

MANUAL PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS



EDITH MOLINA CARMONA
HILDA GABRIELA HERNÁNDEZ FLORES

MANUAL PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS

MANUAL PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS

EDITH MOLINA CARMONA
HILDA GABRIELA HERNÁNDEZ FLORES



BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DIRECCIÓN DE FOMENTO EDITORIAL

BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

Mtro. R. Enrique Agüera Ibañez
Rector

Dr. José Ramón Eguíbar Cuenca
Secretario General

Mtro. José Jaime Vázquez López
Vicerrector de Docencia

Dr. Carlos Contreras Cruz
Director de Fomento Editorial

Lic. Patricia Durán Bravo
Directora de la Esc. de Ciencias de la Comunicación

Mtra. Martha Elena Báez Martínez
Secretaria Académica

Lic. Norma Angélica Martínez López
Secretaria Administrativa

Primera edición, marzo de 2006
ISBN: 968 863 921 4

© Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Dirección de Fomento Editorial
2 Norte 1404, Puebla, Pue.
Tel. 2-46-85-59.

Impreso y hecho en México
Printed and made in Mexico

La Escuela de Ciencias de la Comunicación no puede quedar al margen de la dinámica de cambio que enfrenta hoy la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla como institución de educación superior, así mismo, no puede hacer a un lado las necesidades de la sociedad; de ahí que el reto que actualmente enfrenta no sólo es su adaptación al presente, sino también la preparación para los cambios del futuro.

Lo anterior significa que los universitarios debemos realizar un trabajo que dé respuesta a las necesidades y expectativas de los diversos sectores sociales. Esto sólo será posible a través de la formación de profesionales capaces, de la realización de investigaciones cuya aplicación genere beneficios a la comunidad y de la programación de actividades de extensión que pongan el conocimiento y la cultura a disposición de la comunidad.

Acorde a lo anterior, en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la BUAP surge la preocupación por elevar los índices de titulación, y la mejora continua de los trabajos recepcionales que se generan en nuestro ámbito; el *Manual* que ahora presentamos es el resultado del trabajo conjunto y participación dinámica del grupo de profesores responsables de guiar a los alumnos de la Escuela por el proceso de elaboración de tesis de licenciatura.

El texto, consideramos, que es útil como compendio auxiliar en la formación de investigadores. Aunque no pretendemos sustituir a todos los demás textos que se han escrito para el mismo propósito, sí estamos tomando en cuenta que la mayor parte de los alumnos se enfrentan al uso inadecuado de éstos y a una serie de reglas que provienen de la tradición y que no tienen ningún otro sentido.

En el *Manual* se realiza una exposición experta, breve y concreta con recomendaciones metodológicas para la elaboración tanto del proyecto de investigación como del trabajo de tesis; por su contenido, resulta una información de gran utilidad para que el estudiante formule y presente su tesis de la mejor manera.

Esperamos que este libro sea útil para esta tarea.

Lic. Patricia Durán Bravo
Directora
Escuela de Ciencias de la Comunicación
BUAP

INTRODUCCIÓN AL MANUAL

CAPÍTULO I. EL CONTENIDO

- 1.1. Qué se entiende por tesis 9
- 1.2. Elección del tema 9
- 1.3. Introducción de la tesis 11
- 1.4. Planteamiento del problema 12
 - 1.4.1 Objetivos 14
 - 1.4.2 Hipótesis 15
 - 1.4.3 Justificación 16
- 1.5. Marco histórico o antecedentes 17
- 1.6. Marco teórico 18
- 1.7. Apartado metodológico 21
- 1.8. Análisis de la información o resultados 23
- 1.9. Conclusiones, observaciones y Recomendaciones 24

CAPÍTULO II. EL FORMATO

- 2.1. Portada 25
- 2.2. Índice 26
- 2.3. Títulos y subtítulos 27
- 2.4. Citas 28
- 2.5. Interlineados y sangrías 31
- 2.6. Tablas y figuras 31
- 2.7. Capítulos 34
- 2.8. De la redacción de la tesis 35
- 2.9. Referencias bibliográficas 35
- 2.10. Anexos 37
- 2.11. Paginación 38
- 2.12. Réplica 38

CAPÍTULO III. FORMATOS DE SEGUIMIENTO, CONTROL Y EVALUACIÓN DE LA TESIS

- 3.1. Convenio de dirección de tesis 40
- 3.2. Hoja de seguimiento de la asesoría del director de contenido para el Taller de Seminario de Investigación I 41
- 3.3. Hoja de seguimiento de la asesoría del director de contenido para el Taller de Seminario de Investigación II 42
- 3.4. Hoja de seguimiento de asesoría del director metodológico para el Taller de Seminario de Investigación I 43
- 3.5. Hoja de seguimiento de asesoría del director metodológico para el Taller de Seminario de Investigación II 44

- 3.6. Carta de aprobación de tesis por parte de los directores 45
- 3.7. Instrumento de evaluación para réplica 46

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

- Lista de Verbos 48

ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla No.1 Contenido del trabajo de investigación de Acuerdo con cada Seminario 10
- Tabla No.2 Elementos para la construcción del objeto de estudio 12
- Tabla No.3 Tipología de objetivos 14
- Tabla No.4 Ejemplo de objetivos 14
- Tabla No.5 Ejemplo vacío de operacionalización de variables 19
- Tabla No.6 Ejemplo de operacionalización de variables aplicado "A" 19
- Tabla No.7 Ejemplo de operacionalización de variables Aplicado "B" 20
- Tabla No.8 Ejemplo de índice 26
- Tabla No.9 Ejemplo de niveles de títulos 27
- Tabla No.10 Ejemplo de título principal 27
- Tabla No.11 Ejemplo de Tabla 32

ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura No.1 Qué se entiende por tesis 9
- Figura No.2 Principios que rigen la elección del tema del trabajo recepcional 10
- Figura No.3 Tipología del trabajo recepcional 13
- Figura No.4 Tipos de Justificación 16
- Figura No.5 Funciones del director de contenido 16
- Figura No.6 Organización del Marco Histórico 17
- Figura No.7 Triangulación de la información 22
- Figura No.8 Funciones del director metodológico 22
- Figura No.9 Elementos básicos del análisis 23
- Figura No.10 Elementos para el análisis de datos Cualitativos 23
- Figura No.11 Características para la redacción de las Conclusiones 24
- Figura No.12 Portada oficial de la Tesis 25
- Figura No.13 Ejemplo de figura "A" 32
- Figura No.14 Ejemplo de figura "B" 33
- Figura No.15 Ejemplo de página para separación de Capítulo 34

Este Manual surge con el propósito de orientar a estudiantes y profesores de instituciones públicas y privadas a nivel licenciatura, respecto a los requerimientos básicos para desarrollar el trabajo recepcional, además de contemplar los estándares establecidos en sus respectivos reglamentos de titulación y los considerados por organismos nacionales e internacionales como el Consejo Nacional para la Ciencia y la Tecnología (CONACYT), el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONE ICC), la Asociación Mexicana de Comunicadores Organizacionales (AMCO), entre otros.

De esta forma, el Manual contempla cuatro aspectos básicos: el contenido que debe desarrollarse en todos los apartados de la tesis; el formato para la redacción y presentación del trabajo; los formatos de Seguimiento, Control y Evaluación de la tesis que se utilizan por el director y asesor de tesis, además de los sinodales en la réplica final y el Reglamento de Titulación de la Institución. Todos ellos organizados de tal forma que permitan al alumno y a los asesores dar un seguimiento adecuado al trabajo recepcional y consultar cualquier duda que se tenga al respecto. Para la utilización del manual es necesario el apoyo tanto del Director Metodológico como de Contenido, figuras académicas indispensables para la correcta utilización del mismo.

Es pertinente aclarar que es un trabajo en el que se recopila información elemental para la elaboración del trabajo recepcional. Para ello se utilizan ejemplos, cuadros de información y listados, aunque vale la pena consultar bibliografía sobre metodología, investigación cualitativa y cuantitativa que enriquezcan el trabajo de investigación, además de estar en contacto permanente con los asesores en relación con los cambios, dudas o sugerencias respecto a la elaboración de la tesis.

1.1. QUÉ SE ENTIENDE POR TESIS

Figura No. 1 Qué se entiende por tesis



Fuente: Muñoz, 1998

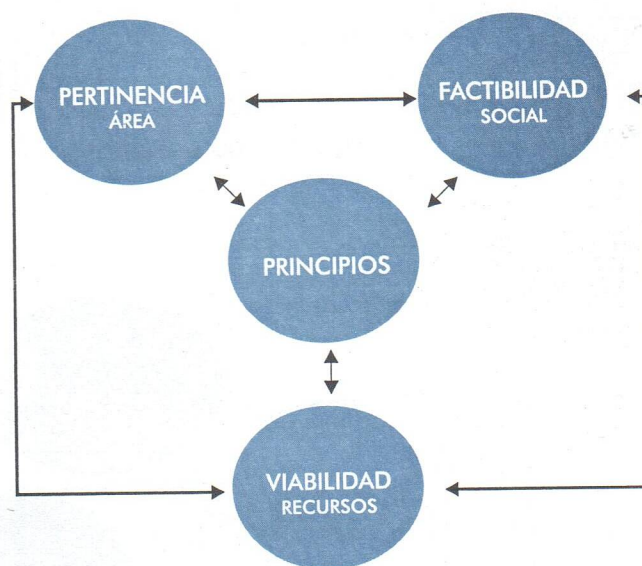
1.2. ELECCIÓN DEL TEMA

Para la elección del tema de tesis se deben seguir los principios de pertinencia, factibilidad y viabilidad establecidos en el Reglamento de Titulación, de tal forma que se verifique la pertinencia del tema respecto al área de estudio, esto es, cuidar que el enfoque planteado sea desde la comunicación en cualquiera de las áreas de profundización, apoyados en las disciplinas que las sustentan. La factibilidad entonces, se refiere al impacto de los resultados de la investigación en la sociedad dado que se debe responder a problemáticas sociales reales de la región o del país, sin importar que el trabajo sea teórico o práctico, o ambos. Posterior a esto se analiza la viabilidad, es decir, los recursos humanos, financieros y materiales, además del tiempo y capacidad con que se cuenta para el logro de los objetivos de la investigación propuesta.

El trabajo recepcional se desarrolla en dos partes, la primera de ellas se lleva a cabo durante el Taller de Seminario de Investigación I y consiste en elaborar el protocolo de investigación, el cual contiene los elementos enlistados en la tabla No. 1.

La segunda parte consiste en poner en práctica lo planeado en el protocolo y se realiza durante el Seminario II, en el cual se concluye la totalidad del trabajo de investigación.

Figura No. 2 Principios que rigen la elección del tema del trabajo recepcional



Fuente: Molina, 2006.

