrevistas fueron realizadas a los estudiantes de primer nivel de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro; también se hace la respectiva verificación de la hipótesis, recomendaciones y conclusiones, más adelante se planteará el aporte al trabajo de investigación para la solución al problema.

CAPÍTULO I

1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera influye el uso de los recursos tecnológicos en la comunicación de la información de los estudiantes de Comunicación Social del primer nivel de la UNEMI?

1.1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente el hombre se comunica de diferentes maneras: a través de celulares, periódicos, revistas, computadoras, tv entre otras que son usadas para crear información con el uso de tecnología que se comparte en todo el mundo generando un periodismo activo. La globalización ha permitido a la tecnología llegar a millones de personas, este es el caso de la ciudad de Milagro en la provincia del Guayas donde los estudiantes de la facultad ciencias sociales, educación comercial y derecho en la Universidad Estatal de Milagro tienen acceso a diferentes medios y canales de comunicación.

En ocasiones los estudiantes suben información en diversas plataformas sobre diversos temas de interés social, experiencias del día a día, accidentes, problemas en la sociedad y es ahí en donde la información se difunde de una manera errónea y se filtra rápidamente la noticia incorrecta.

En el país no existe un reglamento o ley que permita filtrar el contenido de la información que es subida a las diferentes plataformas provocando reacciones de la audiencia que lee la noticia o información, sin percatarse que puede ser falsa o incorrecta.

El periodismo actual se ve condicionado al uso de dispositivo móviles e internet, pero para que esto sea de mayor efectividad se suma con ellos una cantidad de aplicaciones gratuitas que lo convierten en la parte esencial para poder transmitir la información de forma más eficaz y rápida; este instrumento se le suma a que deba llevar o constituya una capacidad de almacenamiento amplia para guardar fotos, videos, audios, textos, etc.

La facilidad del móvil es valiosa porque las noticias o hechos importantes surgen de manera repentina y en muchos casos las coberturas toman vida desde la zona o lugar de los hechos en tiempo real, las transmisiones en redes sociales en directo permiten crear un vínculo con la audiencia donde ellos mismos pueden participar de una forma activa e incluso pueden llegar a ser una parte fundamental dentro de la retroalimentación que necesita el periodista; pero el problema cuando esto ocurre al revés y en donde crean vacíos de información y lagunas de desinformación, porque los mismos internautas cuentan las noticias desde su punto de vista

Los recursos tecnológicos dentro del contexto de la comunicación tienen varias desventajas:

- **Al redactar un lead:** La redacción puede ser confusa y entenderse ambiguamente tergiversando de forma inconsciente lo que desea comunicar
- **Suplantaciones de identidad:** Cualquier usuario pueda desprestigiar a otra persona con el fin de crear cyber bullying.

La tecnología ha llegado a diferentes rincones del mundo, siendo una de las mayores formas de comunicación, con ello la inteligencia artificial abre puertas y ventanas para que las personas ajenas de la comunicación puedan o creen un rol de comunicador.

1.1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

El presente trabajo se efectuará con los estudiantes de Comunicación Social del primer nivel de la UNEMI.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Este proyecto de tesis tiene con fin identificar el uso de los recursos tecnológicos en la comunicación en los estudiantes de la Facultad de la Educación en la Universidad de Milagro describiendo la veracidad y profesionalismo al momento de brindar información a la ciudadanía milagreña.

En la actualidad existen diferentes recursos tecnológicos que ayudan a compartir información dentro de distintos medios o formas de comunicación. Un ejemplo muy claro de ello es el teléfono de celular con disponibilidad de cámara e Internet, que permite transmitir en vivo o después un hecho ocurrido en un instante determinado, ahora se puede decir que el comunicador es un “periodista móvil”.

La información o conocimiento que obtendremos de dicho problema será efectuar con más precisión y veracidad la indagación que se obtiene de los medios de comunicación.

Una de las desventajas actuales para un periodista es que la ciudadanía al poseer un celular inteligente con alcance de internet pueda grabar un hecho que esté ocurriendo en el momento y de ahí bajo su percepción narre y redacte todo lo que observe sin consultar fuentes fiables, cuando la información es subida a la plataforma y otros usuarios comparten, pero cada uno escribe un pensamiento y la información que se filtra puede llegar a tener negatividad y confundir al público. Los resultados que esperan obtener, serán a través de encuestas, entrevistas y aquellas brindando un estudio real del tema propuesto para educar, concientizar, disciplinar, reflexionar a los estudiantes, quienes serán los beneficiados con este proyecto de investigación.

1.3. SISTEMATIZACIÓN ESPECÍFICA

- ¿Cuál es la situación actual del uso de la tecnología de la comunicación en los estudiantes de Comunicación Social del primer nivel de la UNEMI?
- ¿Cuál sería el uso adecuado de los recursos tecnológicos?
- ¿De qué manera se puede manipular la información en la comunicación?

1.4 OBJETIVO GENERAL

Determinar el impacto que tiene el uso de tecnología en la información de la comunicación en los estudiantes de Comunicación Social del primer nivel de la UNEMI

1.4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer de qué edad ya incide el uso de la tecnología de la información en los estudiantes de Comunicación Social del primer nivel de la UNEMI
- Identificar que herramientas tecnológicas los estudiantes de Comunicación Social del primer nivel de la UNEMI
- Reconocer las formas de filtrar la información en la comunicación en los estudiantes de Comunicación Social del primer nivel de la UNEMI

CAPÍTULO II

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

El presente documento iniciara con referencias de otros trabajos que se han hecho al largo del tiempo, para hacer hincapié del objeto de estudio de tal manera haya concordación en el proyecto de tesis. Así mismo se trabajará bajo marco legal que permitirá la aplicación de métodos o herramientas para trabajar en los diversos capítulos y obtener la información requerida de la misma.

Los recursos tecnológicos de la información y su impacto en la comunicación nos enfocamos en concientizar a la ciudadanía universitaria milagreña al rescate del valor de la credibilidad y evitar el manejo de las redes sociales a través de los aparatos tecnológicos y de tal manera prevenir que los hechos en tiempo real sean difundidos como un hecho noticioso. En la ciudad de Milagro existen varios medios de comunicación, pero ninguno de ellos ha tomado o realizado una campaña contra las falsas noticias (*Fake-news*) que se son creadas por los mismos usuarios de las diversas plataformas.

En la Universidad de Sevilla, España se expuso el trabajo “El problema de las falsedades en las redes sociales” realizado por María José del Castillo González se enfoca en que los periodistas por buscar la inmediatez de la noticia en la mayoría de las ocasiones recurren a las redes sociales como una fuente verídica de información y suele resultar falsa o simplemente con huecos de desinformación, es ahí cuando el periodista empieza a perder la credibilidad, arma prescindible. En este apartado de fin grado explico varios temas sobre la viralización de hechos, falsas noticias o medias verdades, los medios tradiciones y su transformación en las nuevas plataformas, emigración de información, la accesibilidad, el alcance de la difusión, etc. Todo aquello ya mencionado fueron las temáticas que se tocaron dentro de este documento,

pero la diferencia de esta tesis académico es que los objetivos que se está empleando son diferentes ya que se busca desde la edad con la cual es usuario empieza a utilizar los recursos tecnológicos y de qué forma los manipula para difundir información. (Del Castillo, 2017)

En el siguiente documento de la Universidad Católica de Murcia, Murcia de junio del 2018 habla sobre “La importancia de la verificación de las informaciones en la era de la posverdad. El desarrollo de iniciativas periodísticas frente a bulos y noticias falsas” realizado por Anabel Manzano Carrilero, ella se direcciona en los bulos (hecho noticioso que generalmente es falso y se difunde con la finalidad de perjudicar a alguien o algo), rumores, desinformación y *fake-news*, todos estos conceptos se relación entre sí, porque hablan verdades a medias o simplemente de lagunas de desinformación, este trabajo tiene como diferencia al documento que se está efectuando es que profundizamos en cómo y a través de qué la información se filtra en las redes sociales o diversas plataformas con el objetivo de reconocer los recursos tecnológicos. (Manzano, 2018)

En este apartado de carácter profesional es de la Universidad Jaime Bausate y Meza, Perú (2016) con el título de “libertad de expresión en internet: informaciones falsas que generan polémica en las redes sociales” su lineamiento se trata de la versatilidad de Internet, la masiva cantidad de información falsa y sitios que difunden esa información la diferencia de este trabajo con el cual se está efectuando es que netamente nos enfocamos en los aparatos digitales por los cuales estamos transmitiendo la información, claro es que también no dejamos a un lado el tratamiento de la noticia ya que es importante discernir como es el procedimiento que se le da al hecho noticioso. (Honores, 2016)

2.2 FUNDAMENTACIÓN

2.2.1 ANTECEDENTES HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación desde sus inicios se basa en diferentes formas, por ejemplo: sonidos, signos, pinturas rupestres, etc., lo que hace la diferencia del ser humano al animal es el lenguaje con el cual se comunica de forma más clara y específica. El factor clave de la comunicación fue el gran invento de Gutenberg, ya que la imprenta tomo un giro de 180 grados de tal manera la comunicación escrita fue el desarrollo del mundo porque a partir de esto se generalizan en la actualidad conocimientos académicos.

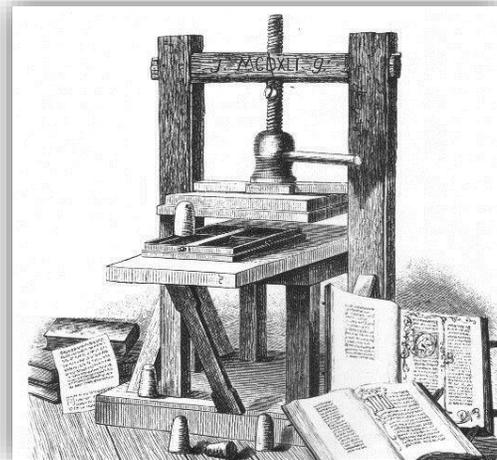


Figura 1 Imprenta de Gutenberg

Fuente: (Martínez, 2014)

También se recuerda que en los comienzos del siglo XX los conceptos de la comunicación creían que era un método de persuasión, este pensamiento se dio por el filósofo de Grecia, Aristóteles, quien creó la primera escuela clásica. Aquel tenía definido que la comunicación se orientaba con un propósito, lograr que el emisor hable de forma convincente para que su público o audiencia (receptor) tenga el mismo punto de vista sobre la temática que se esté dando en el

momento, no basta que el receptor haya captado la información y este convencido, sino que la respuesta sea extendida a otros receptores y la respuesta sean favorables.

