

Diseño de una estrategia de comunicación que incentive la participación de estudiantes del programa de Comunicación Social en procesos de investigación formativa: caso Institución Universitaria Antonio José Camacho, Cali - Colombia

Juan Pablo Idárraga Ortega

Lina Fernanda Zambrano Vidal

Trabajo de grado para optar el título de Comunicador Social

Directora

Lina María Cortés Cardona

Magíster en Dirección Estratégica con especialidad en Gerencia



Institución Universitaria Antonio José Camacho

Facultad Ciencias Sociales y Humanas

Comunicación Social

2024

Dedicatoria

Dedicatoria 1

A mi madre y a mi padre, por apoyarme durante todo este proceso llamado universidad. A todas esas personas que estuvieron al principio o final de este camino lleno de altibajos que culmina con este trabajo de grado.

Dedicatoria 2

A Derly, mi madre, por ser símbolo de amor y seguridad en mi vida personal y académica, a mi padre, Fabián, por forjar en mí la firmeza y determinación necesarias para la construcción de un camino de éxito y, finalmente, a mi ahijada, Emily, quien es fuente de inspiración y motivación para soñar sin límites. A ellos gracias infinitas, pues su apoyo incondicional ha significado puertas abiertas y oportunidades que me han permitido cumplir esta meta profesional.

Agradecimientos

En primer lugar, agradecemos a Dios por ser guía espiritual indispensable en nuestra vida personal y en esta trayectoria académica, por poner en el camino a las personas y situaciones correctas para nuestro crecimiento profesional, pero, sobre todo, a nuestras familias por su amor, apoyo y palabras de aliento que fueron clave para que la confianza y seguridad en nosotros mismos se fortaleciera.

De igual manera, este logro no habría sido posible sin el acompañamiento de nuestra directora de trabajo de grado, Lina Cortés, quien, con su total disposición, paciencia y cariño durante el proceso, fue nuestro soporte en los momentos difíciles en los que no nos sentimos capaces de culminar este proyecto.

Extendemos nuestro profundo agradecimiento, también, al director del programa de Comunicación Social, Daniel Angrino, símbolo de incondicionalidad, fortaleza y persistencia, y quien desde el primer día en la universidad hasta el final de nuestra carrera cumplió su promesa de respaldo y más que una figura de autoridad fue un amigo.

Gracias al decano de la oficina de investigaciones, Juan Carlos Cruz, por compartir con nosotros sus conocimientos, experiencias y buena voluntad de colaboración, de modo que este trabajo de grado tuviera mayor asertividad.

Finalmente, agradecemos a nuestros compañeros del programa por su participación, pues fueron quienes motivaron el desarrollo de este proyecto y a quienes les dejamos los resultados del mismo para beneficio profesional en el campo investigativo.

Contenido

	Pág.
Resumen	11
Abstract.....	12
Introducción	13
1. Planteamiento del Problema	15
1.1. Pregunta de Investigación	18
2. Objetivos	20
2.1. Objetivo General	20
2.2. Objetivos Específicos.....	20
3. Justificación.....	21
4. Marco Contextual	24
5. Antecedentes	29
5.1. Registro documental local.....	29
5.2. Registro documental nacional.....	31
5.3. Registro documental Internacional	32
6. Marco Teórico Conceptual	35
6.1. Comunicación	35
6.2. Investigación	37
6.2.1. Importancia de la Investigación en el Ámbito Educativo	39
6.2.2. Investigación Formativa.....	39
6.2.3. La Investigación Formativa en los Programas de Comunicación Social.....	42
6.2.4. Semilleros de Investigación en la Educación Superior.....	43

6.3.	Estrategia de Comunicación	45
7.	Marco Legal	48
7.1.	Derechos de Autor	48
8.	Diseño Metodológico	51
8.1.	Enfoque	51
8.2.	Método	53
8.3.	Instrumentos y Técnicas de Recolección de Información	54
8.3.1.	Análisis Documental	55
8.3.2.	Matriz DOFA	55
8.3.3.	Grupo Focal	56
8.3.4.	Encuesta	57
8.3.5.	Entrevista Semiestructurada.....	58
8.3.6.	Benchmarking	58
8.4.	Población y Muestra	59
8.5.	Cronograma de Actividades.....	60
9.	Resultados Metodológicos	63
9.1.	Procesamiento de Datos	64
9.1.1.	Grupo Focal	65
9.1.2.	Encuesta	72
9.1.3.	Entrevista	86
9.1.4.	Benchmarking	92
9.1.5.	Matriz DOFA	108
10.	Estrategia de Comunicación	111

10.1. Análisis Situacional	111
10.2. Objetivos	113
10.3. Público Objetivo	116
10.4. Medios.....	117
10.4.1. Facebook	117
10.4.2. Emisora Universitaria	117
10.4.3. Talleres.....	118
10.4.4. Conferencias	118
10.5. Planificación Estratégica.....	118
10.5.1. Objetivo: Difusión	118
10.6. Objetivo: Promover.....	121
10.7. Objetivo: Fortalecer	123
10.8. Objetivo: Visibilizar.....	125
10.9. Indicadores de Seguimiento	126
10.9.1. Indicador de Seguimiento para Facebook.....	126
10.9.2. Indicador de Seguimiento para la Exposición de Semilleros.....	127
10.9.3. Indicador de Seguimiento para la Semana de la Investigación.....	128
10.9.4. Indicador de Seguimiento para el evento Jóvenes Investigadores: Una Visión de Futuro	128
Notas Finales	129
Conclusiones.....	130
Referencias Bibliográficas.....	132

Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Criterios de Selección de Muestra</i>	60
Tabla 2. <i>Cronograma de Actividades</i>	60
Tabla 3. <i>Selección de citas y codificación</i>	66
Tabla 4. <i>Primeras categorías identificadas</i>	69
Tabla 5. <i>Categorías finales identificadas</i>	70
Tabla 6. <i>Aspectos generales de la encuesta</i>	72
Tabla 7. <i>Segmentación de estudiantes encuestados por semestre académico</i>	72
Tabla 8. <i>Segmentación de estudiantes encuestados por sede</i>	73
Tabla 9. <i>Segmentación de estudiantes encuestados por edad</i>	74
Tabla 10. <i>Segmentación de estudiantes encuestados por municipio</i>	75
Tabla 11. <i>Segmentación de estudiantes encuestados por conocimiento sobre investigación formativa</i>	77
Tabla 12. <i>Segmentación de estudiantes encuestados por pertenecer a semillero</i>	78
Tabla 13. <i>Conocimiento sobre investigación formativa</i>	79
Tabla 14. <i>Percepción de la importancia de participar en escenarios de investigación formativa</i>	80
Tabla 15. <i>Percepción de la participación en investigación formativa</i>	81
Tabla 16. <i>Medio de interacción preferido</i>	83
Tabla 17. <i>Alternativa para recibir información</i>	84
Tabla 18. <i>Categorías identificadas en la entrevista al director del programa de comunicación social (DPCS)</i>	87

Tabla 19. <i>Categorías identificadas en la entrevista al decano asociado de investigaciones (DAI)</i>	88
Tabla 20. <i>Categorías identificadas en la entrevista a la directora del grupo anudamientos (DGA)</i>	89
Tabla 21. <i>Categorías identificadas en la entrevista a la líder del semillero SICNO (LSS)</i>	89
Tabla 22. <i>Categorías identificadas en base a las 4 entrevistas realizadas a cargos directivos.</i>	90
Tabla 23. <i>Universidad Autónoma de Occidente</i>	93
Tabla 24. <i>Universidad Santiago de Cali</i>	96
Tabla 25. <i>Pontificia Universidad Javeriana</i>	97
Tabla 26. <i>Universidad del Valle</i>	99
Tabla 27. <i>Fundación Universitaria Católica</i>	101
Tabla 28. <i>Universidad ICESI</i>	102
Tabla 29. <i>La Investigación Formativa en el Programa de Comunicación Social</i>	108
Tabla 30. <i>Matriz DOFA Cruzada</i>	109
Tabla 31. <i>Cronograma de Contenido para Facebook</i>	120
Tabla 32. <i>Presupuesto para la Creación de Contenido para Facebook</i>	121
Tabla 33. <i>Cronograma de Exposición de Semilleros (semana)</i>	122
Tabla 34. <i>Cronograma de Exposición de Semilleros (días)</i>	122
Tabla 35. <i>Presupuesto para Exposición de Semilleros</i>	122
Tabla 36. <i>Cronograma para la Semana de Habilidades Investigativas (semana)</i>	124
Tabla 37. <i>Cronograma para la Semana de Habilidades Investigativas (días)</i>	124
Tabla 38. <i>Presupuesto para la Semana de Habilidades Investigativas</i>	125
Tabla 39. <i>Cronograma Evento Jóvenes Investigadores: Una Visión de Futuro</i>	125

Tabla 40. <i>Presupuesto para Evento Jóvenes Investigadores: Una Visión de Futuro</i>	126
Tabla 41. <i>Indicador de Seguimiento para la Exposición de Semilleros</i>	127
Tabla 42. <i>Indicador de Seguimiento para la Semana de la Investigación</i>	128
Tabla 43. <i>Indicador de Seguimiento para el evento Jóvenes Investigadores: Una Visión de Futuro</i>	129

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. <i>Sede Sur UNICAMACHO</i>	24
Figura 2. <i>Sede Norte UNICHAMACHO</i>	24
Figura 3. <i>Estudiantes de Comunicación Social Beneficiados</i>	26
Figura 4. <i>Lugar de Procedencia</i>	26
Figura 5. <i>Procesamiento de la información</i>	64
Figura 6. <i>Segmentación de estudiantes encuestados por semestre académico</i>	73
Figura 7. <i>Segmentación de estudiantes encuestados por sede</i>	74
Figura 8. <i>Segmentación de estudiantes encuestados por edad</i>	75
Figura 9. <i>Segmentación de estudiantes encuestados por edad</i>	76
Figura 10. <i>Segmentación de estudiantes encuestados por conocimiento sobre investigación formativa</i>	77
Figura 11. <i>Segmentación de estudiantes encuestados por pertenecer a semillero</i>	78
Figura 12. <i>Conocimiento sobre investigación formativa</i>	79
Figura 13. <i>Percepción de la importancia de participar en escenarios de investigación formativa</i>	80
Figura 14. <i>Percepción de la participación en investigación formativa</i>	81
Figura 15. <i>Preferencia en redes sociales</i>	82
Figura 16. <i>Medio de interacción preferido</i>	84
Figura 17. <i>Alternativa para recibir información</i>	85
Figura 18. <i>Plantilla de Informe de Facebook</i>	127

Resumen

Considerando el papel esencial de la investigación formativa en el desarrollo integral de los estudiantes, fortaleciendo habilidades críticas y analíticas, se propone el presente documento, el cual radica en un proceso investigativo que tiene como finalidad, diseñar una estrategia de comunicación para incentivar la participación de los estudiantes del programa de Comunicación Social en procesos de investigación formativa en la Institución Universitaria Antonio José Camacho (UNICAMACHO).

Busca acercar la investigación formativa a los estudiantes, adaptando la estrategia a sus necesidades y preferencias, considerando la baja participación actual (12.5%).

En ese sentido, se buscó analizar la integración de la investigación formativa en el programa, identificar la percepción de los estudiantes, realizar un análisis comparativo con otras instituciones, esto a través de la implementación de herramientas como la matriz DOFA, grupos focales, entrevistas, benchmarking y encuestas; para posteriormente, proponer la estrategia de comunicación, que permita promover el compromiso activo con la sociedad y sus problemáticas, contribuyendo así, al desarrollo académico, profesional y social de los estudiantes.

Palabras clave

Investigación, Investigación formativa, Estrategia de Comunicación, Comunicación Social

Abstract

Considering the essential role of formative research in the comprehensive development of students, strengthening critical and analytical skills, this document proposes an investigative process aimed at designing a communication strategy to encourage the participation of students in the Social Communication program in formative research processes at the Antonio José Camacho University Institution (UNICAMACHO).

The objective is to bring formative research closer to students by adapting the strategy to their needs and preferences, considering the current low participation rate (12.5%). In this regard, the integration of formative research into the program was analyzed, the students' perception was identified, and a comparative analysis with other institutions was conducted. This was achieved through the implementation of tools such as SWOT analysis, focus groups, interviews, benchmarking, and surveys.

Subsequently, a communication strategy is proposed to promote active engagement with society and its issues, thereby contributing to the academic, professional, and social development of the students.

Keywords

Research, Formative Research, Communication Strategy, Social Communication

Introducción

En el dinámico contexto de la educación superior, el fomento de la investigación formativa se erige como una piedra angular para el desarrollo académico y profesional de los estudiantes. En este escenario, el programa de Comunicación Social de la Institución Universitaria Antonio José Camacho (UNICAMACHO) se enfrenta al reto de incentivar la participación estudiantil en procesos de investigación formativa. Este proyecto de grado surge como respuesta a la necesidad de diseñar una estrategia de comunicación que no solo difunda las oportunidades de investigación, sino que también motive activamente a los estudiantes a sumergirse en esta invaluable experiencia académica.

La realidad actual refleja una participación en el semillero de investigación SICNO de 40 estudiantes (ficha de semillero DAI, 2023) de 313 matriculados para el periodo académico 2023-01 según datos otorgados por el área de Gestión de la Información, evidenciando una oportunidad para fortalecer la cultura investigativa dentro del programa de Comunicación Social. La falta de visibilidad de las oportunidades, la percepción desenfocada de la formación profesional y la limitada difusión de actividades investigativas se presentan como desafíos identificados que este proyecto busca superar.

La pregunta fundamental que guía esta investigación es clara y contundente: "¿Cómo diseñar una estrategia de comunicación que incentive la participación de los estudiantes del programa de Comunicación Social en procesos de investigación formativa en la Institución Universitaria Antonio José Camacho?". La respuesta a esta interrogante no solo contribuirá a aumentar los índices de participación, sino que también acercará la investigación formativa a los estudiantes, adaptando la estrategia a sus necesidades y preferencias específicas.

Este proyecto no solo se adentra en el diagnóstico y análisis de la situación actual, sino que también propone una estrategia de comunicación integral basada en un marco teórico sólido y adaptada al contexto particular del programa de Comunicación Social en la UNICAMACHO. Con el objetivo general de diseñar una estrategia que motive la participación estudiantil en procesos de investigación formativa, los objetivos específicos abordan desde la integración de la investigación formativa hasta la propuesta de una estrategia que aborde los factores identificados.

La justificación de este proyecto se fundamenta en el papel esencial que desempeña la investigación formativa en el desarrollo integral de los estudiantes, fortaleciendo habilidades críticas y analíticas que son fundamentales para su futuro académico y profesional. Asimismo, la estrategia de comunicación propuesta no solo busca aumentar la participación estudiantil, sino que también pretende cultivar un compromiso activo con la sociedad y sus problemáticas.

A lo largo de este proyecto, exploraremos conceptos clave, teorías relevantes y herramientas metodológicas para abordar este desafío de manera integral. Desde el análisis de la matriz DOFA hasta la implementación de estrategias basadas en resultados de benchmarking, cada paso se alinea con el objetivo central de maximizar la participación de los estudiantes del programa de Comunicación Social en la investigación formativa.

Este proyecto no solo es una respuesta a una problemática específica, sino que también representa un paso firme hacia la consolidación de una cultura investigativa que enriquecerá no solo el programa de Comunicación Social en la UNICAMACHO, sino también la formación de profesionales comprometidos y capacitados para abordar los retos del mundo contemporáneo.

1. Planteamiento del Problema

Dentro de la UNICAMACHO, se lleva a cabo la investigación formativa con unos parámetros establecidos por el Decanato Asociado de Investigaciones (DAI), los cuales que se encuentran estipulados en el Estatuto de Investigaciones, Artículo 3:

La Investigación y la Producción Intelectual en la Institución Universitaria Antonio José Camacho son lideradas por la Decanato Asociado de Investigaciones con la asesoría de los Comités de Investigaciones y de Ética de la Investigación, se reconoce como un sistema que involucra para la producción investigativa e intelectual de la UNICAMACHO a: Decanato Asociado de Investigaciones, Comité de Investigaciones, Comité de Ética de la Investigación, los Grupos y semilleros de Investigación, Posgrados y el Centro de Desarrollo Tecnológico e innovación, los cuales se encuentran articulados. (2018, párr. 8)

Conforme a lo anterior, se puede dilucidar una estructura en donde la investigación formativa se implementa dentro de los semilleros de investigación, espacio abordado por los estudiantes y que se encuentra a cargo de un docente investigador, donde se establece que: “Los semilleros de investigación tienen como objetivo principal generar espacios, que incentiven la cultura investigativa y la formación de la investigación en el ámbito tecnológico y profesional.” (Reglamento de Semilleros de Investigación UNICAMACHO, 2020, párr.3). Adicional a esto se debe resaltar que el programa de Comunicación Social se encuentra adscrito a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, donde a través del grupo de investigación Anudamientos se trabajan procesos investigativos que fortalecen el ejercicio de los semilleros, y que estos a su vez, se articulan a los proyectos aprobados por el DAI. Este grupo se fundamenta bajo la línea de investigación imagen, cultura y territorio, expresada de la siguiente manera:

el grupo Anudamientos propone la línea de investigación denominada IMAGEN, CULTURA Y TERRITORIO, de forma que integre y dé cumplimiento a las funciones sustantivas de la Educación Superior para anudar todo el conocimiento generado en la dinámica social y cultural de los diversos grupos sociales habitantes del sur pacífico colombiano. (Castañeada, et al., 2020, p. 35)

Dicho esto, es pertinente acotar que el programa de Comunicación social debe contribuir a esta línea investigativa, buscando

Aportar al desarrollo integral del comunicador social de la UNICAMACHO para estimular la formación de un pensamiento innovador encaminado a la transformación de contextos socio culturales de la región y considerando como punto de partida la actividad de investigación del grupo ANUDAMIENTOS, en temas de Imagen, cultura y territorio.

(Ficha de Semilleros UNIAJC, 2022, p.1)

Es pertinente añadir que la formación para la investigación es: un conjunto de acciones dirigidas a facilitar la adquisición y el fortalecimiento de conocimientos, habilidades y actitudes esenciales, con el objetivo de capacitar a estudiantes y profesores para llevar a cabo exitosamente actividades productivas relacionadas con la investigación científica, el progreso tecnológico y la generación de innovación, tanto en el ámbito académico como en el productivo.

Hay que mencionar que el programa de Comunicación Social cuenta con el Registro Calificado: Resolución 11907 del 25 de Julio del 2018 y el SNIES: 107242, sin embargo, y debido a la pandemia por el Covid-19 en el año 2020 los procesos de investigación dentro del programa presentaron dificultades por los cambios del contexto, por lo cual, solo hasta el año 2022 pudo ser creado el semillero del programa, siendo parte fundamental para cumplir con uno de los

ejes misionales de la educación superior como lo es la investigación, siendo un ejercicio que permite aportar a la generación del nuevo conocimiento (propiedad intelectual).

Conforme a lo anterior, es preciso direccionar la problemática que aquí radica. Según la Ficha de Semilleros del periodo 2023-1, presentada por el semillero SICNO al Decanato Asociado de Investigaciones, solo 40 de 313 de estudiantes del programa de Comunicación Social realizan investigación formativa dentro de la institución, lo que deja un porcentaje del 12,78% del total de estudiantes dentro de este importante ejercicio.

En este sentido, se hace fundamental conocer la perspectiva de los estudiantes del programa sobre la investigación puesto que su ingreso a la universidad parte de la certeza de que serán formados de acuerdo con su profesión y no para investigar. Esto último surge como oportunidad dentro de la universidad, por lo cual es importante poder incentivarlos a participar por medio de un proceso de difusión eficaz donde se sientan parte de los proyectos de investigación y reconozcan el poder transformador que hay en sus capacidades profesionales.

Molina, et al. (2012), enfatizan en el reto de las universidades con relación a los semilleros de investigación:

Las universidades deben diseñar e implementar estrategias que permitan promover los semilleros de investigación como un espacio para ejercer la libertad y la crítica académica, la creatividad, la innovación, el fortalecimiento y la contextualización de la investigación, que promueven la capacidad investigativa y propicien la interacción entre profesores, investigadores y estudiantes, para garantizar el relevo generacional institucional y responder al reto de integrar la sociedad a la creación de conocimiento. (p.7)

Por lo anterior, se puede decir que la investigación dentro de la educación se direcciona a la búsqueda de conocimientos nuevos que puedan resultar útiles y concretos para poder facilitar el proceso de cambio y mejora de la acción educativa, en la investigación aplicada con los métodos de investigación acción y la investigación evaluativa. Lo que plantea no solo la importancia de los semilleros de investigación, sino también la necesidad de implementar estrategias que vinculen a los estudiantes del programa de Comunicación Social en estos procesos, pues esto trae una serie de beneficios para ellos como la posibilidad de realizar movilidades nacionales o internacionales con un apoyo económico en viáticos, no tener que sustentar el proyecto de grado si se cumple con dos ponencias del proyecto de grado en algún evento de investigación; también se abre la oportunidad de crecer dentro de su formación profesional por medio del desarrollo de habilidades de escritura, lectura análisis y pensamiento crítico. Es importante aclarar que se espera que los trabajos producidos por estudiantes no queden en el grupo de trabajo o en el mero campo investigativo, sino que sus proyectos tengan difusión en toda la comunidad universitaria, pues de esta forma los demás estudiantes, los desconocedores del tema, los nuevos y los resistentes a participar se sientan motivados para ser parte desde su campo de conocimiento.

De tal modo, y teniendo en cuenta la importancia de la presente investigación, se plantea la siguiente pregunta problema: ¿Cómo diseñar una estrategia de comunicación que incentive la participación de los estudiantes del programa de Comunicación Social en procesos de investigación formativa en la Institución Universitaria Antonio José Camacho?

1.1. Pregunta de Investigación

¿Cómo diseñar una estrategia de comunicación que incentive la participación de los estudiantes del programa de Comunicación Social en procesos de investigación formativa en la Institución Universitaria Antonio José Camacho?

Hallar la respuesta a esta pregunta facilitará el acercamiento de la investigación formativa a los estudiantes de Comunicación Social, pues el diseño de la estrategia de comunicación surge a partir de sus necesidades, requerimientos y preferencias. La investigación formativa es una parte importante de la formación de los estudiantes, ya que les permite desarrollar competencias investigativas, conocer el entorno social y contribuir a la solución de problemas.

Al implementar una estrategia de comunicación que tenga en cuenta factores como: informar a los estudiantes sobre los beneficios de participar en procesos de investigación; brindar a los estudiantes oportunidades de aprendizaje sobre metodologías de investigación; ofrecer incentivos y apoyos para que los estudiantes puedan participar en procesos de investigación, la UNICAMACHO puede contribuir a que los estudiantes de Comunicación Social desarrollen al máximo su potencial profesional y personal.

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Diseñar una estrategia de comunicación que incentive la participación de los estudiantes del programa de Comunicación Social en procesos de investigación formativa en la Institución Universitaria Antonio José Camacho de Cali, Colombia.

2.2. Objetivos Específicos

- Analizar la integración de la investigación formativa en el programa de Comunicación Social de la Institución Universitaria Antonio José Camacho.
- Identificar la percepción de los estudiantes del programa de Comunicación Social respecto a la investigación formativa dentro de la Institución Universitaria Antonio José Camacho.
- Realizar un análisis comparativo de las características de la investigación formativa en programas de Comunicación Social de algunas instituciones de educación superior a nivel local.
- Proponer una estrategia de comunicación que aborde los factores identificados en los objetivos específicos anteriores, a fin de incentivar la participación de los estudiantes del programa de Comunicación Social en la investigación formativa.

3. Justificación

La investigación formativa en las instituciones de educación superior juega un papel crucial en el desarrollo integral de los estudiantes, puesto que promueve el pensamiento crítico, la puesta en práctica de los conocimientos y el fortalecimiento de habilidades esenciales para el futuro tanto académico como profesional; por lo tanto, hay una contribución activa al avance del conocimiento y a la mejora continua de los programas académicos.

La capacidad de análisis entre los estudiantes les posibilita cuestionar, evaluar y sintetizar información y experiencias de manera efectiva, pues aplican conceptos teóricos aprendidos en el espacio de clases a situaciones del contexto real. Esto conlleva una responsabilidad significativa en su proceso de aprendizaje, pues ya no se trata de un proceso unidireccional sino de aquel que fomenta la autonomía, la iniciativa, el desarrollo de habilidades para gestionar el tiempo, la organización y la autodisciplina. La investigación por sí misma sugiere la comunicación efectiva de resultados y hallazgos, por lo que los estudiantes deben practicar la escritura académica y la presentación oral para potenciar eventualmente dichas habilidades.

De acuerdo con lo anterior, la investigación formativa sienta las bases necesarias para la investigación avanzada en programas de posgrados, carreras académicas o el mundo laboral, teniendo en cuenta la experiencia investigativa durante el pregrado como una ventaja para el futuro profesional.

En este sentido, se hace crucial fomentar la cultura de investigación en las instituciones de educación superior, puesto que se potencia la curiosidad intelectual, la colaboración entre docentes y estudiantes, y se ubica el valor de la investigación como una parte integral durante la experiencia universitaria.

La investigación formativa tiene diversas formas de aplicación; entre ellos: el aprendizaje basado en problemas y el aprendizaje basado en proyectos, como metodologías activas que fomentan el uso de diversos procesos de investigación para el diseño de proyectos aplicables en el mundo real. Esta alternativa se orienta de acuerdo con el área de conocimiento al que pertenezcan los estudiantes, se analiza desde el beneficio de su practicidad porque a medida que avanzan en conocimiento, experiencia y habilidades, van construyendo antecedentes valiosos para su vida laboral.

Por otro lado, la línea de investigación del grupo Anudamientos se sustenta bajo una concepción que permite reflexionar sobre diversas problemáticas contextuales, donde el profesional en Comunicación Social no es ajeno, haciéndose necesario la participación de estudiantes que acompañen los proyectos y aporten a la construcción de nuevos saberes desde las ciencias sociales y las humanidades. En tal sentido, Castañeda et al. (2020) afirman que:

La sociedad vive en tiempos de preguntas fuertes y respuestas débiles, por ello desde esta línea, se busca identificar vías que permitan formular respuestas fuertes fundamentadas en construcciones teóricas donde la comprensión del mundo debe ser más amplia, más allá de lo que el discurso occidental moderno pueda proponer...se hace urgente reflexionar sobre el papel que juegan los campos del conocimiento en disciplinas de las ciencias sociales y humanas, que anudadas pueden estudiar los problemas del hombre en contexto. (p. 36)

Así pues, involucrar a los estudiantes en la investigación formativa permite dar solución a problemas sociales desde la experiencia misma, pues como ya se ha mencionado anteriormente, se trata de transferir conocimiento de manera práctica al mundo real.

Los Comunicadores Sociales desempeñan un rol fundamental en la formación de la opinión pública y la sociedad en conjunto, por lo que fomentar su participación en la investigación durante

su etapa formativa es clave para que se reconozcan como agentes de cambio, pues deben estar en la capacidad de abordar problemáticas de diversas índoles como justicia social, desigualdad, sostenibilidad ambiental, conflicto y reparación, y todo aquello que genere grandes impactos en la sociedad.

Castañeda et al. (2020) exponen que la línea de investigación propone un mecanismo útil que “integre y dé cumplimiento a las funciones sustantivas de la Educación Superior para anudar todo el conocimiento generado en la dinámica social y cultural de los diversos grupos sociales habitantes del sur pacífico colombiano” (p. 35). El conocimiento generado en la dinámica social y cultural ofrece una perspectiva diferente de la realidad que puede complementar el conocimiento científico y académico, asimismo; ayuda a visibilizar las voces y experiencias de los grupos sociales marginados, lo que contribuye a promover la inclusión y la equidad. Involucrar a los estudiantes de Comunicación Social en procesos que responden a esta línea de investigación los transforma en profesionales más sensibles a las necesidades de los diferentes territorios del país, capaces de desarrollar proyectos investigativos que contribuyan al desarrollo de una sociedad más justa e igualitaria.

Ahora pues, diseñar una estrategia de comunicación que incentive la participación de los estudiantes del programa de Comunicación Social en procesos de investigación formativa es fundamental tanto para el contexto académico, profesional y social. La participación activa desarrolla el compromiso con la sociedad y las problemáticas que la intervienen.

4. Marco Contextual

La Institución Universitaria Antonio José Camacho (UNICAMACHO) inició labores en el año 1970, es una institución pública de orden municipal adscrita a la alcaldía de Santiago de Cali, es autónoma en su administración, genera y difunde conocimiento teniendo en cuenta la objetiva vocación del servicio a la sociedad a través de la educación, de actividades científicas e investigativas y de proyección social.

Figura 1. *Sede Sur UNICAMACHO*



Nota. Fotografía tomada de la página oficial de Facebook de la UNICAMACHO (2019).