Tabla No. 1 Contenido del trabajo de investigación de acuerdo con cada Seminario

Taller de Seminario de Investigación I	Taller de Seminario de Investigación II
▀ Portada ▀ Índice General ▀ Introducción: (elaboración parcial y abarca hasta el capítulo cuatro) ▀ Capítulo Uno: Planteamiento del Problema ▀ Capítulo Dos: Marco Histórico Referencial ▀ Capítulo Tres: Marco Teórico ▀ Capítulo Cuatro: Apartado Metodológico ▀ Bibliografía (parcial)	▀ Portada ▀ Índice ▀ Índice de Tablas, gráficas y figuras ▀ Introducción: (de la totalidad del trabajo) ▀ Capítulo Uno: Planteamiento del Problema ▀ Capítulo Dos: Marco Histórico Referencial ▀ Capítulo Tres: Marco Teórico ▀ Capítulo Cuatro: Apartado Metodológico ▀ Capítulo Cinco: Análisis de la Información y Resultados ▀ Capítulo Seis: Conclusiones, Observaciones y Recomendaciones ▀ Bibliografía ▀ Anexos

Fuente: Molina y Hernández, 2006.

1.3. INTRODUCCIÓN DE LA TESIS

En esta parte de la tesis se debe hacer referencia a cuál es el tema y objeto de estudio de la investigación, los objetivos que se persiguieron y los hallazgos de mayor relevancia encontrados durante la recopilación y análisis de la información. Esto también implica hacer énfasis en las teorías, métodos y técnicas utilizadas, además de mencionar en cuántos capítulos está organizada la tesis, explicando lo que contiene cada capítulo y enfatizando los criterios bajo los cuales se organizó todo el trabajo. La extensión de este apartado debe tener como máximo cuatro cuartillas con el formato establecido.

Aunque es bien sabido que una Introducción se redacta al final de la investigación, debe presentarse un borrador de la Introducción para el Taller de Seminario I, que contemple los capítulos ya elaborados. Al finalizar la tesis, durante el Taller de Seminario II, deberá completarse con la información de los capítulos que se agregaron.

Plantar el problema/situación significa dar una visión de lo que rodea al objeto de estudio, señalando la manera en cómo se manifiesta en la realidad (síntomas), las posibles causas que lo originan y cómo se solucionaría éste (control al pronóstico), es decir, cómo puede resolverse el problema desde la disciplina que se aborda la investigación. Lo anterior implica establecer claramente antecedentes del problema, enlistar las diversas manifestaciones que lo provocan y buscar las opciones adecuadas para resolverlo.

Es pertinente aclarar la diferencia entre tema y problema, mientras el primero sólo es algo genérico, "problema" implica algo que no puede resolverse por sí solo, sino que requiere de una contextualización geográfica, histórica y social, que sólo puede identificarse por el investigador con actividades como la exploración y aproximación mediante revisiones bibliográficas, observación de la situación, o en su defecto, retomando parámetros establecidos con anterioridad por otros autores, por tanto, adquiere forma sólo con la conjunción de todos estos elementos.

Dado que las tesis son del área de comunicación, este planteamiento debe estar sustentado desde una perspectiva comunicacional, independientemente de que se trate del área organizacional o de publicidad y relaciones públicas.

El planteamiento del problema, además del panorama anterior, incluye la pregunta de investigación, los objetivos, la hipótesis (cuando la Tesis así lo requiera) y la justificación de la misma.

1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

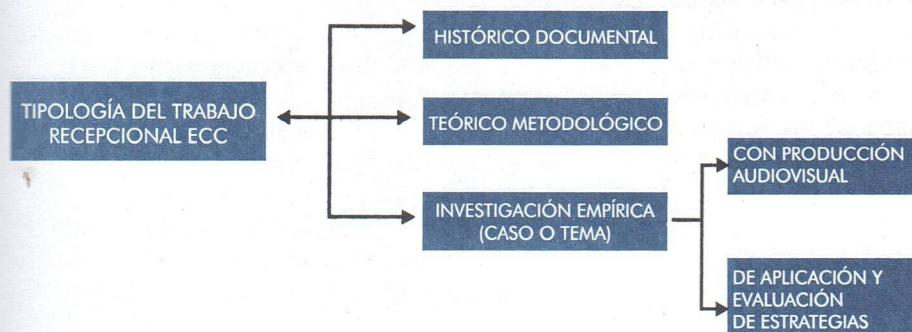
Tabla No. 2 Elementos para la construcción del objeto de estudio

CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO
Antecedentes
Síntomas
Causas/consecuencias
Delimitación del objeto de estudio
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN
Preguntas precedentes y subsecuentes
OBJETIVOS
Generales y específicos
HIPÓTESIS
Operacionalización
JUSTIFICACIÓN
Teórica
Práctica
Metodológica
ALCANCES - LIMITACIONES

Figura No. 3 Tipología del trabajo recepcional

TRABAJO RECEPCIONAL:

Estudio sistemático de un tema acorde con el perfil de la licenciatura, que explora la presencia de variables, describe su comportamiento y características, o explica la (s) relación (es) entre ellas.



Para reforzar el planteamiento del problema se elabora una o varias preguntas de investigación, las cuales ayudan a esclarecer hacia dónde se dirige la misma, dado que en la pregunta se establecen los sujetos de investigación y la temporalidad (espacio-tiempo-lugar).

Las preguntas deben coincidir con los objetivos y las hipótesis, en caso de existir estas últimas.

Ejemplo de preguntas de investigación:

¿Cuáles son los elementos básicos de una campaña publicitaria?

(investigación histórico-documental)

¿Cómo está conformada la cultura organizacional de la empresa X?

(investigación teórico-práctica)

¿Qué estrategias se requieren para implementar un programa de relaciones públicas en el Gobierno del Estado de Puebla?

(Investigación empírica con diseño de estrategias)

Al mismo tiempo que se plantea el problema, el alumno debe saber que existen diferentes tipos de investigación permitidos conforme a los reglamentos de titulación de la institución y que dependen del área de profundización por la que ha optado.

Por tanto, es necesario que el alumno junto con el director metodológico verifiquen que el trabajo se inscribe en cualquiera de estas modalidades.

Estos deben dividirse en generales y específicos, redactándolos en su inicio con el verbo en infinitivo, omitiendo los verbos “conocer”, “saber” e “investigar” y evitando preguntas dentro de los mismos. Ver ejemplos en las tablas Nos. 3 y 4.

Como puede observarse en los ejemplos, el verbo al inicio está en infinitivo, sin embargo, debe utilizarse el que se adecue a lo que realmente se desea obtener con la investigación, ya que de eso dependen la profundidad y las técnicas a utilizar.

Es importante recalcar que los objetivos específicos son la serie de actividades que deben desarrollarse para alcanzar el objetivo general y sirven como guía para llevar paso a paso la investigación, por lo que éstos deben indicar temporalidad y enfoque.

Dependiendo del nivel de profundidad de la investigación los verbos aplican de manera diferente. Los objetivos pueden ser a corto, mediano o largo plazo, lo que determina, la temporalidad de la investigación, ya sea longitudinal o transversal.

Los objetivos deben ser medibles y viables de alcanzar, es decir, asegurarse de que corresponden a lo que se pretende lograr, además de que cubran las diferentes etapas para realizar el trabajo completo. Para determinar con mayor exactitud los verbos a utilizar, se recomienda consultar la lista de verbos que se encuentra en el anexo 1.

1.4.1. OBJETIVOS

Tabla No. 3 Tipología de objetivos

POR SU TEMPORALIDAD	POR SU ALCANCE	POR SU ENFOQUE U ORIENTACIÓN	OTROS
INMEDIATOS	GENERALES	TEÓRICOS	SECTORIALES
MEDIATOS	ESPECÍFICOS	PRÁCTICOS	

Tabla No. 4 Ejemplo de objetivos

Correctos	Incorrectos
Describir los elementos básicos de una campaña publicitaria.	Conocer cuáles son los elementos básicos de una campaña publicitaria
Enlistar los elementos básicos de una campaña publicitaria.	Saber qué elementos básicos tiene una campaña publicitaria.

1.4.2 HIPÓTESIS

Las hipótesis son suposiciones que se formulan para responder a la pregunta de investigación. Sólo son necesarias para investigaciones experimentales y cuasiexperimentales. Dado que se establece como respuesta provisoria, será suficiente con redactarla adecuadamente y considerarla como guía del proceso en el resto de la investigación.

Las hipótesis pueden clasificarse según Hernández, Fernández y Baptista (1999) en:

- a) Descriptivas
- b) Correlacionales bivariadas y multivariadas
- c) De diferencia de grupos
- d) Causales bivariadas y multivariadas

La redacción de las hipótesis debe hacerse de manera afirmativa, evitando juicios de valor y teniendo bien clara la variable de estudio.

Ejemplo:

a) Descriptivas:

La cultura organizacional de la empresa "X" está fragmentada.

b) Correlacional bivariada:

La cultura organizacional fragmentada se asocia con la falta de comunicación de los objetivos organizacionales.

Correlacional multivariada:

La cultura organizacional fragmentada se asocia con la falta de comunicación de los objetivos organizacionales y el cambio de estructura en el organigrama.

c) De diferencia de grupos:

La cultura organizacional de la empresa "X" en el turno matutino es mercenaria y en el turno vespertino es fragmentada.

d) Causal bivariadas:

La cultura organizacional en la empresa "X" en el turno matutino es mercenaria debido a que no toma en cuenta la relación humana de los empleados.

Causal multivariada:

La cultura organizacional en la empresa "X" en el turno matutino es mercenaria debido a que toma en cuenta en mayor proporción los indicadores de productividad y en menor grado la relación humana de los empleados.

El objetivo de este apartado es explicar el por qué se hace una investigación, por tanto, es dentro del cual se explicitan los motivos teóricos, prácticos y/o metodológicos.

La justificación teórica hace énfasis en qué se aporta al área de conocimiento bajo la perspectiva o corriente teórica de la misma. La justificación teórica siempre se contempla dentro del trabajo de tesis.

La justificación práctica da cuenta de cómo la investigación beneficia a grupos sociales, instituciones, empresas u organismos y/o a la sociedad misma.

Finalmente, la justificación metodológica explica y valida por qué se utilizan determinadas técnicas, instrumentos y procedimientos. Sin embargo, ésta sólo se aplica cuando desde el planteamiento uno de los objetivos es reformar o confrontar la metodología.

Con este apartado concluye el capítulo uno de la Tesis titulado: *Planteamiento del Problema* que incluye, como ya se mencionó, planteamiento, pregunta de investigación, objetivos, hipótesis y justificación. Este capítulo no requiere ni introducción ni conclusión.

Al finalizar este apartado se somete ante la Comisión de Titulación para su aprobación, registro y designación del Director de Contenido, responsable del proyecto.

Para la aprobación del planteamiento, cabe aclarar que el objeto de investigación debe ser original (no abordado en otra tesis) y pertinente para el área de profundización de la escuela.