En la actualidad los seres humanos se comunican de forma instantánea ya que las nuevas tecnologías han ido evolucionando con el paso del tiempo, en la última década el Internet se ha adueñado de las formas de comunicación. Los medios tradicionales han pasado la página y han iniciado un proceso de adaptabilidad en donde los mismos servicios de mensajería cambiaron su formato para acoplarse a las nuevas formas de comunicar, por ejemplo: SMS a WhatsApp este nuevo mecanismo ya se emplea con el fin de conectar a personas en cualquier parte del mundo de forma rápida.

2.2.2 LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y SU APORTACIÓN EN EL PERIODISMO

La tecnología digital favorece la integración de funciones que antes estaban separadas en el proceso de producción de contenidos. Los redactores asumen otras funciones, tales como la grabación y edición audiovisual (que hasta hace poco eran realizadas por distintas personas) y la publicación en la web o mediante SMS, y se incrementa la automatización de tareas y servicios. (García & Martínez, 2009)

El comunicador tiene que enfrentar la migración de cómo realizar las noticias en todo tipo de sección ya que las nuevas tecnologías han abarcado un gran espacio en las ciencias sociales y la práctica de muchos periodistas se ha visto afectada ya que le ha tocado establecerse en las nuevas modalidades que tiene el reportero.

Las tecnologías han permitido a los periodistas hacer usos de nuevas plataformas como el internet, lo que ha hecho que en diversos contextos sociales el modelo de comunicación

tradicional (unidireccional) perdió vigencia debido a las ventajas comunicativas que ofrece la hipertextualidad, la interactividad y la multimedialidad. (Díaz & Salaverría, 2008).

El periodista tiene a su favor las nuevas tecnologías que junto al internet pueden crear espacios para brindar información a la ciudadanía y de esta manera crear su empresa de comunicación. La comunicación tradicional debe adaptarse a las nuevas plataformas y formas de comunicación si no desea quedarse atrás, obligando a los periodistas o reporteros que no hayan utilizado estos medios a capacitarse sobre todo lo relacionado a las nuevas formas de hacer periodismo.

También podemos observar claramente que la competencia por quien tenga la primicia de la noticia, recordemos que el internet es un arma que tiene dos lados, así como brinda la información de manera rápida por lo consiguiente si el comunicador no actúa con dinamismo y profesionalidad le podrían quitar la nota del día, todo se basa en actualizar la información de una manera eficiente y eficaz.

2.2.3 LAS COMPETENCIAS QUE DEBEN OBTENER LOS PERIODISTAS EN LAS TICS

- Alta habilidad para poder manejar la síntesis, análisis al momento de narrar o describir algún hecho que se esté suscitando en el momento, el comunicador debe tener la capacidad de una rápida adaptabilidad del tema.
- Un comunicador debe enfocarse a la cultura general y deber ser claro porque puede suscitarse un hecho que tiene que ver con historia, debe dominar el tema de forma rápida y factible.
- La capacidad de redacción y lectura tiene que ser excelente, las faltas de sintaxis y ortografía no tienen que existir, el profesional debe manejar un alto grado de narración.

- La innovación, la creatividad para desarrollar y contar la noticia es realmente importante porque el periodista es la persona que sabe cómo sucedieron las cosas a través de la indagación tiene el deber que el público comprenda lo que él desea explicar, por ejemplo: entrevistas creativas, infografías, títulos llamativos, etc.
- El periodista o comunicador debe manejar otros idiomas aparte de su lengua natal, porque se puede enfrentar con un hecho que no esté ocurriendo dentro de su región y tendrá que hacer entrevistas o recabar información en otros idiomas.
- El comunicador tiene que estar atento y saber manejar los recursos tecnológicos y las estrategias básicas de la comunicación. Si un periodista no sabe manejar estos aparatos electrónicos e inteligentes quedará en el olvido ya que abran nuevas figuras y resaltarán.
- Saber tomar los consejos, críticas de otros colegas y de la audiencia

2.2.4 EL PERIODISTA Y LA INFORMACIÓN MÓVIL

El auge del internet y la globalización cambian los hábitos de los consumidores, la mayoría de las noticias se presentan en las redes sociales, el desarrollo de la tecnología en los teléfonos inteligentes obligó a los medios tradicionales como lo es la televisión, la radio, medios impresos a ajustarse a las nuevas formas de comunicación para informar un hecho.

“Reflexiones móviles: el periodismo en la era de la movilidad habla sobre varias temáticas y una de ellas es que invita a reflexionar sobre como el celular ya es una herramienta netamente de trabajo”. (Irigaray, 2015)

El comunicador siempre tendrá que dedicarse a su trabajo con más afán para que sea efectivo, las fuentes de información son y serán una aportación para el trabajo que esté desarrollando, la manera de expresar la información para que desde diferentes puntos de vista se pueda dar a conocer la noticia sin que esta se desvincule del hecho noticioso real, el procesamiento de contenido es

infalible, a través de este se podrá dar a conocer la nota informativa. Los receptores son aquellos que dan el punto a favor o en contra de cómo se transforma un hecho a una noticia parcial y responsable.

Los medios que se caracterizan por tener vida en internet son la transformación de los comunicadores que trabajan en línea, siempre existirá una brecha entre los que trabajan en lugares tradicionales y las empresas que laboran online.

El nuevo lenguaje que se adquirió para informar es en la búsqueda de métodos para dar a conocer su trabajo como por ejemplo un nuevo lenguaje para los usuarios, las fuentes y su propia autonomía.

La convergencia tecnológica ha llevado a que cambien las estrategias para poder emprender a través del soporte de internet. Los periodistas antiguos deben manejar el proceso de adaptabilidad con paciencia ya que este nuevo reto será para extenso y vendrán nuevas tecnológicas que tendrán que aprender a ser utilizadas por el hombre, si el comunicador no enfrenta el nuevo reto de la tecnología ya cae en peligro de perderse en el nuevo proceso de cambio en el ámbito comunicativo.

2.2.5 ORTOGRAFÍA Y REDACCIÓN CON INMEDIATEZ

La información que debe exhibirse en las plataformas siempre debe obtener una pureza al momento de ser redactada.

También se habla de un punto muy crítico al momento de redactar la información porque a través de los signos de puntuación, las formas de expresarse, en sí, todo lo que encierra una excelente ortografía.

El periodista siempre tiene que tener una afinidad muy cercana a la buena escritura, porque el usuario debe extraer ese conocimiento de cómo y la forma de contar los hechos de una manera

vertiginosa y ordenada, es ahí en donde existe la diferencia entre un periodista con alta capacidad de adaptación y un usuario que sube información por hobby.

La ortografía es simplemente un factor obligatorio para el periodista, es una herramienta que ha aprendido a dominar a través del tiempo y practica esencial.

Los recursos tecnológicos están dejando atrás a las antiguas formas de comunicación un ejemplo muy claro de ello es la televisión, porque las personas prefieren observar información más instantánea y corta de procesar; la sociedad ha tomado como una aceptación al internet porque ofrece un servicio y una puerta al mundo.

La forma de escribir del periodista es netamente artística, cada uno tiene su forma y estilo, por esta razón hay comunicadores que escriben muy creativas y otros que su régimen es ser serios.

2.2.6 DISPOSITIVOS MÓVILES DENTRO DEL AMBITO COMUNICATIVO

Si reconocemos la cantidad de personas que cada día compran dispositivos móviles solo con el objetivo de estar informados (conectados a una red) aumentan considerablemente cada día. Estos usuarios son potenciales núcleos de información periodística para aquellos que estamos en continuo contacto con las redes sociales.

Según Flurry, una librería para iPhone, Android y iPad que analiza las herramientas más descargadas y utilizadas por los usuarios en el mundo, durante el 2013 el uso de dispositivos móviles aumentó en un 115% siendo las de mayor uso las herramientas de mensajería instantánea y las redes sociales. Pero hay datos que son mucho más interesantes si queremos ver el segmento del uso del dispositivo en aplicaciones como Facebook, Twitter, Vine o Instagram con un crecimiento del 203%, lo que nos permite analizar el grupo de usuarios que podrían colaborar con la producción de contenidos audiovisual o fotográfico.

2.2.7 USO DE LAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS EN LA COMUNICACIÓN

El internet ha surgido a medida que pasan los años, demostrando su crecimiento acelerado el cual es requerido en todos los campos como económico, social y cultural. “Internet pone a la disposición del mundo, un sin número de instrumentos que dan al usuario la posibilidad de aprovechar todas sus funciones en forma más ágil y eficiente. (Schara, 2009)

El Internet facilita mucho la comunicación hoy en día en el mundo, ya que hoy forma parte de la mayor parte de los hogares de los ciudadanos, la información transcurre con pasos acelerados por la información se difunde muy rápido

2.2.8 REDES SOCIALES

Una red social se puede definir como “Un conjunto bien definido de actores-individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, vinculados unos a otros por una relación o un conjunto de relaciones de tipo social”. (Lozares, 1996). Otros autores definen a las redes sociales como “espacios de encuentro entre individuos, grupos y organizaciones, donde pueden intercambiar contenidos, desarrollar aplicaciones y buscar respuesta a sus inquietudes y necesidades” (Tenser, S., Ferro, O., y Palacios, N, 2009). Las redes sociales son de mucha ayuda para la comunicación inmediata ya que posee una conexión e interacción muchas personas. Además, estos recursos tecnológicos permiten que los ciudadanos compartan información.

Otros autores también definen a las redes sociales como “formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos, e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potencias sus recursos.” (Caldevilla, 2010)

2.2.8.1 TIPOS DE REDES SOCIALES

(Oliva, 2012) establece como criterio único para clasificar las redes sociales su objetivo, dentro de las cuales define:

- a) Redes sociales de carácter Personal, como Facebook, Twitter o Myspace.
- b) Redes sociales de tipo Profesionales, como Linkeldin, Xiang o Viadeo.
- c) Redes sociales Temáticas dentro de las cuales están cuantatuviaje.net o Musicmakesfriends.com.