Figura 2. *Sede Norte UNICAMACHO*

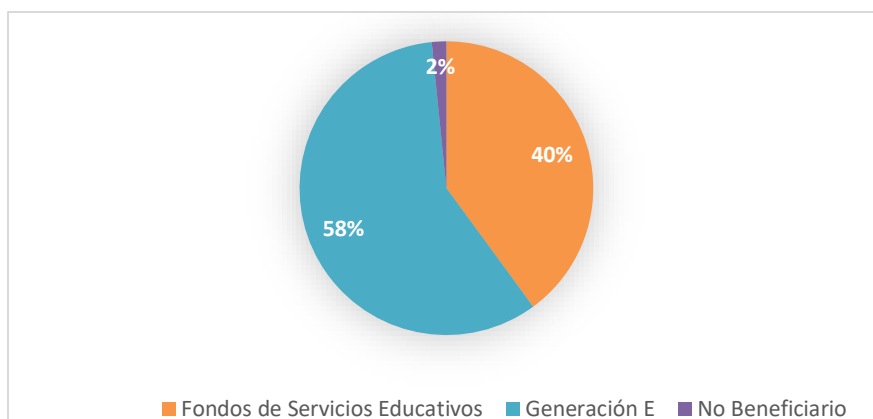


Nota. Fotografía tomada de la página oficial de Facebook de la UNICAMACHO (2019).

El Informe de Gestión (2022-02) expone que la UNICAMACHO cuenta con alrededor de 11.807 estudiantes. Asimismo, la institución universitaria tiene un Centro de Formación Técnica Laboral CEFTEL que ofrece 8 programas Técnicos Laborales y cuatro facultades: Facultad de Ingeniería con 16 programas de formación que parte desde la técnica profesional, tecnología y profesional universitaria con pregrado y posgrado. Facultad de Ciencias Empresariales con 10 programas de formación que integran la técnica profesional, tecnología y profesional universitaria (pregrado y posgrado). Facultad de Educación a Distancia Virtual con 6 programas de formación profesional universitaria (pregrado y posgrado). Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, creada en agosto de 2011 con el fin de que la UNICAMACHO fortalezca los vínculos con la sociedad y poder ampliar su oferta académica de pregrado, ofrece 3 programas de formación: Trabajo Social, Diseño Visual y Comunicación social; y 3 posgrados: Especialización en Ciudadanía, Derecho y Gestión de Paz, Especialización en Gestión Ambiental Sostenible y Especialización en Gestión de Contenidos Digitales.

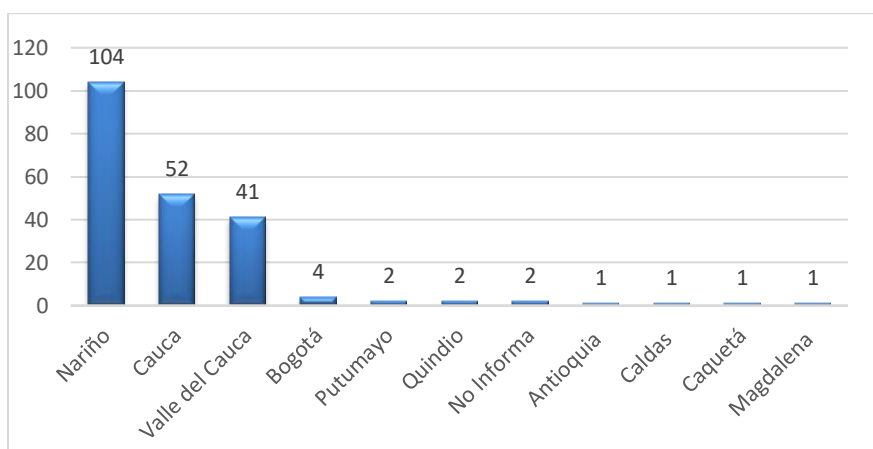
El programa de Comunicación Social es de nivel profesional y se desarrolla durante 10 semestres académicos. Su registro calificado fue otorgado mediante la resolución 11907 del 25 de julio de 2018; sin embargo, su primera cohorte dio apertura para el primer semestre del año 2019, por lo cual para la presente investigación los estudiantes matriculados en la asignatura de Trabajo de Grado II, se encuentran desarrollando por primera vez este ejercicio.

De acuerdo con el área de Planeación, para el periodo académico 2023-02 se han matriculado 313 estudiantes entre los 16 y 30 años, de los cuales, en su mayoría son beneficiarios de programas de gobierno en pro del acceso a la educación como: Generación E y Fondos de Servicios Educativos.

Figura 3. *Estudiantes de Comunicación Social Beneficiados*

Nota: Información obtenida de la Oficina Asesora de Planeación de la UNICAMACHO (2023).

Por otro lado, es preciso mencionar que de los 313 estudiantes matriculados en el programa de Comunicación Social para el periodo 2023-02, 211 proceden de regiones del país diferentes a Cali. En su mayoría correspondientes al departamento de Nariño, de acuerdo con la Oficina Asesora de Planeación de la UNICAMACHO (2023). A continuación, en la figura 2 se especifica por lugar de procedencia la cantidad de estudiantes que corresponden a cada departamento:

Figura 4. *Lugar de Procedencia*

Nota. La gráfica indica, por departamento, los estudiantes que proceden de territorios diferentes a Cali. Fuente: Oficina Asesora de Planeación de la UNICAMACHO (2023).

La Facultad de Ciencias sociales y Humanas cuenta con el grupo de investigación Anudamientos, categorizado en B por MinCiencias en la ventana de observación del 2021, el cual se fundamenta bajo la línea de investigación: Imagen, Cultura y Territorio, y que tiene como objetivo general:

Establecer los escenarios de los programas de formación académica e investigativa de la Universidad en sus diferentes niveles que permitan consolidar una experticia y una tradición investigadora del equipo de trabajo que conforma el grupo de investigación, mediante una reflexión continua y una difusión permanente de resultados sobre temas que anuden la Imagen, la Cultura y el Territorio. (Castañeda et al., 2020, p. 38)

Asimismo, cuenta con el grupo de investigación interinstitucional Gaya, Categorizado en C por MinCiencias en la ventana de observación del 2021 y de acuerdo con el Decanato Asociado de Investigaciones de la UNICAMACHO (2023) hay 4 semilleros de investigación activos: Gestando Saberes, con 91 integrantes; Lumen, 5 integrantes; Alografía, 6 integrantes; y por último SICNO, creado en marzo de 2022 y adscrito al programa de Comunicación Social con 51 estudiantes adscritos.

Con referencia a lo anteriormente mencionado, se puede evidenciar que la trayectoria investigativa en el programa de Comunicación Social se encuentra en su etapa inicial. Siendo esto motivo fundamental para impulsar la investigación formativa, pues se trata de contribuir a su formación integral, desarrollando en ellos competencias investigativas, una actitud crítica y reflexiva, y una visión del mundo en la que se reconocen como agentes de cambio.

Así pues, el diseño de una estrategia de comunicación que incentive la participación de los estudiantes del programa de Comunicación Social en la investigación formativa de UNICAMACHO nace en un contexto que expone la necesidad de cuestionar la forma en la que

los estudiantes se relacionan con la investigación, por lo que se tienen en cuenta sus necesidades considerando aspectos como: el tipo de contenido que consumen, a través de qué medios, las redes sociales de preferencia, qué tanto saben de investigación, por consiguiente; esta información permitirá diseñar una estrategia adecuada y que se adapte a los requerimientos de los estudiantes de Comunicación Social. Asimismo, la visión se dirige también al programa profesional, pues al estar en una etapa inicial respecto a la investigación, se facilita contribuir a la construcción de bases sólidas en pro de la participación de los estudiantes y que estas sean sostenibles en el tiempo.

5. Antecedentes

El presente estudio tiene como objetivo diseñar una estrategia de comunicación que incentive la participación de estudiantes del programa de Comunicación Social en procesos de investigación formativa, por consiguiente; es fundamental la recolección y análisis documental con el fin de dar soporte desde lo local, nacional e internacional. Los proyectos de investigación seleccionados dan una visión amplia sobre la forma en la que otras instituciones desarrollan e implementan estrategias de comunicación para fortalecer procesos de acuerdo con sus necesidades. Así pues, se obtienen parámetros clave para el diseño de una estrategia de comunicación efectiva y que se adapta a los requerimientos y contextos de los estudiantes de Comunicación Social de UNICAMACHO.

5.1. Registro documental local

Registro Documental Local	
Nombre del Proyecto	Diseño de una estrategia de comunicación visual para apoyar la comunicación interna de la institución San José en la ciudad de Santiago de Cali.
Autor / Año / País o Ciudad	Bejarano Castro, Luis Ángel; Palacios Garreta, Milena Sirley; 2014, Santiago de Cali.
Resumen	Este proyecto comparte el diseño de una estrategia de comunicación visual para fortalecer la comunicación interna de la Institución San José de Cali que vela por la protección y educación de los niños y jóvenes sin hogar. La estrategia tiene tres objetivos: unificar la imagen de la institución, generar apropiación y contribuir en la calidad de vida de los refugiados que pertenecen a la institución.
Metodología de Investigación	Cualitativa
Instrumentos / Técnicas	Instancia Analítica: en este proyecto, corresponde a la etapa de contextualización de la institución para identificar los espacios físicos que deben ser intervenidos a través de la comunicación visual. Instancia Creativa: implementada para identificar los criterios para establecer la identidad visual.

	Producción: etapa en la que se presentan las piezas finales.
Contribución	Este trabajo contribuye a partir de la metodología utilizada para interactuar tanto con el espacio físico como con quienes pertenecen a la institución, de modo que la estrategia de comunicación visual responde a ambos aspectos siendo funcional para el plantel y adaptada a las necesidades de los niños y jóvenes que lo habitan. Así pues, la presente investigación también tiene en cuenta tanto el contexto de los estudiantes de comunicación social como el de la UNICAMACHO con relación a la investigación formativa para lograr el diseño de una estrategia de comunicación que sea funcional y sostenible en el tiempo.
Medio de Publicación / Enlace	http://hdl.handle.net/10614/6708

Nota. Construcción propia

Registro Documental Local	
Nombre del Proyecto	Diseño de un Plan Estratégico de Comunicaciones para el Fortalecimiento de los Procesos Comunicativos en el Instituto Popular de Cultura, IPC.
Autor / Año / País o Ciudad	Gómez Portilla, Geswin; 2012; Santiago de Cali.
Resumen	Este proyecto se evidencia la creación de un plan estratégico de comunicación en pro del mejoramiento de los canales de comunicación interna del IPC, esto teniendo en cuenta los departamentos que lo conforman y con el fin de beneficiar las cuatro escuelas del instituto, así como a los procesos que se dan a raíz de proyectos sociales en Cali. El plan estratégico tuvo tres ejes: la efectiva promoción, la difusión y la sostenibilidad de los servicios que ofrece el IPC.
Metodología de Investigación	Empírico analítico y el histórico hermenéutico.
Instrumentos / Técnicas	Grupos focales y observación de campo. Instrumentos: Entrevistas personales mediante cuestionario.
Contribución	El proyecto contribuye a la presente investigación teniendo en cuenta la participación de los integrantes del IPC durante las entrevistas, pues esta metodología permitió que fueran parte de la creación del plan estratégico, dado que cada uno pudo reconocer las fortalezas y debilidades del área de comunicación del instituto desde perspectivas diferentes según el cargo que desarrollan en él. Esto fue clave porque al generar el plan se consideran parámetros recolectados a través de las

	respuestas dadas para que sea de acuerdo a las necesidades reales del IPC y así se logra el cumplimiento de los objetivos.
Medio de Publicación / Enlace	http://hdl.handle.net/10614/4917

Nota. Construcción propia

5.2. Registro documental nacional

Registro Documental Nacional	
Nombre del Proyecto	Diseño de una Estrategia de Comunicación para la Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL)
Autor / Año / País o Ciudad	James Andrés Almanza Velásquez; 2016; Villavicencio.
Resumen	Este proyecto genera una estrategia de comunicación con el propósito de garantizar el éxito de las actividades que ofrece la Dirección de Investigación para la comunidad educativa.
Metodología de Investigación	Cuantitativa y Cualitativa.
Instrumentos / Técnicas	Observación participante, encuesta, entrevista, análisis DOFA
Contribución	El autor del proyecto comparte los pasos base para abordar una estrategia de comunicación. Esto contribuye a la presente investigación, pues permite delimitar los criterios necesarios para diseñar la estrategia que se pretende de manera práctica y precisa. Asimismo, ambas investigaciones coinciden en tres instrumentos de investigación: encuesta, entrevista y análisis DOFA, por lo que guía la forma en la que se deben analizar los resultados que surjan al aplicarlos.
Medio de Publicación / Enlace	https://sired.udenar.edu.co/4236/

Nota. Construcción propia

Registro Documental Nacional	
Nombre del proyecto	Diseño de una Estrategia de Comunicación para Chromato S.A.S
Autor / año / País o Ciudad	Esteban Delgado Urrego, Ximena Enríquez, Pablo Meza; 2011; Pasto, Nariño.

Resumen	Este proyecto expone el proceso de diseño de una estrategia de comunicación con el fin de fortalecer la identidad y comunicación corporativa de Chromato S.A.S. Los autores tienen en cuenta los sujetos clave tanto en la comunicación interna como externa de la empresa para una adecuada planeación de los mensajes que quieren dar, selección correcta de los canales, medios de comunicación y herramientas para la debida verificación y seguimiento de la estrategia.
Metodología de Investigación	Cualitativo
Instrumentos / técnicas	Análisis DOFA: local, regional, nacional. Brief.
Contribución	Lo que contribuye este proyecto a la presente investigación parte de la forma en la que los autores asumen el análisis DOFA como instrumento fundamental en el proceso, pues es utilizado para delimitar el diseño de una estrategia de comunicación para Chromato teniendo en cuenta otras empresas del campo y que corresponden a regiones diferentes. Asimismo, en esta investigación se puede potenciar la aplicación del análisis DOFA como aporte significativo en el diseño de la estrategia de comunicación para los estudiantes de Comunicación Social de la UNICAMACHO.
Medio de Publicación / Enlace	https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/4362

Nota. Construcción propia

5.3. Registro documental Internacional

Registro Documental Internacional	
Nombre del Proyecto	Estrategia de Comunicación para la Socialización de los Derechos y las Obligaciones de Estudiantes Universitarios en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA
Autor / Año / País o Ciudad	Paucara Condori, Lola Mónica; 2017; Bolivia.
Resumen	En este proyecto se evidencia una estrategia de comunicación que busca incentivar ejercicio democrático en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación Social a través del conocimiento de sus derechos y obligaciones.

Metodología de Investigación	Cuantitativa y Cualitativa.
Instrumentos / Técnicas	Encuesta, entrevista semiestructurada, taller participativo.
Contribución	El proyecto contribuye a esta investigación desde el análisis de resultados, pues los autores hacen una interpretación bastante detallada de las respuestas obtenidas en cada uno de los instrumentos aplicados donde se evidencia el problema principal del trabajo: los estudiantes de Ciencias de la Comunicación Social no tienen claro sus derechos y deberes. Asimismo, el análisis oportuno de resultados es clave para lograr una estrategia que genere resultados positivos y de avance notorio. Este proyecto es una guía a tener en cuenta para direccionar el diseño de la estrategia de comunicación de manera precisa de acuerdo con la situación de los estudiantes de Comunicación Social de la UNICAMACHO y su relación con la investigación formativa.
Medio de Publicación / Enlace	http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/18436

Nota. Construcción propia

Registro Documental Internacional	
Nombre del proyecto	Estrategia de Comunicación para el Fortalecimiento de la Difusión de Información de la Biblioteca y Archivo Histórico de la Asamblea Legislativa Plurinacional a través de las Redes Sociales.
Autor / año / País o Ciudad	Flores Mamani, José Eduardo; 2019; La Paz, Bolivia.
Resumen	Este proyecto comparte el proceso para diseñar una estrategia de comunicación con el fin de fortalecer la imagen institucional de la Biblioteca y Archivo Histórico de la Asamblea Legislativa Plurinacional de La Paz.
Metodología de Investigación	Cualitativo y Cuantitativo
Instrumentos / técnicas	Entrevista, observación participante, investigación documental, encuesta.
Contribución	Lo que contribuye este proyecto a la presente investigación parte de las dinámicas de las redes sociales que exponen los autores, pues teniendo en cuenta que nuestro público objetivo son estudiantes de Comunicación Social entre los 16 y 30 años, las redes sociales son un punto fuerte y

	este proyecto funciona como guía para considerar los parámetros que puedan ser funcionales y adaptados a la investigación.
Medio de Publicación / Enlace	http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/24735

Nota. Construcción propia

6. Marco Teórico Conceptual

Para diseñar una estrategia de comunicación que incentive la participación de los estudiantes del programa de Comunicación Social en la investigación formativa de la UNICAMACHO se hace necesario abordar o conocer distintas teorías. Así pues, para lograr la comprensión de cada una, es indispensable la definición de conceptos clave en el tema de investigación, tales como: comunicación, investigación formativa, semilleros de investigación y estrategia de comunicación.

6.1. Comunicación

Bateson y Ruesch (1965) afirman en su Modelo Funcional que “el concepto de comunicación incluye todos aquellos procesos por los cuales las gentes se influyen mutuamente.” Así mismo, cómo las anormalidades de conducta pueden considerarse disturbios en la comunicación. Ruesch (1980) amplía el concepto manifestando que “la comunicación es un principio organizador de la naturaleza que conecta a las criaturas vivientes entre sí...” (p.67) La comunicación tiene como mediadores tres propiedades de la materia viva: “Input” (Percepción), Funciones centrales (Memoria y Toma de decisiones) y por último un “Output” (Expresión y acción).” (p.2)

Hernández y Garay (2005) afirman que la comunicación puede influir en el comportamiento de las personas. Esta influencia puede ser intencional, como cuando un vendedor intenta convencer a un cliente de comprar un producto, o no intencional, como cuando una persona se siente inspirada por un discurso (como se citó en Cadoche et al., 2019). Asimismo, la Escuela de Palo Alto (1984) coincide en que la comunicación es un concepto amplio que incluye todos los procesos a través de los cuales las personas se influyen mutuamente. Esta no se limita a la

transmisión de información, sino que también interviene el poder que hay en el comportamiento, las creencias y las emociones de las personas.

Así pues, el modelo comprende la comunicación como un proceso social constante de activa participación, es decir que el hecho de comunicar sugiere la construcción de un sentido en la interacción. Así mismo, expone que toda acción, comportamiento e incluso gesto son formas de comunicación.

Del modelo de Palo Alto surgen los denominados Axiomas de la Comunicación y Watzlawick y col. lo explican como que:

Es imposible no comunicar, por lo que, en un sistema dado, todo comportamiento de un miembro tiene un valor de mensaje para los demás; en toda comunicación cabe distinguir entre aspectos de contenido o semánticos y aspectos relacionales entre emisores y receptores; la definición de una interacción está siempre condicionada por la puntuación de las secuencias de comunicación entre los participantes; toda relación de comunicación es simétrica o complementaria, según se base en la igualdad o en la diferencia de los agentes que participan en ella, respectivamente. (1997)

En el proceso comunicativo el enfoque es, en este caso, la relación que gira en torno a él. Teniendo en cuenta el Modelo de Palo Alto y los objetivos de esta investigación, surgen lineamientos a tener en cuenta tanto en la etapa de trabajo de campo como en la de diseño de la estrategia de comunicación.

Partiendo de los axiomas de Watzlawick, Jacscon y Beavin, comprender que es imposible no comunicar ya pone sobre análisis el hecho de que la falta de participación de los estudiantes de Comunicación Social ya está diciendo algo, tanto de ellos como del área de investigaciones de UNICAMACHO, hay un proceso comunicativo fragmentado entre ambos que imposibilita un

necesario trabajo en equipo. Entonces surgen interrogantes, por ejemplo, cómo el programa de Comunicación Social asume la investigación formativa y cómo esto tiene repercusiones en los estudiantes. Así mismo, toda comunicación tiene contenido, por lo que vale la pena considerar dos perspectivas, la primera correspondiente a cómo el programa de C.S. está incentivando la investigación formativa, conoce realmente el contexto de los estudiantes y su lenguaje; la segunda corresponde a los estudiantes de comunicación social, si están recibiendo el mensaje, pero, sobre todo, si realmente entienden de qué se trata o solo están dejando pasar algo que no fue comunicado para su comprensión. La comunicación es puntuada, en el proceso comunicativo hay una etapa en la que se descifran intenciones y se le otorga un significado al mensaje, aquí es importante considerar si los estudiantes no están participando en la investigación formativa porque no perciben los beneficios que trae para ellos; es decir, si han interpretado que se trata netamente de un aporte a la universidad ubicándolos en segundo plano. La comunicación implica modalidades digitales y analógicas, y puede ser simétrica o complementaria, lo que sugiere un enfoque importante en la coherencia que hay entre el lenguaje corporal y verbal, pero también entender cómo se ha dado la cercanía de los emisores con los estudiantes.

Todo lo anterior permite la comprensión de la importancia de un análisis respecto a la comunicación que se ha gestado con los estudiantes de acuerdo con la investigación formativa, los aspectos que se deben tener en cuenta para identificar las falencias y así lograr un acercamiento asertivo de modo que se puedan evidenciar resultados positivos, teniendo en cuenta los objetivos de esta investigación.

6.2. Investigación

Ander-Egg, (1990) plantea que la investigación es un proceso que tiene como objetivo generar conocimiento útil para la población, con el propósito de que esta pueda actuar

transformadoramente sobre la realidad social en la que está inserta. La investigación debe implicar a la población estudiada como agente activo del conocimiento de su propia realidad. Esto significa que la población debe participar en el proceso de investigación, desde la formulación del problema hasta la interpretación de los resultados. La relación investigadora, por lo tanto, no es la de sujeto-objeto (como en la investigación clásica), sino la de sujeto-sujeto. Esto sugiere que el investigador y la población estudiada son ambos sujetos activos del proceso de investigación.

Por consiguiente, la investigación es la búsqueda de acontecimientos con el fin de lograr obtener verdades parciales; dentro de la cual se comprenden diferentes espacios que abren la puerta a la recopilación, formulación de hipótesis y deducciones, que terminan en un análisis de los resultados obtenidos al final.

Ahora, es importante entender la investigación en la comunicación, pues Villanueva (1997) explica que es una actividad científica que tiene como objetivo estudiar y sistematizar los procesos sociales de producción, intercambio y utilización de sentidos. Esta actividad se basa en una perspectiva epistemológica, un cuadro teórico metodológico y una secuencia metódica de tareas racionales y empíricas. Por lo tanto, la comunicación en la investigación tiene dos objetivos principales: Comprender conceptualmente los procesos sociales de comunicación: esto implica identificar los factores que influyen en estos procesos, así como las formas en que estos se manifiestan en la sociedad; hallar solución a problemas comprensivos y/o prácticos relevantes: esto significa utilizar los conocimientos adquiridos sobre los procesos sociales de comunicación para resolver problemas concretos, como la difusión de información, la construcción de consenso o la resolución de conflictos.

Es indispensable entender dicha dinámica para esta investigación puesto que sugiere el reconocimiento de la realidad social, en este caso, del programa de Comunicación Social para así

poder generar un acercamiento que permita comprender la visión de los estudiantes respecto con la investigación formativa y su relación con ella, implementando diversas estrategias que no se limitan únicamente a lo racional sino que da la libertad a lo empírico y que se va dando de acuerdo con la experiencia durante el trabajo de campo. Esto quiere decir, que la metodología debe adaptarse a los estudiantes a medida que la circunstancias lo ameriten, pues se trata de sujetos de estudio y no de objetos.

6.2.1. *Importancia de la Investigación en el Ámbito Educativo*

El valor de la investigación formativa dentro de la esfera educativa radica en proporcionar espacios que permitan fortalecer sus capacidades críticas ya analíticas, Morales (2007) expone que la formación en investigación debe ser integral y debe contemplar aspectos como la creación de espacios para prácticas, la familiarización con los conceptos, modalidades, métodos y técnicas de investigación y el establecimiento de estrategias pedagógicas. Estas estrategias deben promover el aprendizaje activo y el descubrimiento. Así pues, el aprendizaje en investigación debe permitir a los estudiantes recobrar el papel educativo del error, pues es una oportunidad para aprender y crecer como asumir el papel del auto-aprendizaje y la auto-gestión del mismo, ya que estudiantes deben ser capaces de aprender por sí mismos y gestionar su propio aprendizaje, así mismo, son capaces de reconocer disímiles ritmos y posibilidades de aprendizaje, como también diferentes niveles, formas y estilos cognitivos. Los docentes deben adaptar su enseñanza a las necesidades individuales de los estudiantes.

6.2.2. *Investigación Formativa*

Moreno (2003) plantea que la formación para la investigación es un proceso que implica a diversos actores, entre los que se encuentran los estudiantes, los profesores y los investigadores. Los formados, es decir, los profesores e investigadores, actúan como mediadores humanos que

promueven y facilitan el acceso a los conocimientos, el desarrollo de habilidades, hábitos y actitudes, y la internalización de valores que demanda la investigación. Este proceso se concreta en un quehacer académico consciente, que se desarrolla de manera sistematizada. Esto significa que la formación para la investigación debe ser planificada y organizada de manera coherente, con el fin de garantizar su eficacia.

Los conocimientos que se deben adquirir en el proceso de formación para la investigación son los relacionados con los fundamentos de la investigación científica, las diferentes metodologías de investigación, los aspectos éticos de la investigación, etc. Las habilidades que se deben desarrollar son las relacionadas con la capacidad de identificar problemas, formular hipótesis, recolectar y analizar datos, y escribir informes de investigación. Los hábitos y actitudes que se deben cultivar son los relacionados con el rigor científico, la honestidad intelectual, la tolerancia a la incertidumbre y el trabajo en equipo. Asimismo, los valores que se deben internalizar son los relacionados con la búsqueda de la verdad, el compromiso social y el respeto a la diversidad.

Así pues, la investigación formativa hace énfasis en el aprendizaje y está en la generación constante de conocimiento. Tiene en cuenta la relación entre el hombre y su comprensión del mundo y así, da paso al desarrollo de una cultura investigativa que es crítica y autónoma permitiendo contribuir a la evolución del conocimiento. Maldonado (2007) explica que la investigación formativa es un proceso de aprendizaje que busca la generación de conocimiento y no solo se refiere a la comprensión del mundo, sino también a la comprensión del hombre mismo y su relación con la sociedad. La investigación formativa permite a los estudiantes desarrollar una cultura investigativa ideológicamente crítica y autónoma. Esto significa que los estudiantes aprenden a cuestionar el conocimiento existente, a buscar nuevas perspectivas y a pensar por sí

mismos. De igual forma, Maldonado (2007) defiende que la investigación formativa es importante para el desarrollo de la ciencia y la tecnología. Al desarrollar las competencias investigativas de los estudiantes, la investigación formativa contribuye a formar futuros investigadores capaces de generar nuevo conocimiento.

La educación y formación enfocada en la investigación es un proceso intencional y tiene como objetivo formar al estudiante para desarrollar determinadas competencias, todo esto teniendo en cuenta el enfoque particular de su profesión y el entorno social en el que actúe. De este modo, el estudiante es proactivo, pero el conocimiento se redirige a la aplicación de acuerdo con el sujeto de estudio y su contexto, es así como la práctica va a fortalecer sus habilidades y reforzar la postura frente al mundo convirtiéndolo en un agente de cambio activo.

De acuerdo con lo anterior, una perspectiva que puede articular la investigación formativa con la estrategia de comunicación para incentivar la participación de los estudiantes que se plantea en esta investigación es la de McLuhan (1967):

Tal como los ambientes, todos los medios tienen aquellos efectos que geógrafos y biólogos han asociado a los ambientes en el pasado. Los ambientes moldean a sus ocupantes. Una persona, criticando mi observación según la cual “el medio es el mensaje”, simplemente mencionó: “McLuhan quiere decir que el medio no tiene contenido”. Esta observación fue extremadamente útil para mí, pues reveló lo obvio, es decir, que el contenido de cualquier medio es el usuario. Esto aplica de igual forma para la luz eléctrica, cualquier idioma y, por supuesto, la vivienda, los automóviles, incluso cualquier tipo de herramientas. Es evidente que el usuario, o el contenido de cualquier medio, se ajusta completamente al carácter de este ambiente hecho por el hombre. Toda su vida sensorial organiza sus jerarquías y dominio de acuerdo con el entorno en el que este opera. (p.984)

De acuerdo con McLuhan, la investigación formativa y la estrategia de comunicación sugieren el reconocimiento previo del contexto de los estudiantes de Comunicación Social, pero también de la forma en la que se está llevando a cabo el proceso investigativo dentro de la UNICAMACHO, pues la estrategia debe responder a las necesidades de un ambiente específico, teniendo en cuenta el lenguaje; sus intereses; la forma en la que se recibe y percibe la información; las barreras comunicativas entre estudiantes y figuras de autoridad en el campo de investigación; canales digitales de difusión con mayor acceso por parte de los estudiantes; contexto social y académico. Todo respondiendo al esclarecimiento de *la vida sensorial* de los sujetos de estudio para así generar una herramienta funcional entendiendo que ellos son el centro de la investigación y no el medio para lograr objetivos.

6.2.3. *La Investigación Formativa en los Programas de Comunicación Social*

La investigación formativa termina siendo una parte esencial dentro del diario vivir de los comunicadores sociales. López (2014) propone que a investigación formativa debe ser concebida como un proyecto de vida para los estudiantes. Esto significa que la investigación debe ser una parte integral de la formación desde sus primeros años de escolaridad. Este proceso investigativo contribuye a despejar los cambios a los que los enfrenta la vida misma. Esto se debe a que la investigación capacita a los estudiantes para analizar la realidad de manera crítica y reflexiva, identificar problemas y proponer soluciones, desarrollar habilidades de pensamiento crítico y resolución de problemas, y comunicar sus ideas de manera efectiva. López (2014) hace un llamado para que las asignaturas en investigación no se conviertan en una sumatoria de contenidos, temas, o unidades meramente instrumentales. Es decir, que las asignaturas en investigación deben ir más allá de la transmisión de conocimientos y habilidades específicas, pues cuentan con todas las capacidades para promover el desarrollo de una actitud investigativa en los estudiantes.