1.4.3. JUSTIFICACIÓN

Figura No. 4 Tipos de justificación

LOS TIPOS DE JUSTIFICACIÓN SON		
TEÓRICA	PRÁCTICA	METODOLÓGICA
Razones para verificar, rechazar o aportar aspectos teóricos referidos al objeto de	Razones que señalan que la investigación propuesta ayudará en la resolución de problemas	Razones que sustentan un aporte por la utilización o creación de instrumentos y modelos de investigación

Figura No. 5 Funciones del director de contenido

- 1) Orientar y conducir todo el proceso de elaboración del trabajo de investigación profesional.
- 2) Revisar, complementar y enunciar claramente junto con el estudiante el problema de investigación (u objeto de estudio) del proyecto.
- 3) Seleccionar, determinar y supervisar la pertinencia de los temas o subtemas del Marco Histórico Referencial.
- 4) Seleccionar, determinar y desarrollar con base en la naturaleza del objeto de estudio o problema de investigación, las teorías o conceptos que habrán de conformar el Marco Teórico Conceptual. Así como también, disponer el orden en que éstos habrán de ir apareciendo.
- 5) Asesorar en autores, disciplinas, corrientes, y bibliografía.

1.5. MARCO HISTÓRICO O ANTECEDENTES

Figura No. 6 Organización del Marco Histórico

El Marco Histórico se organiza en función del tema y de los objetivos del trabajo.

- ▲ Por épocas
- ▲ Por escuelas
- ▲ Por autores
- ▲ Por disciplinas
- ▲ Por lugares

Toda la información que se describa debe ser "pertinente" para utilizarla no sólo como contexto, sino incluso como parte del análisis.

El 1 Capítulo Dos de la Tesis correspondiente al Marco Histórico Referencial, debe contextualizar históricamente el objeto de estudio. Además debe presentar una delimitación temporal de lo que rodea al mismo.

Es importante decir que dicha contextualización debe abarcar sólo aquello que realmente sirve para la comprensión del objeto de estudio. Este aspecto se modifica cuando el trabajo de investigación es histórico-documental, ya que de acuerdo con el planteamiento este apartado puede desaparecer.

Cuando el trabajo de investigación incluye un estudio de caso, se contextualiza históricamente no sólo el objeto de estudio, sino también la empresa, organismo, institución o grupo de personas del que se esté hablando, con el fin de que se presente lo que posteriormente será retomado para la comprensión de la investigación.

De acuerdo con Rubio y Varas (1999, p.173) el Marco Histórico debe tener las siguientes características:

- ▲ El tema debe ser presentado en su entorno geográfico histórico, cultural y social con el fin de comprender el sentido, la relevancia y significación que ocupa.
- ▲ El entorno físico/geográfico (emplazamiento, condiciones de habitabilidad.
- ▲ Características sociodemográficas de la población afectada o vinculada.
- ▲ Incidencia y predominio del problema/situación.
- ▲ Antecedentes históricos que lo han acompañando y determinando (cómo surgió, cómo ha ido evolucionando, qué respuestas se han ido dando).
- ▲ Circunstancias y acontecimientos que lo rodean en la actualidad.

Hay que recordar que a partir del Marco Histórico y hasta antes de las conclusiones, todos los capítulos deben llevar una introducción y un cierre o conclusión.

En este capítulo de la Tesis se desarrollan las teorías y conceptos que sustentan la investigación en referencia al objeto de estudio. Para lograr la comprensión del objeto de estudio se puede utilizar una sola teoría que explique ampliamente el fenómeno o varias teorías interrelacionadas que permitan la explicación del mismo.

El cometido del Marco Teórico es situar al problema dentro de un conjunto de conocimientos disciplinarios en el área, en lo posible sólidos y confiables, que permitan orientar la búsqueda de información y ofrezcan una conceptualización adecuada de los términos que se utilizan y del que se obtiene la correcta operacionalización de variables.

Por su parte, las variables de investigación o conceptos deben ser definidos como mínimo por tres autores. Al hacer esto se deben interpretar las definiciones contrastándolas entre sí para ver en qué coinciden o se diferencian, en qué ámbitos aplican, etc., de tal manera que de acuerdo con las necesidades de investigación, se utilice alguna de ellas o se construya una nueva, a partir de las tres consultadas, en función de la investigación.

Al final de este apartado y después de realizar la revisión teórica, se incluye lo que se conoce como operacionalización de variables, la cual consiste en especificar las actividades u operaciones para medir una variable. Básicamente es un proceso de abstracción mediante el cual se pasa de la teoría a la práctica, primero se define el concepto o variable, después se establecen y delimitan conceptualmente las categorías que contiene esta definición, de éstas se especifican indicadores, subindicadores e índices (tanto subindicadores como índices son prescindibles), y finalmente la técnica mediante la cual se logra la medición del concepto o variable a través de un nivel nominal, ordinal o de intervalo.

Tabla No.5 Ejemplo vacío de operacionalización de variables

VARIABLE/ CONCEPTO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	CATEGORÍAS	INDICADORES	SUB INDICADORES	ÍNDICES	NIVEL DE MEDICIÓN	TÉCNICA DE MEDICIÓN

Es importante mencionar que el esquema para lograr la operacionalización puede variar, sin embargo, es una actividad que no puede omitirse.

Tabla No. 6 Ejemplo de operacionalización de variables aplicado "A"

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	INDICADORES	SUBINDICADORES	TÉCNICA / NIVEL DE MEDICIÓN
Estructura visual	Está compuesto por todos los signos icónicos, por todo aquello que visualmente remita o recuerde algo.	Signo visual	Signo visual lógico	Análisis del discurso en: ▴ Plano de identidad ▴ Plano de denotación ▴ Plano de connotación
			Signo visual expresivo	
Estructura lingüística	Es todo lo que aparece redactado en el anuncio gráfico o pronunciado en el comercial radiofónico o televisivo	Signo lingüístico	Signo lingüístico redactado	Análisis del discurso en: ▴ Plano de identidad ▴ Plano de denotación ▴ Plano de connotación
			Signo lingüístico pronunciado	
Estructura sonora	Se compone por signos sonoros que estimulan el sentido auditivo	Signo sonoro	Signo sonoro motivado	Análisis del discurso en: ▴ Plano de identidad ▴ Plano de denotación ▴ Plano de connotación
			Música	

Fuente: Zambrano, 2005, p.74

Tabla No.7 Ejemplo de operalización de variables aplicado "B"

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	SUBINDICADORES	NIVEL DE MEDICIÓN
Labor educativa: Tarea multidisciplinaria que involucra distintos aspectos dentro del contexto educativo	Ámbito pedagógico: Prácticas cotidianas en clase	Prácticas en clase	▲ Auxiliares didácticos ▲ Material didáctico	▲ Lecturas ▲ Dinámicas ▲ Libros ▲ Cuestionarios ▲ Esquemas ▲ Láminas ▲ Maquetas ▲ Videos	▲ Medición Nominal ▲ Grupos de discusión ▲ ¿Utilizan auxiliares y material didáctico? ▲ ¿Qué auxiliares y material didáctico utilizan? ▲ ¿Cuál es el método más adecuado? ▲ ¿Son adecuadas las instalaciones?
	Ámbito profesional: Modelo de comportamiento profesional	Comportamiento profesional	▲ Ideologías ▲ Creencias ▲ Conocimientos ▲ Interacción con colegas ▲ desempeño dentro de la escuela ▲ Inicios como profesores	▲ Agente de cambio: modificar el entorno. ▲ Desarrollo de la clase ▲ Relaciones interpersonales ▲ Mejorar la escuela ▲ Tareas cotidianas	▲ Nivel de medición nominal ▲ Grupos de discusión ▲ Interaccionismo simbólico ▲ ¿Cómo contribuyen los docentes a modificar su entorno? ▲ ¿Se organizan conferencias o pláticas? ▲ ¿Cada qué tiempo se organizan? ▲ ¿Cada cuanto tienen consejo técnico? ▲ Cómo es la relación entre los profesores?
	Ámbito sociocultural: Relaciones comunitarias y con los padres de familia	▲ Relaciones comunitarias ▲ Relaciones con padres de familia ▲ Relaciones con la sociedad en general	▲ Consejos de participación social ▲ Búsqueda de apoyo por parte de las autoridades estatales y municipales ▲ Juntas con padres de familia ▲ Participación en labores extraescolares	▲ Mejora de condiciones de vida ▲ Convenios con autoridades ▲ Apoyo a alumnos ▲ Pintar la escuela, sembrar árboles, participación en ceremonias	▲ Nivel de medición nominal ▲ Interaccionismo simbólico ▲ Grupos de discusión ▲ ¿Cómo son las relaciones con los padres de familia? ▲ ¿Hay reuniones con los padres de familia? ▲ ¿Cada cuando son esas reuniones? ▲ ¿Existe la participación social dentro de la escuela? ▲ ¿Qué autoridades apoyan a la escuela?

Fuente: López, 2004, p. 82

1.7. APARTADO METODOLÓGICO

TIPO DE ESTUDIO

- ▲Cualitativo / Cuantitativo / Biográfico / Etnográfico/Histórico
- ▲Exploratorio / Descriptivo / Correlacional / Explicativo
- ▲Experimental / no experimental
- ▲Prospectivo / Retrospectivo
- ▲Longitudinal / Transversal

MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

- ▲Universo y Muestra/Selección del Caso
- ▲Plan de Tabulación y Análisis/Categorización y codificación
- ▲Organización y presentación de resultados

MÉTODO CUANTITATIVO

Encuesta

MÉTODO CUALITATIVO

Grupo de discusión

Entrevista en profundidad

MÉTODO BIOGRÁFICO

Historias de vida

Relatos de vida

Biogramas

Documentos personales

MÉTODO ETNOGRÁFICO

Observación participante

MÉTODO HISTÓRICO

Fuentes orales y documentación

Este capítulo de la tesis se organiza en tres secciones: el tipo de estudio, las técnicas e instrumentos de medición y el plan de tabulación y análisis.

Las tres secciones se deben definir basándose en uno hasta tres autores y seguir los lineamientos sugeridos por sólo uno de ellos, es decir, aquél que se ajusta a las necesidades del problema de investigación. Esto implica que únicamente el tipo de estudio se queda en ese orden dentro de la tesis, no así las técnicas e instrumentos de medición, ni el plan de tabulación y análisis, ya que los autores proponen diversos pasos. Sin embargo, aunque el orden cambie, todos deben estar explícitos dentro de este apartado.

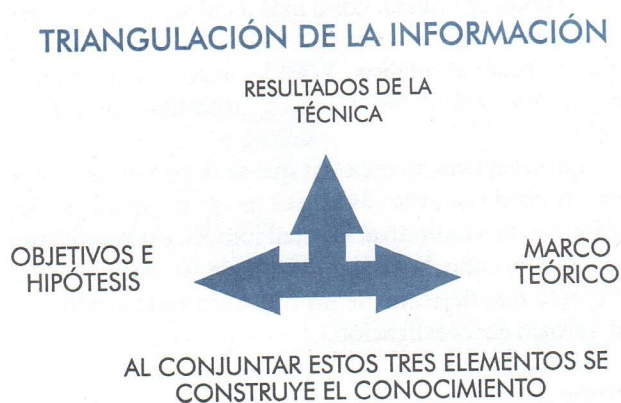
Cuando se utilizan dos o más técnicas se establecen los procedimientos completos de cada una, desde la técnica hasta el análisis. Y así se hace sucesivamente hasta que todas las técnicas utilizadas se hayan agotado.