Por su parte Burgueño (Flores, J. Morán, J. y Rodríguez, J., 2009) establece una clasificación distinta, basándose en el público objetivo y el sujeto principal, de esta manera organiza las redes sociales de acuerdo a:

a) Su público y objetivo: Dentro de las cuales están, las redes sociales horizontales dirigidas a todo tipo de usuario y sin temática definida como Facebook o Twitter y las redes sociales Verticales las cuales están definidas en base a una temática como ser relaciones profesionales, la música, o el ocio, entre las cuales destacan Linkeldln, Xiang, Wipley, o Viadeo.

b) El sujeto principal de la relación: En este grupo destacan las redes sociales humanas centradas, las redes sociales de contenido donde los perfiles se unen a través de contenidos publicados como Scribd o Flickr, y redes sociales Inertes cuyo objetivo es unir marcas, automóviles o lugares, son el tipo más novedoso de red, respéctense forma parte de este

tipo de redes sociales.

2.2.8.2 CLASIFICACIÓN DE LAS REDES SOCIALES

- Redes profesionales: como Linkedin (norteamericana) o la alemana Open BC.

Buscan unir a los profesionales y son creadas para que sea usada por los profesionales en el ámbito comercial.

- Comunidades de amigos: permite que exista comunicación entre diferentes personas, conociendo sus diferentes criterios y gustos. Estas son las que más información difunden y poseen el mayor número de usuarios. Actualmente, las más conocidas son Facebook, Twitter, Instagram etc.

2.2.8.3 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES.

Según (Rodríguez, 2013) las redes sociales presentan muchas ventajas para sus usuarios dentro de las cuales destacan

- Su alto grado de penetración hace que cualquier persona con conocimientos básicos de internet pueda acceder a ellas.
- Facilidad de compartir contenidos
- Constante participación de los miembros propiciando una comunicación efectiva.
- El uso de aplicaciones tanto para individuos como para empresas.

Asimismo, identifica dos tipos de desventajas asociadas a las redes sociales:

- La privacidad
- El alto grado de distracción.

(Castillo, 2013) las redes sociales pueden llegar a tener una influencia positiva

en los reforzamientos de los contenidos de asignaturas, entre sus ventajas menciona:

- Para los maestros facilita la asesoría y el reforzamiento de los alumnos.

- Facilita el trabajo cooperativo a distancia sin que las personas tengan que estar en el mismo lugar.

- Facilidad de comunicación.

- Permite al docente comunicarse fácilmente con la comunidad educativa: padres, alumnos, colegas.

El mismo autor plantea que algunas desventajas de las redes sociales serían:

Los datos y la información personal pueden ser utilizados de forma no apropiada por otros usuarios.

- La vida personal de una persona puede estar expuesta a divulgación de detalles personales.

- Las personas especialmente los adolescentes pueden hacer uso incorrecto de las mismas, abusando de su uso y de los contenidos no aptos para menores de edad.

2.2.9 CONCORDANCIA DE LAS REDES SOCIALES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Las personas que hoy en día usan estos avances tecnológicos es cada vez mayor perdiendo en cierta forma la comunicación persona a persona, este avance tecnológico hace que se vaya perdiendo los elementos principales del ser como lo es el diálogo.

Cada día hay un sin número de medios audiovisuales como lo son los proyectores, TV, videos, computadoras, Internet, en donde toda herramienta tecnológica nos separa de las personas que tenemos cerca, aunque nos junta o genera comunicación con las personas que tenemos en diferentes partes del mundo.

Los medios de comunicación digitales inciden en gran mayoría más a los jóvenes que son quienes pasan permanentemente en el avance tecnológico y son quienes comparten en sus redes sociales los acontecimientos que ocurren ya sea información local o internacional pero muchas veces lo comparten porque un gran número de personas lo hacen y no se dan cuenta si la noticia es verídica o simplemente un mal entendido.

2.2.10 PLATAFORMAS VIRTUALES DE COMUNICACIÓN Y SIGNIFICADOS

Canales de comunicación. - Son los diferentes medios por los cuales nos comunicamos mayor parte de la población.

Cyberbullyng. - Es todo uso en los medios como: internet, teléfonos y juegos de videos en donde crean o inician acosos psicológicos a partir de amenazas, humillaciones, hostigamiento y otras situaciones.

Facebook. - Es una red social usada por miles de usuarias en todo el mundo, en donde difunden todo tipo de información muchas veces sin ser contrastada.

Instagram. - En esta red social también se difunde por lo es usada por miles de usuarios ya que en la actualidad la utilizan influencers de alto rango.

Redes sociales. - Influyen en la comunicación y es el canal más fácil de poder transmitir y de difundir información.

Twitter. - Esta red social es más fiable aquí casi siempre se difunde información verificada y contrastadas.

Lead. - Es un párrafo que se encuentra en el inicio de la noticia que se escribe de forma creativa para enganchar al lector.

2.2.11 EJEMPLOS DE FAKE NEWS

Ejemplo 1

Carapaz y no habría recibido apoyo del mandatario

El ciclista ecuatoriano Richard Carapaz, quien obtuvo la victoria del Giro de Italia, este triunfo lo convirtió en el segundo deportista latinoamericano en obtener este premio dorado. “II Giro” es uno de los eventos más grandes de del ciclismo en Europa, lo cual se difundía en las redes sociales que el presidente del Ecuador, Lenin Moreno no había querido ayudar al campeón del Giro de Italia.

Las publicaciones engañosas que afirman que el deportista ecuatoriano no tuvo apoyo de Moreno ya que según había expresado, *“un presidente que no apoya al deporte hoy quiere subirse a la camioneta de los éxitos que estamos consiguiendo”* lo cual es falso, está información que fue compartida por miles de personas y aquellos usuarios compartieron dicha información creando un rumor. El Diario El Comercio habría subido un post, pero aquel no difundió esta noticia.



Figura 2 Ejemplo noticia fake #1

Fuente: (Ecuador Chequea, 2019)

Carapaz dio sus declaraciones a los medios de comunicación en donde dio a conocer que todas los memes e información que se difundía en estos recursos tecnológicos son falsos, es por ello que no todo lo que está colgado en las plataformas digitales tiene credibilidad.



Figura 3 Ejemplo noticia fake #2

Fuente: (Ecuador Chequea, 2019)

Ejemplo 2

Torre Eiffel y su supuesto tricolor

En las redes sociales diariamente se difunden información falsa como por ejemplo lo que sucedió con la Torre Eiffel en la cual supuestamente su estructura se ilumino con los colores de las banderas de Colombia, Ecuador y Venezuela, lo cual es falso, la torre fue objeto de contenidos falsos en las redes sociales, por lo cual la sociedad no debe de creer en todo lo que circula en dichas plataformas digitales.

Hoy en día se difunde mucha información falsa que afectan a toda la ciudadanía, las imágenes que se difundían en redes sociales habían sido un montaje fotográfico, la foto original se encuentra

en la base de datos del portal Getty Images. El portal colombiano, Colombiacheck confirmó y demostró a través de un Twitter que esta información fue falsa.

También se puede observar que lo observado en la torres de Eiffel, se afirmó que la bandera de Venezuela fue colocada en honor a un pintor de artes plásticas que falleció en el mes de julio, lo cuál es falso, en Ecuador también se difundió que debido al triunfo del ecuatoriano Jordi ENP, en el mundial de matemáticas celebrado en París, lo cual se comprobó que este joven es un actor porno de nacionalidad española y su imagen circula en redes sociales en distintos memes.

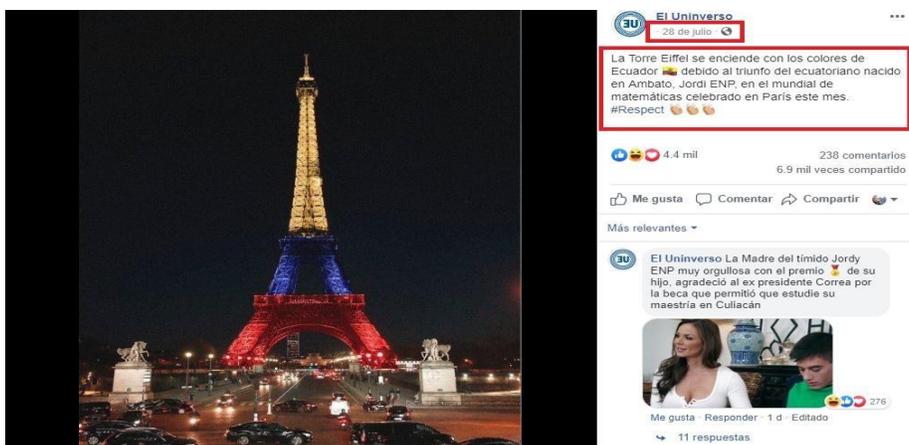


Figura 4 Ejemplo noticia fake #3

Fuente: (Ecuador Chequea, 2019)

2.4 MARCO LEGAL

El presente trabajo se sustenta bajo el oficio No. PAN-GR-2013-0175, del tercer inciso del Artículo 137 de la Constitución de la República y el primer inciso del Artículo 63 de la Ley Orgánica de la Función Legislativa, (Ley Orgánica de Comunicación, 2013) donde establece:

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos. - Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los

derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Art. 3.- Contenido comunicacional. - Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

Art. 19.- Responsabilidad ulterior. - Para efectos de esta ley, responsabilidad ulterior es la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias administrativas posteriores a difundir contenidos que lesionen los derechos establecidos en la Constitución y en particular los derechos de la comunicación y la seguridad pública del Estado, a través de los medios de comunicación. Sin perjuicio de las acciones civiles, penales o de cualquier otra índole a las que haya lugar.

Art. 26.- Linchamiento mediático. - Queda prohibida la difusión de información que, de manera directa o a través de terceros, sea producida de forma concertada y publicada reiterativamente a través de uno o más medios de comunicación con el propósito de desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.

Art. 33.- Derecho a la creación de medios de comunicación social. - Todas las personas, en igualdad de oportunidades y condiciones, tienen derecho a formar medios de comunicación, con las limitaciones constitucionales y legales establecidas para las entidades o grupos financieros y empresariales, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas. La violación de este derecho se sancionará de acuerdo a la ley.

Art. 38.- Participación ciudadana. - La ciudadanía tiene el derecho de organizarse libremente en audiencias públicas, veedurías, asambleas, cabildos populares, consejos consultivos, observatorios u otras formas organizativas, a fin de incidir en la gestión de los medios de comunicación y vigilar el pleno cumplimiento de los derechos a la comunicación por parte de cualquier medio de comunicación.

Art. 42.- Libre ejercicio de la comunicación. - Todas las personas ejercerán libremente los derechos a la comunicación reconocidos en la Constitución y esta Ley a través de cualquier medio de comunicación social. Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas.