Dicho esto, podemos cerrar diciendo que los espacios de investigación en la comunicación social son de amplio valor puesto que permiten “preguntas epistémicas articuladas a la realidad social como el motor del conocimiento científico y al desarrollo de investigaciones con impacto social, que respondan al verdadero sentido de la investigación científica.” López, Marín (2014), acercando a la realidad de la vida diaria próxima a afrontar por parte de los estudiantes de esta carrera.

6.2.4. *Semilleros de Investigación en la Educación Superior*

La investigación en educación se dirige a “la búsqueda de nuevos conocimientos que resulten útiles y concretos para facilitar la transformación y mejora de la acción educativa, en la investigación aplicada con los métodos de investigación acción y la investigación evaluativa” (Navarro-Asencio, 2017). Por esta razón, Corzo et al. (2008) plantean que los semilleros de investigación son una estrategia fundamental para la formación de investigadores y cumplen con tres funciones principales: Formación: con el objetivo de brindar a los estudiantes la oportunidad de aprender los fundamentos de la investigación científica, desarrollar habilidades investigativas y adquirir experiencia en la realización de proyectos de investigación; Crecimiento: promover el crecimiento personal y profesional de los estudiantes, brindándoles la oportunidad de desarrollar su capacidad de análisis, síntesis, resolución de problemas y comunicación; Protección: brindar a los estudiantes un espacio de apoyo y acompañamiento, que les permite sentirse seguros y motivados para desarrollar sus habilidades investigativas.

Teniendo en cuenta lo anterior, Valencia et al. (2012) explican el impacto al promover los semilleros de investigación en las universidades, pues brindan a los estudiantes la oportunidad de desarrollar sus habilidades de investigación y su pensamiento crítico. Esto les ayuda a prepararse para el éxito en sus estudios universitarios y en su carrera profesional.

Es evidente, entonces, que los semilleros de investigación en las universidades resultan una alternativa para el reconocimiento del poder crítico y transformador en cada uno de los estudiantes y una invitación para que puedan aportar a la construcción desde su innovación y área de conocimiento. El semillero promueve las habilidades investigativas, así como para trabajar en equipo y mejorar las técnicas de comunicación tanto orales como escritas. Así es como la transformación no solo va hacia una comunidad, sino que esta inicia en el estudiante.

Incluso, en los semilleros de investigación surge la construcción de la memoria como un aspecto muy importante. Quintero (2013) sostiene que la construcción de la memoria es un proceso fundamental para la comprensión y el análisis de los conflictos sociales. Al darle una dimensión narrativa a estos conflictos, la construcción de la memoria permite entender las causas, las consecuencias y los significados de estos eventos. De igual manera, la memoria es un proceso complejo y multifacético que involucra a diversos actores, como los sobrevivientes de los conflictos, las víctimas, los perpetradores, los testigos, los familiares, los historiadores, los activistas sociales, los artistas, etc. La construcción de la memoria, las gramáticas del recuerdo y sus implicaciones en contextos sociales marcados por violencias, formas de opresión y confrontación política, étnica, entre otras, son un tema de interés académico, social y cultural.

Teniendo en cuenta lo anterior, los semilleros de investigación son un espacio de crecimiento para los estudiantes, en este caso, de Comunicación Social, pues potencializan sus habilidades como futuros profesionales, pero también aportan al desarrollo social, podría ser, desde la reconstrucción de la memoria, pues cuentan con las capacidades para hacerlo y funciona como motivador para reconocer su poder transformador en la sociedad.

Es decir que, la investigación formativa va más allá de los límites de un aula de clases. Teniendo en cuenta la concepción educativa de Freire, Cruz (2020) plantea que los semilleros

buscan el pleno y auténtico desarrollo del otro, porque este se constituye en la justa medida en que el otro se constituye. Esto significa que los semilleros son una herramienta valiosa que brinda a los estudiantes la oportunidad de potenciar sus capacidades y habilidades, lo que les permite ser quienes son y alcanzar su máximo potencial. De igual forma, los semilleros son un acto biofílico, es decir, que están en consonancia con la naturaleza humana. Esto se debe a que promueven el diálogo, la comunicación y el trabajo colaborativo, que son aspectos fundamentales de la naturaleza humana. Partiendo de esta concepción es que se debe incentivar la participación de los estudiantes de Comunicación Social en la investigación formativa, pues así van a reconocer su valor como integrantes de los semilleros y lo importante que resulta su actuar a nivel social no solo académico.

6.3. Estrategia de Comunicación

Una estrategia de comunicación permite establecer metas claras frente al análisis de problemáticas comunicacionales previamente concebidas en un proceso investigativo y que determinan metas y objetivos claros para dar soluciones concretas a lo establecido previamente (Ríos et al, 2020, p. 20).

Se entiende pues, las estrategias de comunicación, como la acción para iniciar un proceso donde se pueda diseñar una estructura con el fin de lograr la resolución a corto, mediano o largo plazo de problemáticas encontradas en un filtro comunicativo, permitiendo así, un mejor proceso de comunicación para con quien se quiere dar el mensaje. Es pertinente acotar que las estrategias de comunicación se elaboran a partir de un análisis previo que permita la elaboración de un plan de acción con el fin de evocar una solución.

Herrera et al. (2021) explican el modelo de comunicación de Harold Lasswell (1990) enfatizando en que es un marco útil para describir y analizar los procesos comunicativos. Este

modelo se basa en cinco preguntas: ¿Quién dice qué? esta pregunta se refiere al emisor del mensaje. Lasswell sostiene que el emisor es un elemento esencial del proceso comunicativo, ya que es el que inicia el proceso; ¿En qué canal? esta pregunta se refiere al medio o canal a través del cual se transmite el mensaje. Lasswell señala que el canal es importante, ya que puede influir en la forma en que se recibe el mensaje; ¿A quién? Esta pregunta se refiere al receptor del mensaje. Lasswell sostiene que el receptor es un elemento activo del proceso comunicativo, ya que es el que interpreta el mensaje; ¿Con qué efecto? Esta pregunta se refiere al efecto que el mensaje tiene en el receptor. Lasswell señala que todos los mensajes tienen efectos, ya sean deseados o no deseados. el modelo de Lasswell es una herramienta útil para comprender los procesos comunicativos. Este modelo destaca la importancia de los elementos humanos en la comunicación, así como los efectos que los mensajes pueden tener en los receptores.

De acuerdo con lo anterior, el modelo de Lasswell permite la necesaria delimitación de los elementos que componen el proceso comunicativo. Es decir que ofrece unos parámetros para comunicar con eficacia y sin perder el sentido de lo que se espera transmitir y el efecto que se pretende en la audiencia. Se trata, entonces, de considerar los datos fundamentales del mensaje y que de esta manera sea claro su origen, así como su transmisión y objetivo. Así pues, su aplicación en esta investigación sugiere tener en cuenta tanto el canal por el que será emitido el mensaje, pero también los actores, por lo que se debe hacer un estudio respecto a la visión que tienen los estudiantes de comunicación social respecto a la investigación formativa, ya que dará respuestas a varios interrogantes, entre ellos, la forma en la que les gustaría recibir la información y a través de quién, qué características debería tener la persona que lo va a transmitir.

Ya respondiendo a las necesidades del público objetivo surgen otras variables como los efectos después de la recepción del contenido, es decir que, la estrategia debe ir más allá de la mera

información y ser lo suficientemente practica para que la participación en la investigación formativa sí se vea motivada, sea un hecho y no una idea que se quede estancada en el camino.

7. Marco Legal

Este apartado tiene en cuenta una serie de leyes y regulaciones que protegen tanto a los sujetos de estudio como a los autores de esta investigación; por lo tanto, es importante delimitar el ámbito normativo en el que se desarrolla el proyecto.

Por consiguiente, se especifican los artículos relacionados con la propiedad intelectual.

7.1. Derechos de Autor

Ley 1915 de 12 de julio de 2018

Capítulo 1. Disposiciones relativas al derecho de autor y los derechos conexos

Artículo 1. Adiciónese al artículo 10 de la Ley 23 de 1982 el siguiente párrafo:

Parágrafo. En todo proceso relativo al derecho de autor, y ante cualquier jurisdicción nacional se presumirá, salvo prueba en contrario, que la persona bajo cuyo nombre, seudónimo o su equivalente se haya divulgado la obra, será el titular de los derechos de autor. También se presumirá, salvo prueba en contrario, que la obra se encuentra protegida.

Capítulo IV. Disposiciones relativas a la observancia del derecho de autor y los derechos conexos

Artículo 33. El artículo 3 de la Ley 1032 de 2006 que modificó el artículo 272 de la Ley 599 de 2000, quedará así:

Artículo 3. Violación a los mecanismos de protección de derecho de autor y derechos conexos, y otras defraudaciones. Incurrirá en prisión de cuatro (4) a ocho (8) años y multa de veintiséis punto sesenta y seis (26.66) a mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes, quien con el fin de lograr una ventaja comercial o ganancia económica privada.

Ley 23 de 1982

Capítulo I. Disposiciones generales

Artículo 1. Los autores de obras literarias, científicas y artísticas gozarán de protección para sus obras en la forma prescrita por la presente Ley y, en cuanto fuere compatible con ella, por el derecho común. También protege esta Ley a los intérpretes o ejecutantes, a los productores de programas y a los organismos de radiodifusión, en sus derechos conexos a los del autor.

Artículo 3. Adicionado por Art. 68, Ley 44 de 1993. Los derechos de autor comprenden para sus titulares las facultades exclusivas:

A. De disponer de su obra a título gratuito u oneroso bajo las condiciones lícitas que su libre criterio les dicte.

B. De aprovecharla, con fines de lucro o sin él, por medio de la imprenta, grabado, copias, molde, fonograma, fotografía, película cinematografía, videograma, y por la ejecución, recitación, representación, traducción, adaptación, exhibición, transmisión, o cualquier otro medio de reproducción, multiplicación, o difusión conocido o por conocer.

C. De ejercer las prerrogativas, aseguradas por esta Ley en defensa de su "derecho moral", como se estipula en el Capítulo II, Sección Segunda, artículo 30 de esta Ley.

Artículo 9. La protección que esta Ley otorga al autor, tiene como título originario la creación intelectual, sin que se requiera registro alguno.

Capítulo II

Sección Primera: Derechos patrimoniales y su duración,

Artículo 12. Modificado por el art. 5, Ley 1520 de 2012; Modificado por el art. 3, Ley 1915 de 2018. El autor de una obra protegida tendrá el derecho exclusivo de realizar o de autorizar uno cualquier de los actos siguientes:

A. Reproducir la obra;

B. Efectuar una traducción, una adaptación, un arreglo o cualquier otra transformación de la obra, y

C. Comunicar la obra al público mediante representación, ejecución, radiodifusión o por cualquier otro medio.

Capítulo III. De las limitaciones y excepciones al derecho del autor

Artículo 36. La publicación del retrato es libre cuando se relaciona con fines científicos, didácticos o culturales en general o con hechos o acontecimientos de interés público o que se hubieren desarrollado en público.

Capítulo V. Del derecho patrimonial

Artículo 76. Los autores de obras científicas, literarias o artísticas y sus causahabientes tienen el derecho exclusivo de autorizar o prohibir:

- A. La edición, o cualquier otra forma de reproducción;
- B. La traducción, arreglo o cualquier otra forma de adaptación;
- C. La inclusión en película cinematográfica, videograma, cinta video, fonograma, o cualquier otra forma de fijación, y
- D. La comunicación al público, por cualquier procedimiento o medios tales como:
 - 1. La ejecución, representación, recitación o declamación;
 - 2. La radiodifusión sonora o audiovisual;
 - 3. La difusión por parlantes, telefonía con o sin cables, o mediante el uso de fonógrafos, equipos de sonido o grabación y aparatos análogos, y
 - 4. La utilización pública por cualquier otro medio de comunicación o reproducción, conocido o por conocerse.

8. Diseño Metodológico

A continuación, se establecen bases y procedimientos necesarios para el diseño de una estrategia de comunicación que incentive la participación de los estudiantes del programa de Comunicación Social en la investigación formativa de manera rigurosa y sistemática.

8.1. Enfoque

Esta investigación se desarrolla a partir de una metodología mixta, pues su implementación responde a los parámetros necesarios para dar respuesta a la pregunta que aborda este trabajo, ¿Cómo diseñar una estrategia de comunicación que incentive la participación de los estudiantes de Comunicación Social en la investigación formativa de la Institución Universitaria Antonio José Camacho? Los métodos mixtos (MM) permiten una visión profunda y completa de análisis, teniendo en cuenta una realidad que se complementa entre lo objetivo y lo subjetivo; en este caso, lo objetivo corresponde a los estudiantes de Comunicación Social, quienes son sujeto principal de este estudio y que al ser tangibles son susceptibles de ser medidos; lo subjetivo da visibilidad a lo que ellos comprenden respecto a la investigación formativa y considera aspectos que varían en cada uno como la idiosincrasia, contextos, etc.

Hamui-Sutton (2013) explica cómo los métodos mixtos combinan lo cualitativo con lo cuantitativo en un mismo estudio:

Los MM utilizan diversas fuentes de información que se combinan de diversas maneras para sustentar análisis más comprensivos, acerca de la problemática educativa planteada. La investigación con MM va más allá de la suma de lo cuanti y lo cuali, en el proceso de interfase entre ellos se van subsanando las limitaciones de ambos, al mismo tiempo que se dibuja un panorama más amplio que fortalece la validez de la interpretación de los resultados. (p.212)

De acuerdo con lo anterior, diseñar una estrategia de comunicación que incentive la participación de los estudiantes de Comunicación Social en la investigación formativa sugiere diversas técnicas que permitan una perspectiva amplia, datos variados y una exploración sólida de los mismos; de igual manera, valor a la creatividad tanto en la propuesta final como en el proceso de trabajo de campo con indagaciones dinámicas. Es por ello que la metodología mixta reúne mecanismos funcionales y precisos para el cumplimiento de los objetivos del trabajo, dando libertad a la adaptabilidad según se requiera, pues como plantea Hernández-Sampieri (2018), los métodos mixtos pueden implementarse de acuerdo a diversas secuencias clasificadas en: Secuencial: los métodos cuantitativos y cualitativos se utilizan en etapas sucesivas, por ejemplo, se puede realizar primero una encuesta cuantitativa para obtener información general, y luego realizar entrevistas cualitativas para profundizar en los resultados de la encuesta; Paralelo: los métodos cuantitativos y cualitativos se utilizan en paralelo, por ejemplo, se pueden realizar encuestas cuantitativas y entrevistas cualitativas al mismo tiempo, para obtener información complementaria; Fusión: los métodos cuantitativos y cualitativos se utilizan de forma integrada, por ejemplo, se pueden utilizar técnicas de análisis cuantitativo para analizar datos cualitativos, o técnicas de análisis cualitativo para analizar datos cuantitativos. Los MM ofrecen una gran flexibilidad en cuanto a la secuencia de implementación y esta permite a los investigadores adaptar los métodos a los objetivos específicos de su investigación.

De acuerdo con Polania et al. (2020) los MM son paradigmas de la investigación científica, puesto que:

Llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos; establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluaciones realizadas; demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento; revisan tales suposiciones o ideas sobre la

base de las pruebas o del análisis; proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar y fundamentar las suposiciones o ideas, e incluso para generar otras.
(p. 24)

La unión entre lo cuanti y lo cuali genera espacios en los que por un lado se comprueba o confirma, pero por otro se explora, se comprende y se interpreta a través de las percepciones de los estudiantes como resultado de sus propias experiencias. Es así como al final habrá resultados consolidados, pues el proceso de recolección de información fue variado y dinámico, estructurado, pero también abierto y flexible. A esto se le conoce como postura pragmática en la investigación ya que como explica Hernández-Sampieri, (2018) los enfoques cuantitativo y cualitativo son dos alternativas válidas para la indagación de diversos fenómenos y hechos, son complementarios, ya que cada uno tiene sus propias fortalezas y debilidades. El enfoque cuantitativo se basa en la recolección y el análisis de datos numéricos, es adecuado para la investigación de fenómenos que pueden ser cuantificados, como las actitudes, las opiniones, los comportamientos y los resultados de la intervención. El enfoque cualitativo se basa en la recolección y el análisis de datos no numéricos, como las palabras, las imágenes y los sonidos, y es indicado para la investigación de fenómenos que son difíciles de cuantificar, como las experiencias, las creencias y los significados. Así pues, los enfoques cuantitativo y cualitativo se complementan para proporcionar una comprensión más completa del fenómeno que se está estudiando.

8.2. Método

Bernal (2010) explica que el método deductivo es un proceso de razonamiento que va de lo general a lo particular, se basa en la premisa de que, si una proposición general es verdadera, entonces todas sus instancias particulares también serán verdaderas. Una vez que un principio general ha sido comprobado y verificado, se puede aplicar a contextos particulares.

El método deductivo responde a un razonamiento lógico y estructurado partiendo de premisas generales o teorías amplias que terminan en conclusiones específicas. Su aplicación proporciona una estructura lógica y clara para analizar e interpretar datos.

De acuerdo con lo anterior, se trata de ir de lo general (datos generales válidos) a lo concreto (conclusión específica válida), en este caso, se está en la necesidad de diseñar una estrategia de comunicación que incentive la participación de los estudiantes del programa de Comunicación Social en la investigación formativa y que espera resolverse a través de técnicas o procesos que permitan recolectar datos específicos para sustentar la premisa general de esta investigación, la participación activa en la investigación formativa mejora la calidad educativa y profesional, así como la hipótesis, la implementación de estrategias de comunicación específicas aumentará la participación de los estudiantes del programa de Comunicación Social en procesos de investigación formativa.

Prieto (2017), dice que “el método deductivo basa sus cimientos en determinados fundamentos teóricos, hasta llegar a configurar hechos o prácticas particulares” (p.11). Por lo que se lleva a cabo un proceso lógico que pretende validar la hipótesis planteada y al mismo tiempo suministrar conclusiones con base en evidencias para lograr el objetivo tanto general como específicos de esta investigación.

8.3. Instrumentos y Técnicas de Recolección de Información

Las técnicas establecidas para esta investigación son las indicadas para la recolección e interpretación de información. Teniendo en cuenta que la metodología es mixta, se cuenta con la libertad de contar con narrativas de diferentes clases como las escritas, las verbales, visuales y/o audiovisuales, pero también con otras alternativas como encuestas y/o entrevistas. Así pues, cada una responde a los requerimientos de este trabajo.

8.3.1. *Análisis Documental*

Vickery (1970) afirma que los métodos de recuperación de información, entre los que se encuentra el análisis documental, responden a tres necesidades informativas, por ejemplo, conocer lo que colegas científicos han hecho o están realizando en un campo determinado, refiriéndose a la búsqueda de información sobre el estado del arte en un campo de conocimiento. Los métodos de recuperación ayudan a identificar los estudios más recientes, las tendencias de investigación y los principales autores en un campo. Asimismo, conocer segmentos específicos de información de algún documento en particular, con el fin de identificar las partes relevantes como tablas, figuras, citas o referencias. Finalmente, conocer la totalidad de información relevante que exista sobre un tema específico, pues se trata de recopilar todos los documentos relevantes sobre un tema, independientemente de su formato o fuente.

De acuerdo con lo anterior, el análisis documental es un método de recuperación de información que se basa en el análisis del contenido de los documentos. Este instrumento permite identificar los estudios más recientes donde se articulan estrategias de comunicación, investigación y estudiantes. De igual forma, fundamenta la presente investigación, proporcionando evidencia teórica y basada en la experiencia que respalda los argumentos planteados en el desarrollo de la misma.

8.3.2. *Matriz DOFA*

La matriz DOFA (conocido por algunos como FODA, y SWOT en inglés) es una herramienta de gran utilidad para entender y tomar decisiones en toda clase de situaciones en negocios y empresas. DOFA es el acrónimo de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas. Los encabezados de la matriz proveen un buen marco de referencia para revisar la estrategia, posición y dirección de una empresa, propuesta de negocios, o idea. (López, s.f, p.3)

La matriz DOFA permite la evaluación de la situación actual del programa de Comunicación Social con relación a la investigación formativa, identificar fortalezas que puedan potenciar la participación de los estudiantes en dichos procesos investigativos, pero sin omitir las debilidades que funcionan como obstáculos. Asimismo, se toman en cuenta oportunidades externas aprovechables y amenazas que afectan directamente el ejercicio.

Por consiguiente, López (s.f) defiende que el análisis DOFA puede ser utilizado en cualquier tipo de toma de decisiones, ya que estimula a pensar pro-activamente. Esto significa que el análisis DOFA ayuda a las organizaciones a identificar las oportunidades y las amenazas que pueden afectarlas, y a desarrollar estrategias para aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas.

Así pues, este recurso facilita la delimitación de información importante para la toma de decisiones estratégicas y acertadas. Es clave para el diseño de una estrategia de comunicación que incentive la participación en la investigación formativa, pues desde una base analítica sólida, se identifican áreas de enfoque para maximizar fortalezas, aprovechar las oportunidades, atenuar debilidades y neutralizar amenazas con el fin de lograr los objetivos de esta investigación.

8.3.3. Grupo Focal

“El propósito principal del grupo focal es hacer que surjan actitudes, sentimientos, creencias, experiencias y reacciones en los participantes; esto no sería fácil de lograr con otros métodos” (Gibb, 1997, p.52). Esta técnica de recolección de datos se centra en la interacción entre los integrantes del grupo, quienes van construyendo significado de acuerdo con la experiencia de cada uno, todo alrededor de un tema específico, en este caso, la investigación formativa en la Institución Universitaria Antonio José Camacho.

Para evidenciar lo anterior, se realiza un registro escrito de todas las conversaciones, opiniones y aportes de los participantes, en este caso, se trata de los voceros de cada uno de los semestres del programa de Comunicación Social. De este proceso surgen conclusiones y patrones como resultado de su experiencia como estudiantes y su relación con la investigación formativa, que, si bien varía de acuerdo con cada semestre, hay un punto de encuentro que va a permitir el diseño de una estrategia de comunicación que sea funcional para todos.

“Los grupos focales parten desde diferentes posiciones epistemológicas, principalmente desde el realismo y el constructivismo contextual; el realismo parte de categorías preexistentes para analizar los datos, busca la consistencia del significado entre múltiples análisis y aplica los conceptos de confiabilidad y validez” (Escobar y Bonilla, 2011, p.52). Razón por la que los grupos focales de esta investigación conllevan integrantes diferentes no solo respecto al nivel semestral sino también a contextos de la vida misma que tienen repercusiones con relación a su visión del mundo, cómo se perciben en él y cómo se desenvuelven.

8.3.4. Encuesta

La encuesta es una alternativa necesaria para la recolección rápida y eficaz de datos, es precisa y el enfoque no es precisamente el sujeto que la realiza sino la población de la que hace parte. García (1963) explica que la encuesta es una técnica de investigación que consiste en la recopilación de datos a través de la aplicación de un cuestionario a una muestra representativa de una población o universo y se utiliza para explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características de los mismos, de modo que su implementación permite obtener datos de manera organizada, pero para la realización de las preguntas, definir el enfoque de las mismas y el medio, es necesario conocer a la población; es decir que, hay un trabajo de complicidad entre esta técnica y los grupos focales.

8.3.5. Entrevista Semiestructurada

La entrevista semi-estructurada de investigación es un instrumento capaz de adaptarse a las diversas personalidades de cada sujeto, en la cual se trabaja con las palabras del entrevistado y con sus formas de sentir, no siendo una técnica que conduce simplemente a recabar datos acerca de una persona, sino que intenta hacer hablar a ese sujeto, para entenderlo desde dentro. (Cobertta, 2003, p.72-73)

Esto supone que debe haber una indagación sobre el entrevistado antes del encuentro, ya que brinda la posibilidad de conocerlo en cierta medida, sus gustos, preferencias, su origen, en qué campo se mueve y la forma en la que se percibe. Esta información va a determinar un grado de dirección al momento de la entrevista, pues hay claridad respecto a cómo formular las preguntas y cómo potenciar la confianza para que hable cómodamente, sin olvidar cual es el tema a desarrollar, en este caso hay cierta libertad, pero se mantiene el lineamiento de la investigación adaptándolo a la personalidad del entrevistado.

8.3.6. Benchmarking

Consiste en la exploración, la caracterización y el análisis de las mejores prácticas logísticas de referencia (en el mismo u otros mercados y en el mismo sector industrial u otros) para procesos logísticos clave, con particular énfasis en aspectos tecnológicos y en tendencias en “Outsour - cing”, así como la formulación de una estrategia para implantarlas. (Antún y Ojeda, 2004, p.63).

De acuerdo con esta investigación, el benchmarking permite identificar las estrategias exitosas en incentivar la participación de los estudiantes de Comunicación Social en la investigación formativa y que pertenecen a diferentes instituciones de educación superior. Esto proporciona un panorama claro respecto a cómo otras universidades articulan la investigación

formativa, teniendo como resultado enfoques más efectivos e innovadores, así como aspectos que podrían ser adaptados a las necesidades de los estudiantes de UNICAMACHO.

8.4. Población y Muestra

La población objeto de estudio está conformada por estudiantes de primero a décimo semestre del programa de Comunicación Social de UNICAMACHO, y por individuos que hacen parte de los procesos de investigación dentro la Institución.

De acuerdo con los objetivos y requerimientos de la presente investigación, se implementará una muestra probabilística aleatoria simple. Pues, según Salgado (2019), “Garantiza, en términos teóricos, que cada uno de los individuos de la población tenga la misma oportunidad de aparecer en la muestra” (p.12). En ese sentido, la muestra es representativa de la población, ya que todos los miembros tienen la misma probabilidad de ser seleccionados y esto permite que los resultados de la investigación se generalicen a la población. Esto quiere decir que los resultados de esta investigación sugieren una visión general y no delimitada de las opiniones y perspectivas de los estudiantes del programa de Comunicación Social respecto a la investigación formativa, pues esto va a facilitar el diseño de una estrategia de comunicación funcional para todos los estudiantes de los 10 semestres del programa y que sea sostenible en el tiempo.

Por otro lado, se abordará una muestra no probabilística por conveniencia, dado que parte de la población objetivo son personas relacionadas con la investigación formativa, pues se trata de recolección de información específica. De acuerdo con Salgado (2019), “El muestreo por conveniencia es una técnica de muestreo no probabilística donde las muestras de la población se seleccionan solo porque están convenientemente disponibles para el investigador” (p.32). Así pues, el propósito de constatar la forma en la que UNICAMACHO asume la investigación formativa teniendo en cuenta a: Decano Asociado de Investigaciones, directora del grupo de

investigación, director del programa de Comunicación Social y coordinadora del semillero de investigación SICNO, y de igual manera; cómo se articula la investigación formativa al programa de Comunicación Social desde la perspectiva de los estudiantes voceros de cada uno de los semestres. Asimismo, se tanteará cómo las demás universidades de Cali desarrollan los procesos investigativos en los programas de Comunicación Social.

Lo anterior permite evaluar la investigación formativa desde lo local, lo institucional y desde los estudiantes mismos. De modo que la estrategia de comunicación que se va a diseñar responde a los requerimientos de cada sujeto seleccionado.

Tabla 1. *Criterios de Selección de Muestra*

Criterios de selección		
Tipo de muestra	Población	Instrumento
Muestra Probabilística	Estudiantes de los 10 semestres del programa de Comunicación Social de la UNICAMACHO	Encuesta
Muestra No Probabilística	Decano Asociado de Investigaciones, directora del grupo de investigación, director del programa de Comunicación Social y Coordinadora del semillero de investigación SICNO.	Entrevista semiestructurada
	Voceros de cada uno de los 10 grupos del programa de Comunicación Social de la UNICAMACHO.	Grupo focal
	6 universidades de Cali que cuentan con el programa de Comunicación Social.	Benchmarking

Nota: Elaboración propia.

8.5. Cronograma de Actividades

Tabla 2. *Cronograma de Actividades*

Objetivos	Actividades	Tiempo (Semanas)															
	Reunión con asesora de proyecto y	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16

Proponer una estrategia de comunicación que permita estimular la participación de los estudiantes de Comunicación Social en la investigación formativa.	Diseño de estrategia de comunicación basada en la recolección y tratamiento de información recolectada en el diario de campo, entrevistas y encuestas.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	Continuación del diseño de estrategia de comunicación, con el apoyo de la directora de proyecto de grado.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	Presentación del diseño de la estrategia de comunicación a director de programa de Comunicación Social.		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	Informe Final	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16

Nota. Construcción propia

9. Resultados Metodológicos

Con el objetivo de diseñar una estrategia de comunicación que incentive la participación de los estudiantes del programa de Comunicación Social en procesos de investigación formativa en UNICAMACHO, se implementaron diferentes herramientas, tal como se detalla en el capítulo anterior, que permitieron un acercamiento a la percepción, conocimiento, relación y preferencias de los estudiantes con respecto a la investigación formativa.