Es importante mencionar que se deben dejar claros los procedimientos estadísticos y el análisis de información cualitativa. Lo cual implica explicar cómo se lleva a cabo la triangulación de la información. Aspecto que depende de los objetivos establecidos en el trabajo de investigación.

Resultados + Marco Teórico + Objetivo/hipótesis = Triangulación de la información. En esta sección únicamente se describe el proceso de análisis, pero no se lleva a cabo, ya que ésta es la actividad a desarrollar en el siguiente capítulo.

El objetivo de dejar claros todos estos aspectos es dar validez y confiabilidad a los resultados y en general a la investigación, ya que se asegura la replicabilidad del estudio.

Figura No. 7 Triangulación de la información



Fuente: Molina, 2005

En la figura No. 8 se enlistan las funciones del director metodológico al igual que se presentaron las del director de contenido.

Este capítulo también lleva introducción y conclusión. Y es el último que se trabaja para el Taller de Seminario de Investigación I.

Figura No. 8 Funciones del director metodológico

- 1) En la selección del tema.
- 2) En analizar la pertinencia del tema de acuerdo con el área de profundización.
- 3) En la construcción del objeto de estudio.
- 4) En la justificación del tema.
- 5) En la sistematización de la información histórica y teórica (ya que el contenido depende de lo que establece el director de tesis).
- 6) El apartado metodológico establece las técnicas adecuadas para la recopilación de la información y para el análisis de la misma, de acuerdo con el objeto de estudio.
- 7) En el diseño de los instrumentos de medición.
- 8) En la organización de la información del capítulo de análisis.
- 9) Verificar la triangulación de la información, en concordancia entre lo planteado, la técnica y los resultados obtenidos.
- 10) Confirmar que las conclusiones manifiesten la aportación del trabajo recepcional en el área de profundización.
- 11) Durante todo el proceso revisa que el trabajo recepcional cumpla con el formato y el contenido establecido en el Reglamento de Titulación de la Escuela.

1.8. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN O RESULTADOS

En este capítulo de la Tesis, que se desarrolla durante el Taller de Seminario de Investigación II, se presentan los resultados de la aplicación de las técnicas. Estos deben estar organizados en función de la operacionalización de variables, de tal manera que lleven una secuencia lógica. Dado que esta es la parte de la triangulación de la información, se permite la utilización de citas para sustentar la información presentada.

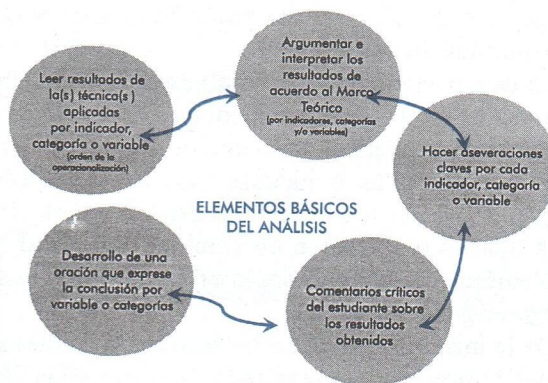
Dependiendo del tipo de análisis cualitativo y/o cuantitativo los resultados pueden presentarse acompañados de las tablas y figuras más relevantes para sustentar los resultados de la investigación. Los elementos que no se hayan utilizado pero que fundamentan la investigación, se incorporan en los anexos.

Si la variable para su medición requirió dos técnicas deben quedar bien delimitados los resultados de una frente a la otra.

En este apartado es en donde se deja claro si se aprueba o rechaza la hipótesis y si se alcanzaron o no los objetivos de la investigación.

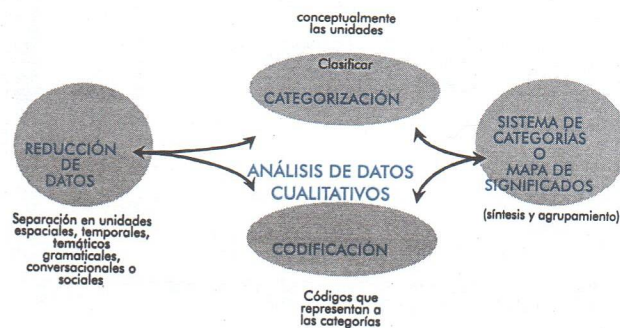
Igual que los anteriores capítulos de la Tesis, éste debe llevar una introducción y una conclusión.

Figura No.9 Elementos básicos del análisis



Fuente: Molina, 2005

Figura No. 10 Elementos para el análisis de datos cualitativos



Fuente: Molina y Hernández, 2005

Análisis e interpretación de datos

- ▶ Se presentan acorde con las variables de investigación, definiendo y separando unidades de análisis.
- ▶ Se organiza de acuerdo con lo descrito en el apartado metodológico
- ▶ Se establece la aceptación o no de hipótesis.
- ▶ Se determina el cumplimiento de objetivos
- ▶ Se elaboran temas y subtemas
- ▶ Se incluyen gráficos y mapas conceptuales

Este capítulo consiste en responder la pregunta o preguntas de investigación con los argumentos del autor, por lo que, las citas y las cifras, porcentajes o gráficas no deben de utilizarse.

El autor debe profundizar y ampliar la perspectiva sobre el problema de estudio, identificando claramente la relevancia del mismo, respaldado por la evidencia encontrada en los anteriores capítulos.

Las conclusiones, mismas que son aportación del investigador, deben argumentarse detalladamente, ya que se requiere que esta parte de la tesis tenga como mínimo diez cuartillas.

En ésta parte de la Tesis también se incluyen las observaciones y recomendaciones. Las primeras consisten en explicar todo lo que de alguna manera impidió desarrollar o alcanzar los objetivos con precisión y las recomendaciones plantean las posibilidades que existen de cambiar o mejorar la problemática, la institución, la empresa o lo que se persiga en la investigación.

De la misma manera, en las recomendaciones se incluye la producción, resultado de la investigación como manuales, campañas de relaciones públicas, campañas de publicidad, etc., mismas que deberán ir con un diseño diferente a la tesis misma.

Aunque aquí se concluye formalmente el proceso de investigación, inicia la organización de referencias bibliográficas, anexos y presentación que también forman parte del Seminario de Investigación II.

1.9 CONCLUSIONES, OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

Figura No. 11 Características para la redacción de las conclusiones

Explicar la relevancia de la temática desarrollada respecto al contexto especificado

- ▲ Aseveración clave
- ▲ Aseveraciones de soporte (mínimo 2)
- ▲ Fundamentar con ejemplos concretos

Rescatar los principales hallazgos relacionados con las variables de investigación

- ▲ No citas
- ▲ No porcentajes

Presentar conclusiones personales sobre los aspectos tratados en el tema.

- ▲ Aseveración clave
- ▲ Aseveraciones de soporte (mínimo 2)
- ▲ Fundamentar con ejemplos concretos

Tanto en publicaciones impresas como electrónicas se exigen requisitos respecto al contenido, además del formato. El control de ambos aspectos asegura la calidad de los trabajos, por este motivo, la Escuela de Ciencias de la Comunicación en acuerdo con la Comisión de Titulación y el Consejo de Unidad Académica, y bajo una revisión de las tendencias nacionales e internacionales, se estableció adoptar el esquema propuesto, en su 5ª edición, por la Asociación Americana de Psicología (APA por sus siglas en inglés), que les permite a los trabajos recepcionales cumplir con los requisitos que establecen las publicaciones arbitradas y científicas.

2.1 PORTADA

De acuerdo con la Legislación Universitaria cada facultad o escuela tiene la opción de elegir el diseño de la portada de tesis o trabajos recepcionales, aunque en general, se pide como requisito la presencia de los siguientes elementos:

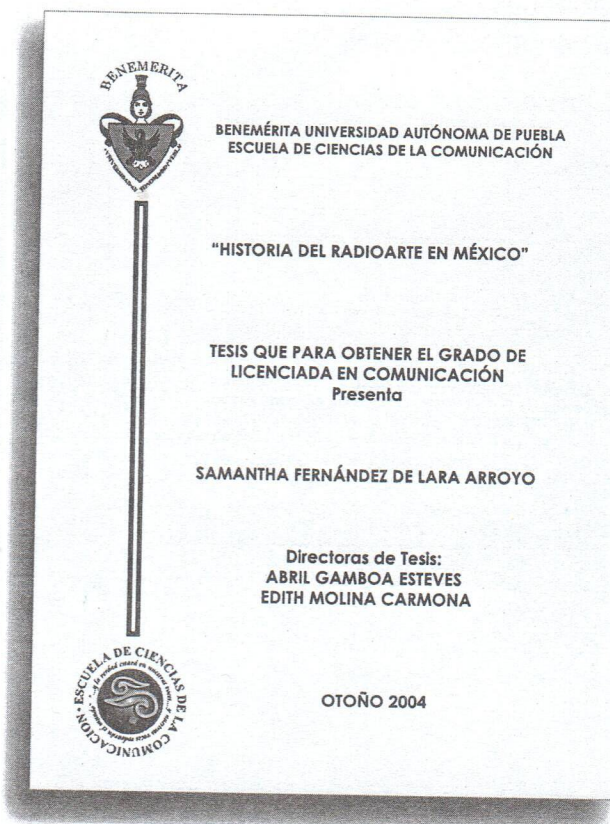
- ▲ Nombre de la Universidad
- ▲ Nombre de la escuela o facultad
- ▲ Título del trabajo
- ▲ Grado a obtener (licenciatura, maestría, doctorado)
- ▲ Nombre de (los, las) alumno (a, os),
- ▲ Directores de tesis
- ▲ Fecha de elaboración

Todos estos elementos no se contraponen con lo establecido por la APA. Por lo que la portada oficial de los trabajos recepcionales en este caso, para la Escuela de Ciencias de la Comunicación, es la siguiente.

Un criterio establecido por el Reglamento de Titulación de la Escuela es que el empastado de la tesis, al ser impresa para presentación del Examen Profesional, únicamente podrá ser en azul, verde o negra, tamaño carta y en pasta rígida.

Debido a que el contenido de la tesis debe escribirse en letra tipo Arial, Verdana o Times (tamaño 11 y 12), las letras de la portada también deben cumplir con ese requisito, aunque está permitido modificar el tamaño de letra.

Figura No. 12 Portada oficial de la Tesis



Fuente: Escuela de Ciencias de la Comunicación, 2005

El índice de la tesis debe contener todos los títulos y subtítulos que se encuentran al interior de los capítulos. El número de página va inmediatamente después al título y/o subtítulo y va en negritas y cursivas a interlineado sencillo aunque respetando los dos espacios que separan un título principal de otro.