Art. 71.- Responsabilidades comunes. - La información es un derecho constitucional y un bien público; y la comunicación social que se realiza a través de los medios de comunicación es un servicio público que deberá ser prestado con responsabilidad y calidad, respetando los derechos de la comunicación establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y contribuyendo al buen vivir de las personas.

CAPÍTULO III

3.1 METODOLOGÍA

Este capítulo de carácter documental se hizo a través de la investigación o tipo de estudio: histórico, documental y descriptiva en donde nos enfocaremos en realizar un análisis profundo de los recursos tecnológicos dentro de la información en el ámbito comunicativo y su impacto en cada una de las plataformas virtuales.

Una de las búsquedas que da apertura a este proyecto de investigación, es la histórica de tal manera que describe y representa lo que fue o esté ocurriendo en la actualidad, las cuales nos provee de una información valida.

La investigación documental también fue un aporte muy significativo ya que la consulta de los libros y documentos fueron fructíferos para dar apertura y fuerza para nuestra hipótesis de tal manera se trabaja bajo fuentes con precisión.

En la investigación descriptiva se dará a conocer de forma cuantitativa ya que los datos de nuestra indagación serán reflejados a través de gráficos para mayor visualización al momento de obtener datos.

3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.2.1 INVESTIGACIÓN HISTÓRICA

Se enfoca en experiencias pasadas, se basa en las fuentes primarias tantos como las secundarias de los acontecimientos que se dieron a lo largo de los años atrás, de tal manera debe proveer información las cuales tendrán que ser verificadas con el fin de hablar sobre hechos verídicos que se hayan dado para que el proyecto se determine con eficacia y verificar la confiabilidad de los documentos recabados.

3.2.2 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

La investigación descriptiva también es conocida como estadística porque es más factible de explicar porque a través de los gráficos cuantitativos.

Se usará este tipo de investigación con el fin de observar las causas del problema y poderlas comunicar de forma más sencilla.

También está encargada de mostrar la característica de la investigación, por ejemplo: sexo, edad, lugar, etc.

3.2.3 INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

La investigación está realizada bajo varios documentos de realce como lo son; libros, registros, informes y revistas en donde señalan los trabajos de varios autores, explicando el suceso de diversas maneras.

En el marco teórico también se aplicó la investigación documental analizando los antecedentes relacionados a la investigación por medio de: repositorios de diferentes universidades, libros digitales, revistas científicas, de esta manera daremos validez al proyecto.

3.3 DISEÑO

El diseño que se está utilizando dentro del proyecto de tesis es: no experimental puede tener un diseño descriptivo.

Ya que todo lo que se ha estado trabajando no ha sido modificado o manipulado sino más bien nos enfocamos a la observación de cómo suceden los hechos para luego analizarlos, de esta manera también la encuesta ha sido una estrategia fructífera porque nos dará pauta y de esta forma la situación la narraremos bajo el contexto en el cual está viviendo.

3.4 MÉTODOS

3.4.1 MÉTODO EMPÍRICO

Este método permite aprobar la hipótesis sobre la problemática que se detalló.

3.4.2 ENCUESTA

Se basa en cuestionario con 10 preguntas con opciones de respuesta múltiple aplicada a los estudiantes de la Universidad Estatal de Milagro (UNEMI) con la finalidad de obtener resultados y respaldar la hipótesis establecida.

3.5 POBLACIÓN

La población escogida para el tratamiento de este trabajo de carácter documental, con la temática de “Los recursos tecnológicos de la información en la comunicación”, fueron 94 estudiantes de primer nivel de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro (UNEMI) ubicada en la Cdla. Universitaria Km. 1 ½ vía Km.26, con las edades de 18 a 26 años entre hombres y mujeres de la ciudad de Milagro, provincia del Guayas.

3.6 MUESTRA

94 estudiantes de la carrera de comunicación social del primer nivel.

3.6.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Es 94 estudiantes son el 100% de la población

3.6.2 PROCESO DE SELECCIÓN

Ninguna

3.7 HIPOTESIS GENERAL

- Los usos de los recursos tecnológicos crean impacto en los jóvenes de primer nivel de Comunicación Social de la UNEMI dentro del ámbito comunicativo.

3.7.1 HIPOTESIS ESPECIFICAS

- Los jóvenes de Comunicación Social del primer nivel de la UNEMI son más propensos de incidir en el uso de la tecnología para transmitir hechos noticiosos.
- El teléfono celular es el recurso tecnológico con mayor alcance para que sea utilizado por los estudiantes de Comunicación Social del primer nivel de la UNEMI
- Los estudiantes de Comunicación Social del primer nivel de la UNEMI han grabado un hecho y se ha vuelto viral a través de la red social.

3.8 DECLARACIÓN DE VARIABLES

V. INDEPENDIENTE	V. DEPENDIENTE
INFORMACION DE LA COMUNICACIÓN	LOS RECURSOS TECNOLÓGICOS

Tabla 1 Declaración de variables

Elaborado: Norma Alcívar Macías y Ginger Medina González

3.8.1 OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

V. INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN	INDICADORES	TECNICA/INSTRUMENTO
Información de la comunicación	Es toda aquella transferencia de información de un emisor a receptor	*Redes Sociales *Plataformas virtuales *Correo	* Encuesta
V. DEPENDIENTE	DEFINICIÓN	INDICADORES	TECNICA/INSTRUMENTO
Recursos Tecnológicos	Es toda aquel que se utiliza para la tecnología y es tangible y cumplen un propósito	*Teléfonos inteligentes * Tablet *Computadoras *Portátiles *Tv inteligente *Grabadora	* Encuesta

Tabla 2 Operacionalización de las variables

Elaborado: Norma Alcívar Macías y Ginger Medina González

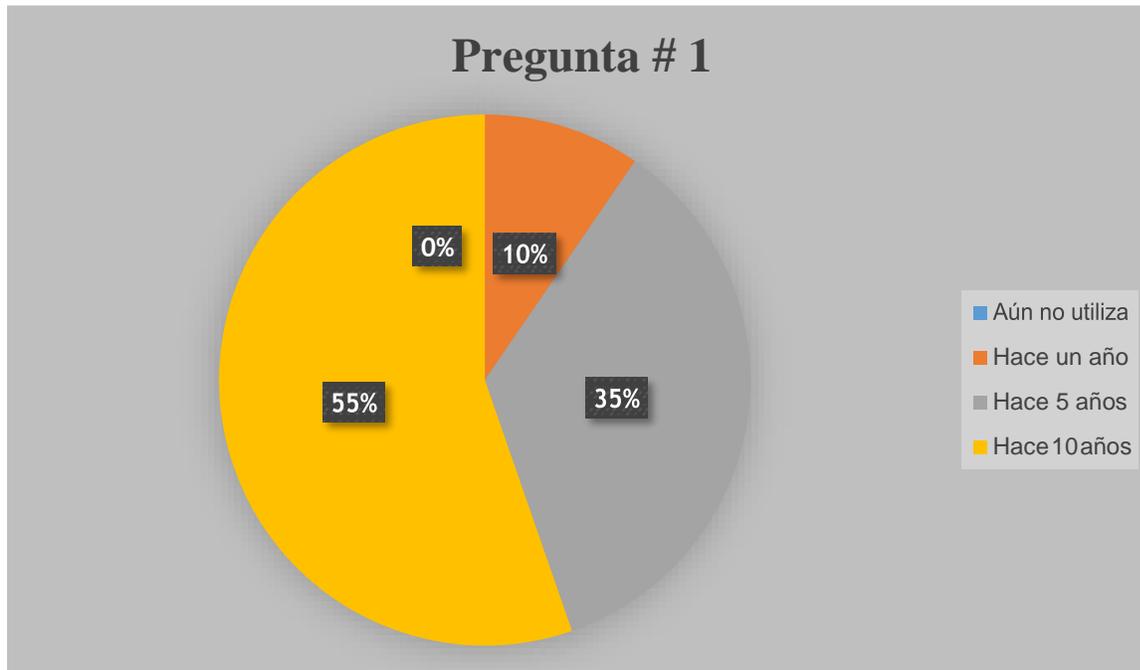
CAPITULO IV

ANÁLISIS Y RESULTADOS

4.1 RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

Pregunta # 1.- ¿Cuándo comenzó a utilizar Internet?

Gráfico 1 Resultados de pregunta 1



Fuente: Datos de la investigación

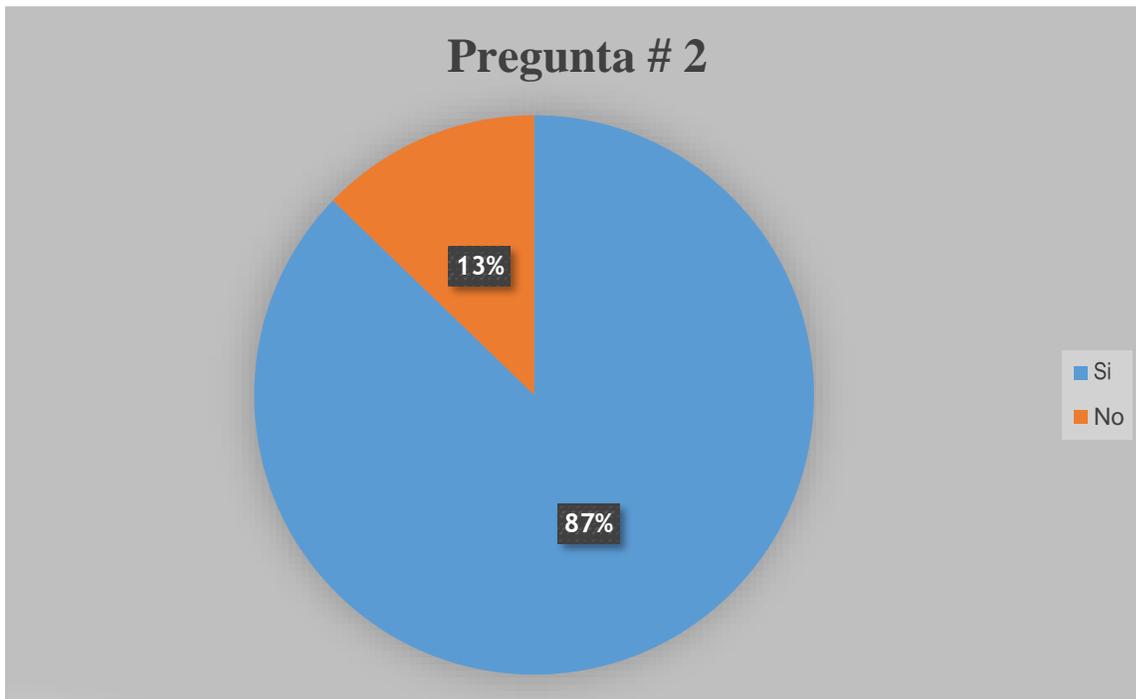
Elaborado: Norma Alcívar Macías y Ginger Medina González

Análisis

De acuerdo los datos de la encuesta el 55% de los estudiantes del primer nivel de comunicación social ya maneja esta herramienta hace 10 años, un 35 % de encuestados nos dan conocer que utilizan el Internet hace 5 años, el 10% hace un año y el 0% demuestra que todas las personas utilizamos estos recursos ya que ningún encuestado apuntó a esta opción.