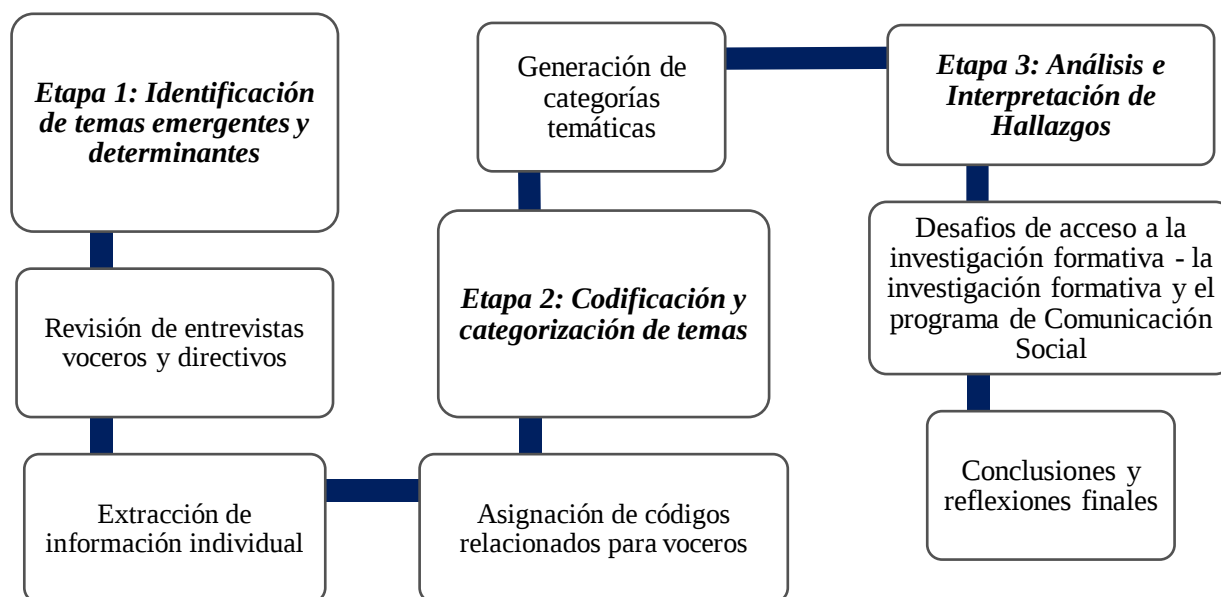
Para lograr lo anterior, se cumplen una serie de pasos: primero se realiza un análisis de cómo el programa de comunicación social articula la investigación formativa para así elaborar la matriz DOFA, relacionando debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas. Segundo, se formula una encuesta con el objetivo de identificar la percepción que tienen los estudiantes del programa de Comunicación Social respecto a la investigación formativa dentro de la UNICAMACHO, teniendo en cuenta tanto su conocimiento al respecto como los medios de comunicación que consideran clave para potenciar su participación en el ejercicio. Tercero, se diseña y desarrolla una serie de preguntas que corresponden a entrevistas semiestructuradas y grupo focal para así identificar cómo se implementa la investigación formativa en el programa de Comunicación Social; en consecuencia, fueron seleccionadas personas cruciales para la construcción acertada de la información: Daniel Alejandro Angrino Betancourt, director del programa de Comunicación Social; Juan Carlos Cruz Ardila, decano asociado de investigaciones; Gloria Irina Castañeda Gamboa, directora del grupo de investigación Anudamientos; Martha Lucia Rosales, líder del semillero SICNO y voceros del programa de Comunicación Social. Cuarto, se implementa la herramienta benchmarking en 6 universidades del país para contrastar la forma en la que cada una asume la investigación formativa, considerando estrategias y medios de comunicación, línea y grupos de investigación, eventos académicos, etc. Lo mencionado con el fin

de lograr el diseño de una estrategia de comunicación innovadora y que responda de manera acertada y funcional a las necesidades de los estudiantes del programa de Comunicación Social de UNICAMACHO.

9.1. Procesamiento de Datos

Para llevar a cabo el procesamiento de datos se implementó la metodología de análisis temático, por medio de la cual se identificó, analizó y proyectaron categorías temáticas existentes dentro de los datos cualitativos que permita explorar las narrativas de cada uno de los entrevistados, de tal manera que, se pueda organizar y describir el conjunto de información detalladamente, y facilitando así, la interpretación de los mismos (Escudero, 2020). De igual manera, se empleó la decodificación y categorización por cita textual de los relatos, por medio del cual se busca la organización de datos en el cual se asignan códigos que permiten construir su interacción para comprenderlos (Vives y Hamui, 2021). En este sentido, se procede a relacionar las etapas de desarrollo que se implementaron a lo largo del proceso de análisis temático empleado.

Figura 5. *Procesamiento de la información*



Nota: Construcción propia

9.1.1. Grupo Focal

Para dar respuesta al primer objetivo específico planteado en la presente investigación, el cual se enfoca en analizar la integración de la investigación formativa en el programa de Comunicación Social de la UNICAMACHO, se llevó a cabo un proceso de análisis de datos informáticos los cuales fueron recolectados a través de una entrevista en modalidad grupo focal, en donde participaron diez (10) voceros que representan cada uno de los semestres del programa académico y quienes, a partir de ahora se conocerán como (V1), (V2), (V3), (V4), (V5), (V6), (V7), (V8), (V9) y (V10).

Es por lo anterior que, se decidió seguir un proceso de análisis cualitativo a través de la categorización de la información como una técnica que implementa y afianza el método de Análisis Temático propuesto por Braun y Clarke (2006) el cual se enfoca en extraer, organizar y comprender los temas relacionados en este caso con la investigación formativa dentro del programa de Comunicación Social de la Institución Universitaria Antonio José Camacho.

Para la estructuración de los datos, las seis (6) preguntas hechas en las entrevistas modalidad grupo focal fueron grabada y posteriormente transcritas para facilitar el análisis de la información en un momento determinado. Posteriormente, se organizaron los datos de manera ordenada para mejorar su legibilidad, revisión y análisis, para poder así, tener una base de datos consolidada donde se relacionan las preguntas y respuestas otorgadas por los diferentes voceros del programa.

Finalmente, se comenzó a seleccionar citas que contribuyeran directamente a dar respuesta a la pregunta formulada, donde se destacaron las narrativas relevantes y significativas para el tema abordado sobre la investigación formativa en el programa de Comunicación Social de la UNIAJC. Esta información se puede evidenciar en la siguiente tabla, la cual se compone en la columna 1 de

las preguntas formuladas y aplicadas en la entrevista modalidad grupo focal, en la columna 2 se sitúan las citas más representativas que aportan a la pregunta formulada y las cuales se extrajeron de manera literal de la información facilitada por cada uno de los diez (10) voceros del programa, y en la columna 3 se proyectan códigos que tipifican y le dan un sentido temático a la información presentada por las diversas citas.

Tabla 3. Selección de citas y codificación

PREGUNTAS (P)	CITAS	CÓDIGOS (CO)
1 ¿Has escuchado sobre la investigación formativa?	“Sí, he escuchado; pero muy poco del tema” (V1) “...he escuchado pocas cosas. No tengo un amplio conocimiento del tema, pero sí he escuchado cosas mínimas” (V2) “Pues sí tengo un poquito de conocimiento sobre este tema ...” (V3) “Sí, si he escuchado algunas cosas ...” (V4) “No, realmente no” (V5) “Sí, sí he escuchado sobre la investigación formativa” (V6) “Pues directamente de la investigación formativa no ...” (V7) “Sí, escuché sobre la investigación formativa ...” (V8) “Sí, he escuchado sobre la investigación formativa ...” (V9) “Sí, señor” (V10)	P1a. Conocimiento de los estudiantes
2 ¿En qué otros espacios consideras que se podría aplicar la investigación formativa? (Semillero – Revista Sapientia – Boletín de Investigaciones – Revista Actitud – etc.)	“... que más tengo presente es el boletín de Investigaciones ...” (V1) “No, hasta el momento no he tenido mucha información de lo que maneja la facultad” (V2) “... Semilleros de investigación” (V3) “... se puede considerar en cada uno de los espacios que me estás colocando ahí como ejemplos ... Semillero, Revista Sapientia, Boletín de Investigación, Revista Actitud” “Bueno, ¿qué otros espacios? Pues yo creo que la investigación formativa también se puede aplicar. Se puede aplicar de manera audiovisual ...” (V4) “Además de los espacios mencionados, yo creo que la investigación formativa también se puede aplicar en grupos de estudio, proyectos de investigación académica y trabajos de grado” (V6) “... yo creería que sólo en esos espacios se puede” (V8) “... siento que la investigación formativa, la usamos todos los días desde los diferentes escenarios ...” (V10)	P2a. Espacios académicos P2b. Espacios alternativos

3 ¿Qué opinas de la importancia de la investigación formativa en tu proceso de formación profesional?	“...es muy relevante porque de esa manera puedo tener más conocimiento sobre ciertos temas que a lo largo van a ser muy importantes a la hora de obtener algún título ...” (V2) “...es un proceso que se ve presente dentro de nuestro camino, tanto formativo como profesional; por ende, creo que en este punto es un pre, yendo de la mano de nuestra formación profesional lo cual nos permitiría en caso de practicarla, como algún tipo de plus o ventaja” (V4) “... es una excelente herramienta para ampliar nuestros conocimientos ...” (V5) “...es muy importante en mi proceso de formación profesional, ya que esto a mí me permite desarrollar habilidades de investigación, análisis crítico y aplicación práctica del conocimiento” (V6) “... creo que es importante ... es como algo que tiene similitudes y que nos podría ayudar para que la tesis fuera un proceso más fácil, más sencillo de realizar” (V8) “... desempeña un papel crucial en la mejora continua de la calidad educativa y que al integrar esa investigación en nuestro proceso de formación se fomenta una cultura de reflexión y autoanálisis” (V9) “... siento que es importante porque nos permite eso, ampliar, digamos, nuestro espectro, nuestras realidades, a ser más conscientes con el mundo que vivimos hoy por hoy ...” (V10)	P3a. Desarrollo de habilidades P3b. Crecimiento personal P3c. Preparación al campo profesional
4 ¿Cuáles son los desafíos más comunes que los estudiantes enfrentan al participar en proyectos de investigación formativa?	“No saber la información del tema en específico ...” (V1) “... saber comunicarme para obtener información sobre cierto tema ...” (V2) “He visto es que a los estudiantes se les dificulta demasiado la lectura crítica ...” (V3) “... el hecho de que, si tú quieres aprender más o tener un conocimiento mucho más amplio respecto a un tema o a un campo, lo que debes de hacer es investigar; investigar mucho ...” (V4) “... tener un conocimiento básico” (V5) “... la falta de experiencia en investigación, la dificultad para encontrar fuentes confiables y la gestión del tiempo ...” (V6) “... la falta de experiencia, la limitación de ese tiempo quizás por la carga académica y otras responsabilidades” (V9) “... normas APA ... principalmente están esos dos retos, el desconocimiento y el tiempo que no nos permite aprovechar este tipo de estrategias” (V10)	P4a. Falta de experiencia P4b. Falta de motivación e interés P4c. Limitaciones en el tiempo P4d. Falta de competencias de lectura y escritura
5 Desde tu perspectiva ¿Cómo se fomenta la participación de los estudiantes en proyectos de investigación formativa en el programa?	“Hablando o informando de temas que llaman la atención a aquella comunidad” (V1) “... yo creo que se pueden ofrecer talleres y capacitaciones sobre metodología de investigación o facilitar el acceso a recursos y apoyar la formación de grupos de investigación” (V6) “... con eventos y conferencias, quizás seminarios donde los estudiantes puedan aprender sobre proyectos de	P5a. Estrategias de promoción P5b. Cultura investigativa P5c. Apoyo profesoral

	investigación que son exitosos o interactuar quizás con expertos en el campo y quizás también con reconocimientos y premios ...” (V9)	
6	¿Qué recomendaciones o sugerencias tienes para mejorar la promoción y la participación en la investigación formativa entre los estudiantes? “... creo que hoy por hoy las redes sociales son ese puente entre la complejidad y la comprensión ...” (V1) “canales que sean más accesibles o que sean más dinámicos para nosotros los jóvenes ... tratar de que haya un mejor marketing interno, que la información se divulgue en todas las plataformas y que se haga modo perifoneo en algunos lugares o que se pongan carteles ... pendones, pancartas y también algún material audiovisual, algo así por redes sociales ...” (V2) “... los avisos, los anuncios ... me parece que debe de ser todo como con títulos, aspectos atrayentes, atractivos, visual y cognitivamente ...” (V4) “... brindar incentivos como becas o reconocimientos ... crear una cultura de investigación desde los primeros años académicos ... la colaboración entre profesores y estudiantes ...” (V6) “... utilizar las redes sociales con contenido de valor ...” (V8) “...desarrollar programas de mentoría donde quizás estudiantes más avanzados o experimentados pues guíen a personas que apenas están empezando con proyectos de investigación ... incentivar como colaboraciones entre diferentes materias o quizás diferentes áreas ...” (V9) “... la academia, la institución universitaria, pero debemos potenciar mejor los medios digitales y las redes sociales, o sí, los medios informativos, no solamente el papel ...” (V10)	P6a. Mayor promoción P6b. Espacios de participación P6c. Seguimiento y medición de estrategias en el ecosistema digital

Nota: Construcción propia del estudio

Teniendo en cuenta la información generada, se procedió a establecer una serie de categorías identificadas a partir de las citas, para ello, se establecieron palabras o frases clave que acogieran la temática presentada en relación con la investigación formativa en el programa de Comunicación Social de la UNICAMACHO. Estas categorías reflejaron las áreas temáticas que existe entre las preguntas formuladas, las citas textuales identificadas y la codificación desarrollada, obteniendo así un total inicial de 4 categorías principales, las cuales se relacionan en la siguiente tabla y que comparten relación con los códigos seleccionados como palabras clave que dan respuesta a lo relatado por los voceros de los diversos semestres académicos.

Tabla 4. *Primeras categorías identificadas*

CATEGORÍAS IDENTIFICADAS		CÓDIGOS RELACIONADOS
1	Espacios de participación en Investigación Formativa	P2a. Espacios académicos P2b. Espacios alternativos
2	Importancia de la Investigación Formativa	P3a. Desarrollo de habilidades P3b. Crecimiento personal P3c. Preparación al campo profesional
3	Desafíos de acceso a la investigación formativa	P1a. Conocimiento de los estudiantes P4a. Falta de experiencia P4b. Falta de motivación e interés P4c. Limitaciones en el tiempo P4d. Falta de competencias de lectura y escritura
4	Estrategias y escenarios de promoción en Investigación Formativa	P5a. Estrategias de promoción P5b. Cultura investigativa P5c. Apoyo profesoral P6a. Mayor promoción P6b. Espacios de participación P6c. Seguimiento y medición de estrategias en el ecosistema digital

Nota: Construcción propia del estudio

Luego, con la finalidad de obtener datos más precisos y profundos, se realizó un proceso de refinamiento de los datos informáticos. Para ello, se volvieron a analizar las categorías halladas para delimitar aquellas centrales que permiten dar respuesta al objetivo específico circunscrito, de tal manera, se determinaron una serie de categorías específicas que describen a la investigación formativa dentro del programa de Comunicación Social.

Es así como a partir de este proceso de identificaron tres (3) categorías finales que describen a la investigación formativa: 1) Espacios de participación e importancia de la investigación formativa, 2) Desafíos de acceso a la investigación formativa y 3) Estrategias y escenarios de promoción en investigación formativa. Cada categoría tiene asociada una serie de subcategorías que permiten profundizar específicamente a través de palabras clave, el quehacer de

la investigación formativa en el programa. A continuación, se proyecta en la tabla en la columna 1 las categorías definidas y en la columna 2, las subcategorías específicas que las retroalimenta.

Tabla 5. *Categorías finales identificadas*

CATEGORÍAS IDENTIFICADAS		SUBCATEGORÍAS
1	Espacios de participación e Importancia de la Investigación Formativa	Espacios de acogida (P2a, P2b) Crecimiento personal, académico y profesional (P3a, P3b, P3c)
2	Desafíos de acceso a la investigación formativa	Desconocimiento teórico-práctico (P1a, P4a, P4d) Baja motivación y tiempo (P4b, P4c)
3	Estrategias y escenarios de promoción en Investigación Formativa	Estrategias comunicacionales de promoción (P5a, P6a, P6c) Inmersión temprana a la investigación formativa (P5b, P5c, P6b)

Nota: Construcción propia del estudio

En este sentido, de acuerdo con los hallazgos se encuentra que entre los espacios de participación existen los físicos y/o académicos por medio de los cuales se provee por la formación en investigación formativa como lo son los semilleros, proyectos de grado, proyectos de investigación y afines, así como la visibilización de los resultados e impactos de la investigación formativa a través del boletín de investigaciones, la revista Sapiencia y la revista Actitud. Asimismo, se relaciona la importancia de dar a conocer dichos procesos en plataformas digitales implementando estrategias audiovisuales.

En cuanto a la importancia de la investigación formativa, se determinó el impacto que esta tiene en el crecimiento personal, académico y profesional de los estudiantes como consecuencia del fortalecimiento de habilidades y apropiación del conocimiento para la resolución de problemáticas en diversos contextos.

Por otro lado, se halló que los desafíos de acceso a la investigación formativa que perciben la muestra poblacional entrevistada se relacionan con el desconocimiento teórico-práctico en función a los proyectos de los cuales pueden hacer parte, lo cual se presenta por el bajo manejo de competencias en lectura y escritura, así como saberes técnicos que les facilite la interacción con los diversos procesos de investigación. Además, se reconoce la poca viabilidad de integración como respuesta al tiempo limitado que se tiene al estudiar y trabajar, disminuyendo las probabilidades de acceder a actividades extracurriculares como lo son los semilleros de investigación.

Finalmente, entre las estrategias y escenarios para la promoción de la investigación formativa se identificó el marketing interno a través de publicidad en diferentes formatos (físico y digital) que viabilice el proceso informado y la articulación entre estudiantes y semilleros de investigación. De igual manera, se indicó la importancia de fomentar la investigación formativa desde los primeros semestres académicos de la carrera, debido a que actualmente existen limitaciones para integrar los procesos de investigación como respuesta a la poca experiencia de los estudiantes en el campo, motivo por el cual, consideran indispensable un acompañamiento continuo de los docentes y estudiantes que ya tienen cierto nivel de experticia con este tipo de actividades.

Es de acuerdo con lo anterior que, el análisis temático propuesto por la metodología de Braun y Clarke (2006), permitió conocer, comprender y profundizar en las percepciones que la muestra poblacional elegida tenía sobre la investigación formativa, y su articulación con el programa de Comunicación Social de la Institución Universitaria Antonio José Camacho.

9.1.2. Encuesta

Tabla 6. Aspectos generales de la encuesta

Objetivo de la encuesta
La presente encuesta tiene como finalidad conocer la percepción de los estudiantes de Comunicación Social sobre la investigación formativa e identificar los medios digitales de preferencia para consumir contenido institucional. Este instrumento hace parte de un proceso de investigación para el trabajo de grado denominado: Diseño de una Estrategia de Comunicación que Incentive la Participación de los Estudiantes del Programa de Comunicación Social en Procesos de Investigación Formativa en la UNICAMACHO.
Cantidad de encuestados
75 personas
Cantidad de preguntas
12 cerradas
Público encuestado
Estudiantes de diversos semestres del programa de Comunicación Social de la Institución Universitaria Antonio José Camacho
Método de análisis
Análisis de información primaria cuantitativa y cualitativa

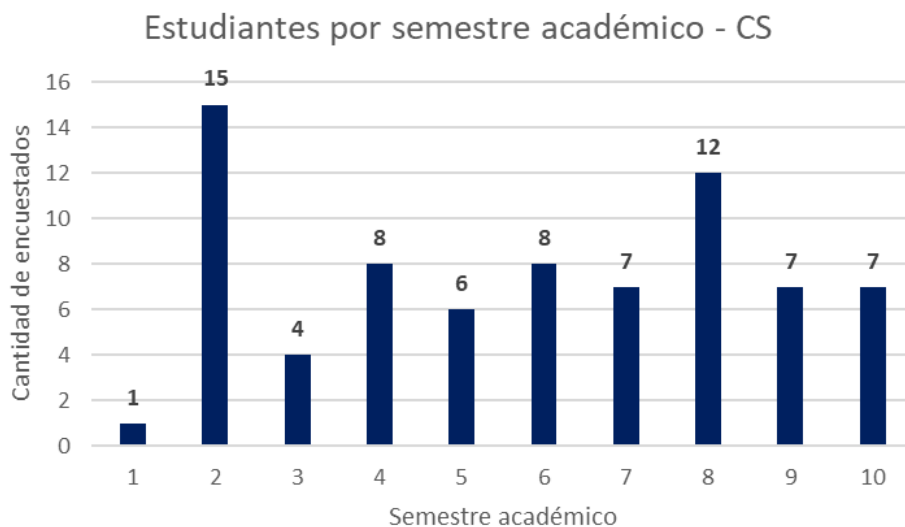
9.1.2.1. Análisis de resultados

1. ¿Qué semestre está cursando en el periodo académico actual (2023-02)?

Tabla 7. Segmentación de estudiantes encuestados por semestre académico

Semestre académico	Ponderación	Frecuencia	Frecuencia absoluta
1	1	1%	1%
2	15	20%	21%
3	4	5%	27%
4	8	11%	37%
5	6	8%	45%
6	8	11%	56%
7	7	9%	65%
8	12	16%	81%
9	7	9%	91%
10	7	9%	100%
Total	75		

Nota. Construcción propia

Figura 6. Segmentación de estudiantes encuestados por semestre académico

Nota. Construcción propia

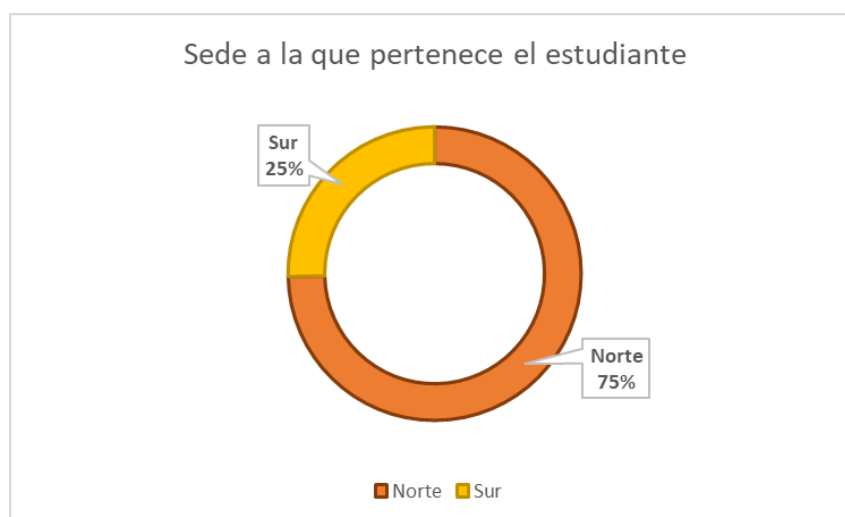
Se encontró que en el estudio participaron 75 estudiantes cuya contribución se concentra en segundo y octavo semestre, con una ponderación de 15 y 12 estudiantes, respectivamente. Este dato permite analizar la viabilidad de los canales de información existentes, así como el conocimiento que tienen con respecto a la investigación formativa.

2. Sede a la que pertenece

Tabla 8. Segmentación de estudiantes encuestados por sede

Sede	Ponderación	Frecuencia	Frecuencia absoluta
Norte	56	75%	75%
Sur	19	25%	100%
Total	75		

Nota. Construcción propia

Figura 7. Segmentación de estudiantes encuestados por sede

Nota. Construcción propia

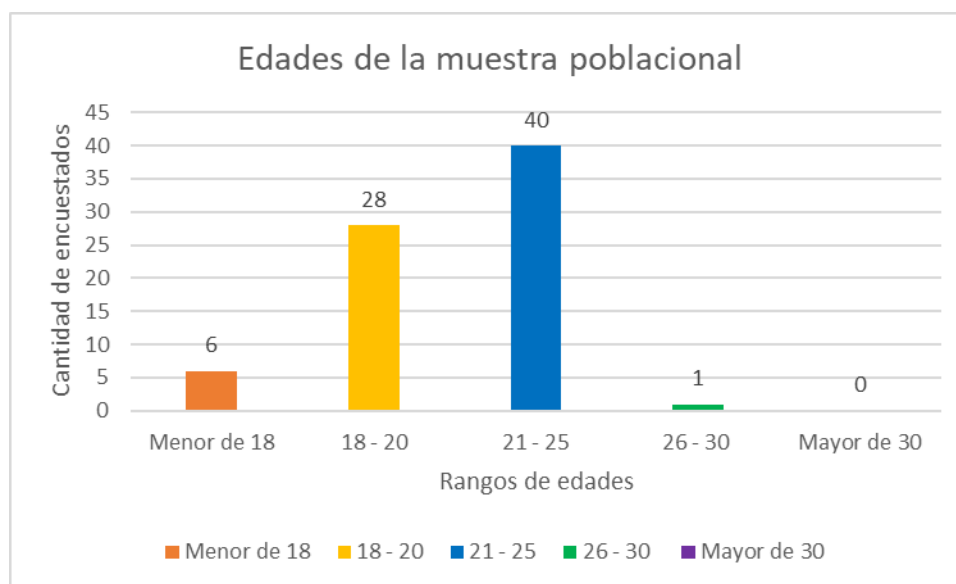
Se determinó que el 75% de los encuestados pertenecen a la sede Norte de la Institución Universitaria Antonio José Camacho, hallazgo que permite reevaluar los canales de comunicación existentes entre las dos sedes de la universidad para este tipo de procesos formativos complementarios.

3. Rango de edad

Tabla 9. Segmentación de estudiantes encuestados por edad

Rango de edades	Ponderación	Frecuencia	Frecuencia absoluta
Menor de 18	6	8%	8%
18 – 20	28	37%	45%
21 – 25	40	53%	99%
26 - 30	1	1%	100%
Mayor de 30	0	0%	100%
Total	75		

Nota. Construcción propia

Figura 8. Segmentación de estudiantes encuestados por edad

Nota. Construcción propia

En concordancia con la figura, se encontró que 40 estudiantes de 75 encuestados tienen entre 21 y 25 años, seguido de 28 que tienen de 18 a 20 años. Hallazgo que ubica a la muestra poblacional en la etapa juvenil.

4. Municipio de procedencia

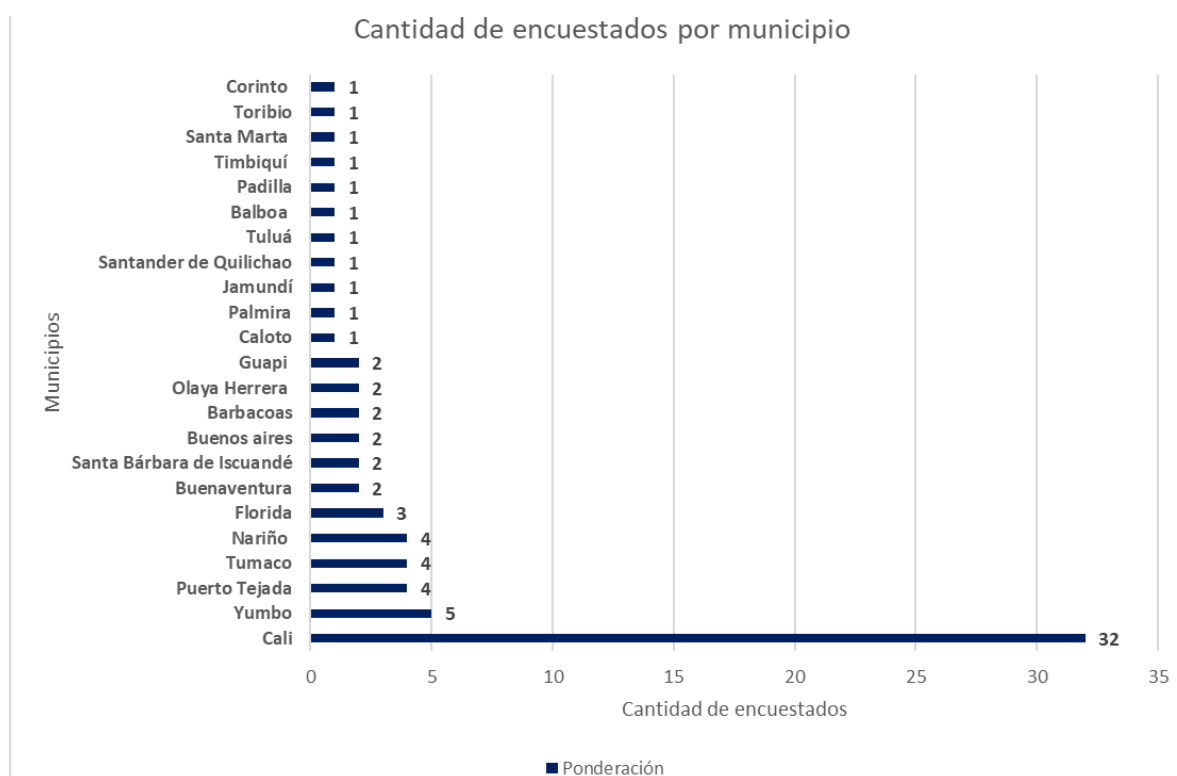
Tabla 10. Segmentación de estudiantes encuestados por municipio

Municipio	Ponderación	Frecuencia	Frecuencia absoluta
Cali	32	43%	43%
Yumbo	5	7%	49%
Puerto Tejada	4	5%	55%
Tumaco	4	5%	60%
Nariño	4	5%	65%
Florida	3	4%	69%
Buenaventura	2	3%	72%
Santa Bárbara de Iscuandé	2	3%	75%
Buenos aires	2	3%	77%
Barbacoas	2	3%	80%
Olaya Herrera	2	3%	83%
Guapi	2	3%	85%
Caloto	1	1%	87%
Palmira	1	1%	88%
Jamundí	1	1%	89%

Santander de Quilichao	1	1%	91%
Tuluá	1	1%	92%
Balboa	1	1%	93%
Padilla	1	1%	95%
Timbiquí	1	1%	96%
Santa Marta	1	1%	97%
Toribio	1	1%	99%
Corinto	1	1%	100%
Total	75		

Nota. Construcción propia

Figura 9. Segmentación de estudiantes encuestados por edad



Nota. Construcción propia

Se relaciona que la mayoría de los encuestado son oriundos de Cali (32 personas), mientras que los demás se dividen en diversos municipios a nivel nacional, teniendo como uno de los más lejanos a Santa Marta.