El índice se pagina con números romanos en minúscula en la parte superior derecha y no cuenta como parte de la paginación total de la tesis.

Después del índice general se incorpora el índice de tablas, gráficas y/o figuras, conservando los mismos lineamientos del índice general.

2.2 ÍNDICE

Tabla No. 8 Ejemplo de índice

ÍNDICE	
ÍNDICE I	
Índice de tablas II	
INTRODUCCIÓN III	
CAPÍTULO I 8	
1. Planteamiento 9	
1.1 Objetivo General 11	
1.2 Objetivos Específicos 11	
1.3 Justificación 11	
CAPÍTULO II 13	
2. Marco Histórico 14	
2.1 Historia de la Publicidad en el mundo 14	
2.2 Historia de Publicidad Infantil en el Mundo 15	
2.3 Historia de la Publicidad de Juguetes en el Mundo 16	
CAPÍTULO III 20	
3 Marco Teórico Conceptual 21	
3.1 Publicidad 21	
3.2 Campaña Publicitaria 23	
3.3 Pasos para la realización de una Campaña 25	
3.4 Mensaje Publicitario	
3.6 Operacionalización de Variables 32	
CAPÍTULO IV 36	
4. Apartado Metodológico 37	
4.1 Tipos de estudios 37	
4.1.1 Estudio Cualitativos 37	
4.1.2 Estudio Descriptivo 38	
4.1.3 Estudio Transversal 38	
4.1.4 Estudio Prospectivo 40	
4.1.5 Estudio Experimental 40	
4.2 Técnica de Recolección de Datos 41	
4.2.1 Observación 41	
4.3 Plan de Tabulación y Análisis 47	
CAPÍTULO V 50	
5. Análisis de Datos 51	
5.1 Niños y Medios de Comunicación 52	
5.1.1 Niños y Radio 52	
5.1.1.1 Tiempos de interacción con el medio 53	
5.1.1.2 Análisis de Roles 54	
5.1.2 Niños y Medios Impresos 57	
5.1.2.1 Tiempos de interacción con el medio 58	
5.1.2.2 Análisis de Roles 60	
5.1.2.3 Análisis de Actitudes 61	
5.2 Niños y Juguetes: Tradicionales y Modernos 73	
5.2.1 Tiempos de Interacción 75	
5.2.2 Análisis de Roles 78	
5.3 Elementos para una Propuesta de Campaña 86	
5.3.1 Identificación del Público Meta 86	
5.3.2 Definición de los Objetivos de la Publicidad 87	
5.3.3 Elaboración de Briefing 87	
CAPÍTULO VI 93	
6.1 Conclusiones 94	
6.2 Observaciones 96	
6.3 Recomendaciones 96	
BIBLIOGRAFÍA 98	
ANEXOS 101	
Documento de Briefing 102	
II. Índice de tablas	
Tabla 1. Operacionalización de Variables 32	
Tabla 2. Unidades de Análisis 43	
Tabla 3. Datos generales del grupo Niños y Radio 52	

Fuente: Cano, 2004 pp. iii - iv

2.3 TÍTULOS Y SUBTÍTULOS

Dado que el APA es un sistema que regula publicaciones como monografías, artículos científicos, ensayos, investigaciones, entre otros, en la Escuela de Ciencias de la Comunicación se retoman los elementos del mismo ejemplificados en las tablas Nos. 9 y 10:

- ▲ Los títulos indican la organización del trabajo y se utilizan cinco niveles de los mismos.
- ▲ Todos los títulos y subtítulos deben llevar el número asignado en el índice como se muestra en la tabla No. 9.
- ▲ Otro elemento importante en el formato de los títulos es el espacio que debe existir entre el título y/o subtítulo y el párrafo inmediato y la regla para ello es: El título principal (nivel uno) a inicio de capítulo va cuatro espacios abajo del margen establecido. Al terminar el párrafo cualquier otro título o subtítulo que continúe debe ir dos espacios abajo, como se aprecia en la tabla No. 10.

Tabla No. 9 Ejemplo de niveles de títulos

Título Principal: ▲Centrado ▲Mayúsculas ▲Negritas	
Título Nivel Dos o Secundario ▲Al margen izquierdo ▲Mayúsculas y minúsculas ▲Negritas	3. MARCO TEÓRICO
Título Nivel Tres ▲Al margen izquierdo ▲Mayúsculas y minúsculas ▲Sin negritas	3.1 Comunicación
Título Nivel Cuatro ▲Al margen izquierdo ▲Subrayado ▲Mayúsculas y minúsculas ▲Sin negritas	3.1.1 Comunicación organizacional
Título Nivel Cuatro ▲Al margen izquierdo ▲Subrayado ▲Mayúsculas y minúsculas ▲Sin negritas	3.1.1.1. Flujos de Comunicación
Título Nivel Cuatro ▲Al margen izquierdo ▲Subrayado ▲Mayúsculas y minúsculas ▲Sin negritas ▲En cursivas	3.1.1.1.1. Comunicación descendente

Fuente: Molina y Hernández, 2005

Tabla No. 10 Ejemplo de título principal

(1 espacio)	
(2 espacios)	
(3 espacios)	
(4 espacios)	3. MARCO TEÓRICO
	Este marco tiene como finalidad exponer información sobre los conceptos y teorías desde varias propuestas de significado con el fin de hacerlo concordar con el sentido que la investigación posee...
(2 espacios)	
	3.1 Comunicación (cero espacios con el párrafo siguiente)
	Una primera definición para comunicación es la proporcionada por Verderber quien dice que "es un proceso que incluye contexto, participantes, mensajes, canales, presencia, ausencia de ruido y retroalimentación" (1999, p. 6).

Fuente: Molina y Hernández, 2005

Las citas se escriben de acuerdo con el formato APA, con las siguientes características:

a) Citas textuales mayores de 40 palabras van:

- Separadas del texto del párrafo normal
- Sin comillas
- Con interlineado sencillo
- Con un tabulador izquierdo de 5 espacios.
- Aunque se conserva el margen derecho respecto al texto general
- Si la cita es de dos o hasta tres párrafos el segundo y el tercer párrafo lleva sangría el primer reglón

Ejemplo:

A continuación se citan algunas definiciones de varios autores en cuanto a los conceptos relevantes que se manejan en la investigación por lo que primero se define Publicidad, y, posteriormente se van desglosando los diferentes factores que intervienen en la elaboración del mensaje.

Una primera definición es la que aporta Figueroa, misma que ve a la publicidad como:

Un conjunto de técnicas de comunicación persuasiva y efecto colectivo intersubjetivamente perceptibles que tiene que ver con el contenido simbólico del propio mensaje que cumple con un objetivo o propósito que beneficia a una empresa que sería la emisora del mensaje. También retoma el aspecto persuasivo y la búsqueda de venta de un producto o servicio

El conjunto de técnicas directivas y creativas de comunicación persuasiva y efecto colectivo tendientes a abrir, desarrollar y mantener el mercado de un producto o de un servicio por conducto de los medios de comunicación. Su objetivo es el lucro. (1998, P.22).

Ahora que ya se tienen las variadas definiciones de Publicidad se toman en cuenta algunos puntos que sirven de apoyo a la investigación y que ayudan a construir una definición que se adapte al problema que se está analizando.

b) Citas menores de 40 palabras

- Alineadas dentro del párrafo normal
- Entrecomilladas
- Con interlineado normal

Ejemplo:

Según Antrim y Dorr (1986, p.100) Campaña Publicitaria es: "Una serie de anuncios relacionados entre sí alrededor de un tema específico para cumplir con las metas del anunciante." A pesar de que la definición tiene mucho tiempo, plantea de manera concisa el objetivo de una campaña y la enuncia como una serie de anuncios que tienen que estar relacionados entre sí para cumplir con el o los objetivos de la empresa que la lleva a cabo.

2.4 CITAS

c) Manejo de autores para las citas textuales

Las citas textuales mayores y menores de 40 palabras deben incluir el apellido o apellidos del autor o autores, en mayúsculas y minúsculas, el año de publicación y la página. Existen tres formas para mencionar a los autores:

1) Cuando se pone dentro del texto normal.

Ejemplo:

Antrim y Dorr, en 1986, definieron a una Campaña Publicitaria como: "Una serie de anuncios relacionados entre sí alrededor de un tema específico para cumplir con las metas del anunciante" (p.100). A pesar de que la definición tiene mucho tiempo, plantea de manera concisa el objetivo de una campaña y la enuncia como una serie de anuncios que tienen que estar relacionados entre sí para cumplir con el o los objetivos de la empresa que la lleva a cabo.

2) Cuando se pone dentro de la cita.

Ejemplo:

Campaña Publicitaria es: "Una serie de anuncios relacionados entre sí alrededor de un tema específico para cumplir con las metas del anunciante" (Antrim y Dorr, 1986, p.100). A pesar de que la definición tiene mucho tiempo, plantea de manera concisa el objetivo de una campaña y la enuncia como una serie de anuncios que tienen que estar relacionados entre sí para cumplir con el o los objetivos de la empresa que la lleva a cabo.

3) La combinación de ambas (1 y 2).

Ejemplo:

Según Antrim y Dorr, Campaña Publicitaria es: "Una serie de anuncios relacionados entre sí alrededor de un tema específico para cumplir con las metas del anunciante" (1986, p.100). A pesar de que la definición tiene mucho tiempo, plantea de manera concisa el objetivo de una campaña y la enuncia como una serie de anuncios que tienen que estar relacionados entre sí para cumplir con el o los objetivos de la empresa que la lleva a cabo.

d) Manejo de autores para resumir o parafraseo

En estos casos se incluye el apellido o apellidos de los autores, el año, sin incluir la página específica.

Según Antrim y Dorr (1986) Una campaña publicitaria debe cumplir con los metas del anunciante, planteando de manera concisa el objetivo de campaña y debe ser presentada a través de una serie de anuncios relacionados entre sí.

e) Cita de un autor dentro de otro autor

Cuando se cita a un autor dentro de un libro y éste no es el autor del mismo, pero es retomado para el trabajo se debe poner en la referencia el nombre del autor original y la frase "citado en" y el apellido del autor del libro que se está consultando, el año y la página.

Ejemplo:

Tomando en cuenta una tercera opinión, según García (citado en Ferrer, 1995, p. 179) una campaña publicitaria se define como:

El objeto de traducir de forma comprensible al público objetivo, los fines comunicacionales de la empresa anunciante. Debe enfocarse a largo plazo y ha de concretar su objetivo: la respuesta que se quiere del target y la impresión final que se desea dejar en la mente de los consumidores para conseguir esa respuesta.

Esta definición vuelve a retomar los fines de la empresa y el planteamiento de objetivos a largo plazo y aporta otro factor que involucra la impresión del target o mercado meta y la búsqueda de respuesta por parte de éste.