Pregunta # 2.- ¿Tiene su propio computador en casa?

Gráfico 2 Resultados de pregunta 2



Fuente: Datos de la investigación

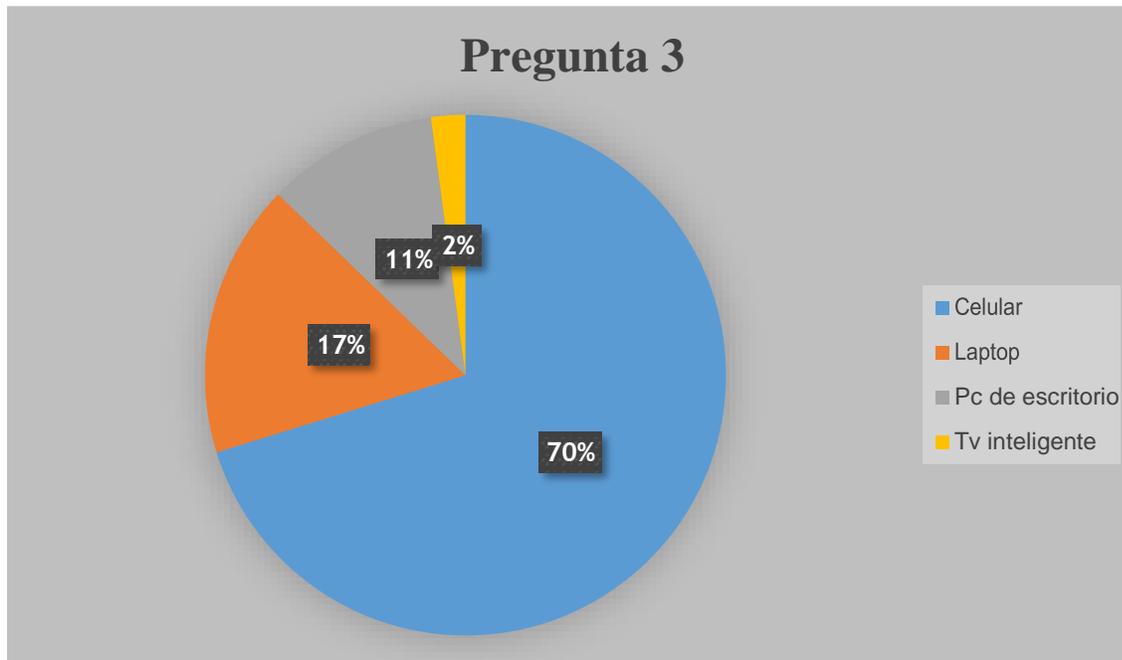
Elaborado: Norma Alcívar Macías y Ginger Medina González

Análisis

Los datos analizados argumentan que el 87% de los estudiantes afirmaron que tienen su propio computador, por lo que es uno de los recursos más importantes hoy en día y el 13% no cuenta con uno de estos dispositivos tecnológicos en sus hogares.

Pregunta #3.- ¿Qué recursos utiliza para acceder a internet?

Gráfico 3 Resultados de pregunta 3



Fuente: Datos de la investigación

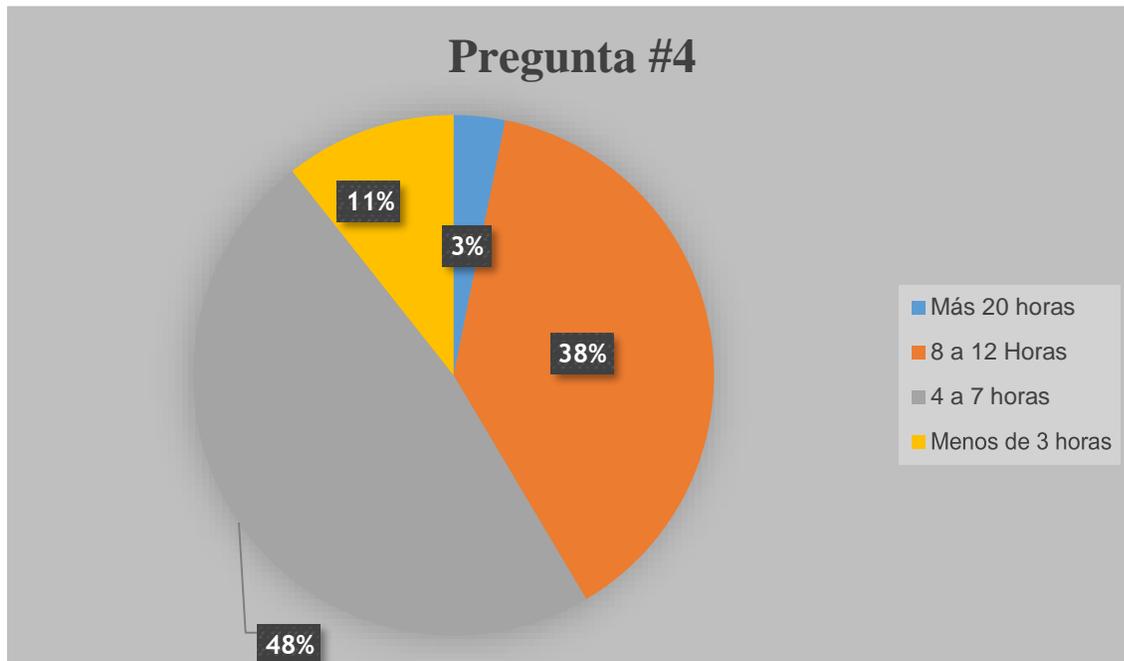
Elaborado: Norma Alcívar Macías y Ginger Medina González

Análisis

Los datos analizados argumentan que un 70% de los estudiantes de primer nivel de Comunicación Social de la UNEMI afirmaron que acceden al internet con la herramienta del dispositivo móvil, por lo que es uno de los recursos más importantes hoy en día, mientras que un 17% ingresa al Internet con la Laptop, también tenemos que el otro porcentaje del 11% son más tradicionales ya que para utilizar el internet manejan una PC de escritorio y para finalizar el 2 % lo hace a través de una Tv inteligente.

**Pregunta # 4.- ¿Cuántas horas les dedica a los recursos tecnológicos en el día?
(Computadora, celular, Tablet, etc.)**

Gráfico 4 Resultados de pregunta 4



Fuente: Datos de la investigación

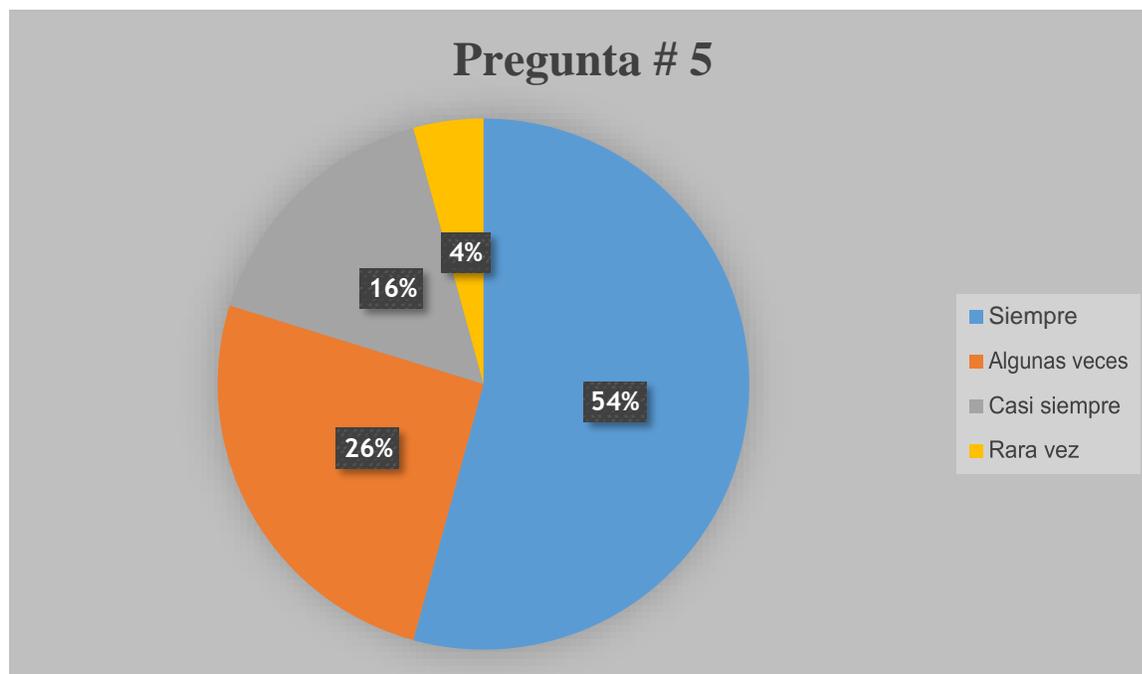
Elaborado: Norma Alcívar Macías y Ginger Medina González

Análisis

Los datos analizados argumentan que el 48 % de las personas le dedican más de 4 a 7 horas diarias a los recursos tecnológicos, mientras un 38% le dedican de 8 a 12 horas en el día, otra parte del 11% le dedican menos de 3 horas y un 3% más de 20 horas a los artefactos tecnológicos.

Pregunta # 5.- ¿Con qué frecuencia observa publicaciones que suben los medios de comunicación en las redes sociales?