5. ¿Ha escuchado sobre la Investigación Formativa?

Tabla 11. Segmentación de estudiantes encuestados por conocimiento sobre investigación formativa

Conocimiento sobre investigación formativa			
Opción	Ponderación	Frecuencia	Frecuencia absoluta
SI	33	44%	44%
NO	42	56%	100%
Total	75		

Nota. Construcción propia

Figura 10. Segmentación de estudiantes encuestados por conocimiento sobre investigación formativa



Nota. Construcción propia

Se encontró que 42 estudiantes no conocen sobre la investigación formativa. Hallazgo determinante que indica el bajo impacto que han tenido las estrategias de comunicación para la promoción de procesos relacionados con la investigación formativa dentro de la Institución Universitaria Antonio José Camacho, específicamente para el programa de Comunicación Social.

6. ¿Pertenece a algún semillero de investigación?

Tabla 12. Segmentación de estudiantes encuestados por pertenecer a semillero

Pertenece a semillero de investigación			
Opción	Ponderación	Frecuencia	Frecuencia absoluta
SI	65	87%	87%
NO	10	13%	100%
Total	75		

Nota. Construcción propia

Figura 11. Segmentación de estudiantes encuestados por pertenecer a semillero

Nota. Construcción propia

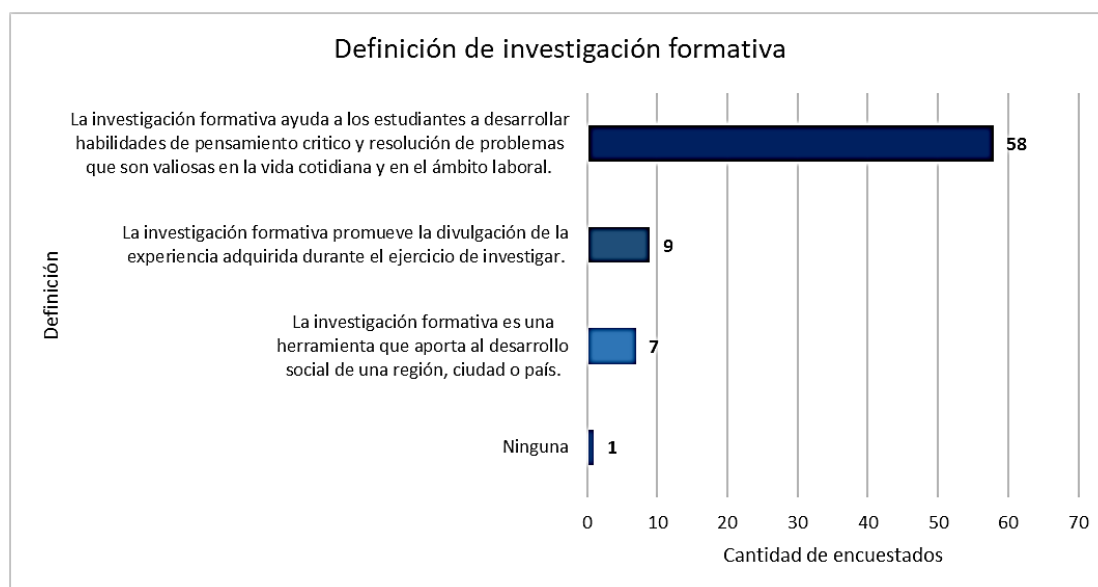
La figura anterior indica que solo 10 personas de las encuestadas pertenecen a semillero de investigación, información que denota el poco impacto que ha tenido la investigación formativa para los estudiantes de Comunicación Social de la Institución Universitaria Antonio José Camacho.

7. Definición de investigación formativa

Tabla 13. *Conocimiento sobre investigación formativa*

Definición de investigación formativa	Ponderación	Frecuencia	Frecuencia ponderada
Ninguna	1	1%	1%
La investigación formativa es una herramienta que aporta al desarrollo social de una región, ciudad o país.	7	9%	11%
La investigación formativa promueve la divulgación de la experiencia adquirida durante el ejercicio de investigar.	9	12%	23%
La investigación formativa ayuda a los estudiantes a desarrollar habilidades de pensamiento crítico y resolución de problemas que son valiosas en la vida cotidiana y en el ámbito laboral.	58	77%	100%
Total	75		

Nota. Construcción propia

Figura 12. *Conocimiento sobre investigación formativa*

Nota. Construcción propia

En la indagación para conocer la definición de investigación formativa por parte de la muestra poblacional encuestada, se encontró que para 58 estudiantes esta los ayuda a desarrollar habilidades de pensamiento crítico y resolución de problemas que son valiosas para la vida

cotidiana y en el ámbito laboral. Hallazgo que permite sustenta la investigación formativa como un medio por el cual los estudiantes pueden aprender a resolver problemáticas contextuales implementando estrategias que fortalecen sus habilidades.

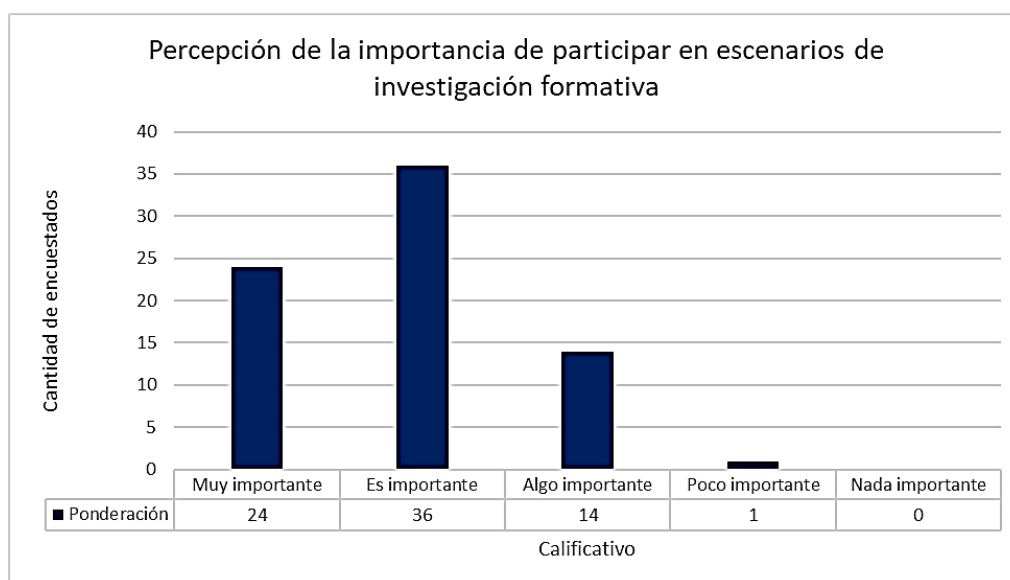
8. La investigación formativa ofrece ventajas significativas que no solo se limitan a adquirir habilidades de investigación, sino que también se traducen en un crecimiento profesional más amplio y una mejor preparación para el mercado laboral. ¿Considera que es importante participar de estos procesos?

Tabla 14. *Percepción de la importancia de participar en escenarios de investigación formativa*

Percepción	Ponderación	Frecuencia	Frecuencia ponderada
Muy importante	24	32%	32%
Es importante	36	48%	80%
Algo importante	14	19%	99%
Poco importante	1	1%	100%
Nada importante	0	0%	100%
Total	75		

Nota. Construcción propia

Figura 13. *Percepción de la importancia de participar en escenarios de investigación formativa*



Nota. Construcción propia

Se encontró que 36 estudiantes consideran que es importante la participación de escenarios de investigación formativa, seguido de muy importante por parte de 24 encuestados, lo que permite conocer el posible impacto que este proceso formativo podría generar en la comunidad académica.

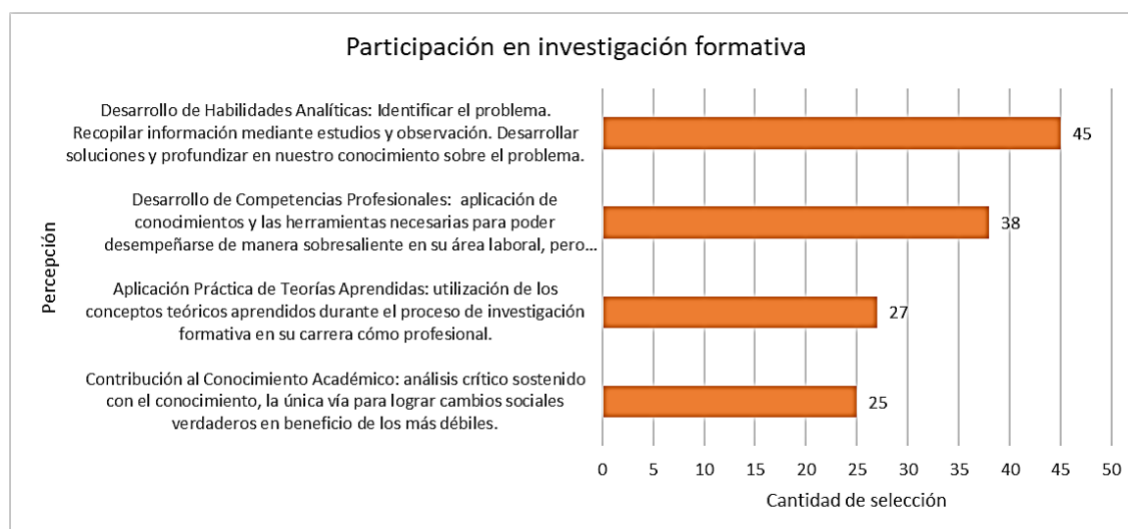
9. Si en la pregunta anterior indicó que participar en los procesos de investigación formativa es importante, por favor seleccione una o más opciones que justifiquen su respuesta:

Tabla 15. *Percepción de la participación en investigación formativa*

Definición	Contribución al Conocimiento Académico: análisis crítico sostenido con el conocimiento, la única vía para lograr cambios sociales verdaderos en beneficio de los más débiles.	Aplicación Práctica de Teorías Aprendidas: utilización de los conceptos teóricos aprendidos durante el proceso de investigación formativa en su carrera cómo profesional.	Desarrollo de Competencias Profesionales: aplicación de conocimientos y las herramientas necesarias para poder desempeñarse de manera sobresaliente en su área laboral, pero también la capacidad para llevarlo a cabo a pesar de las dificultades o contratiempos que puedan surgir.	Desarrollo de Habilidades Analíticas: Identificar el problema. Recopilar información mediante estudios y observación. Desarrollar soluciones y profundizar en nuestro conocimiento sobre el problema.
Ponderación	25	27	38	45

Nota. Construcción propia

Figura 14. *Percepción de la participación en investigación formativa*

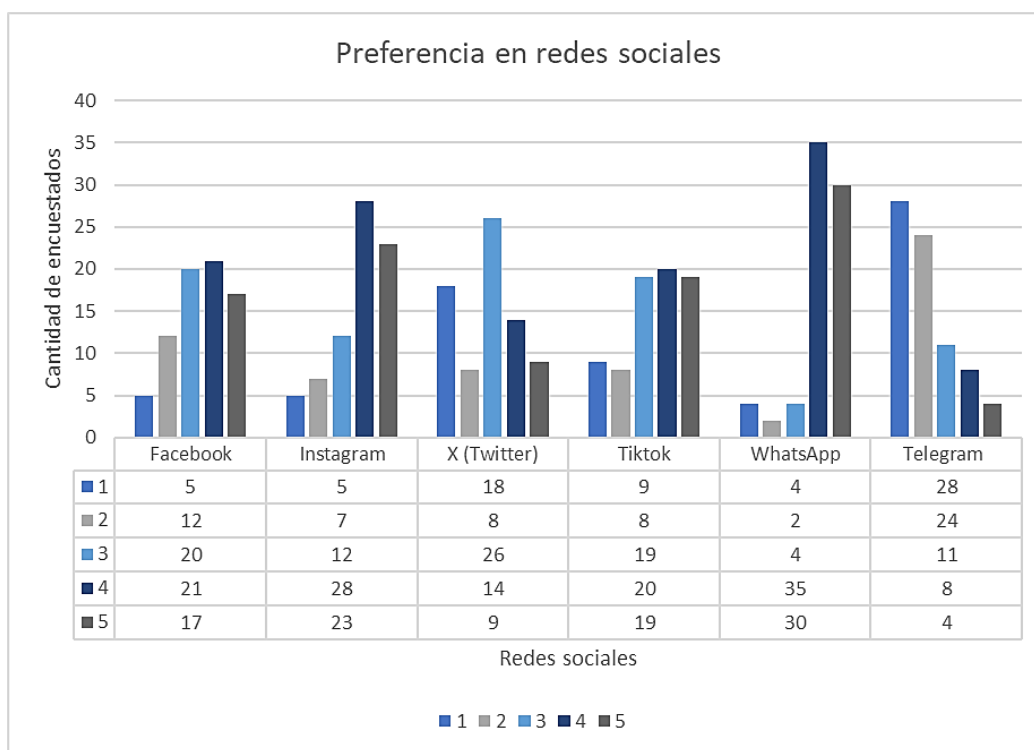


Nota. Construcción propia

De acuerdo con lo anterior, se evidencia que la importancia que tiene el participar de procesos de investigación formativa, se relacionan con el desarrollo de habilidades analíticas, debido que a través de ellas se identifica el problema, se recopila la información mediante estudios y la observación, para finalmente, desarrollar soluciones y profundizar en los conocimientos específicos del programa académico.

10. De las siguientes redes sociales asigne una valoración a cada una, siendo 1 la de menor preferencia y 5 la de mayor preferencia.

Figura 15. *Preferencia en redes sociales*



Nota. Construcción propia

En lo que respecta a la figura anterior, se encontró que de los estudiantes encuestados asignaron una preferencia de entre 3 [20 estudiantes] y 4 [21 estudiantes] para el uso de la red social Facebook. Seguido de Instagram con una valoración concentrada de 4 [28 estudiantes] y 5 [23 estudiantes] puntos. Asimismo, Twitter contó con una valoración centrada en 3 [26

estudiantes], WhatsApp con 4 y 5 puntos de preferencia en su uso correspondiendo a [35 estudiantes] y [30 estudiantes], respectivamente. Finalmente, la red social de Telegram casi no fue bien valorada para dicho ejercicio, pues las votaciones se concentraron en 1 y 2 puntos de preferencia, lo que equivale a [28 estudiantes] y [24 estudiantes], respectivamente.

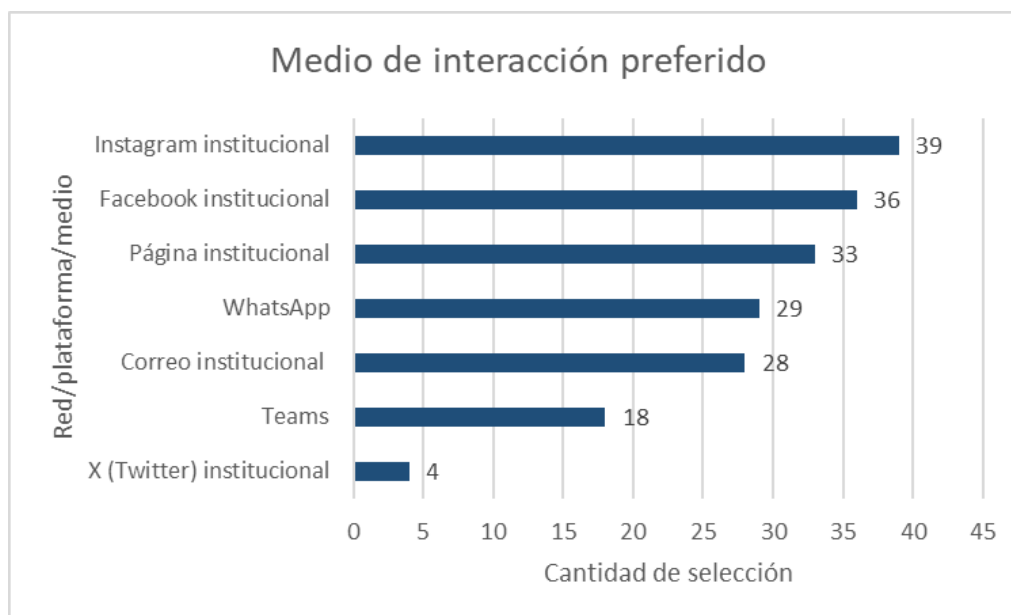
En este sentido, se puede concluir que entre las preferencias relacionadas con redes sociales se encuentra en primer lugar Whatsapp con 65 estudiantes, seguido de Instagram con 51 encuestados, Titok con 39 estudiantes relacionado, Facebook con 38 votantes y finalmente, Telegram con 12 preferencias.

11. Seleccione los canales de comunicación por los que le gustaría recibir e interactuar con información institucional relacionada con la investigación formativa como: semilleros, convocatorias, eventos, dinámicas, intercambios nacionales e internacionales, ponencias:

Tabla 16. *Medio de interacción preferido*

Medio de interacción	Ponderación	Frecuencia	Frecuencia absoluta
X (Twitter) institucional	4	2%	2%
Teams	18	10%	12%
Correo institucional	28	15%	27%
WhatsApp	29	16%	42%
Página institucional	33	18%	60%
Facebook institucional	36	19%	79%
Instagram institucional	39	21%	100%
Total	187		

Nota. Construcción propia

Figura 16. Medio de interacción preferido

Nota. Construcción propia

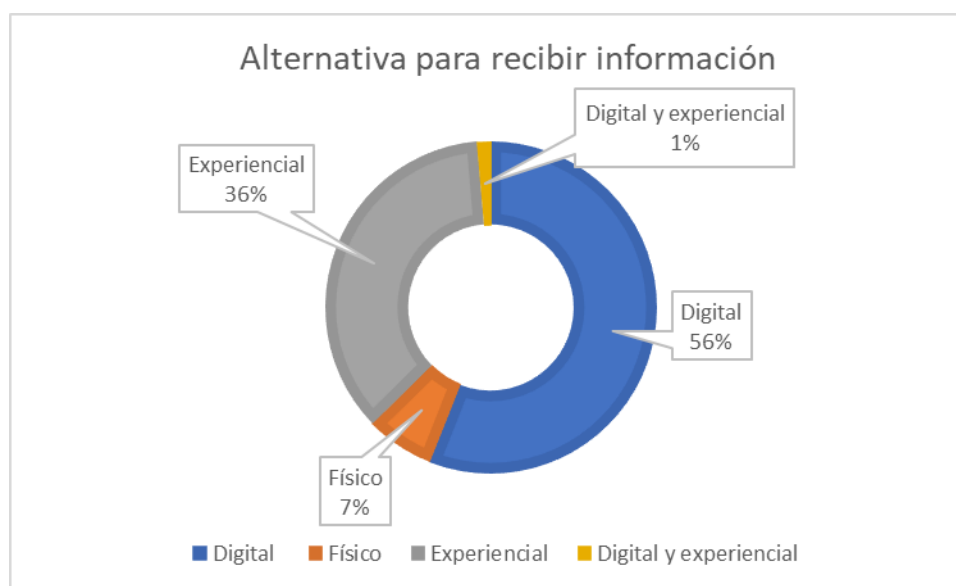
El medio de interacción preferido para la investigación formativa se encontró que los estudiantes prefieren el Instagram, Facebook y página institucional con una ponderación de 39, 36 y 33 votos respectivamente. Hallazgo que beneficia la segmentación de estrategias para la interacción entre el proceso formativo enfocado en la investigación y los estudiantes.

12. ¿Qué alternativa le resulta más atractiva para recibir información?

Tabla 17. Alternativa para recibir información

Alternativa para recibir información	Ponderación	Frecuencia	Frecuencia absoluta
Digital	42	56%	56%
Físico	5	7%	63%
Experiencial	27	36%	99%
Digital y experiencial	1	1%	100%
Total	75		

Nota. Construcción propia

Figura 17. *Alternativa para recibir información*

Nota. Construcción propia

Finalmente, entre los medios alternativos para recibir información relacionada con la investigación formativa, se concluyó con un 56% un proceso estratégico de promoción digital, seguido de tácticas relacionadas con lo experiencial.

9.1.2.2. Discusión de los hallazgos

Los resultados de la encuesta ponen de manifiesto la necesidad de mejorar los canales de comunicación sobre la investigación formativa en el programa de Comunicación Social de la UNICAMACHO. Sólo 33 de 75 estudiantes encuestados habían escuchado sobre este tema, lo que indica un importante desconocimiento. Esto se ve reflejado también en la muy baja participación en semilleros de investigación con tan sólo 10 integrantes del grupo poblacional encuestado.

Sin embargo, cuando se explica en qué consiste la investigación formativa, se obtiene una respuesta muy positiva. Un 48% de estudiantes la considera "importante" y un 32% "muy importante" para su desarrollo profesional. Entre los principales beneficios ven el desarrollo de habilidades analíticas y la profundización en conocimientos específicos de su carrera.

En cuanto a canales de comunicación, la encuesta confirma la preferencia por redes sociales como Instagram, Facebook y WhatsApp para interactuar con contenidos institucionales. Estas podrían aprovecharse mejor para difundir información sobre investigación formativa de forma segmentada y atractiva para los estudiantes.

Como estrategia alternativa, más de la mitad prefiere una promoción por plataforma digital, mientras que una experiencia presencial interactiva también genera interés en un grupo importante.

En conclusión, existe terreno fértil entre los estudiantes de Comunicación Social para impulsar más la investigación formativa mediante mejores tácticas comunicacionales, especialmente aprovechando canales digitales afines a su segmento poblacional.

9.1.3. Entrevista

A partir de las entrevistas realizadas a diversos cargos directivos de la Institución Universitaria, se procedió a identificar categorías temáticas emergentes en el discurso de cada entrevistado. En total se realizó un análisis categorial de las entrevistas del director del Programa de Comunicación Social (DPCS), el Decano Asociado de Investigaciones (DAI), la directora del Grupo Anudamientos (DGA) y la Líder del Semillero SICNO (LSS).

En la Tabla 1 se muestran las 6 categorías identificadas en la entrevista al DPCS, junto con citas textuales asociadas que evidencian y ejemplifican cada categoría. Algunos temas destacados fueron el énfasis del programa en derechos humanos y componente audiovisual, la importancia de la investigación formativa y su semillero SICNO, incentivos a la investigación desde el plan de estudios, apoyos a la movilidad investigativa, aportes al proceso profesional y aspectos a mejorar para incrementar la participación estudiantil.

En la Tabla 2 se exponen las 8 categorías halladas en el discurso del DAI, incluyendo definiciones sobre la investigación formativa, etapas de implementación, apoyo institucional,

apropiación estudiantil, impactos en el aprendizaje, desafíos, estrategias de fortalecimiento y una visión de futuro.

La Tabla 3 muestra las 5 categorías identificadas con la DGA, abarcando la línea de investigación en Imagen, Cultura y Territorio del grupo Anudamientos, sus objetivos e intereses, relevancia para estudiantes de Comunicación Social, proyectos de interés para el semillero SICNO, y la contribución de este espacio al desarrollo de competencias investigativas.

Finalmente, en la Tabla 4 se exponen las 5 categorías halladas en la entrevista a la LSS, las cuales giran en torno a las dinámicas de participación estudiantil, cantidad y medición de integrantes, requisitos para aprobar ideas de proyectos, recursos del semillero y su articulación con la línea de investigación mencionada. Todas estas tablas son compartidas a continuación.

Tabla 18. *Categorías identificadas en la entrevista al director del programa de comunicación social (DPCS)*

CATEGORÍAS	CITAS
1. Enfoque del programa de Comunicación Social	• "Su énfasis está en toda la formación de Derechos Humanos" (DPCS). • "Ahora se está fortaleciendo en el componente audiovisual, pero principalmente se centra en derechos humanos" (DPCS).
2. Importancia de la investigación formativa	• "La investigación formativa. Y pues, para eso, el programa tiene su propio semillero que se llama SICNO" (DPCS). • "Seguramente, por lo novedoso del programa, habrá muchas cosas por mejorar, pero digamos que se está aportando algo a lo que es el mandato institucional" (DPCS).
3. Incentivos a la investigación formativa en el plan de estudios	• "El programa no tenía esa concepción desde el inicio [...] en el proceso de autoevaluación con fines de renovación de programa, se pueda apostar a eso. Yo estoy de acuerdo con ella, pues sí debería incentivarse la investigación formativa desde el primer semestre." (DPCS).
4. Apoyos a la movilidad de investigación	• "Para la investigación hay un presupuesto para todo lo que tiene que ver con ello. Pero, que haya un presupuesto particular del programa o de la facultad para el semillero, entiendo que no." (DPCS).
5. Aportes de la investigación formativa al proceso profesional	• "La investigación abre puertas, es decir abre puertas que seguramente nosotros no nos dicen" (DPCS). • "Te permite relacionarte otro tipo de personas; adquieres ciertos hábitos de disciplina, lectura, y todo eso suma para la formación profesional" (DPCS).

6. Aspectos a mejorar para incrementar la participación estudiantil	• "Si seguimos hablando de investigación formativa [...] se pueden generar estrategias de comunicación diferenciadas que sepan vender todo este ejercicio de la investigación y los beneficios que lleva consigo" (DPCS).
--	---

Nota. Construcción propia

Tabla 19. Categorías identificadas en la entrevista al decano asociado de investigaciones (DAI)

CATEGORÍAS	CITAS
1. Definición de investigación formativa	• "son unos procesos de formación que llevan tanto estudiantes como docentes en el tema de investigación" (DAI). • "la investigación formativa es ir conociendo cada uno de esos elementos que permiten formalizar la investigación" (DAI).
2. Etapas de implementación de la investigación formativa	• "En los primeros semestres, busqué información; los segundos, construcción de objetivos; los terceros, formalizan en un documento y los de cuarto el desarrollo del proyecto" (DAI). • "Para mí serían las cuatro fases que están paralelo al proceso de formación del estudiante" (DAI).
3. Apoyo institucional a la investigación formativa	• "La institución tiene que pagar unas horas a los líderes de semilleros, para que acompañe, ese pago son recursos" (DAI). • "Tenemos profesores con maestría y con doctorado [...] los han conseguido por apoyos institucionales" (DAI).
4. Apropiación de la investigación formativa por parte de los estudiantes	• "Apropiarse es vivirla, vivirla, implica que yo hago los ejercicios de búsqueda de información, escritura, participación en ponencias" (DAI). • "Apropiarse es vivir con gusto lo que se está haciendo alrededor de esos ejercicios de investigación" (DAI).
5. Impacto de la investigación formativa en el aprendizaje	• "La investigación promueve el pensamiento crítico" (DAI). • "La postura del muchacho que sale o que hace un proceso de investigación es muy distinta a la postura de uno que dice es prueba de formación activa o normal" (DAI).
6. Desafíos en la implementación de la investigación formativa	• "Tenemos que garantizar que los profes conozcan de la investigación formativa, porque no tiene sentido que en el aula un profesor hable de investigación formativa cuando él nunca ha investigado" (DAI).
7. Estrategias para fortalecer la investigación formativa	• "El parque tecnológico está enfocado a recoger, cobijar esas spin-off" (DAI). • "Hacemos convocatorias internas para que se hagan los ejercicios, porque es que de qué sirve decir usted "hagamos una investigación" pero no tener los espacios para hacerla" (DAI).
8. Visión de futuro de la investigación formativa	• "Lo que veo a futuro es una institución ya fortalecida en el tema de investigación y andando en investigación de frontera, que es donde tenemos que llegar finalmente" (DAI). • "Eso va a permitir hacer una investigación de mayor calidad. Entonces desde los espacios, listo; desde la formación cada vez tenemos más doctores, cada vez tenemos más estudiantes interesados" (DAI).