Como puede observarse en el ejemplo, este aspecto se puede utilizar tanto en citas menores o mayores de 40 palabras, así como en las distintas formas, es decir, dentro del texto normal, dentro de la cita o la combinación de ambas.

f) Citas de obra de dos a cinco autores

Si se trata sólo de dos autores se incluyen los dos apellidos separados por la conjunción "y". En caso de ser más de dos se separan por una coma entre apellido y apellido y sólo antes del último en lista se pone la conjunción "y".

g) Citas de seis o más autores

En este caso se utiliza sólo el apellido del primer autor seguido del latinismo "et al".

h) Citas de autores desconocidos

Se usan sólo las primeras palabras del título y evidentemente el año y la página o en su defecto se pone "anónimo", el año y la página.

i) Citas para los autores corporativos

En la primera cita de una dependencia de gobierno o una empresa con un nombre extenso, se escribe el nombre completo y de modo inmediato se abrevia entre corchetes. Para las siguientes citas se usa la abreviatura sin los corchetes con la misma modalidad del inciso "c" para manejo de autores en las citas textuales.

Primera Cita: (Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad [AMAP], 1996)

Segunda cita: (AMAP, 1996)

j) Citas con autores del mismo apellido

En este caso para evitar confusión además del apellido se utilizan las iniciales de los nombres.

Cita con un autor mismo apellido:

De acuerdo con J. Rodríguez "32% de las mujeres se hayan internas por delitos contra la salud; 19% por homicidio, 15% por robo, 14% por robo de infantes y el restante por otros delitos menores" (2001, párr. 7).

Parafraseo con dos autores mismo apellido:

De acuerdo con J. Rodríguez (2001) y H. Rodríguez (1999), las mujeres sufren violencia intrafamiliar a partir de la adolescencia y no la manifiestan como un problema grave hasta una edad adulta.

k) Citas de comunicaciones personales (entrevista, conversaciones, cartas, correo electrónico, etc.)

Se citan con iniciales, apellido, fecha precisa y tipo de comunicación personal

Aguirre (carta personal, noviembre 12, 2004) mencionó que los comunicadores organizacionales tendrán mayor aceptación en las organizaciones debido a los requerimientos en las auditorías ISO 9000

Cuando se trata de otro tipo de comunicación lo único que se modifica es lo que está entre paréntesis, especificando el tipo de comunicación.

l) Citas de Internet

Para utilizar citas de internet los autores o instituciones deben ser reconocidos y se siguen los mismos lineamientos para citar libros, es decir, se pone el apellido, el año y la página. Dado que algunos artículos no cuentan con número de página, se utiliza el número de párrafo para las citas textuales. Cuando una página tiene fecha, se indica, en caso de no tenerla, se agrega el día de consulta de la misma.

Con datos completos:

De acuerdo con Rodríguez, J. (2001, párr. 3) "32% de las mujeres se hayan internas por delitos contra la salud; 19% por homicidio, 15% por robo, 14% por robo de infantes y el restante por otros delitos menores".

Cuando el artículo no tiene fecha:

De acuerdo con Rodríguez, J. (noviembre 23, 2005, párr. 3) "32% de las mujeres se hayan internas por delitos contra la salud; 19% por homicidio, 15% por robo, 14% por robo de infantes y el restante por otros delitos menores".

m) Citas de revistas

Para publicaciones periódicas como revistas de investigación arbitradas, de divulgación popular y boletines académicos, el formato general para citarlas es el mismo de un libro, aunque en las referencias bibliográficas sí se modifican algunos datos

2.5 INTERLINEADOS Y SANGRÍAS

El interlineado del texto dentro de la tesis debe ser de 1.5 dentro del párrafo. Entre uno y otro existirá una separación de dos espacios (renglones). Todo párrafo que inicia después de un título no lleva sangría. La sangría sólo se utiliza del segundo párrafo en adelante y debe ser de cinco espacios.

Nota: Tanto en el índice como en las referencias bibliográficas y anexos estas reglas de interlineado cambian. Revisar apartados correspondientes.

2.6 TABLAS Y FIGURAS

Los tablas y figuras que se utilizan para apoyar y no para duplicar el contenido de los diversos capítulos de la tesis, sean de autoría propia o tomados de algún otro medio, siempre deben citar la fuente o aclarar que es de autoría propia.

Cualquier tipo de ilustración distinta a una tabla se denomina figura y puede ser un diagrama, una gráfica o una fotografía.

Las tablas y figuras se enumeran por separado consecutivamente a lo largo de todos los capítulos, generando así dos índices, uno por cada apoyo.

Las **Tablas** permiten la presentación de una gran cantidad de datos en un espacio reducido. Su presentación se dispone de manera ordenada en columnas y filas o renglones, lo cual facilita realizar comparaciones entre los datos presentados.

Tabla No. 11 Ejemplo de tabla

POLÍTICA	ESTRATEGIA	PLAN
▲ Es un conjunto de principios, normas y aspiraciones. ▲ Es un mandato. ▲ Es raigal. ▲ Es doctrinaria: traza objetivos generales, amplios y de largo aliento. ▲ Tiende a ser más profunda que amplia, se expresa en enunciados cortos. ▲ Se enuncia por medio de un discurso, una declaración, un acuerdo o una ley.	▲ Es un conjunto de previsiones sobre fines y procedimientos. ▲ Es un diseño. ▲ Es troncal. ▲ Es metodología: plantea procedimientos específicos. ▲ Tiende a ser más amplia que profunda, se expresa en enunciados de mediana longitud. ▲ Se enuncia por manifestación introductoria al plan o mediante un decreto o resolución institucional.	▲ Es un conjunto de prescripciones para regir operaciones. ▲ Es un aparato. ▲ Es ejecutivo: estipula en detalle metas y métodos. ▲ Tiende a ser tan profundo como amplio, se expresa en enunciados extensos. ▲ Se enuncia como documento técnico, administrativo y financiero.

Fuente: Beltrán, 1995 p. 9

La **Gráfica** se define como un dibujo que contiene una colección de números o porcentajes, los cuales representan el resultado de variables y debe ser presentado como figura.

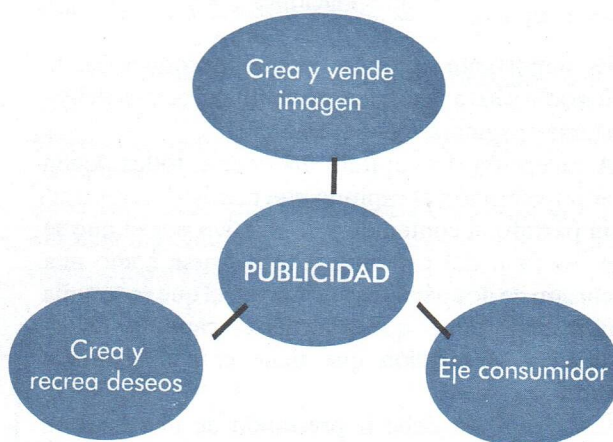
Figura No. 13 Ejemplo de figura "A"



Fuente: Molina, 2005

El **Diagrama** es la creación gráfica o esquemática de definiciones o conceptos obtenidos de una o varias fuentes de información y que se presenta mediante pirámides, organigramas, conjunciones o similares. También se presenta como figura.

Figura No. 14 Ejemplo de figura "B"



Fuente: Molina, 2005

Los títulos de tablas y figuras deben ser breves, claros y explicativos. En el caso de las tablas se sitúa en la parte superior y en el de las figuras en la parte inferior, además de tratar de evitar que el título sea más ancho que la propia figura.

La tesis consta de seis capítulos divididos de la siguiente manera:

Capítulo Uno: Planteamiento del problema
Capítulo Dos: Marco Histórico Referencial
Capítulo Tres: Marco Teórico
Capítulo Cuatro: Apartado Metodológico
Capítulo Cinco: Interpretación de Resultados
Capítulo Seis: Conclusiones, Observaciones y Recomendaciones

Es importante recordar que la introducción, la bibliografía y los anexos no son capítulos, pero sí deben enlistarse y paginarse dentro del índice.

A excepción del capítulo uno y seis, todos deben llevar introducción al capítulo que consiste en resumir en un párrafo el contenido y el objetivo por el que se hace. Al final del capítulo debe cerrarse como una conclusión de dos párrafos máximo en el que se resuma lo más importante que abordó el capítulo en su totalidad y la relación que tiene con el siguiente capítulo.

Cada capítulo debe ir precedido de una hoja en blanco que especifique el número de capítulo. Este título va en la parte inferior derecha de la hoja, en negritas y tamaño de la fuente de 22 puntos.

Como se mencionó en el apartado de Portada, el tipo de letra del contenido de la tesis es Arial, Verdana o Times en 11 ó 12 puntos.

Todos los títulos y subtítulos dentro de los capítulos deben ir numerados de acuerdo con la jerarquización en el índice (Ver apartado Títulos y Subtítulos).

2.7 CAPÍTULOS

Figura No. 15 Ejemplo de página para separación de capítulos

(Tamaño de la letra: 22 puntos)

CAPÍTULO UNO

2.8 DE LA REDACCIÓN DE LA TESIS

En general, toda la tesis debe redactarse en tercera persona, evitando juicios de valor, ambigüedad y plagios. Al mismo tiempo debe cuidarse la ortografía, la sintaxis y la lógica misma de la presentación de la información entre un párrafo y otro, entre un capítulo y otro.

También se debe evitar la redacción en un estilo informal, vago y redundante. Por otra parte, no debe redactarse información innecesaria, profundizar en aspectos secundarios y/o exponer asuntos personales ajenos.

Finalmente, hay que tener cuidado con la puntuación, los signos auxiliares, al emplear palabras abstractas, neologismos, tecnicismos, etc. y evitar párrafos de una sola oración. Es así como la redacción de la tesis debe tener coherencia entre los párrafos, emplear argumentos lógicos y sobretodo fundamentar objetivamente los temas del trabajo recepcional.

2.9 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Las referencias bibliográficas no se consideran capítulo, pero se enlistan después de las conclusiones. El orden de las mismas debe ser:

- a) En orden alfabético por apellido.
- b) Se utiliza únicamente la inicial del nombre o los nombres del autor o autores.
- c) Con sangría francesa o sangría colgante, cuyo espacio lo da por default el procesador de textos.
- d) Cuando no existe autor, se ordena de acuerdo con la primera palabra del "título" que no sea un artículo como un, una, el, la.
- e) En publicaciones escritas por autores con el mismo apellido se ordenan de acuerdo con el año de publicación o, en su defecto, asignándoles sufijos (a, b, c) después del año. Ejemplo: Romero, F. (1995a) Romero, F. (1995b)

El contenido de la referencia bibliográfica debe ser tal cual lo muestra el siguiente orden, respetando puntos, comas y paréntesis.

Apellido, inicial del nombre del autor. (El año entre paréntesis). Título del libro subrayado. Lugar de edición: Editorial.