Gráfico 5 Resultados de pregunta 5



Fuente: Datos de la investigación

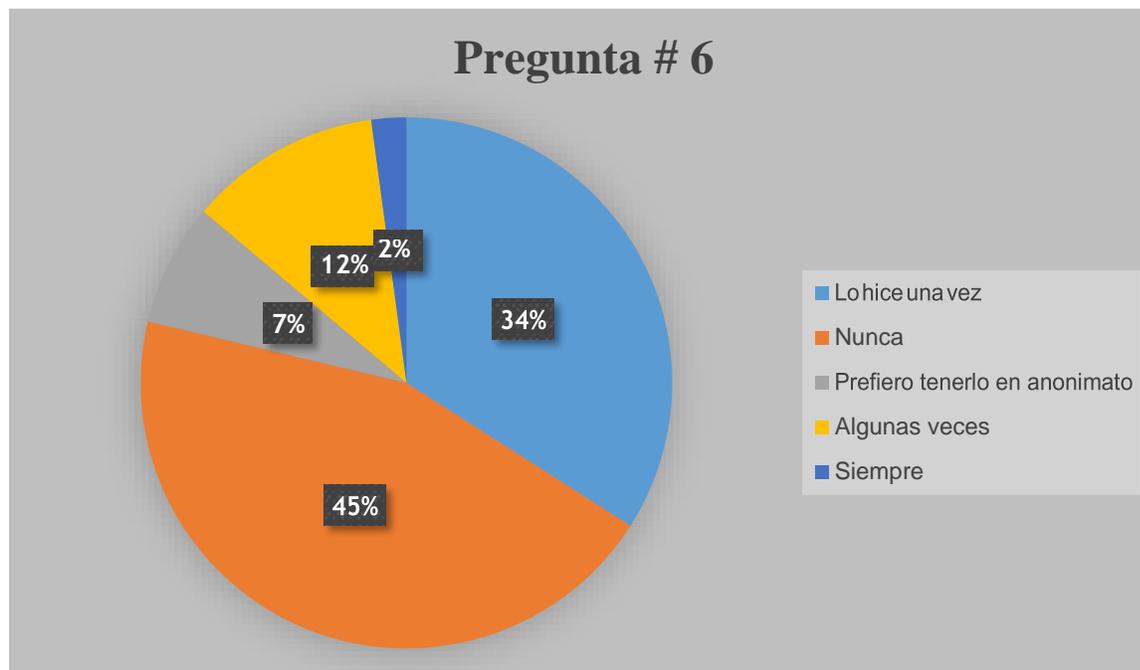
Elaborado: Norma Alcívar Macías y Ginger Medina González

Análisis

Como resultado de esta pregunta, los encuestados dan a conocer con un 54 % que siempre observan publicaciones que suben los medios de comunicación, el 26% observa publicaciones subidas por los medios algunas veces, el 16% casi siempre observa publicaciones y un 4% de los estudiantes rara vez han observado la información que imparten los medios de comunicación.

Pregunta # 6.- ¿Se viralizado en redes sociales un hecho que usted ha grabado y compartido?

Gráfico 6 Resultados de pregunta 6



Fuente: Datos de la investigación

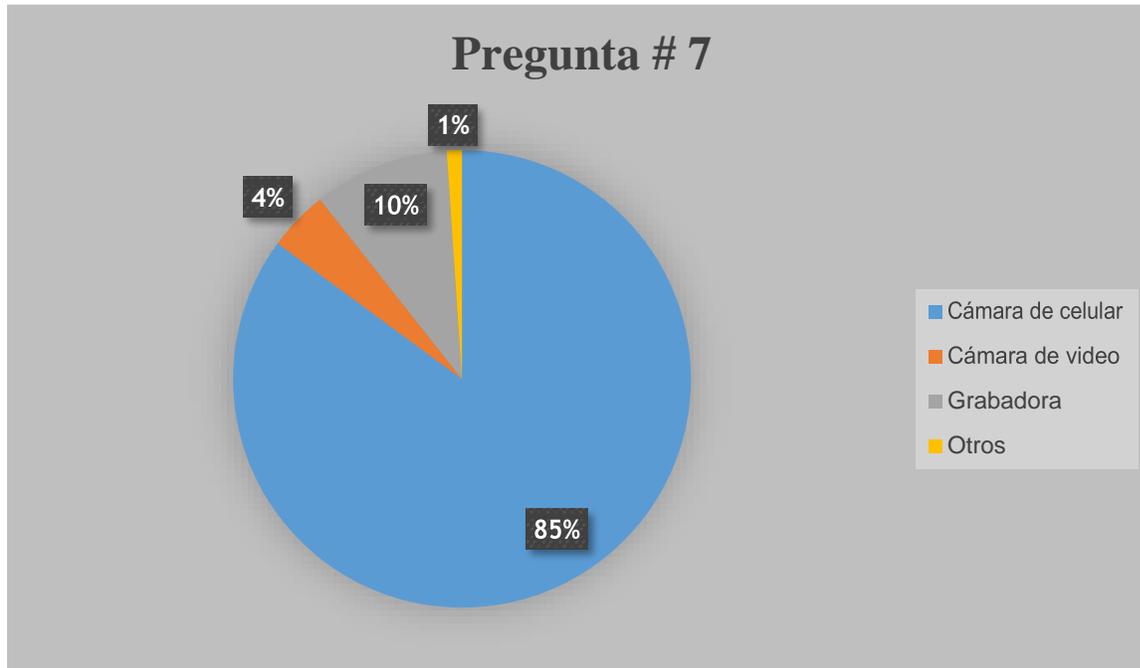
Elaborado: Norma Alcívar Macías y Ginger Medina González

Análisis

Los encuestados señalan con un índice del 45% que nunca ha grabado ni un hecho noticioso pero el 34% lo hizo una vez mientras que un 12 % lo ha hecho algunas veces, el 14% prefiere tenerlo en anónimo y un 4% siempre ha grabado hechos noticiosos y lo han hecho viral eso nos da entender que, si hay estudiantes que suelen difundir información que no cuenta con fuentes, solo lo suben porque es un hecho que causa novedad para la ciudadanía.

Pregunta # 7.- ¿Qué tipo de recursos tecnológicos ha usado para difundir una publicación?

Gráfico 7 Resultados de pregunta 7



Fuente: Datos de la investigación

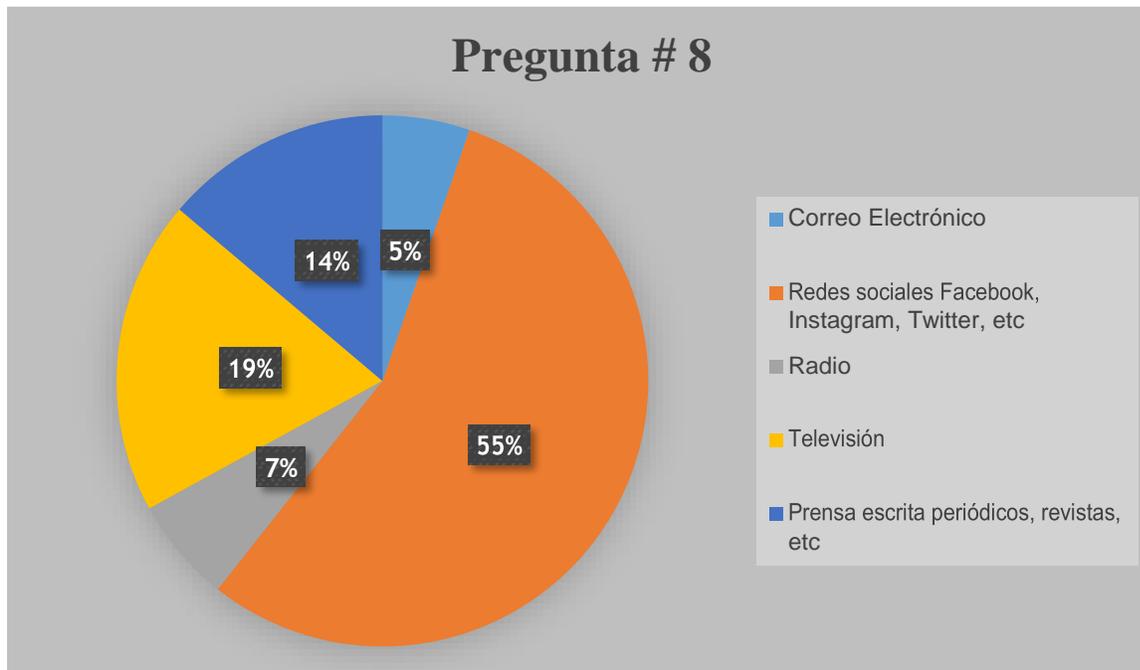
Elaborado: Norma Alcívar Macías y Ginger Medina González

Análisis

Como resultado a esta pregunta, el 85 % de los estudiantes respondieron que han grabado y difundido información mediante la cámara de celular, el 10% ha utilizado una grabadora, el 4% ha manejado una cámara de video para darle a conocer hechos de impacto a la ciudadanía milagreña y para finalizar el 1% han utilizado otros elementos.

Pregunta # 8.- ¿Por qué medios recibe información de hechos noticiosos?

Gráfico 8 Resultados de pregunta 8



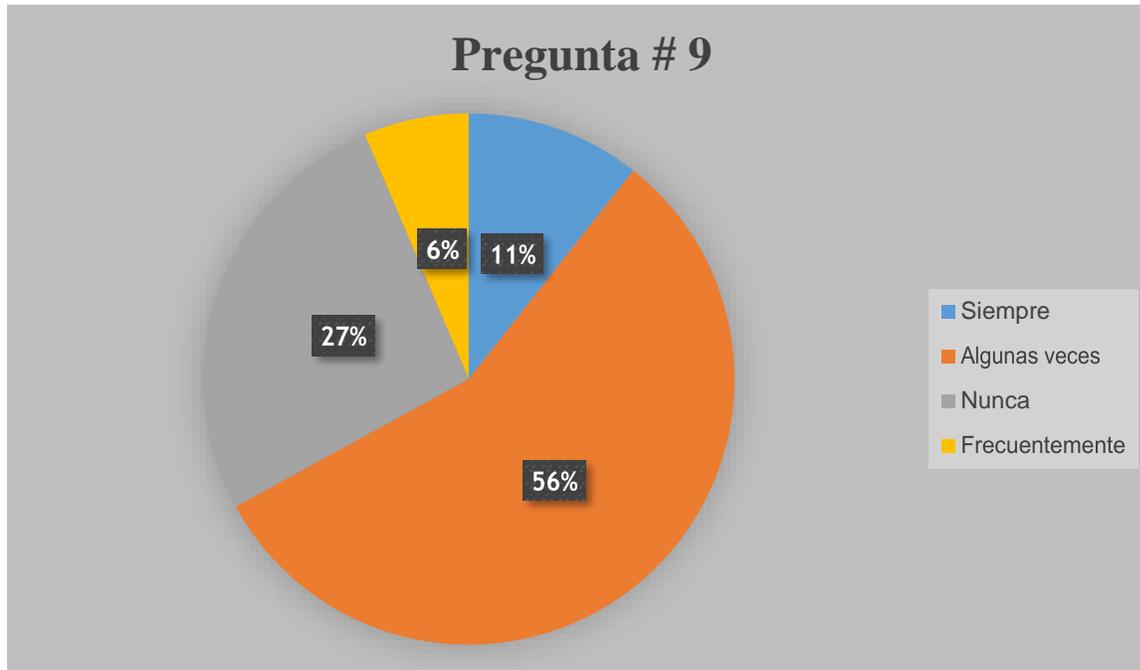
Fuente: Datos de la investigación

Elaborado: Norma Alcívar Macías y Ginger Medina González

El gráfico muestra que el 55% de los encuestados recibe información de hechos noticiosos a través de redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, el 19% recibe información por la televisión, el 14% a través de prensa escrita como periódicos y revistas y un 7% expresa que se informa a través de radio y el otro 5% lo realiza por correos electrónicos.