Nota. Construcción propia

Tabla 20. Categorías identificadas en la entrevista a la directora del grupo anudamientos (DGA)

CATEGORÍAS	CITAS
1. Línea de investigación Imagen, Territorio y Cultura	"Imagen, cultura y territorio. Son tres, tres sublíneas de investigación. Yo particularmente, yo me las pienso anudadas, como el grupo anudada, las tres están siempre allí" (DGA). "La imagen innecesariamente nos remite a aquello de cómo, cómo nos vemos nosotros mismos. Cómo, cómo queremos ser vistos. Cómo nos vemos" (DGA).
2. Objetivos e intereses de la línea de investigación	"Estamos desarrollando un concepto que se llama memoria colectiva afirmativa [...] aquellos trazos, aquellos rasgos, aquello que cada pueblo reconoce como lo más importante de ellos, lo que los afirma positivamente" (DGA). "Acompañar procesos de transformación social [...] la participación también está allí. Es muy presente y nos interesa conocerla mucho" (DGA).
3. Relevancia para estudiantes de Comunicación Social	"Imagen, Cultura y Territorio, trabaja con comunidades vulneradas, ¿no? O sea, se están mandando derechos humanos. Imagen, Cultura y Territorio le permite, precisamente, a cualquier investigador, pensarse en una forma de acercarse a las comunidades desde estos tres ejes" (DGA). "Uno de los elementos también que atenta contra los derechos humanos [...] donde predomina la pulsión de muerte" (DGA).
4. Proyectos de interés para semillero SICNO	"Se está estudiando también los factores que inciden en los asuntos de deserción [...] ¿Cuáles son los factores significativos en el sector público?" (DGA). "También estamos trabajando [...] cómo empoderar [...] Todos estos procesos de empoderamiento de los estudiantes y cómo ellos [...] Cómo operan esa memoria cultural" (DGA).
5. Contribución del semillero SICNO	"El estudiante aprende a escribir también. Aprende a leer. Y después aprende con el investigador a diseñar los instrumentos para recolectar los datos. Aprende a recogerlos en terreno. Y luego a procesarlos" (DGA). "Tienen una formación amplia [...] en estos procesos ha aprendido mucho y viajan" (DGA).

Nota. Construcción propia

Tabla 21. Categorías identificadas en la entrevista a la líder del semillero SICNO (LSS)

CATEGORÍAS	CITAS
1. Dinámicas de participación de estudiantes en el semillero	"La esencia de ser semillerista, es participar directamente e involucrarse activamente dentro de proyectos" (LSS). "Ellos han podido ya entrar a hacer pequeños ejercicios dentro de lo que es la formación en investigación" (LSS).
2. Número de estudiantes y medición de participación	"Hay un promedio de 25 estudiantes que están activos dentro del semillero" (LSS). "Lo medimos por el grado de interés, el grado de participación" (LSS).
3. Requisitos para aprobar ideas de proyectos	"Si un estudiante llega con una idea es fabulosos, porque es uno de los frentes en los cuales un semillerista o un estudiante de comunicación puede abordar" (LSS).

4. Recursos del semillero para apoyar proyectos	• "Los recursos con los que cuenta el semillero, pues digamos que a nivel económico son los viáticos; los subsidios que se les pueden brindar para alimentación, transporte" (LSS). • "Van sumando a las certificaciones que luego el líder del semillero les otorga por una participación" (LSS).
5. Articulación del semillero con la línea de investigación Imagen, Territorio y Cultura	• "La imagen, la cultura y territorio tienen sí o sí que ver con procesos de comunicación entonces digamos que estamos estrechamente trabajando con lo que es la línea" (LSS). • "Uno de los temas que trabajamos en el último proyecto fue estrategias formativas de comunicación sí dentro de un territorio concreto" (LSS).

Nota. Construcción propia

Después de categorizar cada entrevista, se dio paso al desarrollo de la Tabla 5, un resumen que abarca las 7 categorías clave derivadas de las 4 entrevistas. Estas categorías agrupan descubrimientos relevantes sobre la investigación formativa, su relación con grupos institucionales de investigación, el crecimiento de habilidades investigativas en estudiantes, desafíos en este ámbito, recursos ofrecidos, y la motivación del estudiantado en espacios como semilleros. Esta tabla exhibe las categorías identificadas, producto del análisis y amalgama de los datos extraídos en las entrevistas lo cual se puede observar a continuación.

Tabla 22. *Categorías identificadas en base a las 4 entrevistas realizadas a cargos directivos*

CATEGORÍAS	CITAS
1. Conceptualización de la investigación formativa	• "Son unos procesos de formación que llevan tanto estudiantes como docentes en el tema de investigación" (DAI). • "La investigación formativa es ir conociendo cada uno de esos elementos que permiten formalizar la investigación" (DAI). • "Es una cuestión transversal, o sea, no solamente que el programa sea nuevo, que lo es, sino que es una apuesta de la universidad, la investigación formativa" (DPCS).
2. Implementación y promoción de la investigación formativa	• "La investigación formativa debe tener un inicio y un final; y ese final tiene que estar asociado con la respuesta a esa pregunta problema que usted se trazó al comienzo" (DAI). • "Si seguimos hablando de investigación formativa [...] se pueden generar estrategias de comunicación diferenciadas que sepan vender todo este ejercicio de la investigación y los beneficios que lleva consigo" (DPCS). • "El estudiante aprende a escribir también. Aprende a leer. Y después aprende con el investigador a diseñar los instrumentos para recolectar los datos. Aprende a recogerlos en terreno. Y luego a procesarlos" (DGA).

3. Articulación con líneas y grupos de investigación	• "El semillero no tiene una línea distinta [...] hemos querido por lo también por lo pobres que somos hemos querido entrenarnos más a la línea el grupo de investigación que también se está consolidando y el cual nosotros hemos podido hacer digamos grandes aportes también a ese" (LSS). • "Uno de los temas que trabajamos en el último proyecto fue estrategias formativas de comunicación sí dentro de un territorio concreto" (LSS). • "Imagen, Cultura y Territorio le permite, precisamente, a cualquier investigador, pensarse en una forma de acercarse a las comunidades desde estos tres ejes" (DGA).
4. Desarrollo de habilidades investigativas en estudiantes	• "La investigación promueve el pensamiento crítico" (DAI). • "Ellos han podido ya entrar a hacer pequeños ejercicios dentro de lo que es la formación en investigación" (LSS). • "Te permite relacionarte otro tipo de personas; adquieres ciertos hábitos de disciplina, lectura, y todo eso suma para la formación profesional" (DPCS).
5. Retos y dificultades en la investigación formativa	• "Tenemos que garantizar que los profes conozcan de la investigación formativa, porque no tiene sentido que en el aula un profesor hable de investigación formativa cuando él nunca ha investigado" (DAI). • "Seguramente, por lo novedoso del programa, habrá muchas cosas por mejorar" (DPCS).
6. Recursos y apoyos institucionales	• "La institución tiene que pagar unas horas a los líderes de semilleros, para que acompañe, ese pago son recursos" (DAI). • "Para la investigación hay un presupuesto para todo lo que tiene que ver con ello" (DPCS).
7. Motivación y participación estudiantil	• "No todos los estudiantes van a ser investigadores" (DAI). • "Los estudiantes vean la investigación como una oportunidad y no como una obligación" (DPCS).

Nota. Construcción propia

Mediante un proceso de triangulación de la información recabada, fue posible determinar conceptos y temas transversales que aparecieron de forma reiterada en el discurso de los diferentes actores institucionales consultados. En total emergieron 7 categorías integradoras, las cuales se orientan a sintetizar y unificar los hallazgos más destacados respecto a la investigación formativa y su implementación en la Institución de Educación Superior analizada.

A nivel descriptivo, estas categorías abarcan conceptos como la definición e implementación de la investigación formativa, su articulación y alineación con líneas y grupos consolidados de investigación, la contribución a la adquisición de habilidades investigativas en los y las estudiantes, los retos y dificultades que enfrenta este tipo de formación, los recursos y apoyos

institucionales disponibles, así como factores motivacionales y de participación del estudiantado en iniciativas de investigación formativa.

A nivel interpretativo, los resultados sugieren la existencia de una política institucional que busca transversalizar e incentivar la investigación formativa, concibiéndola como un proceso que acompaña la formación profesional e impacta de manera integral las competencias y habilidades de los y las futuras egresados (as). Asimismo, se percibe una apuesta por alinear estas actividades con líneas y grupos de investigación existentes, brindando espacios y recursos para su concreción, así como un interés por motivar y mantener una participación estudiantil activa que se apropie de estos procesos. No obstante, también se reconocen dificultades y retos asociados a la novedad de estas iniciativas y a la necesidad de una mayor preparación docente en materias de formación investigativa.

9.1.4. Benchmarking

A continuación, se expone el análisis comparativo respecto a cómo se aplica la investigación formativa en otras 6 instituciones de educación superior que cuentan con el programa de Comunicación Social en la ciudad de Cali: Universidad Autónoma de Occidente; Universidad Santiago de Cali; Pontificia Universidad Javeriana; Universidad del Valle; Fundación Universitaria Católica; Universidad ICESI. A través de este enfoque, se busca identificar oportunidades de mejora, optimizar procesos y alcanzar mayores estándares de desempeño; así pues, se tuvieron en cuenta criterios para delimitar la información: años de vigencia del programa de CS, grupos de investigación, categoría, líneas de investigación, áreas de conocimiento, semilleros de investigación, eventos académicos, medios de divulgación científica y redes sociales. Este proceso ofrece una visión que nutre el desarrollo de una estrategia de comunicación eficiente.

Tabla 23. *Universidad Autónoma de Occidente*

	Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales Programa: Comunicación Social y Periodismo
Años de Vigencia del Programa	37
Grupos de Investigación	
Grupo de Investigación	Grupo de Investigación en Comunicación: busca comprender el entramado comunicativo de prácticas culturales situadas y diversas. Se destacan los estudios que abordan la comunicación como mediación en el ejercicio diario de construir nuestros mundos personales y colectivos.
Categoría	B
Líneas de Investigación	• Comunicación, sociedad y cultura. • Resolución de problemas. • Resolución de problemas ambientales.
Áreas de Conocimiento	• Ciencias sociales. • Periodismo y comunicaciones.
Grupo de Investigación	Grupo de investigación en Comunicación y Cambio Social: Inicia sus actividades con el proyecto ‘Inforcauca’ que, resultó de una alianza entre la Universidad Autónoma de Occidente y el Centro Internacional de Agricultura Tropical, CIAT, en el que participaron como donantes el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo, CIID, Canadá y la Fundación Rockefeller.
Categoría	B
Líneas de Investigación	• Comunicación, educación y tecnología. • Comunicación, vulnerabilidad e inclusión social.
Áreas de Conocimiento	• Ciencias sociales. • Periodismo y comunicaciones.
Grupo de Investigación	Grupo de investigación en Gestión del Conocimiento y Sociedad de la Información: busca generar conocimiento a través de procesos investigativos y redes de información, fundamentados en la Sociedad de la Información y del Conocimiento, SIC, y de la comunicación en las organizaciones para la innovación, el desarrollo tecnológico y la transformación social, desde las interacciones sociales y las Tecnologías de la Información y la Comunicación, TIC, a fin de aportar a la región en la

	transformación de situaciones que propicien impactos en los entornos educativo, económico, salud, ambiental, cultural, político, jurídico, social.
Categoría	A
Líneas de Investigación	• Educación superior en la sociedad del conocimiento. • Organización, comunicación, prospectiva e innovación en la sociedad del conocimiento. • Periodismo en la sociedad del conocimiento.
Áreas de Conocimiento	• Ciencias Sociales
Semilleros de Investigación	
Semillero	SICODEHU – Semillero de Investigación en Comunicación - Organizaciones y Desarrollo Humano
Objetivo	Diseñar estrategias digitales de comunicación para algunas Pymes y Micro pymes del sur de la ciudad de Santiago de Cali, periodo Agosto – Diciembre 2023 y Febrero – Junio – 2024
Grupo de Investigación	• Comunicación y Sociedad del Conocimiento
Áreas de la Ciencia	Ciencias Sociales
Objetivo Socioeconómico	Cultura, ocio, religión y medios de comunicación
Semillero	JATARI
Objetivo	Realizar proyectos de investigación que propendan por apuestas comunicacionales que mejoren las capacidades de expresión oral de los participantes y docentes del Semillero JATARI
Grupo de Investigación	• Comunicación, Cambio Social y Sostenibilidad
Áreas de la Ciencia	Ciencias Sociales
Objetivo Socioeconómico	Cultura, ocio, religión y medios de comunicación
Semillero	Investigación en Realización Documental
Objetivo	Generar una estrategia comunicativa para propiciar la interacción con los conocimientos tradicionales de la comunidad del páramo Chili-Barragán que posibilite la participación de las nuevas generaciones del territorio paramuno en la apropiación social del conocimiento de su comunidad y en el fortalecimiento del sentido de pertenencia que salvaguarde al páramo de su extinción como ecosistema y como socio ecosistema.
Grupo de Investigación	Comunicación y Sociedad del Conocimiento
Áreas de la Ciencia	Ciencias Sociales

Objetivo Socioeconómico	Cultura, ocio, religión y medios de comunicación
Semillero	TRAJES -Transiciones Justas en Energía y Sostenibilidad
Objetivo	Diseñar estrategias y actividades con perspectiva de género en el contexto de transiciones energéticas con justicia social y ambiental dirigidos a difundir los resultados del proyecto “Mujeres Rurales y Transición Energética: oportunidades y desafíos para el emprendimiento de comunidades energéticas en Jamundí”
Grupo de Investigación	Comunicación y Sociedad del Conocimiento
Áreas de la Ciencia	Ciencias Sociales
Objetivo Socioeconómico	Energía
Semillero	Narrativa y Periodismo Digital
Objetivo	Diseñar proyectos de narrativas digitales concebidos de manera estratégica, a partir de objetivos de comunicación y/o cambio social y bajo la premisa imperativa de trabajar la interactividad.
Grupo de Investigación	Comunicación y Sociedad del Conocimiento
Áreas de la Ciencia	Ciencias Sociales
Objetivo Socioeconómico	Cultura, ocio, religión y medios de comunicación
Eventos Académicos	
Eventos Académicos	I Encuentro Institucional de Semilleros de Investigación, Creación e Innovación 2022 – 2023
Divulgación Científica	
Ciencia Pa Vos Podcast	Pensado para conocer el valor de las ideas, a quién le pertenecen y cómo se pueden obtener beneficios económicos gracias a estas.
Revista de Divulgación VII&E	Sinopsis: Desde la Vicerrectoría de Investigaciones, innovación y Emprendimiento con el apoyo del Departamento de Comunicaciones y el Centro Producción de Medios, se han creado diversas iniciativas tales como Ciencia pa’ vos y Ciencia al Campus, entre otras, que permiten divulgar el conocimiento de manera asertiva, con un lenguaje común y para un público amplio que posibilitan destacar no solo información robusta, sino también el contexto en el marco en el cual se crean escenarios de ciencia.
Redes Sociales	
Exclusivas para la Investigación Formativa	Ninguna

Vive la UAO	Con perfil en Instagram y Facebook, comparte información de interés estudiantil, entre ella, investigación formativa: eventos, premiación, etc. Sin embargo, no es su objetivo principal.
--------------------	---

Nota. Construcción propia

Tabla 24. *Universidad Santiago de Cali*

	Facultad de Humanidades y Artes Programa: Comunicación Social y Periodismo
Años de Vigencia del Programa	28
Grupos de Investigación	
Grupo de Investigación	GICOVI (Grupo de investigación en Comunicación y Violencia)
Categoría	A1 de Colciencias
Líneas de Investigación	• Análisis y producción de medios • Comunicación y educación • Comunicación, desarrollo y organizaciones • Comunicación y violencia
Grupo de Investigación	GICOMPU (Grupo de investigación en comunicación y publicidad)
Categoría	D de Colciencias
Líneas de Investigación	• Análisis y producción de medios • Comunicación y educación • Comunicación, desarrollo y organizaciones • Comunicación y violencia
Grupo de Investigación	Humanidades Y Universidad
Categoría	C de Colciencias
Líneas de Investigación	• Enseñanza de las humanidades. Humanidades y currículo • Tendencias de las humanidades en el mundo contemporáneo
Grupo de Investigación	GRISTESO (Grupo de Investigación de Ciencia, tecnología y sociedad)
Categoría	Registrado en Colciencias

Líneas de Investigación	• Ciencia, tecnología y sociedad
Semilleros de Investigación	
Semilleros	• TEXXIDOS • CINEDAD • Comunicación en las Organizaciones • Hermenautas
Eventos Académicos	
Eventos Académicos	Los Mejores de Extensión e Investigación Soy Semilla
Divulgación Científica	
Boletín	Boletín Investigativo USC
Redes Sociales	
Exclusivas para la Investigación Formativa	Ninguna
Universidad Santiago de Cali	Perfil en Instagram y Facebook para información general. Sin embargo, respecto a la investigación formativa hay poco registro.

Nota. Construcción propia

Tabla 25. Pontificia Universidad Javeriana

	Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales Programa: Comunicación Social
Años de Vigencia del Programa	18
Grupos de Investigación	
Grupo de Investigación	Comunicación y Lenguajes: Este grupo busca generar reflexión, producción y difusión de conocimiento en torno a procesos y medios de comunicación en diferentes contextos y ámbitos de los niveles regional, nacional e internacional.
Categoría	A1
Líneas de Investigación	• Comunicación en las organizaciones • Comunicación, Ciudad y Territorios • Comunicación, Participación e Identidades • Estudios Ciber culturales • Estudios del Lenguaje

Áreas de Conocimiento	• Ciencias Sociales • Periodismo y Comunicaciones • Medios y Comunicación Social
Semilleros de Investigación	
Semilleros	• Audiencias Digitales • Diálogo de Saberes y Estéticas • Derecho a la Comunicación
Eventos Académicos	
Eventos Académicos	• Congreso La Investigación • Exposemilleros
Divulgación Científica	
Pesquisa	Pesquisa Javeriana es hoy un medio multiplataforma de divulgación científica y tecnológica producido por la Pontificia Universidad Javeriana desde 2007. A través de artículos periodísticos principalmente, da a conocer a la opinión pública los resultados, procesos, análisis, reflexiones y debates derivados de la investigación científica y tecnológica, de la creación artística y de la innovación que desarrolla la comunidad académica vinculada a la Universidad. Además, organiza talleres, genera conversación a través de las redes sociales, brinda análisis de coyunturas que tienen voz desde la academia, así como especiales multimedia que, desde el ejercicio periodístico, abordan tópicos de interés nacional, y se convierten en insumos para la estructuración y generación de políticas públicas.
Revista de Divulgación VII&E	Sinopsis: Desde la Vicerrectoría de Investigaciones, innovación y Emprendimiento con el apoyo del Departamento de Comunicaciones y el Centro Producción de Medios, se han creado diversas iniciativas tales como Ciencia pa' vos y Ciencia al Campus, entre otras, que permiten divulgar el conocimiento de manera asertiva, con un lenguaje común y para un público amplio que posibilitan destacar no solo información robusta, sino también el contexto en el marco en el cual se crean escenarios de ciencia.
Redes Sociales	
Exclusivas para la Investigación Formativa	Ninguna
Universidad Javeriana Cali	Perfil en Instagram y Facebook para información general. Sin embargo, respecto a la investigación formativa hay poco registro.

Nota. Construcción propia

Tabla 26. *Universidad del Valle*

	Escuela de Comunicación Social Programa: Comunicación Social y Periodismo
Años de Vigencia del Programa	48
Grupos de Investigación	
Grupo de Investigación	CALIGARI: El objetivo de este grupo de investigación es fortalecer la formación académica de los docentes del área de Audiovisuales de la Escuela de Comunicación Social y, en consecuencia, avanzar a mediano y largo plazo en nuevos desarrollos para esta Unidad Académica.
Categoría	C
Líneas de Investigación	• Evolución en la producción y realización del cine en Colombia. • El documental como instrumento transformador. • El cine de no-ficción en Colombia frente al resto del mundo. • Formación de Profesionales en el área Audiovisual. • Nuevas Tecnologías Audiovisuales. • Industria Audiovisual. • Comunicación Digital. • Cine y Sociedad.
Grupo de Investigación	Grupo NEXUS - Investigación y Creación en Periodismo, Movilización Social y Culturas Escrituras: centrado en el análisis y producción en periodismo, parte de una noción de información no datacéntrica desde la cual se han examinado las fronteras entre periodismo, publicidad, entretenimiento y usos sociales de la información.
Categoría	NO aplica
Líneas de Investigación	• Periodismo contemporáneo • Cultura escrita, conocimiento y tecnocultura • Comunicación, organizaciones sociales y movilización social

Grupo de Investigación	Palo de Mango: la formación del grupo es el resultado de un acuerdo establecido entre los integrantes a partir de sus trayectorias académicas individuales en las que se destacan las investigaciones sobre cultura y música popular como una de las áreas desarrolladas por cada uno de los docentes de manera independiente. Teniendo en cuenta los ejes comunes, las convergencias conceptuales y el objeto del conocimiento compartido (las “músicas negras” de América Latina y el Caribe), los integrantes han decidido aunar esfuerzos para continuar desarrollando esta área de suma importancia en los estudios culturales contemporáneos.
Categoría	NO aplica
Líneas de Investigación	• El estudio de los diferentes géneros musicales derivados de la diáspora, sus fusiones y transformaciones propiciadas por la industria, el mercado y otras determinaciones históricas. • El análisis de los procesos de producción musical mediados por las tecnologías de comunicación e información en el ámbito de las industrias culturales. • La descripción explicativa de los procesos de recepción y consumo musical socialmente diferenciados considerando las mediaciones tecnológicas y otras mediaciones sociales (género, clase, raza, edad o pertenencia generacional). • El análisis de los procesos de producción musical que ocurren al margen de la industria discográfica y el mercado. • Las articulaciones entre culturas musicales y acción política a través de movimientos sociales, formas de resistencia local u otras prácticas que expresen formas de cultura política o relaciones entre política, música y cultura.
Semilleros de Investigación	
No se encuentra evidencia en ninguna de las plataformas de la universidad	
Eventos Académicos	
Eventos Académicos	Simposio de Investigaciones en Salud
Divulgación Científica	
Revista de Ciencias	Es una publicación multidisciplinaria revisada por pares, dedicada a la publicación de investigaciones en todas las disciplinas de la tecnología y de las ciencias naturales y exactas, en función de su originalidad, accesibilidad, importancia, interés interdisciplinario y conclusiones destacadas.
	Es una revista semestral editada por la Dirección de Investigaciones y Posgrados de la Facultad de Artes Integradas de la Universidad del Valle.

Nexus	Con una trayectoria de diecisiete años, su objetivo principal es publicar artículos de investigación empírica y teórica sobre comunicación social, diseño, artes escénicas y visuales, música y arquitectura, siendo un reflejo de las unidades académicas que conforman la facultad a la cual está adscrita. La revista también busca ser una plataforma de difusión para investigaciones y reflexiones sobre procesos culturales contemporáneos, incluidos estudios sobre artes, tecnologías y medios, y sus implicaciones políticas, económicas y sociales.
Redes Sociales	
Exclusivas para la Investigación Formativa	Ninguna
Universidad del Valle	Perfil en Instagram y Facebook para información general. Sin embargo, respecto a la investigación formativa hay poco registro.

Nota. Construcción propia

Tabla 27. *Fundación Universitaria Católica*

	Facultad de Ciencias Sociales y Políticas Programa: Comunicación Social y Periodismo
Años de Vigencia del Programa	5
Grupos de Investigación	
Grupo de Investigación	Lumen Humanitas: es un grupo de investigación conformado por: Comunicación Social/Periodismo y Trabajo social, programas adscritos a la Facultad de Derecho, Ciencias Sociales y Políticas de Unicatólica, su línea de investigación se caracteriza por transformar la condición humana mediante el desarrollo, en campos como la comunicación, el buen vivir, desarrollo local, bienestar social, organización, participación social y derechos humanos.
Categoría	C
Líneas de Investigación	• COMUNICACIÓN Y PERIODISMO EN EL SIGLO XXI. Sublíneas: – Comunicación y Buen Vivir – Periodismo, Nuevo Periodismo y Nuevas Narrativas Periodísticas. • POLÍTICAS Y SOCIEDAD. Sublíneas: – Desarrollo Local y Bienestar Social – Organización y Participación Social, Comunitaria, Política y Ciudadana; Género y Familia; Sujetos y Acciones Sociales.

	• PROBLEMAS JURÍDICOS CONTEMPORÁNEOS. Sublíneas: – Derechos Humanos y Derecho Internacional Humanitario. – Biotecnología, Ética, Recursos Naturales y Derecho; Poder, Justicia, Mercado Sociedad; Problemas Jurídicos Contemporáneos. • SUBJETIVIDADES Y LAZO SOCIAL. Sub líneas: – Estado, Poder y Conflicto Social; Evaluación Psicológica y Desarrollo Humano.
Semilleros de Investigación	
Semilleros	• VOCES • Comunicación para el Cambio Social
Eventos Académicos	
Eventos Académicos	Encuentro Interno de Grupos de Investigación UNICATÓLICA
Divulgación Científica	
Semillas del Saber	La Revista Semillas del saber, está dirigida especialmente a docentes orientadores de semilleros y de investigación formativa. Así mismo a estudiantes integrantes de semilleros de investigación, en procesos de trabajo de grado, y participantes de asignaturas de investigación formativa.
Lumen Gentium	La Revista Lumen Gentium es una publicación científica de periodicidad semestral. Hace un aporte a la comprensión y resolución de la problemática social desde la acción investigativa de docentes, investigadores y comunidad académica, tanto nacional e internacional. Sus áreas de interés son la economía, las ciencias sociales, el ser, la naturaleza y la ingeniería.
Redes Sociales	
Exclusivas para la Investigación Formativa	Ninguna
UNICATÓLICA	Con perfil en Instagram y Facebook, comparte información de interés estudiantil, entre ella, investigación formativa: eventos, premiación, etc. Sin embargo, no es su objetivo principal.

Nota. Construcción propia

Tabla 28. Universidad ICESI

	Facultad de Ciencias Humanas Programa: Comunicación con Enfoque Digital
Años de Vigencia del Programa	4
Grupos de Investigación	

Grupo de Investigación	No se registran grupos de investigación relacionados con la facultad o con el programa
Semilleros de Investigación	
Semilleros Facultad	• Didáctica de la literatura • semillero de narrativa • Semillero de Clínica • Semillero Violeta: Violencias, género y sexualidad • Semillero Género, Política y Espacio Público • Estudios afrodiáspóricos • NEURONART • Bases neurobiológicas de afectividad y sociabilidad humana • Psicología de la Música • Semillero de experimentación en narrativas sonoras • Semillero de Investigación en Ciencia, Tecnología y Sociedad • Valle Visible • Derecho y transformación digital
Eventos Académicos	
Eventos Académicos	Investigación con Impacto – Jornada de Divulgación de la Investigación en ICESI
Divulgación Científica	
Revista CS	Tiene como objetivo principal difundir la investigación en ciencias sociales y humanidades sobre problemas contemporáneos e históricos de América Latina y el Caribe.
Trans-Pasando Fronteras	Es una revista estudiantil semestral que publica artículos inéditos, relevantes y arbitrados doble ciego. Su objetivo principal es generar un espacio de reflexión, análisis, discusión e información sobre fenómenos sociales coyunturales desde una perspectiva transdisciplinar; por tanto, sus convocatorias buscan que sean abordadas por distintas disciplinas asociadas a las ciencias sociales. Además, busca fomentar el desarrollo redes de intercambio de conocimientos y experiencias del orden nacional e internacional. La revista está dirigida a estudiantes, investigadores y profesionales interesados en contribuir al análisis de la complejidad social desde una mirada transdisciplinar.
Redes Sociales	
Exclusivas para la Investigación Formativa	Ninguna

Universidad ICESI	Perfil en Instagram y Facebook para información general. Sin embargo, respecto a la investigación formativa hay muy poco registro.
------------------------------	--

Nota. Construcción propia

El desarrollo del benchmarking responde al tercer objetivo de esta investigación que se direcciona a realizar un análisis comparativo de las características de la investigación formativa en programas de Comunicación Social de algunas instituciones de educación superior a nivel local.

Durante el proceso se pudieron evidenciar varios aspectos, para iniciar, de las 6 universidades de Cali que ofrecen el programa de Comunicación Social, 2 cuentan con menos de 10 años de vigencia en el mismo (UniCatólica: 5 años, Universidad ICESI: 4 años). Esto hace que el análisis parta de la misma condición de la UNICAMACHO, pues en las tres instituciones el programa está en crecimiento y, por lo tanto, sus bases investigativas también. Ahora bien, la UniCatólica tiene el grupo de investigación Lumen Humanitas el cual está conformado por Comunicación Social, Trabajo Social y otros programas que corresponden a la facultad de Derecho y Ciencias Sociales y Políticas; en este grupo las líneas de investigación fueron diseñadas teniendo en cuenta cada área profesional, en el caso de C.S. es: COMUNICACIÓN Y PERIODISMO EN EL SIGLO XXI. Sublíneas: – Comunicación y Buen Vivir – Periodismo, Nuevo Periodismo y Nuevas Narrativas Periodísticas. Esta característica aporta a este trabajo puesto que la investigación formativa sugiere también la colaboración entre diferentes programas académicos y es un punto clave que debe tenerse en cuenta en el diseño de una estrategia de comunicación que incentive la participación de los estudiantes de Comunicación Social en la investigación formativa. En el caso de la Universidad ICESI, no se encontró registro de grupos de investigación, pero sí de semilleros que no corresponden directamente al programa de C.S. sino a la facultad y en los que los estudiantes de C.S. pueden participar, aquí se puede apreciar, nuevamente, que la investigación formativa goza de posibilidades en las que diferentes campos profesionales se articulan en un

proceso de enseñanza - aprendizaje que puede impactar diferentes contextos de la sociedad en pro de su desarrollo. Si bien la UNICAMACHO fomenta la participación de los estudiantes en semilleros, proyectos de investigación, etc, de diferentes programas, es necesario fortalecer este aspecto, en este caso, en los estudiantes de Comunicación Social de modo que se puedan afianzar sus habilidades investigativas, pero también dar visibilidad a los resultados de esas colaboraciones.