Ejemplo:

Parra, J.E. (1999). Los Dilemas de la Política en México. México: Trillas

Para cualquier otro material, incluidas las referencias electrónicas, el orden es exactamente el mismo.

Autor o autores. (año). Título del artículo. Título de la revista. Volumen, páginas.

En el caso de una página o artículo de la Web, lo único que se agrega es la dirección electrónica precedido de la frase "disponible en..."

Ejemplo:

Guiraud, P. (2005). La semiología. Disponible en: <http://www.semiologia.org>

Para publicaciones no periódicas como libros, tesis, monografías, manuales, ponencias, simposia, el formato general es:

Autor o autores. (año). Título. Localidad: Editorial.

Para publicaciones no periódicas como capítulo de un libro, el formato general es:

Autor o autores. (año). Título del capítulo. En: inicial del nombre seguida por el apellido de los editores (Eds.). Título del libro (páginas). Localidad: Editorial.

Ejemplos de Referencias

Artículo de revista científica con un autor

Bekerian, D. A. (1993). In search of the typical eyewitnesses. *American Psychologist*, 48, 574-576.

Artículo de revista científica con dos autores

Klimoski, R. & Palmer, S. (1993). The ADA and the hiring process in organizations. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 45, 10-36.

Artículo de revista científica con tres a cinco autores

Borman, W. C., Hanson, M. A., Oppler, S. H., Pulakos, E. D. & White, L. A. (1993). Role of early supervisory experience in supervisor performance. *Journal of Applied Psychology*, 78, 443-449.

Artículo en revista de divulgación popular

Suinn, R. M. (1976, julio). Body thinking : psychology for Olympic champs. *Psychology Today*, 38-40.

Artículo de boletín informativo

Cravioto, J. (1966). La desnutrición proteico-calórica y el desarrollo psicobiológico del niño. *Boletín de la Oficina Sanitaria Panamericana*, 61, 285-304.

Traducción al español de un libro

Lazarus, R. y Folkman, S. (1991). *Estrés y Procesos Cognitivos*. (Zaplana, M. Trad.). México: Ediciones Roca. (Trabajo original publicado en 1984).

Referencia para un artículo o capítulo dentro de un libro editado

López, P., Castañeda, S. y Gómez, A. (1989). Contribución a la evaluación de estrategias de aprendizaje. El inventario de habilidades de estudio (IHE). En: S. Castañeda y O. López (Eds.) *La Psicología Cognoscitiva del Aprendizaje*. Aprendiendo a Aprender. México: UNAM. 281-288.

Contribución no publicada para un evento académico (congreso, simposio, etc.)

Giraldi, C. (1987, junio). Escala de incapacidad aprendida para adolescentes

Es importante aclarar que dentro de la bibliografía sólo se incluyen los libros y artículos que se citan dentro de la tesis. Por otra parte, el mínimo de libros consultados debe ser de 30 y debe existir, en esas 30 consultas, un equilibrio claro entre libros, revistas y páginas electrónicas.

Debido a que en el primer Taller de Seminario de Investigación se realiza el protocolo, que incluye tanto el marco histórico como el teórico, para que al final del mismo, éste presente mínimo 15 referencias bibliográficas con el equilibrio antes mencionado.

Se recomienda que el interlineado de las referencias sea a renglón sencillo, pero entre uno y otro dato bibliográfico se deja un espacio.

Ejemplo:

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, L. (1998) Metodología de la Investigación. México: Mc Graw-Hill.

Walter, B. y Wentz, L. (1985). Investigación de Mercados: Administración y Métodos. México: Trillas.

2.10 ANEXOS

Los anexos deben ir numerados y paginados siguiendo el orden de los números romanos que se utilizan también para el índice. Es necesario que esta numeración coincida con la expresada en las menciones de dichos anexos dentro de la tesis.

Dependiendo de las necesidades de la investigación los criterios en referencia al anexo pueden modificarse en común acuerdo con el asesor metodológico.

Se considera como anexo para investigaciones cualitativas:

- a) Guión de entrevista
- b) Transcripción de las entrevistas
- c) Guía de observación
- d) Mapas sociales, espaciales o temporales

Se considera como anexo para investigaciones cuantitativas:

- a) Cuestionario sin contestar y codificado
- b) Sábana metodológica (hoja de codificación)
- c) Gráficas que no se utilizaron durante la interpretación
- d) Todo lo referente al proceso estadístico

La paginación básicamente se divide en dos:

1) la parte correspondiente al índice, la introducción y los anexos, misma que se indica en números romanos minúsculos (i, ii, iii, iv, etc.) y

2) la parte del contenido que va en números arábigos y que empieza en 1 a partir del Planteamiento del problema y hasta las referencias bibliográficas.

2.11 PAGINACIÓN

La presentación de este trabajo de investigación se realiza dentro de un ejercicio denominado “réplica”, el cual tiene por objetivo cimentar los conocimientos adquiridos por el alumno al realizar su trabajo de investigación, además de ser apoyado por expertos en el área para corregir las deficiencias de la tesis. De tal forma que si el alumno decide o tiene que presentar su examen profesional, el trabajo de investigación cumplirá con las expectativas y requisitos que exige la institución para la titulación de sus estudiantes.

La réplica de la tesis tiene un valor establecido cuatrimestralmente por la Comisión de Titulación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

2.12 RÉPLICA

A continuación se presentan los formatos sugeridos de seguimiento, control y evaluación de la tesis. Los cuales se utilizan en común acuerdo con el director metodológico y de contenido para su llenado y uso durante los dos seminarios de investigación.

Es importante aclarar que dichos formatos han sido autorizados por la comisión de titulación y son los únicos con validez para la evaluación del seminario en la Escuela de Ciencias de Comunicación, por lo que está prohibido copiar o reproducirlos fuera de este manual.

3.1



**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
COMISIÓN DE TITULACIÓN
CONVENIO DE DIRECCIÓN DE TESIS**



PROFR(A): _____
P R E S E N T E

Por este medio nos permitimos informar a usted que ha sido asignado (a) como Director de contenido de la Tesis del alumno (a) _____

Del área terminal en: Comunicación Organizacional () Publicidad ()
Generación: _____

1° periodo: Primavera 200()
2° periodo Verano-Otoño 200()

Por tal motivo esta Comisión de Titulación solicita a usted su firma de enterado (a), así como también que anote en los espacios correspondientes el día (s) y el horario que destinará durante este primer periodo a tal labor; el segundo periodo se programará en Verano-Otoño. A continuación listamos las funciones que deberá desarrollar como Director de contenido:

1ER. PERIODO

- 1) Revisar, complementar y enunciar claramente junto con el estudiante el problema de Investigación (u objeto de estudio) del proyecto.
 - 2) Seleccionar, determinar y supervisar la pertinencia de los temas o subtemas del Marco Histórico Referencial.
 - 3) Seleccionar, determinar y desarrollar con base en la naturaleza del objeto de estudio o problema de investigación, la (s) teorías o conceptos que habrán de conformar el Marco Teórico Conceptual.
- Así como también, disponer el orden en que éstos habrán de ir apareciendo.

Día(s) y horario Primavera: _____

**ATENTAMENTE
COMISIÓN DE TITULACIÓN**

Puebla, Pue. a ____ de _____ de _____

Director(a) Contenido

Sria. Académica

Metodólogo(a)

BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
COMISIÓN DE TITULACIÓN

3.2

TALLER DE SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN I
HOJA DE SEGUIMIENTO DE LA ASESORÍA DEL DIRECTOR DE CONTENIDO

Título de la Tesis: _____

Nombre del alumno (s): _____

Fecha de recepción de carta asignación como Director: _____

a) Planteamiento del Problema

Observaciones puntuales	Otros

Fecha de aprobación: _____

Firma de aprobación: _____

b) Marco Histórico-Referencial

Observaciones puntuales	Otros

Fecha de aprobación: _____

Firma de aprobación: _____

c) Marco Teórico

Observaciones puntuales	Otros

Fecha de aprobación: _____

Firma de aprobación: _____

d) Borrador del Apartado Metodológico

Observaciones puntuales	Otros

Fecha de aprobación del borrador: _____

Firma de aprobación del protocolo: _____

**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
COMISIÓN DE TITULACIÓN**

**TALLER DE SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN II
HOJA DE SEGUIMIENTO DE LA ASESORÍA DEL DIRECTOR DE CONTENIDO**

Título de la Tesis: _____

Nombre del alumno (s): _____

Fecha de recepción de carta asignación como Director: _____

e) Apartado Metodológico

Observaciones puntuales	Otros

Fecha de aprobación: _____

Firma de aprobación: _____

f) Análisis de la Información (capítulo cinco)

Observaciones puntuales	Otros

Fecha de aprobación: _____

Firma de aprobación: _____

g) Conclusiones, observaciones y recomendaciones

Observaciones puntuales	Otros

Fecha de aprobación: _____

Firma de aprobación de la tesis

**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
COMISIÓN DE TITULACIÓN**

3.4

**HOJA DE SEGUIMIENTO DE LA ASESORÍA DEL DIRECTOR METODOLÓGICO
TALLER DE SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN I**

ÁREA: _____

TEMA:				
ALUMNO (S):		DIRECTOR:		
	TEMA	1ª. REVISIÓN	2ª REVISIÓN	3ª REVISIÓN
PRIMER PARCIAL (25%) CAPÍTULO I	1. Planteamiento a. Antecedentes b. Síntomas c. Causas/consecuencias d. Pronóstico e. Control al pronóstico f. Pregunta(s) de inv.	Enero	Enero	Enero
	2. Objetivos a. Generales b. Específicos	Enero	Febrero	
	3. Hipótesis (se incluirán cuando el trabajo lo requiera)			
	4. Justificación a. Teórica b. Práctica c. Metodológica	Febrero	Febrero	
SEGUNDO PARCIAL (25%) CAPÍTULO II	5. Marco Histórico Referencial a. Del tema b. De la disciplina c. Del área d. Del producto o empresa	Febrero	Marzo	
TERCER PARCIAL (25%) CAPÍTULO III	6. Marco Teórico Conceptual a. Conceptos b. Teorías c. Análisis	Marzo	Marzo	Marzo
CUARTO PARCIAL (25%) CAPÍTULO IV	7. Apartado Metodológico a. Tipo de investigación b. Universo y Muestra c. Plan de tabulación y análisis d. Cronograma e. Presupuesto	Abril	Abril	Mayo

**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
COMISIÓN DE TITULACIÓN**

**HOJA DE SEGUIMIENTO DE LA ASESORÍA DEL DIRECTOR METODOLÓGICO
TALLER DE SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN II**

ÁREA: _____

TEMA:				
ALUMNO (S):		DIRECTOR:		
	TEMA	1ª. REVISIÓN	2ª REVISIÓN	3ª REVISIÓN
PRIMER PARCIAL (20%) CAPÍTULO IV	8. Reconstrucción de la Perspectiva Teórica a) Reinicio de la revisión de la literatura b) Extracción y recopilación de información documental c) Fichas bibliográficas y de trabajo d) Tratamiento y paráfrasis de la información	Agosto		Enero
	9. Diseño de Instrumentos de Recolección de Datos a) Elaboración y explicación del diseño de los instrumentos b) Explicación de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos c) Explicación de procedimientos de análisis de la información	Septiembre		
	10. Aplicación de Instrumentos de Recolección de Datos a) Cuantitativos b) Cualitativos c) Modificación del apartado metodológico	Septiembre	Octubre	
SEGUNDO PARCIAL (25%) CAPÍTULO V	11. Codificación, Tratamiento y Análisis de los Datos a) Codificación y tabulación de respuestas b) Triangulación de la información c) Procedimientos estadísticos d) Procedimientos cualitativos	Octubre		
TERCER PARCIAL (25%) CAPÍTULO VI	12. Conclusiones, Observaciones y Recomendaciones; Presentación y Organización Final de la Tesina, Apartados Complementarios a) Bibliografía, Anexos, Apéndices b) Hoja de tabulación c) Lista de tablas, gráficas y/o figuras	Noviembre		
CUARTO PARCIAL (30%)	13. RÉPLICA	Noviembre/diciembre		

BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
COMISIÓN DE TITULACIÓN

3.6

CARTA DE APROBACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LOS DIRECTORES
TALLER DE SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN II

Por medio de la presente hacemos constar que el alumno:

con número de matrícula: _____

ha concluido su trabajo recepcional titulado: _____

en el periodo: _____

por lo que dicha tesis se aprueba para su presentación en Réplica.