Pregunta # 9.- ¿Comparte en redes sociales videos de violencia, cultura, económica, entretenimiento o morbo para que tus amigos puedan observarlos?

Gráfico 9 Resultados de pregunta 9



Fuente: Datos de la investigación

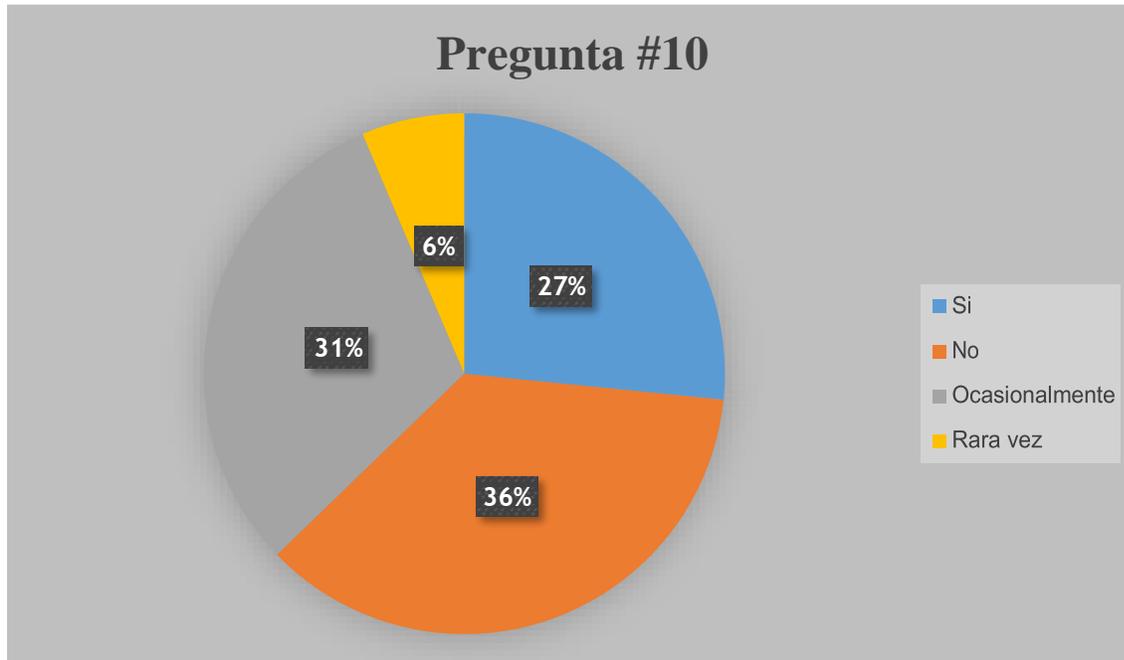
Elaborado: Norma Alcívar Macías y Ginger Medina González

Análisis

Como resultado a esta pregunta, el 56% de encuestados señalan que algunas veces han compartido videos de violencia, cultura, económica, entretenimiento o morbo, el 27% responde que nunca ha compartido los videos que circulan en las redes sociales, un 11% siempre lo realiza y un 6% lo ha hecho frecuentemente.

Pregunta # 10.- ¿Considera que el contenido que ofrece las redes sociales son confiables?

Gráfico 10 Resultados de pregunta 10



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado: Norma Alcívar Macías y Ginger Medina González

Análisis

Como resultado a esta pregunta, el 36% de encuestados señalan que no creen en el contenido de las redes sociales mientras que el 31 % indica que ocasionalmente las plataformas virtuales tengan un beneficio, por lo consiguiente un 27% si confía en la información de las redes sociales mientras que el 6% simplemente apuntó que no.

CAPITULO V

CONCLUSIONES

Se evidenció a través de este proyecto que los estudiantes hacen uso de las nuevas tecnologías desde hace un tiempo prolongado, dando a conocer que el recurso que más utilizan es el teléfono inteligente en el ámbito comunicativo y el impacto de la misma es poder confirmar que los jóvenes del primer nivel de Comunicación Social si difunden información que no es contrastada ya que a través de sus publicaciones no generan seguridad y confiabilidad esto se lo verifica según la pregunta 9 en donde ellos afirman que comparten información sin ningún anexo de algún medio masivo de comunicación.

Según el grupo objetivo, las personas de ambos sexos que fueron escogidos para esta encuesta son de 18 a 26 años, que ya tienen utilizando el internet desde hace un tiempo extendido.

Según las respuestas de la pregunta 3 y 7 y la investigación que se hizo y sus autores demuestran que las herramientas más utilizadas en el siglo XXI es el teléfono móvil y por lo consiguiente la laptop o computadora.

La información que se filtra a través de las redes sociales por los dispositivos inteligentes según la encuesta que se hizo a los estudiantes del primer nivel se afirmó que un 34% lo ha difundido una vez y dicha información está relacionado con temas comunicativos.

Para culminar con este proyecto se definió una campaña de concientización para que el alumnado de los novatos de comunicación empiece a reflexionar lo importante de verificar y contrastar la información al momento de compartir videos, imágenes, frases en las redes sociales por este motivo, este trabajo de carácter documental se aplicara en el funcionamiento de una campaña publicitaria la cual se denomina “Hey colega, cuidado con lo que compartes, vas hacer un comunicador”

Objetivo de la campaña. - es establecer un vínculo con el novato de la comunicación y realizar a través de varios portales virtuales un método de reflexión, educación y conocimiento sobre lo importante de indagar y capacitar a la población para que exija a los medios y periodistas que erradiquen las falsas noticias en las redes sociales.

RECOMENDACIONES

Luego de finalizar el tema de tesis sobre los recursos tecnológicos de la información en la comunicación se propone que el alumnado de futuras generaciones estudie más a fondo esta problemática ya que arraiga otros temas de igual importancia.

- Buscar un nuevo método de estudio para que los jóvenes de Comunicación Social del primer nivel impartan la noticia de actualidad y conviertan esta técnica en su diario vivir.
- En la Universidad Estatal de Milagro impartir nuevas metodologías de enseñanza para que los jóvenes se centren en buscar la excelencia.
- Hacer usos de las tecnologías de la información para que hagan coberturas en vivo y pierdan el miedo al momento de informar.
- Obligar al estudiante de comunicación ver noticieros, escuchar radios, leer periódicos y de esta manera obtiene conocimiento.
- Trabajar en campañas de concientización realizadas por los mismos estudiantes e impartir este conocimiento a la población milagreña.
- Determinar el uso del celular como herramienta de apoyo en el aula de clase y de esta manera enseñar a difundir información a los jóvenes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Caldevilla, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Revistas Científicas Complutenses*, 24-68.
- Castillo, R. (2013). *Ventajas y desventajas del uso de las redes sociales*. Tesis Pregrado, Universidad Francisco Gavidia, San Salvador.
- Del Castillo, M. (2017). *EL PROBLEMA DE LAS FALSEDADES EN LAS REDES SOCIALES (TESIS PREGRADO)*. Tesis pregrado, Universidad de Sevilla, Sevilla. Obtenido de Universidad de Sevilla: <https://hdl.handle.net/11441/70265>
- Díaz, J., & Salaverría, R. (2008). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel S.A.
- Ecuador Chequea. (04 de 06 de 2019). *Richard Carapaz NO aseguro que el presidente Lenín Moreno quiere subirse a la «camioneta de éxitos»*. Obtenido de Ecuador Chequea: <http://www.ecuadorchequea.com/2019/06/04/richard-carapaz-no-aseguro-que-el-presidente-lenin-moreno-quiere-subirse-a-la-camioneta-de-exitos-falseta/>
- Ecuador Chequea. (30 de 07 de 2019). *Torre Eiffel NO lució la tricolor de Colombia, Ecuador, ni Venezuela*. Obtenido de Ecuador Chequea: <http://www.ecuadorchequea.com/2019/07/30/torre-eiffel-no-lucio-la-tricolor-de-colombia-ecuador-ni-venezuela-falseta/>
- Flores, J. Morán, J. y Rodríguez, J. (2009). *Las Redes Sociales*.
- García, J., & Martínez, O. (2009). Competencias en la formación universitaria de periodistas a través de nuevas tecnologías. *Revista Sociales y Jurídicas, Volumen I(4)*, 239-250.
- Honores, I. (2016). *LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN INTERNET: INFORMACIONES FALSAS QUE GENERAN POLÉMICA EN LAS REDES SOCIALES (TESIS PREGRADO)*. Tesis pregrado, Universidad Jaime Bausate y Meza, Lima.
- Irigaray, F. (2015). *Reflexiones móviles: el periodismo en la era de la movilidad*. Argentina : Universidad Nacional de Rosario.
- Ley Orgánica de Comunicación. (25 de Junio de 2013). Registro Oficial. 3. Quito, Pichincha, Ecuador: Asamblea Constituyente.
- Lozares, C. (1996). *La teoría de las Redes sociales*.
- Manzano, A. (Junio de 2018). *La importancia de la verificación de las informaciones en la era de la posverdad. El desarrollo de iniciativas periodísticas frente a bulos y noticias falsas (Tesis Pregrado)*. Tesis Pregrado, UNIVERSIDAD CATÓLICA DE MURCIA, Murcia. Obtenido de <http://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/3319/TFG%20ANABEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Martínez, M. (6 de Octubre de 2014). *La droga de Gutenberg*. Obtenido de La Piedra de Sísifo:
<http://lapiedradesisifo.com/2014/10/06/la-droga-de-gutenberg/>
- Oliva, C. (2012). *Redes sociales y Jóvenes: Una intimidad cuestionada en internet*.
- Rodríguez, G. (2013). *Presencia de las redes sociales en los centros de auto acceso de Lenguas*.
- Schara, J. (2009). *Informe de la UNESCO: Educación y cultura: Políticas educativas*. México:
Ed. Plaza y Valdés.
- Tenser, S., Ferro, O., y Palacios, N. (2009). *Redes Sociales: personas, sociedad y empresas*.