Ahora, las universidades que ofertan el programa de Comunicación Social con una trayectoria entre los 18 y 48 años como la Autónoma de Occidente, USC, Javeriana y Universidad del Valle, demuestran una estructura investigativa bastante sólida, pues una característica en común es que cuentan con grupos de investigación que buscan generar cambios sociales desde el campo de la Comunicación, de modo que C.S. no se adapta principalmente a los objetivos investigativos de otros programas de las instituciones sino que desde su propia área se fortalece la investigación y se busca dar solución a problemáticas sociales. En este punto se destaca la importancia de que los estudiantes de C.S. reconozcan su capacidad de transformación en el ámbito real; sin embargo, para que esto suceda son necesarias alternativas de investigación formativa en la que ellos puedan desenvolverse desde sus conocimientos y que esto los lleve a la construcción de nuevos mundos no solo personales sino también colectivos. Respecto a las líneas de investigación, coinciden en comunicación, sociedad y cultura, innovación y desarrollo tecnológico, así como en el caso del grupo de investigación ANUDAMIENTOS de la UNICAMACHO y al que pertenece el programa de Comunicación Social, hay un interés en promover aportes en la resolución de conflictos sociales contemporáneos desde el área de conocimiento. En el caso de los semilleros, a excepción de la Universidad del Valle, cuentan con varios en los que se hace énfasis en las diversas áreas de la comunicación como lo audiovisual, lo corporativo, la redacción, etc., esto facilita que los estudiantes elijan el grupo que mejor se adapte

a sus preferencias profesionales y así afianzar sus habilidades al mismo tiempo que contribuye a la construcción – transformación de su entorno desde la investigación formativa.

Una forma en la que estas universidades incentivan la investigación formativa en los estudiantes es a través de eventos académicos, la UAO realizó el I Encuentro Institucional de Semilleros de Investigación, Creación e Innovación 2022 – 2023; la USC cuenta con Los Mejores de Extensión e Investigación y Soy Semilla; la Javeriana con el Congreso La Investigación y Exposemilleros; la UniValle realiza el Simposio de Investigaciones en Salud; la UniCatólica desarrolla el Encuentro Interno de Grupos de Investigación; y la ICESI ofrece la Jornada de Divulgación de la Investigación – Investigación con Impacto. Cada una de ellas brinda estas alternativas de divulgación científica en la que se le da visibilidad a los proyectos de los jóvenes investigadores, esto permite que su dedicación sea reconocida, pero también como motivador para estudiantes nuevos. En el caso de la UNICAMACHO, cuenta con un evento principal que es el Encuentro Científico y Educativo de Experiencias Investigativas ECE2I en el que se exponen los resultados y avances de proyectos de investigación tanto de estudiantes como de profesores y, por otro lado, está NETWORKING, donde tienen la oportunidad de compartir sus conocimientos y hallazgos con profesionales y empresarios de la región. Esto puede ayudar a los investigadores a obtener comentarios valiosos sobre su trabajo, así como a establecer contactos con posibles empleadores o colaboradores.

Abordando la divulgación científica, las 6 universidades cuentan con revistas o boletines; sin embargo, la UAO ofrece una idea diferente para llevar la ciencia a los estudiantes a través del podcast Ciencia Pa Vos y la Universidad Javeriana tiene la Pesquita Javeriana, un medio multiplataforma que comparte procesos, análisis y resultados, reflexiones y debates que surgen a partir de la investigación científica y la tecnología, esta alternativa va más allá del medio escrito o

de solo exponer resultados, pues se traslada a las redes sociales para generar diálogo y asimismo ofrecen talleres. Esta labor se realiza desde el ejercicio periodístico. Así pues, estas características son un gran aporte para esta investigación, por lo que la UNICAMACHO ya cuenta con medio radial y con un programa designado exclusivamente para la investigación formativa (En la Ducha con el DAI) y el punto de refuerzo surge a partir de la necesidad de que este medio llegue de una forma más efectiva a los estudiantes de Comunicación Social para que se pueda generar interés, conversaciones y participación en la investigación formativa.

Respecto a las redes sociales, cada universidad cuenta con perfiles oficiales en Facebook e Instagram. Se pudo evidenciar que, si bien la investigación formativa juega un papel importante en las instituciones, esto no se evidencia con mayor fuerza en las redes; aun así, un aporte para este proyecto sería la forma en la que universidades como la UAO buscan llevar la investigación a los estudiantes, pues se hace uso de lenguaje claro y sencillo, material audiovisual de corta duración donde sus compañeros son protagonistas y, asimismo, hay buen registro de los eventos investigativos, esto permite tanto incentivar la participación como mantener informados a los estudiantes. Una ventaja con la que cuenta la UNICAMACHO es el perfil oficial del Decanato Asociado de Investigaciones en Facebook, pues el espacio fue creado con el objetivo de que los estudiantes vean la investigación de una forma más llamativa y menos cuadrículada; sin embargo, para que esto se cumpla es indispensable el fortalecimiento de este medio y la manera en la que se acerca a la comunidad estudiantil para que realmente haya un impacto significativo en el que se refleje el aumento de la participación en la investigación formativa.

El análisis del benchmarking permitió identificar puntos de aprovechamiento de otras universidades de Cali que ofertan el programa de Comunicación Social y que puede adaptarse al diseño de la estrategia de comunicación que incentive la participación de los estudiantes de C.S en

la investigación formativa de la UNICAMACHO, así como otros elementos que deben ser propósito de mejora para que así haya mayor efectividad en el proceso.

9.1.5. *Matriz DOFA*

Tabla 29. *La Investigación Formativa en el Programa de Comunicación Social*

Debilidades	Oportunidades
1. Escasa difusión de las oportunidades profesionales a partir de la participación en investigación dentro del programa de Comunicación Social. 2. Se fomenta, mayormente, la investigación formativa desde los semilleros, ignorando otros espacios de aplicación. 3. Los estudiantes no están al tanto de los beneficios de participar o cómo involucrarse en proyectos de investigación. 4. Falta de fortalecimiento de conocimientos y habilidades para realizar el ejercicio de investigar (escribir, recolectar datos, interpretar) 5. No se realiza proyecto integrador durante cada semestre. 6. No hay estrategias de comunicación orientadas a compartir información relacionada con la investigación formativa como resultados de la misma en el programa de Comunicación Social.	1. La investigación interdisciplinaria que se desarrolla en los demás programas de UNICAMACHO. 2. La línea de investigación está adecuada al contexto social. (IMAGEN, CULTURA Y TERRITORIO) 3. UNICAMACHO cuenta con medios para difundir artículos y proyectos de investigación como: revista Sapiencia, Boletín de Investigaciones. Página de Facebook: Decanato Asociado de Investigaciones Uniajc. Programa radial: En la Ducha con el DAI. 4. Convenios con universidades nacionales e internacionales para integrar grupos de investigación. 5. Experiencia investigativa de los docentes de la facultad Ciencias Sociales y Humanas. 6. Incentivos para promover la investigación formativa.
Fortalezas	Amenazas
1. Comunicación Social es un programa académico en crecimiento. 2. Semillero SICNO, aporta al desarrollo integral del comunicador social de UNICAMACHO. 3. Estudiantes interesados en participar en procesos investigativos. 4. Estudiantes que han desarrollado movilidad por investigación y han participado en ponencias nacionales.	1. El programa de Comunicación Social en UNICAMACHO es relativamente nuevo (vigencia desde 2018), por lo que su trayectoria en procesos de investigación formativa es mínima frente a otros programas de la institución. 2. Inexistencia de proyectos de investigación que permita la articulación de estudiantes del programa de Comunicación Social para trabajar la investigación formativa mediante los semilleros de investigación.

	3. Falta de recursos para desarrollar proyectos de investigación y que puedan ser visibilizados en convocatorias internas y externas. 4. Que se acabe la Decanatura Asociada de Investigaciones.
--	--

Tabla 30. Matriz DOFA Cruzada

	Fortalezas	Debilidades
	Estrategias Ofensivas (FO)	Estrategias Adaptativas (DO)
Oportunidades	F1, O1: Promover la participación de los estudiantes de Comunicación Social en eventos y/o actividades que incentivan la investigación interdisciplinaria, teniendo en cuenta temas relacionados con la profesión para que se vean motivados por su campo de acción, generando difusión de impacto con un lenguaje acorde a sus edades, preferencias, características, etc. Asimismo, proporcionando apoyo y orientación por parte de los docentes.	D1, D3, D6, O3: Difundir las oportunidades profesionales a partir de la participación en investigación dentro del programa de Comunicación Social de UNICAMACHO, creando contenido informativo de manera atractiva usando imágenes, videos y otros elementos visuales para captar la atención de los estudiantes como lenguaje sencillo y directo para que el contenido sea fácil de entender en la página de Facebook del Decanato Asociado de Investigaciones y el programa radial En la Ducha con el DAI.
	F2, O2, O5: Fortalecer el Semillero SICNO como un espacio de formación e investigación para los estudiantes de Comunicación Social de UNICAMACHO, que les permita desarrollar habilidades y conocimientos acordes con las necesidades del contexto social. Esto mediante capacitaciones y talleres sobre métodos de investigación, redacción de artículos académicos y habilidades necesarias para la investigación.	D2, O1, O2, O4: Fomentar la investigación formativa en espacios fuera de semilleros, aprovechando las oportunidades que ofrecen la investigación interdisciplinaria y los convenios con otras instituciones; articulando el desarrollo de proyectos de investigación que aborden temas relevantes para el contexto social, pues esto motivaría a los estudiantes a participar ya que les permitiría contribuir a la solución de problemas reales.
	F3, O3, O6: Incrementar la participación de los estudiantes del programa de Comunicación Social en procesos de investigación formativa, a través de una campaña de comunicación que destaque sus beneficios y que promueva el uso de los medios de difusión de la	D4, D5, O5, O6: Fortalecer los conocimientos y habilidades de los estudiantes en investigación científica, articulando al programa de Comunicación Social la realización de un proyecto integrador orientado por docentes de la

	UNICAMACHO para divulgar los resultados de la investigación.	facultad con la experiencia necesaria para hacerlo.
	F4, O4: Aprovechar los convenios con universidades nacionales e internacionales para integrar grupos de investigación mediante una sesión informativa para los estudiantes sobre los convenios disponibles, el asesoramiento y apoyo por parte de la UNICAMACHO para que presenten sus proyectos de investigación en convocatorias y así promover su participación.	
Amenazas	Estrategias Defensivas (FA)	Estrategias de Supervivencia (DA)
	F1, F4, A1: Destacar la trayectoria de investigación de los estudiantes de Comunicación Social, a través de eventos virtuales/presenciales dirigidos por ellos mismos donde se destaquen sus logros y experiencias tanto en la UNICAMACHO como en movilidad por investigación y en ponencias nacionales.	D1, D3, D6, A1, A3: Informar a los estudiantes sobre las oportunidades que ofrece la participación en investigación, así como los beneficios personales y profesionales que esta puede brindarles, a través de una estrategia de comunicación que incluya redes sociales, correo electrónico, eventos presenciales.
	F2, F3, A2, A3, A4: Afianzar la relación entre el semillero SICNO y la Decanatura Asociada de Investigaciones, desarrollando actividades conjuntas para fomentar la investigación en los estudiantes de Comunicación Social.	D2, D4, D5, A2: Crear programas de capacitación para abordar temas como la metodología de la investigación, la ética en la investigación y la comunicación de resultados de investigación. Realizar reuniones periódicas para discutir con los estudiantes de Comunicación Social las oportunidades de colaboración en investigación.

10. Estrategia de Comunicación

El diseño de una estrategia de comunicación que incentive la participación de estudiantes del programa de Comunicación Social en procesos de investigación formativa es una propuesta que parte con la intención de concientizar sobre la importancia de la investigación formativa en la formación profesional, teniendo en cuenta las oportunidades que esto supone y trascendiendo los límites de la mera información para dar paso a experiencias investigativas tanto en el programa mismo como trabajando en equipo con otros programas de la UNICAMACHO.

La estrategia de comunicación fue diseñada teniendo en cuenta las características específicas del programa de Comunicación Social y de los estudiantes que lo integran; aun así, es flexible y adaptable a las necesidades cambiantes de los mismos.

10.1. Análisis Situacional

A continuación, se presenta un análisis situacional con relación a la investigación formativa y los estudiantes de Comunicación Social de la UNICAMACHO. Esto con la finalidad de tomar decisiones informadas que aumenten las posibilidades de éxito de la estrategia de comunicación.

Efectos	• Pérdida de oportunidades, ya que la investigación formativa puede generar oportunidades para los estudiantes, como la participación en eventos académicos, la publicación de artículos científicos, la obtención de becas. • Falta de habilidades, pues la investigación formativa es una alternativa para que los estudiantes desarrollen habilidades importantes, como el pensamiento crítico, la resolución de problemas y la comunicación. • Si los estudiantes no están motivados para participar en la investigación, puede tener un impacto negativo en la capacidad de la sociedad para generar nuevos conocimientos y resolver problemas.
Problema Principal	• Falta de interés y participación de los estudiantes de Comunicación Social en la Investigación Formativa.

Causas	• Escasa difusión de las oportunidades profesionales a partir de la participación en investigación dentro del programa de Comunicación Social. • Se fomenta, mayormente, la investigación formativa desde los semilleros, ignorando otros espacios de aplicación. • Los estudiantes no están al tanto de los beneficios de participar o cómo involucrarse en proyectos de investigación. • Falta de fortalecimiento de conocimientos y habilidades para realizar actividades científicas. • No se realiza proyecto integrador durante el semestre. • No hay estrategias de comunicación orientadas a compartir información relacionada con la investigación formativa.
----------------------	---

En el presente análisis se logra evidenciar las causas, el problema principal y los efectos que se han generado dentro del programa de Comunicación Social debido a la falta de motivación que tienen los estudiantes para participar de los procesos de investigación formativa dentro de la UNICAMACHO.

Las causas de este problema van desde la escasa difusión de los beneficios que trae para su formación profesional, como la falta de estrategias comunicativas que permitan a los mismos estudiantes enterarse de beneficios y oportunidades que brinda el proceso de investigar.

Dichas causas son generadoras de un problema, como lo es el hecho de que los estudiantes no tengan un interés ni mucho menos una participación activa en procesos de investigación que van desde el programa de Comunicación Social hasta colaborar en semilleros de otros programas.

Lo anterior deja como resultado efectos negativos como la pérdida de oportunidades que permitan generar un desarrollo de sus habilidades críticas y propositivas en su ámbito personal y profesional.

10.2. Objetivos

Para delimitar los objetivos de esta estrategia de comunicación se implementa la herramienta Objetivos SMART, pues permite clarificar lo que se quiere lograr de forma clara, concisa y específica, lo que facilita la comprensión y ejecución. Asimismo, los objetivos SMART proporcionan un marco para la planificación y el seguimiento del progreso.

	S (Específico)	M (Medible)	A (Alcanzable)	R (Relevante)	T (Temporal)
1	Difundir las oportunidades profesionales a partir de la participación en investigación dentro del programa de Comunicación Social de UNICAMACHO.	Estudiantes de Comunicación Social, de segundo a décimo semestre.	Crear contenido informativo en la página de Facebook del Decanato Asociado de Investigaciones e incentivar la escucha del programa radial En la Ducha con el DAI.	- En el ámbito laboral, los profesionales con formación investigativa tienen más oportunidades de empleo y mejores salarios. - Fortalecimiento de habilidades para la resolución de problemas sociales. - El fomento de la innovación y el emprendimiento.	En un periodo de seis meses.
2	Promover la participación de los estudiantes del programa de Comunicación Social en la investigación interdisciplinaria.	Estudiantes de Comunicación Social, de segundo a decimo semestre.	Realización de un evento por semestre donde se muestren las líneas de investigación de los semilleros de investigación dentro de la UNICAMACHO.	La investigación interdisciplinaria permite que el proceso sea enriquecedor para los estudiantes, pues trabajan en equipo con compañeros de otros campos profesionales y que por ende tienen una visión diferente del mundo y así, en conjunto, aportar a la resolución de conflictos de una forma creativa.	En un periodo de seis meses.
3	Fortalecer los conocimientos y habilidades de los estudiantes en	Estudiantes de Comunicación Social, de segundo a decimo semestre.	Desarrollo de talleres sobre habilidades investigativas.	La investigación formativa sugiere el desarrollo de habilidades como la formulación de	En un periodo de seis meses.

	investigación científica.			problemas de investigación, la revisión de la literatura, la recolección y análisis de datos, y la comunicación de resultados. Estos recursos son transferibles a otras áreas de la vida, como el trabajo, la vida personal y la ciudadanía.	
4	Visibilizar la trayectoria de investigación formativa de los estudiantes del programa de Comunicación Social.	Estudiantes de Comunicación Social, de segundo a decimo semestre.	A través de eventos que destaquen los logros de los estudiantes tanto en la institución misma como en movilidad por investigación y en ponencias nacionales.	Motivar a los estudiantes a participar en los procesos de investigación formativa dentro de la UNICAMACHO.	En un periodo de seis meses.

Estos objetivos se enmarcan en el compromiso de la UNICAMACHO con la formación integral de sus estudiantes, y con el desarrollo de la investigación científica en el país.

El primer objetivo, *difundir las oportunidades profesionales a partir de la participación en investigación dentro del programa*, busca informar a los estudiantes sobre las oportunidades de empleo y desarrollo profesional que ofrece la investigación científica. Para ello, se potenciará el uso tanto de la página de Facebook del Decanato Asociado de Investigaciones como del programa radial En La Ducha con el DAI, esto teniendo en cuenta las características de los estudiantes de Comunicación Social para que el proceso de integrarlos a estos recursos sea ameno, claro y de fácil alcance.

El segundo objetivo, *promover la participación de los estudiantes de Comunicación Social en la investigación interdisciplinaria*, tiene el propósito de que interactúen con otras líneas de investigación diferentes a las que el programa responde, esto supone el trabajo en equipo con

compañeros de otros programas de la UNICAMACHO en la que conjugando sus habilidades profesionales pueden dar respuesta a problemáticas sociales e incluso innovar desde diferentes áreas de conocimiento; por lo tanto, se propone una exposición en la que los semilleros de la institución tengan la oportunidad de darse a conocer y así mismo los estudiantes estén informados sobre las opciones que tienen para aplicar.

El tercer objetivo, *fortalecer los conocimientos y habilidades de los estudiantes en investigación científica*, busca brindar a los estudiantes las herramientas necesarias para desarrollar investigaciones de calidad. Para ello, se ofrecerán talleres y asesorías especializadas en investigación científica. La consecución de estos objetivos contribuirá a mejorar la formación de los profesionales de la Comunicación Social de la UNICAMACHO, y a promover el desarrollo de la investigación científica en el país.

El cuarto objetivo, *destacar la trayectoria de investigación de los estudiantes de Comunicación Social*, busca reconocer y valorar el trabajo de investigación que realizan los estudiantes del programa. Para ello, se realizarán actividades de visibilización, como exposiciones, publicaciones y eventos académicos, que permitan dar a conocer los resultados de las investigaciones realizadas por los estudiantes.

Todos los objetivos se articulan para desarrollarse en el transcurso de cada semestre, esto posibilita que los estudiantes que van a ir ingresando a la UNICAMACHO puedan estar al tanto de los procesos investigativos con claridad; por consiguiente, las posibilidades de estar informados y de participación son las mismas tanto para estudiantes nuevos como para los que ya llevan una trayectoria mayor en la institución.

El desarrollo de los objetivos planteados permite que los estudiantes de Comunicación Social se vean beneficiados por los procesos de investigación formativa, pues el ejercicio de

investigar está inmerso en la etapa de aprendizaje profesional y este tiene las posibilidades de trascender a otros escenarios de aplicación como semilleros, ponencias nacionales e internacionales, movilidad por investigación, etc. Esto no solo enriquece la experiencia académica, sino que también los prepara para la vida profesional y puede servir como conector a excelentes ofertas laborales que no están disponibles para aquellos que no cuentan con esa trayectoria investigativa.

10.3. Público Objetivo

El público objetivo de esta estrategia de comunicación son estudiantes que pertenecen al programa de Comunicación Social, de 1º a 10º semestre, donde la mayoría tienen entre 21 y 25 años; sin embargo, se cuenta con estudiantes menores de edad en los semestres inferiores; por consiguiente, se trata de individuos que se encuentran en etapas diferentes de vida y esto implica que las preferencias para consumir contenido o información varía según la edad. Asimismo, un porcentaje muy bajo de ellos está inmerso en la investigación formativa, 13,3% pertenece a algún semillero. En este sentido, a unos hay que reforzarles habilidades y participación en los procesos investigativos, y a otros habrá que encaminarlos desde cero.

Para el diseño de la estrategia es crucial tener en cuenta los diferentes tipos de aprendizaje: visual, auditivo y kinestésico, pues se trata de abarcar a un público amplio y diverso; por lo tanto, los estudiantes reciben y gestionan la información de maneras diferentes. Este aspecto es desafiante porque se deben aplicar recursos que se adapten a dichas características; sin embargo, es necesario para que exista mayor comodidad y motivación para participar en procesos de investigación.

Así pues, articular la investigación formativa a las necesidades y motivaciones de los estudiantes del programa de Comunicación Social garantiza una probabilidad alta de efectividad.

10.4. Medios

Teniendo en cuenta el análisis situacional, los objetivos planteados y las características del público objetivo se seleccionan los medios y espacios de comunicación adecuados para las exigencias de la estrategia.

10.4.1. Facebook

Esta es una de las redes sociales preferida por los estudiantes de Comunicación Social y el medio principal para llegar a ellos, la UNICAMACHO cuenta con una página destinada a la investigación formativa dirigida por el Decanato Asociado de Investigaciones. El objetivo es compartir todo lo relación con la investigación (información, convocatorias, semilleros, curiosidades, etc.) de una forma llamativa, utilizando recursos audiovisuales y un lenguaje que se adapte a los estudiantes, fácil de comprender y conciso.

10.4.2. Emisora Universitaria

En la Ducha con el DAI es un programa radial, igualmente dirigido por el Decanato Asociado de Investigaciones, que se emite una vez por semana a través de la página oficial de Facebook de la emisora universitaria y por el cual se lleva la investigación a los estudiantes de una forma más convencional, en el que participan diferentes invitados relacionados con temas de interés y en el que también se busca fomentar la interacción con los estudiantes a través de la sección de comentarios. El objetivo es que los estudiantes de Comunicación Social se sientan atraídos por este medio y disfruten escuchar las emisiones, participen y, por ende, enriquezcan su conocimiento en investigación.

10.4.3. Talleres

Los talleres son espacios idóneos que pueden realizarse dentro de los salones, aprovechando la gran cantidad que se tiene de estos. Estos talleres que se tienen previstos para esta

estrategia de comunicación son una alternativa para potenciar habilidades investigativas en los estudiantes de Comunicación Social, mismas que son funcionales incluso si hacen o no parte de algún semillero, pues el ejercicio de investigar se ve inmerso a lo largo de la carrera profesional.

10.4.4. Conferencias

Las conferencias son un medio ideal para que se de visibilidad a los logros de los estudiantes de Comunicación Social tanto en la institución misma como en movilidad por investigación y en ponencias nacionales, a través de charlas dirigidas por ellos mismos. Esto sirve como motivador para los que aún no hacen parte de procesos de investigación, pues al tratarse de experiencias de sus compañeros es más probable captar su atención.

10.5. Planificación Estratégica

Este proceso es clave para fundamentar el desarrollo de estrategias y asignación de recursos que llevan al cumplimiento de cada uno de los objetivos ya planteados.

10.5.1. Objetivo: Difusión

Para lograr difundir las oportunidades profesionales a partir de la participación en investigación dentro del programa de Comunicación Social de la UNICAMACHO, se implementa la red social Facebook, potenciando la página existente del Decanato Asociado de Investigaciones, para ello se han seleccionado horarios de publicación, creado secciones específicas que abarquen los diferentes puntos de información sobre la investigación formativa y, asimismo, se ha tenido en cuenta el lenguaje y elementos audiovisuales que responden a los requerimientos del público objetivo.

El contenido diseñado para Facebook se divide en diferentes secciones:

a. El Dato del Día

Es el espacio en el que se comparten datos curiosos relacionados con la investigación, corresponde a *historias de Facebook* y en formato de video, en el que habrá una persona hablando, de preferencia estudiante. El video debe ser corto (15 seg), el mensaje claro y llamativo.

b. Plantando Semilla

En este espacio los docentes encargados de los diferentes semilleros de la UNICAMACHO pueden compartir lo que hacen en estos grupos e invitar a participar a los estudiantes. El formato es video (1min), el docente que haga la presentación debe cuidar el lenguaje de modo que sea fácil de entender y atractivo para los estudiantes.

c. ¿Qué hago como semillerista?

Aquí toman protagonismo los estudiantes, pues es el espacio para que compartan brevemente cuál es su labor en el semillero. El formato es video (1min).

d. Y Cómo Vamos

En esta sección se comparten eventos, convocatorias, ponencias, proyectos y/o actividades relacionadas con la investigación formativa. El formato es video (1min), presentado por estudiante, docente o persona relacionada con la actividad a compartir.

e. Vox Populi

Es una alternativa para evidenciar qué tanto conocen los estudiantes sobre la investigación formativa. La idea es hacer preguntas aleatorias, cortas y de una manera divertida implementando dinámicas o juegos. El formato es video (máx. 3 min)

f. Cronograma Semanal

Esta sección permite que los estudiantes estén informados sobre actividades o reuniones relacionadas con los semilleros de investigación de la UNICAMACHO. Asimismo, en este espacio conocerán el tema del que se hablará en el programa radial En La Ducha con el DAI, que se emite

una vez a la semana. Su presentación es a través de una imagen diseñada de acuerdo con lo que haya programado para la semana.

g. Resumen de la Semana

Es el espacio con el que se da cierre a la semana y resume los acontecimientos más relevantes. El formato es video (1min).

Las horas de publicación fueron seleccionadas teniendo en cuenta los horarios de los estudiantes de Comunicación Social: de 7 a.m. – 9 p.m. dependiendo el semestre.

Tabla 31. *Cronograma de Contenido para Facebook*

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
8:00A.M. <i>Historia Video</i> El Dato del Día.	8:00A.M. <i>Historia Video</i> El Dato del Día.	8:00A.M. <i>Historia Video</i> El Dato del Día.	8:00A.M. <i>Historia Video</i> El Dato del Día.	8:00A.M. <i>Historia Video</i> El Dato del Día.
12:00P.M. <i>Video recordatorio</i> Plantando Semillas.	12:00P.M. <i>Historia recordatoria</i> ¿Qué Hago Cómo Semillerista?	12:00P.M. <i>Historia recordatoria</i> ¿Y Cómo vamos?	12:00P.M. <i>Historia recordatoria</i> Vox Populi	12:00P.M. <i>Historia recordatoria</i> El Resumen de la Semana
6:00P.M. <i>Publicación escrita</i> Cronograma de actividades de semilleros.	6:00P.M. <i>Video</i> ¿Qué Hago Cómo Semillerista?	6:00P.M. <i>Video</i> ¿Y Cómo Vamos?	6:00P.M. <i>Video</i> Qué sabe la UNICAMACHO de investigación.	6:00P.M. <i>Video</i> El Resumen de la Semana

Tabla 32. *Presupuesto para la Creación de Contenido para Facebook*

PRESUPUESTO MANO DE OBRA			
Elementos	Cantidad	Costo Unitario	Total
Coordinador de medios	1	\$2'600.000	\$2'600.000
Editor de videos	1	\$2'000,000	\$2'000,000
Diseñador	1	\$2'000,000	\$2'000,000
Social Media	1	\$2'000,000	\$2'000,000

Becarios	4	\$579,000	\$2'316,000
Total			\$10'916,000
PRESUPUESTO MATERIAL DE TRABAJO			
Elementos	Cantidad	Costo Unitario	Total
Cámara EOS Rebel E7	2	\$1'908,900	\$3'817,800
Trípode para EOS Rebel E7	2	\$155,500	\$311,000
Micrófono DJI MiC Omnidireccional	2	\$1'597.115	\$3'194,230
Computador Imac 24	2	\$7'849,000	\$15'698,000
Suite Adobe	1	\$497,420	\$497,420
Total			\$23'518,450

Nota. Se realiza el presupuesto estimado para la realización de los contenidos, pero se aclara que la UNICAMACHO cuenta con recursos propios dentro de la Oficina de Comunicaciones.

10.6. Objetivo: Promover

Para promover la participación de los estudiantes de Comunicación Social en la investigación interdisciplinaria, se propone una exposición de semilleros en la que cada uno cuente con un stand informativo en el que pueda compartir sus líneas de investigación, proyectos, objetivos e incentiven a los estudiantes a ser parte de ellos.

Teniendo en cuenta que el semestre cuenta con 16 semanas, se seleccionó la semana 3 para estas exposiciones, considerando que la carga académica no es mayor en este punto y es tiempo justo para que los estudiantes de Comunicación Social puedan articularse a algún semillero si así lo deciden.