Atentamente:

Director de Contenido

Director Metodológico

Fecha: _____

Fecha: _____

**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
COMISIÓN DE TITULACIÓN**

**INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN PARA RÉPLICA
TALLER DE SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN II**

ÁREA: _____

Alumno: _____

		ESCALA DE EVALUACIÓN						OBSERVACIONES
		10	9	8	7	6	5	
INTRODUCCIÓN	PERTINENCIA DE LA INVESTIGACIÓN PARA LA DISCIPLINA							
	CLARIDAD DE LOS OBJETIVOS							
	DESCRIPCIÓN DE LOS TEMAS RELACIONADOS CON LOS OBJETIVOS							
	CLARIDAD EN EL OBJETO DE ESTUDIO							
	OPERACIONALIZACIÓN DE HIPÓTESIS							
NARRACIÓN	TÓPICOS ESTRUCTURADOS LÓGICAMENTE EN LA EXPOSICIÓN							
	DEFINICIONES Y TEORÍAS QUE SUSTENTEN LA INVESTIGACIÓN							
	TEORÍAS ACORDES CON LOS OBJETIVOS							
	INSTRUMENTO DE MEDICIÓN ADECUADO A LOS OBJETIVOS DEL ESTUDIO							
CONFIRMACIÓN	TRIANGULACIÓN DE LA INFORMACIÓN							
	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN CON ASEVERACIONES FUNDAMENTADAS							
	DOMINIO CONCEPTUAL							
	DOMINIO DE LOS RESULTADOS CON RELACION A LOS OBJETIVOS							
EPÍLOGO	SE DETERMINARON LOS EJES TEMÁTICOS							
	SE ENUNCIÓ EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS							
	SE ESTABLECIÓ LA COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS							
	SE RESPONDIÓ A LA PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN							
	PERTINENCIA DE LAS OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES							
CALIFICACIÓN FINAL								

Presidente

Secretario

Vocal

- B** eltrán, L.R. (1995, julio). Salud Pública y Comunicación Social. Chasqui, vol. 51. Disponible en <http://www.cepis.ops-oms.org/eswww/fulltext/pciudada/saludpub/saludpub.html>
- C** ano, V.Y. (2004). Campaña Publicitaria para Juguetes Tradicionales Mexicanos. Tesis de licenciatura no publicada. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla, México.
- E** escuela de Ciencias de la Comunicación. (2002). Reglamento de Titulación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. BUAP.
- F** ernández de Lara, A.S. (2004). Historia del Radioarte en México. Tesis de licenciatura no publicada. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla, México.
- H** ernández, S. R., Fernández, C.C. y Baptista, L.P. (2003). Metodología de la Investigación. (2ª. ed.). México: Mc Graw Hill.
- J** urado, R.Y. (2002). Técnicas de Investigación Documental. Manual para la elaboración de tesis, monografías, ensayos e informes académicos. México: Thomson.
- L** ópez, R.C. (2004). La publicidad de la Secretaría de Educación Pública y los profesores de Educación Básica. Una propuesta de estrategias publicitarias. Tesis de licenciatura no publicada. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla, México.
- M** anual de Estilo de Publicaciones de la American Psychological Association / tr. Maricela Chávez M. ...[et al.]; adaptación gramatical Mayra Inzunza S.2ª. ed. México: Editorial el Manual Moderno, 2002.
- R** ubio, M.J. y Varas, J. (1999). El Análisis de la Realidad, en la Intervención Social. Métodos y Técnicas de Investigación. (2ª. Ed.). España: Editorial CCS.
- Z** ambrano. H.J. (2005). Análisis Semiótico de la Publicidad Televisiva de la Cerveza Corona. Tesis de licenciatura no publicada. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla, México.
- M** uñoz, R.C. (1998). Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis. México: Pearson/Prentice Hall

Tabla de Verbos que pueden ser utilizados en la Redacción de Objetivos según la Taxonomía de B.S. Bloom

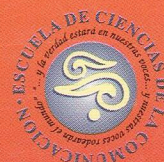
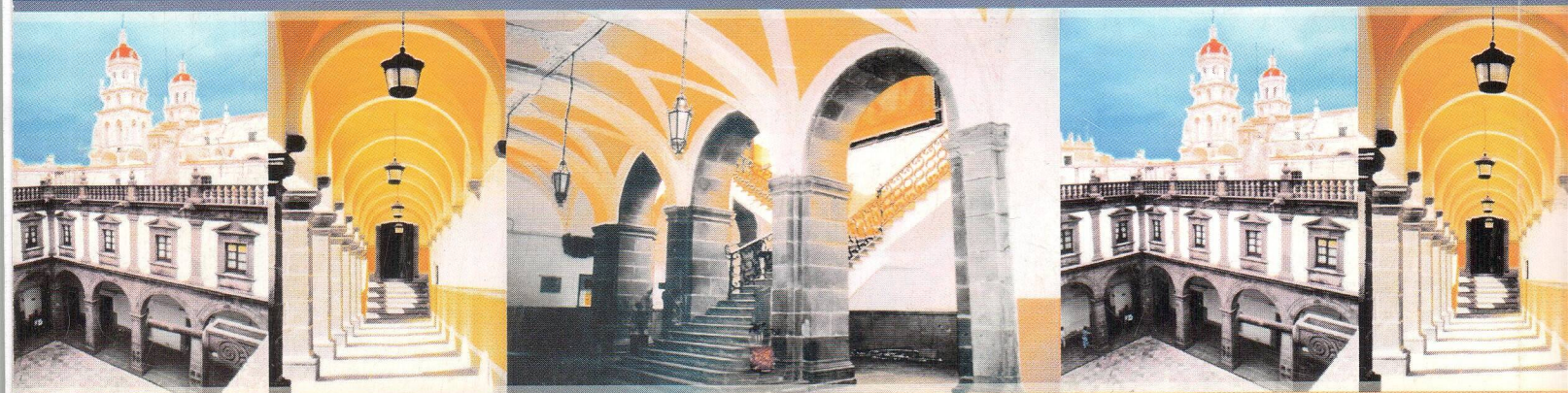
Conocimiento	Comprensión	Aplicación
Apuntar	Asociar	Aplicar
Citar	Codificar	Calcular
Definir	Comparar	Cambiar
Describir	Comparar	Conseguir
Designar	Concluir	Delinear
Determinar	Contrastar	Demostrar
Distinguir	Convertir	Describir
Enumerar	Criticar	Despejar
Enunciar	Deducir	Determinar
Recibir	Definir	Discriminar
Explicar	Describir	Diseñar
Exponer	Discriminar	Distinguir
Identificar	Discutir	Dramatizar
Indicar	Distinguir	Ejemplificar
Jerarquizar	Ejemplificar	Eliminar
Enlistar	Estimar	Emplear
Localizar	Explicar	Encontrar
Marcar	Expresar	Esbozar
Mencionar	Generalizar	Estimar
Nombrar	Identificar	Estructurar
Reconocer	Ilustrar	Explicar
Registrar	Inferir	Ilustrar
Relatar	Jerarquizar	Interpolar
Describir	Juzgar	Manejar
Repetir	Localizar	Manipular
Reproducir	Narrar	Medir
Seleccionar	Orientar	Modificar
Señalar	Organizar	Mostrar
Subrayar	Parafrasear	Obtener
	Predecir	Operar
	Pronosticar	Organizar
	Reafirmar	Practicar
	Relacionar	Preparar
	Resumir	Probar
	Revisar	Producir
	Sintetizar	

Análisis	Síntesis	Evaluación
Analizar	Arreglar	Acordar
Calcular	Categorizar	Apreciar
Categorizar	Conceptuar	Aprobar
Comparar	Combinar	Basar
Contrastar	Compilar	Calificar
Criticar	Componer	Categorizar
Debatir	Concebir	Comparar
Descomponer	Construir	Concluir
Describir	Crear	Contrastar
Designar	Definir	Criticar
Detallar	Demostrar	Defender
Determinar	Descubrir	Demostrar
Diferenciar	Determinar	Descubrir
Discriminar	Dirigir	Discriminar
Distinguir	Diseñar	Elegir
Dividir	Ensamblar	Sustentar
Enunciar	Erigir	Escoger
Especificar	Escribir	Estimar
Examinar	Esquematizar	Evaluar
Experimentar	Estructurar	Valorar
Explicar	Explicar	Explicar
Fraccionar	Formular	Fundamentar
Identificar	Generar	Justificar
Ilustrar	Integrar	Valuar
Inferir	Modificar	Juzgar
Investigar	Narrar	Medir
Parafrasear	Organizar	Modificar
Probar	Planear	Probar
Relacionar	Producir	Reafirmar
Seleccionar	Proponer	Refutar
Señalar	Proyectar	Relacionar
Separar	Reacomodar	Revisar
Subdividir	Recabar	Seleccionar
	Reconstruir	
	Redactar	

Manual para la Elaboración de Tesis de Edith Molina Carmona e
Hilda Gabriela Hernández Flores, se tiraron 250 ejemplares
Marzo de 2006 en los talleres de Digit Impresores S.A de C.V.
con domicilio en 27 Poniente 1917, Col. Volcanes C.P. 72410,
Puebla, Pue.

El cuidado de la edición estuvo a cargo de Rocío Rivera Castillo y
María Torres Ponce.

El Diseño es de Confín Creativo: María Eugenia Cuéllar Salazar



BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 DIRECCIÓN DE FOMENTO EDITORIAL