ANEXOS

Tema/Variable Info Integrant

Detalles

INVESTIGACIÓN ACOMPAÑAMIENTO TRIBUNAL

Detalle:	COMUNICACIÓN SOCIAL - 1S2019
Línea de investigación:	RELACIONES ESTRATÉGICAS ENTRE COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y COMUNIDAD
Acompañante:	NARANJO PINELA TERESA CELESTE

No	Área de investigación
1	RELACIONES ESTRATÉGICAS ENTRE COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y COMUNIDAD

Cerrar

DETALLES DE LA
LINES DE
INVESTIGACION
EN EL SGA



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

ENCUESTA CON LA FINALIDAD DE OBTENCIÓN DEL TÍTULO: LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA: LOS RECURSOS TECNOLÓGICOS DE LA INFORMACIÓN EN LA COMUNICACIÓN

Pregunta # 1.- ¿Cuándo comenzó a utilizar Internet?

- Aún no utiliza
- Hace un año
- Hace 5 años
- Hace 10 años

Pregunta # 2.- ¿Tiene su propio computador en casa?

- Si
- No

Pregunta #3.- ¿Qué recursos utiliza para acceder a internet?

- Celular
- Laptop
- Pc de escritorio
- Tv inteligente

Pregunta # 4.- ¿Cuántas horas les dedica a los recursos tecnológicos en el día? (Computadora, celular, Tablet, etc.)

- Más 20 horas
- 8 a 12 Horas
- 4 a 7 horas
- Menos de 3 horas

Pregunta # 5.- ¿Con qué frecuencia observa publicaciones que suben los medios de comunicación en las redes sociales?

- Siempre
- Algunas veces
- Casi siempre
- Rara vez



Pregunta # 6.- ¿Se viralizado en redes sociales un hecho que usted ha grabado y compartido?

- Lo hice una vez
- Nunca
- Prefiero tenerlo en anonimato
- Algunas veces
- Siempre

Pregunta # 7.- ¿Qué tipo de recursos tecnológicos ha usado para difundir una publicación?

- Cámara de celular
- Cámara de video
- Grabadora
- Otros

Pregunta # 8.- ¿Por qué medios recibe información de hechos noticiosos?

- Correo Electrónico
- Redes sociales Facebook, Instagram, Twitter, etc
- Radio
- Televisión
- Prensa escrita periódicos, revistas, etc

Pregunta # 9.- ¿Comparte en redes sociales videos de violencia, cultura, económica, entretenimiento o morbo para que tus amigos puedan observarlos?

- Siempre
- Algunas veces
- Nunca
- Frecuentemente

Pregunta # 10.- ¿Considera que el contenido que ofrece las redes sociales son confiables?

- Si
- No
- Ocasionalmente
- Rara vez



REGISTRO DE ACOMPAÑAMIENTOS

Inicio: 28-11-2018 Fin 27-11-2019

FACULTAD CIENCIAS SOCIALES, EDUCACION COMERCIAL Y DERECHO

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

Línea de investigación: RELACIONES ESTRATÉGICAS ENTRE COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y COMUNIDAD

TEMA: LOS RECURSOS TECNOLÓGICOS DE LA INFORMACIÓN EN LA COMUNICACIÓN

ACOMPAÑANTE: NARANJO PINELA TERESA CELESTE

DATOS DEL ESTUDIANTE

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	CÉDULA	CARRERA
1	ALCIVAR MACIAS NORMA YOMAIRA	0953407392	COMUNICACIÓN SOCIAL
2	MEDINA GONZALEZ GINGER STEFANIA	0956212773	COMUNICACIÓN SOCIAL

N°	FECHA	HORA		N° HORAS	DETALLE
1	14-06-2019	Inicio: 08:30 a.m.	Fin: 10:30 a.m.	2	SE REALIZÓ LA PRIMERA SOCIALIZACIÓN DEL TEMA VIDEO LLAMADA DESDE ESPAÑA PULIR Y CONCRETAR TEMA DE INVESTIGACIÓN DIRECTRICES SOBRE EL TRABAJO A REALIZAR
2	28-06-2019	Inicio: 09:00 a.m.	Fin: 11:00 a.m.	2	DESCRIPCIÓN DE LOS ANTECEDENTES, OBJETO DE LA INVESTIGACIÓN IMPORTANCIA Y ACTUALIDAD DEL TEMA
3	08-07-2019	Inicio: 07:06 a.m.	Fin: 09:06 a.m.	2	REVISIÓN DEL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA LOS OBJETIVO GENERAL Y ESPECIFICOS JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN
4	15-07-2019	Inicio: 08:00 a.m.	Fin: 10:00 a.m.	2	REVISIÓN DE ARTÍCULOS PARA ELABORAR EL MARCO TEÓRICO
5	22-07-2019	Inicio: 08:00 a.m.	Fin: 10:00 a.m.	2	SEGUNDA REVISIÓN DE ARTICULOS PARA ELABORACIÓN DE MARCO TEÓRICO
6	29-07-2019	Inicio: 08:00 a.m.	Fin: 10:00 a.m.	2	REVISIÓN Y APROBACIÓN DEL MARCO TEÓRICO REVISIÓN Y APROBACIÓN DE ENCUESTAS PARA SU APLICACIÓN
7	05-08-2019	Inicio: 08:00 a.m.	Fin: 10:00 a.m.	2	ANÁLISIS DE ENCUESTAS
8	12-08-2019	Inicio: 08:00 a.m.	Fin: 10:00 a.m.	2	METODOLOGÍA REVISIÓN Y APROBACIÓN
9	19-08-2019	Inicio: 08:00 a.m.	Fin: 10:00 a.m.	2	RESULTADOS
10	22-08-2019	Inicio: 08:00 a.m.	Fin: 10:00 a.m.	2	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Naranjo Pinela Teresa Celeste
 NARANJO PINELA TERESA CELESTE
 PROFESORA(A)

Rosero Constante Luis Arturo
 ROSERO CONSTANTE LUIS ARTURO
 DIRECTOR(A)

Dirección: C/da. Universitaria Km. 1 1/2 vía km. 26
 Correo: (04) 2715061 - 2715079 Ext. 3107
 Teléfono: (04) 2715167
 Milagro - Guayas - Ecuador

VISIÓN
 Ser una universidad de docencia e investigación.

MISIÓN
 La UNEMI forma profesionales competentes con actitud proactiva y valores éticos, desarrolla investigación relevante y ofrece servicios que demandan al sector externo contribuyendo al desarrollo de la sociedad.

REPÚBLICA DEL ECUADOR



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO




ALCYAR MACÍAS NORMA YOMAIRA
ESTUDIANTE

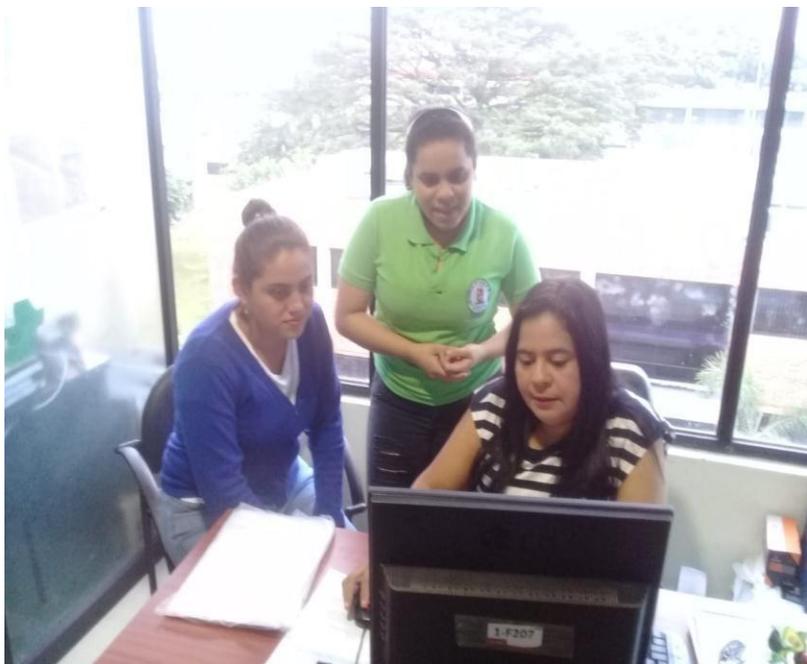

GINGER MEDINA G.
MEDINA GONZALEZ GINGER STEFANIA
ESTUDIANTE

Dirección: Cda. Universitaria Km. 1 1/2 vía km. 26
CompuTel: (04) 2715081 - 2715079 Ext. 3107
Teléfono: (04) 2715187

VISIÓN
Ser una universidad de docencia e investigación

MISIÓN
La UNEMI forma profesionales competentes con actitud proactiva y valores éticos, desarrolla investigación relevante y oferta servicios que demandan el sector externo contribuyendo al desarrollo de la sociedad

www.unemi.edu.ec



DIA DE REVISIÓN



DIA DE REVISIÓN

Propuesta Práctica Alcívar y Medina

NÚMERO DE ORIGINALIDAD

3%

INDICE DE SIMILITUD

2%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	dspace.unl.edu.ec Fuente de Internet	1%
2	doczz.net Fuente de Internet	1%
3	www.democraticunderground.com Fuente de Internet	<1%
4	Submitted to Pontificia Universidad Javeriana Trabajo del estudiante	<1%
5	www.trabajo.gob.ec Fuente de Internet	<1%
6	Submitted to Universidad Jaime Bausate y Meza Trabajo del estudiante	<1%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 20 words

Excluir bibliografía

Activo