Tabla 33. Cronograma de Exposición de Semilleros (semana)

Objetivo	Actividades	Tiempo (Semanas)															
2. Promover la participación de los estudiantes del programa de Comunicación	Exposición de cada uno de los semilleros de la UNICAMACHO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16

Social en la investigación interdisciplinaria																			
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Nota. Construcción propia

Tabla 34. *Cronograma de Exposición de Semilleros (días)*

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
9:00A.M. – 4:00P.M. Organización de exposición para los semilleros de investigación. (STANDS INFORMATIVOS DE 13 SEMILLEROS)	9:00A.M. – 4:00P.M. Organización de exposición para los semilleros de investigación. (STANDS INFORMATIVOS DE 13 SEMILLEROS)			

Tabla 35. *Presupuesto para Exposición de Semilleros*

Presupuesto			
Elementos	Cantidad	Costo Unitario	Total
Stand informativo	13	\$70.000	\$910.000
Pantallas Ag Neovo Ifp-6503	13	\$17'197,512	\$292'257,704
Micrófono DJI MiC Omnidireccional	1	\$1'597.115	\$1'597.115
Cámara EOS Rebel E7	1	\$1'908,900	\$1'908,900
Trípode para EOS Rebel E7	1	\$155,500	\$155,500
Celular Iphone 14	1	\$4'193.910	\$4'193.910
Total			\$301'123,129

Nota. Se realiza el presupuesto estimado para la realización de la actividad, pero se aclara que la UNICAMACHO cuenta con recursos propios dentro de la oficina de Coordinación Académica y la Oficina de Comunicaciones.

10.7. Objetivo: Fortalecer

Una alternativa indicada para fortalecer los conocimientos y habilidades de los estudiantes en investigación es implementar la Semana de Habilidades Investigativas en la que se desarrollan talleres. Este evento será en la semana 4, después de la exposición de semilleros, pues funciona como paso a seguir para involucrarse en la investigación; por consiguiente, las habilidades aprendidas son funcionales tanto para el trabajo que se desarrolle en el semillero como para el transcurso de la carrera profesional.

a. Taller de habilidades para la comunicación oral y escrita

Este taller es un espacio de aprendizaje que tiene como objetivo desarrollar las habilidades necesarias para la comunicación efectiva en el campo de la investigación. Se trata de actividades teóricas que incluyen la revisión de conceptos y términos relacionados con la investigación y la comunicación, así como la discusión de casos y ejemplos. Asimismo, se implementa la realización de ejercicios de investigación, la preparación de presentaciones orales y la redacción de textos como ensayos o artículos científicos que serán premiados al finalizar la semana.

b. Taller de habilidades para la gestión de proyectos de investigación

Se trata de capacitar a los estudiantes de Comunicación Social con el objetivo proporcionar herramientas y habilidades necesarias para gestionar proyectos de investigación de manera efectiva. Aquí los participantes aprenderán a desarrollar un plan de investigación sólido que defina los objetivos, el alcance, el cronograma y el presupuesto del proyecto.

c. Concurso de ensayos o artículos científicos

Esta es una forma de reconocer el trabajo de los estudiantes y otorgarles un reconocimiento público por su compromiso durante los talleres. Asimismo, es una forma de incentivar la realización de investigaciones.

Tabla 36. *Cronograma para la Semana de Habilidades Investigativas (semana)*

Objetivo	Actividades	Tiempo (Semanas)															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
3. Fortalecer los conocimientos y habilidades de los estudiantes en investigación.	- Taller de habilidades para la comunicación oral y escrita. - Taller de habilidades para la gestión de proyectos de investigación. - Concurso de ensayos o artículos científicos.																

Tabla 37. *Cronograma para la Semana de Habilidades Investigativas (días)*

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
10:00A.M. Taller de habilidades para la comunicación oral y escrita.		10:00A.M. Taller de habilidades para la gestión de proyectos de investigación.		10:00A.M. Concurso de ensayos o artículos científicos.
3:00P.M. Taller de habilidades para la gestión de proyectos de investigación.		3:00P.M. Taller de habilidades para la comunicación oral y escrita.		3:00P.M. Concurso de ensayos o artículos científicos.

Tabla 38. *Presupuesto para la Semana de Habilidades Investigativas*

Presupuesto			
Elementos	Cantidad	Costo Unitario	Total
Salones	1	\$0	\$0
Video beam Epson Powerlite 98 3000	1	\$1'899.999	\$1'899.999
Certificados de participación	80	\$5.000	\$400.000

Total			\$2'299.999
--------------	--	--	-------------

Nota. Se realiza el presupuesto estimado para la realización de la actividad, pero se aclara que la UNICAMACHO cuenta con recursos propios dentro de la oficina de Coordinación Académica y la Oficina de Comunicaciones y Mercadeo.

10.8. Objetivo: Visibilizar

Para destacar la trayectoria en investigación de los estudiantes de Comunicación Social, al finalizar semestre se organiza el evento Jóvenes Investigadores: Una Vision del Futuro, con la intención de dar visibilidad a los logros de los estudiantes, esto funciona también como motivador para los compañeros que aún no están inmersos en la investigación formativa en espacios diferentes a los que puede proponer el programa profesional a través de las clases convencionales.

Tabla 39. Cronograma Evento Jóvenes Investigadores: Una Visión de Futuro

Objetivo	Actividades	Tiempo (Semanas)															
4. Visibilizar la trayectoria en investigación de los estudiantes de Comunicación Social	A través de eventos que destaquen los logros de los estudiantes tanto en la institución misma como en movilidad por investigación y en ponencias nacionales. Evento Jóvenes Investigadores: Una Visión de Futuro	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16

Tabla 40. Presupuesto para Evento Jóvenes Investigadores: Una Visión de Futuro

PRESUPUESTO			
Elementos	Cantidad	Costo Unitario	Total
Espacio (Biblioteca Jairo Panesso Tascón)	1	\$0	\$0
Sillas de la biblioteca	50	\$0	\$0
Reconocimiento	10	\$0	\$0
Medallas	10	\$12.000	\$120.000

Cámara Eos Rebel E7	1	\$1'908,900	\$1'908,900
Trípode para Cámara EOS Rebel E7	1	\$155,500	\$155,500
Celular Iphone 14	1	\$4'193.910	\$4'193.910
Micrófono de grabación	1	\$1'597.115	\$1'597.115
Parlante Behringer B210d Eurolive	1	\$1'121.972	\$1'121.972
Micrófono Shure SV SV200	2	\$109.900	\$219.800
Pendón	1	\$140.00	\$140.000
Total			\$9'403.197

Nota. Se realiza el presupuesto estimado para la realización de la actividad, pero se aclara que la UNICAMACHO cuenta con recursos propios dentro de la oficina de Coordinación Académica y la Oficina de Comunicaciones.

10.9. Indicadores de Seguimiento

Este recurso permite medir el progreso de las actividades planteadas en esta estrategia con respecto a sus objetivos y metas. Asimismo, funciona como evaluador de desempeño e identificador de áreas de mejora permitiendo la toma de decisiones asertivas si es necesario.

10.9.1. Indicador de Seguimiento para Facebook

En este caso se realiza un informe mensual sobre el impacto de la página de Facebook del Decanato Asociado de Investigaciones, teniendo en cuenta aspectos que permitan analizar la comunidad, el engagement, el alcance e identificar la publicación más relevante del mes. Esto permite evaluar el rendimiento de la estrategia y comprender al público objetivo, de modo que se puedan reforzar los elementos que funcionan y modificar los que no.

Figura 18. *Plantilla de Informe de Facebook*

INFORME DE FACEBOOK		
COMUNIDAD	Nuevos fans	Total de fans
	150	15.405
	Nuevos No-Fans	Marcados como SPAM
	35	14
	Personas hablando de esto	Publicaciones
	506	39
Me gusta	Comentarios	ENGAGEMENT
450	180	
Compartir	Mensajes Muro	
250	19	
Clics publicaciones	Total engagement	
13	912	
ALCANCE	Alcance publicaciones	
	125.350	
	Visitas timeline	Visitas pestañas
	1.350	1.200
TOP 3 - Fuentes de tráfico		
vilmanunez.com Google Twitter		

ALCANCE	Alcance publicaciones	
	125.350	
	Visitas timeline	Visitas pestañas
	1.350	1.200
TOP 3 - Fuentes de tráfico		
vilmanunez.com Google Twitter		

TOP Países en página de fans		PAÍSES
España	México	
Colombia	Argentina	

Me gusta		Comentarios	Compartir	Total engagement
225		56	130	411

COMENTARIOS	
-------------	--

Nota. Plantilla tomada de vilmanunez.com

10.9.2. Indicador de Seguimiento para la Exposición de Semilleros

Esta es una forma de llevar control sobre los asistentes en la exposición, cuántos de ellos quisieran vincularse a los semilleros y, al ser un evento abierto a toda la comunidad estudiantil, es necesario llevar el conteo de los estudiantes de Comunicación Social que participen.

Tabla 41. *Indicador de Seguimiento para la Exposición de Semilleros*

	Número de Asistentes	Programa al que Pertenece	Inscripciones Nuevas
Semillero 1			
Semillero 2			
Semillero 3			
Semillero 4			
Semillero 5			

10.9.3. Indicador de Seguimiento para la Semana de la Investigación

La taxonomía Kirkpatrick es un método fácil y sencillo para medir la eficacia e impacto de los talleres designados para fortalecer los conocimientos y habilidades de los estudiantes en investigación. Este consta de 4 niveles que miden la satisfacción de los participantes, el aprendizaje, el comportamiento y los resultados.

Tabla 42. *Indicador de Seguimiento para la Semana de la Investigación*

Número de Asistentes	Nivel 1 Reacción	Nivel 2 Aprendizaje	Nivel 3 Comportamiento	Nivel 4 Resultados
0000	Circulo de dialogo con los estudiantes que permita identificar si las condiciones de los talleres se cumplieron.	Cuestionarios cortos: uno antes de cada taller, y otro después.	Evaluar si los participantes del curso ponen en práctica lo que aprendieron teniendo en cuenta el porcentaje de ellos que participe en el concurso de artículos o ensayos científicos.	Encuesta de satisfacción tanto para los estudiantes como para los docentes que dictan los cursos para determinar si el cumplimiento del objetivo de los talleres se logró.

Nota. Método tomado del libro: Evaluating Training Programs: The Four Levels.

10.9.4. Indicador de Seguimiento para el evento Jóvenes Investigadores: Una Visión de

Futuro

Para medir el éxito de este evento que tiene como objetivo dar visibilidad a la trayectoria en investigación de los estudiantes de Comunicación Social, se debe tener en cuenta el alcance de la convocatoria y la respuesta a ella.

Tabla 43. *Indicador de Seguimiento para el evento Jóvenes Investigadores: Una Visión de Futuro*

Evento	Numero de Convocados	Número de Asistentes	Percepción
--------	----------------------	----------------------	------------

Jóvenes Investigadores: Una Visión de Futuro	0000	0000	Encuesta para conocer la percepción que tuvieron los asistentes sobre el evento.
---	------	------	--

Nota. Construcción propia

Notas Finales

El diseño de Diseño de una estrategia de comunicación que incentive la participación de estudiantes en procesos de investigación formativa tuvo como público objetivo a estudiantes de Comunicación Social de la Institución Universitaria Antonio José Camacho de Cali, Colombia; sin embargo, esta es flexible y adaptable a los requerimientos de otras instituciones o individuos que deseen aplicarla.

Conclusiones

- La investigación formativa es un proceso que brinda oportunidades tanto en el campo educativo como profesional. Los estudiantes del programa de Comunicación Social de la UNICAMACHO reconocen la importancia de esta en su trayectoria de aprendizaje; sin embargo, las barreras que hoy les impide un acercamiento a la investigación radican en la desinformación y la falta de alternativas que permitan que se sientan motivados a participar.

Si bien es cierto que no todos los estudiantes serán investigadores, la intención de este proyecto apuesta por una mayor participación de ellos en procesos investigativos teniendo en cuenta elementos como una correcta difusión de la información, alternativas de aprendizaje de habilidades y herramientas relacionadas con la investigación, experiencias en las que ellos puedan interactuar y conocer de primera mano sobre lo que es la investigación formativa y los beneficios que conlleva, de modo que haya una articulación amena entre la investigación y los futuros comunicadores. Si después de lo anterior hay quienes deciden no ser parte de, será una postura tomada desde el criterio propio y no desde el desconocimiento, sabiendo que, incluso sin pertenecer a un semillero, la investigación estará inmersa durante todo su proceso profesional.

- La UNICAMACHO cuenta con todas las herramientas para que los estudiantes de Comunicación Social puedan participar (revistas de difusión científica, perfil en Facebook, programa radial, etc). Si bien la institución comparte información sobre los semilleros de investigación, convocatorias, ponencias, movilidad nacional e internacional, etc, lo que se pudo evidenciar con este proyecto es que la estrategia de difusión que se ha venido implementando no es funcional, en este caso, para los estudiantes de Comunicación Social,

pues están poco o nada enterados sobre lo anterior. Así pues, es necesario entender que tanto el programa como los estudiantes que lo conforman son nuevos, esto sugiere la necesidad de conocer sus características para que la información llegue a ellos y así mismo pueda ser gestionada. De igual manera, la investigación formativa no se ejerce específicamente en los semilleros o grupos de investigación, la UNICAMACHO implementa otras alternativas como proyectos integradores en sus diferentes programas académicos donde se promueve y practica este ejercicio; sin embargo, en el programa de Comunicación Social no se aplica.

- La investigación formativa mejora la capacidad de aprendizaje autónomo, pensamiento crítico y resolución de problemas, entre otras; aun así, para que los estudiantes de Comunicación Social puedan participar activamente en ella, es necesario que reconozcan ese proceso como un espacio para potenciar sus habilidades tanto investigativas como profesionales, pero también se les debe brindar la oportunidad de compartir sus ideas y buscar alternativas efectivas que les ayude a ponerlas en marcha, pues se trata también de que se reconozcan como agentes activos de cambio en la sociedad. La línea de investigación a la que responde el programa es IMAGEN, CULTURA Y TERRITORIO; por lo tanto, es inevitable que la comunicación esté inmersa ahí, ya esto es una gran ventaja porque existe un campo de acción enorme del que pueden ser parte los estudiantes y llevarlos a enriquecer su experiencia de formación y prepararlos para su trayectoria como profesionales.

Referencias Bibliográficas

- Abud, R., Rojas, C., & Villarroel, H. (2006). El estado de la investigación en Comunicación, en las carreras de Comunicación Social en Cochabamba. *Punto Cero*, 11(12), 7-24.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762006000100002&lng=es&tlng=es.
- Almanza Velásquez, J. A. (2016). *Diseño de una estrategia de comunicación para la dirección de investigación de la vicerrectoría regional llanos (VRLL)*. [Tesis de pregrado, Corporación Universitaria Minuto de Dios]
https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/4362/1/TC_AlmanzaJames_2016.pdf
- Ander-egg, E. (2003). *Repensando la Investigación-Acción Participativa*. Lumen Hvmanitas.
- Antún, J. P., & Ojeda, L. (2004). “Benchmarking” de procesos logísticos. *Ingeniería. Investigación y Tecnología*, V(1), 59-76.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=40450105>
- Anzola Morales, O.L. (2007). La investigación formativa en los procesos de investigación asumidos en la universidad. *Sotavento M.B.A.*, (10), 68–73.
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/sotavento/article/view/1601/1440>
- Arellano-Sacramento, C., Hermoza-Moquillaza, R. V., Elías-Podestá, M., & Ramírez-Julca, M. (2017). Actitud hacia la investigación de estudiantes universitarios en Lima, Perú. *Revista de la Fundación Educación Médica*, 20(4), 191-197.
<https://doi.org/10.33588/fem.204.901>
- Bateson, G., Ruesch, J. (1965). *Comunicación. La matriz social de la Psiquiatría*. Paidós, Barcelona.

- Bejarano Castro, L. A., Palacios Garreta, M. S. (2014). *Diseño de una estrategia de comunicación visual para apoyar la comunicación interna de la institución San José en la ciudad de Santiago de Cali* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma de Occidente].
<https://red.uao.edu.co/server/api/core/bitstreams/b3734fb7-e082-4f9e-a407-3dcada1d6ba7/content>
- Bernal Torres, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación*. Tercera edición. Pearson Educación. <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*. 3.(2) 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Cadoche, L., Ruiz, M., Manzoli, D. (2019). Percepción sobre sus habilidades para la comunicación de alumnos de medicina veterinaria. *Memorias de las V Jornadas de Investigación Educativa y IV Jornadas de Práctica de la Enseñanza del Profesorado en Ciencias Biológicas de la FCEFYN de la UNC*, Córdoba, Argentina.
<https://fcefyn.unc.edu.ar/documents/3414/Memorias-IEPE-2019.pdf#page=27>
- Cárdenas Rodríguez, J. (2014). *Diseño de una estrategia de comunicación para aumentar el reconocimiento de la empresa grupo misión salud en la ciudad de Cali* [tesis de pregrado, universidad del Valle].
<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/16157/CB-0523080.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J. R., & Donado Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los

- datos (I). *Atención Primaria*, 31(8), 527–538. [https://doi.org/10.1016/s0212-6567\(03\)70728-8](https://doi.org/10.1016/s0212-6567(03)70728-8)
- Castro Moreno, C. A. (2014). *La investigación formativa en estudiantes de pregrado de medicina: análisis de la propuesta pedagógica para la formación de investigadores* [Tesis de maestría, Universidad Sergio Arboleda].
<https://repository.usergioarboleda.edu.co/handle/11232/848>
- Chapman, A. (22 de agosto 2004). *Análisis DOFA y análisis PEST*. degerencia.com. Recuperado el 30 de diciembre de 2023 de
https://degerencia.com/articulo/analisis_dofa_y_analisis_pest/
- Cruz Aguilar, E. (2020). La educación transformadora en el pensamiento de Paulo Freire. *Educere*, 24(78), 197-206.
<https://www.redalyc.org/journal/356/35663284002/html/#:~:text=La%20concepci%C3%B3n%20educativa%20de%20Freire,con%20y%20por%20el%20otro>
- Cuenca Barrios, D. C., Echeverri, B., & Ortiz Roza, J. J. (s.f.) Entrevista semi-estructurada. Universidad la Gran Colombia.
https://repository.ugc.edu.co/bitstream/handle/11396/7772/Anexo8_entrevista%20semiestructurada_2023.pdf?sequence=9&isAllowed=y
- De Gestión, I. (s/f). *Misión, Visión, objetivos estratégicos, oferta académica, matriculados, crecimiento estudiantil y financiero*. Edu.co. Recuperado el 6 de diciembre de 2023, de
https://www.uniajc.edu.co/wpcontent/uploads/2023/01/INFORME_DE_GESTION_UNIAJC_NOV_22.pdf
- de Subiría Nieto, S. & Losada Zapata, C. D. (2012). *Estrategia de comunicación externa para la visibilización de la asociación Solidarios por la vida de la ciudad de Cali* [Tesis de

pregado, Universidad Autónoma de Occidente].

<https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/3409/TCS01151.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Delgado, E., Enríquez, X., & Meza, P. (2011) *Diseño de una estrategia de comunicación para la empresa Chromato S.A.S.* [Informe final de Trabajo de Grado, Universidad de Nariño – SIREDA]. <https://sired.udenar.edu.co/4236/>

Departamento Administrativo de la Función Pública. Ley 1915 de 2018. (Colombia).

Díaz-López, L. M., Ruiz-Claros, C., & Cuellar-Cuellar, K. Y. (2019). Diseño de estrategias para incentivar la participación de los estudiantes del programa Administración de Empresas en los semilleros de investigación de la Universidad de la Amazonía. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (86), 227–244.

<https://doi.org/10.21158/01208160.n86.2019.2303>

Escobar, J., & Bonilla-Jiménez, F. I. (s.f.). Grupos focales: una guía conceptual y metodológica. *Cuadernos hispanoamericanos de psicología*, 9(1), 51-67.

<https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25267w/guiagruposfocales.pdf>

Escobar, J., Bonilla-Jiménez, F. I. (2011). Grupos focales: una guía conceptual y metodológica. *Cuadernos Hispanoamericanos de Psicología*, 9(1), 51-67.

<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/957>

Escudero, C. (2020). El análisis temático como herramienta de investigación en el área de la Comunicación Social: contribuciones y limitaciones. *La trama de la comunicación*, 24(2), 89-100. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1668-56282020000200005

Estatuto de Investigaciones. (agosto 9 de 2018). Institución Universitaria Antonio José Camacho.

https://www.uniajc.edu.co/documentos/normatividad/acuerdos/2018/AcuerdoNo.014_2018.pdf

Flores Mamani, J. E. (2019). *Estrategia de comunicación para el fortalecimiento de la difusión de información de la biblioteca y archivo histórico de la asamblea legislativa plurinacional a través de las redes sociales*. [Tesis de pregrado, Universidad Mayor de San Andrés]. <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/24735>

Fortalecimiento de los procesos comunicativos en el Instituto popular de cultura, IPC. [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma de Occidente]

<https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/4917/TCS01249.pdf>

Gómez Guevara, Á. J. (2019). *Diseño de un plan estratégico de comunicación interna y externa para la organización: ecco group* [tesis de pregrado, Universidad Autónoma de

Occidente] <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/12238/T09093.pdf?sequence=5>

Gómez Portilla, G. (2012). *Diseño de un plan estratégico de comunicaciones para el*

Hamui-Sutton, A. (2013). Un acercamiento a los métodos mixtos de investigación en educación médica. *Investigación en Educación Médica*, 2(8), 211–216.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2007505713727145>

Herrera Flores, A. E., Campi Maldonado, A. T., & Fariño Sánchez, N. D. (2021). El modelo de Harold Lasswell aplicado en comunicación digital. Caso: La Posta. *Journal of Science*

and Research, 6(3), 275-289. <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/1221>

Landazábal Cuervo, D. P., Pineda Ballesteros, E., Páez, D. I., Téllez Acuña, F. R., & Ortiz, F. L.

(2010) Estado de arte de conceptos sobre investigación formativa y competencias de

investigación. *Revista de Investigaciones UNAD*, 9(2), 135-152.

<https://doi.org/10.22490/25391887.677>

Landazábal Cuervo, D. P., Pineda Ballesteros, E., Páez, D. I., Téllez Acuña, F. R., & Ortiz, F. L.

(2010). Estado de arte de conceptos sobre investigación formativa y competencias de investigación. *Revista de investigaciones UNAD*, 9(2), 135.

<https://doi.org/10.22490/25391887.677>

Ley 23 de 1982 - Gestor Normativo. (s/f). Gov.co. Recuperado el 31 de octubre de 2023, de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=3431>

Ley 23 de 1982 *Ley sobre derechos de autor*. (s/f). Cerlalc. Recuperado el 30 de diciembre de 2023, de https://cerlalc.org/laws_rules/ley-23-de-1982-ley-sobre-derechos-de-autor/

Leyes desde 1992 - Vigencia expresa y control de constitucionalidad [LEY_1915_2018]. (s/f).

Senado de la República de Colombia. Recuperado el 30 de diciembre de 2023, de

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1915_2018.html

López Cardozo, L. I., & Giraldo Marín, L (27-29 de agosto de 2014). *Reflexiones en torno a la experiencia en el proceso enseñanza-aprendizaje de la investigación en el pregrado de comunicación social-periodismo de la universidad del Quindío-Armenia Colombia-Sur América* [Documento de conferencia]. IV Encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias Sociales; La investigación social ante desafíos transnacionales: procesos globales, problemáticas emergentes y perspectivas de integración regional, Heredia, Costa. Rica. https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.8227/ev.8227.pdf

López, J. C. (s/f). *Análisis de matriz DOFA Los orígenes del modelo de análisis DOFA*.

- Martín Martín, F. (2011). El plan estratégico de comunicación como nuevo modelo de investigación científica universitaria. *Correspondencias & análisis*, 1, 101–114.
<https://doi.org/10.24265/cian.2011.n1.07>
- Martínez Quintero, F. (2013). Las prácticas artísticas en la construcción de memoria sobre la violencia y el conflicto. *Eleuthera*, 9(2), 39-58.
<https://revistasoj.s.ucaldas.edu.co/index.php/eleuthera/article/view/4910/4487>
- Martínez, L. (2007). La observación y el diario de campo en la definición de un tema de investigación. *Revista perfiles libertadores*, 4(80), 73-80.
- McLuhan, E. (2015). La teoría de la comunicación de Marshall McLuhan: el butronero. *Palabra Clave*, 18(4), 979-1007. DOI: 10.5294/pacla.2015.18.4.2
- Milán López, S., Morales Gutiérrez, F. (2018). *Construcción de una Estrategia de Comunicación Externa para Visibilizar la Línea de Acción: Comunicación para el Cambio Social (CCS) de la Agencia de Comunicaciones Conectados* [tesis de pregrado, Universidad Autónoma de Occidente]. <https://red.uao.edu.co/server/api/core/bitstreams/91d34834-ccd6-47a7-9383-8fd0e79a9b45/content>
- Molina Valencia, J. L., Martínez Sánchez, L. M., Marín Castro, A. E., Vallejo Agudelo, E. O. (2012). El semillero de investigación como una estrategia para la creación de aprendizaje autónomo en la Facultad de Medicina. *Medicina UPB*, 31(2), 212-219
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=159026906016>
- Núñez, V. (2023, 18 septiembre). Plantilla para optimizar informes de páginas de fans de Facebook. <https://vilmanunez.com/plantilla-para-crear-informes-de-paginas-de-fans-en-facebook/>

- Ortega Carrasco, R. J., Veloso Toledo, R. D., Hansen, O. S. (2018). Percepción y actitudes hacia la investigación científica. *Revista científica estudios e investigaciones*, 8, 47.
<https://doi.org/10.26885/rcei.foro.2019.47>
- Paucara Condori, L. M. (2017). Estrategia de comunicación para la socialización de los derechos y las obligaciones de estudiantes universitarios en la carrera de ciencias de la comunicación social de la UMSA. [Tesis de pregrado, Universidad Mayor de San Andrés] <https://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/18436>
- Polania Reyes, C, Cardona Olaya, F, Castañeda Gamboa, G, Vargas, I, Calvache Salazar, O y Abanto Vélez, W. (2020). *Metodología de investigación Cuantitativa & Cualitativa*. Institución Universitaria Antonio José Camacho.
- Prieto Castellanos, B. J. (2018). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales. *Cuadernos de contabilidad*, 18(46). <https://doi.org/10.11144/javeriana.cc18-46.umdi>
- Reglamento de Semilleros. (2020, 21 diciembre). Institución Universitaria Antonio José Camacho. <https://www.uniajc.edu.co/wp-content/uploads/2022/08/Resoluci%C3%B3n-No.-018-de-2020-Reglamento-Semilleros-de-Investigaci%C3%B3n-1-1.pdf>
- Reynosa Yero, M. ., Quintero Mantecón, Y., & Gamboa Graus, M. E. (2021). Procedimiento para el desarrollo de la innovación educativa como competencia de dirección en educación: innovación educativa como competencia de dirección en educación. *Didáctica y Educación*, 12(3), 204–228.
<https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalía/article/view/1221>
- Rico Ramírez, M. G. (2020). *Semilleros de investigación como estrategia metodológica para incentivar la cultura investigativa desde las ciencias naturales en estudiantes de sexto*

grado Bethlemitas Pamplona [Tesis de maestría, Universidad de Pamplona].

http://repositoriodspace.unipamplona.edu.co/jspui/bitstream/20.500.12744/4857/1/Rico_2020_TG.pdf

Ríos Pacheco, E. F., Páez, Quintana, H. A., & Barbosa Trigos, J. F. (2020). *Estrategias de comunicación: diseño, ejecución y seguimiento*. Editorial Redipe.

<https://redipe.org/editorial/estrategias-de-comunicacion-diseno-ejecucion-y-seguimiento/>

Rizo García, M. (2004). El Camino Hacia la “Nueva Comunicación”. Breve Apunte Sobre las Aportaciones de la Escuela de Palo Alto. *Razón y palabra*, (40).

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n40/mrizo.html>

Rizo García, M. (2004). *El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia un nuevo concepto de comunicación*. Aula abierta. Lecciones básicas. Portal de la comunicación

InCom-UAB <https://www.um.es/tic/LECTURAS%20FCI-I/FCI-I%20Tema%205%20texto%20c%201.pdf>

Salgado Vega, M. del C. (2019). 'Muestra probabilística y no probabilística'. *Trabajo Terminal de Grado III*. Universidad Autónoma del estado de México.

<http://hdl.handle.net/20.500.11799/108928>

Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill México.

Tonon de Toscano, G., Alvarado Salgado, S. V., Ospina Serna, H. F., Iris Lucero, P., Botero

Gómez, P., Luna Carmona, M. T., Fabris, F. A. (2009). *Reflexiones latinoamericanas sobre investigación cualitativa*. Prometeo Libros, Universidad Nacional de La Matanza.

Valencia Monedero, M. V. (2018). *Una perspectiva transdisciplinar de la comunicación a través de las estrategias de comunicación es marketing diseñadas e implementadas en las social*

media. Caso: asociación deportivo Cali en el año 2017 [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma de Occidente].

<https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/10486/T08149.pdf?sequence=5>

Vives Varela, T. & Hamui Sutton, L. (2021). La codificación y categorización en la teoría fundamentada, un método para el análisis de los datos cualitativos. *Investigación en Educación Médica*, 10(40), 97-104.

<https://doi.org/10.22201/fm.20075057e.2021.40.21367>