



**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**



**PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL SOBRE LAS PRÁCTICAS**  
**PREPROFESIONALES EN INSTITUCIONES DE LA CIUDAD DE**  
**PUNO 2017**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**Bach. DELIA CHUQUIMAMANI CONDORI**

**Bach. KARINA QUISPE CHOQUE**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**  
**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**  
**SOCIAL**

**PUNO – PERÚ**

**2019**



## DEDICATORIA

Con mucho amor y cariño a mis amados padres, Javier y María De La Paz, quienes con mucha fe esfuerzo y perseverancia me apoyaron y apoyan constantemente, quienes me guiaron en mi formación profesional con esfuerzo incesable, por estar a mi lado en los buenos y malos momentos; a mis queridos hermanitos y mi abuelito Tomás, por sus palabras de aliento y motivación, quienes en todo momento estuvieron junto a mí.

*Delia*



## DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar. A mi madre Aurelia por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante. A mi padre Juan, Por el ejemplo de perseverancia, rectitud y fortaleza. A mi hermana y hermanito por estar siempre ahí en este largo camino.

*Karina*



## AGRADECIMIENTOS

A Dios, que guía nuestro camino y nos protege; A la Universidad Nacional Del Altiplano Puno, por haberme acogido en sus aulas, donde me formé como profesional; A los docentes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, quienes compartieron sus conocimientos para realizar esta investigación y formarme como profesional.

*Delia*

Con afecto agradecemos, a nuestro director y asesor, Dr. Javier Elías Mamani Gamarra, a nuestros jurados: Dra. María Del Rosario Vera del Carpio, Dra. Yudi Janeth Yucra Mamani y Dr. Luigi Hedrik Rodríguez Rocha, por su colaboración y orientación en la realización del presente trabajo de investigación, ya que supieron guiarnos de la mejor manera.

*Karina*



## ÌNDICE GENERAL

**DEDICATORIA**

**AGRADECIMIENTOS**

**ÌNDICE GENERAL**

**ÌNDICE DE FIGURAS**

**ÌNDICE DE TABLAS**

**RESUMEN ..... 9**

**ABSTRACT..... 10**

### **CAPÌTULO I**

#### **INTRODUCCIÒN**

**1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA ..... 12**

**1.2. FORMULACIÒN DEL PROBLEMA ..... 13**

1.2.1. PROBLEMA GENERAL ..... 13

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÌFICOS ..... 13

**1.3. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÒN..... 14**

**1.4. JUSTIFICACIÒN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÒN ..... 16**

**1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÒN ..... 16**

1.5.1. OBJETIVO GENERAL..... 16

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÌFICOS..... 17

### **CAPÌTULO II**

#### **REVISIÒN DE LITERATURA**

**2.1. LA PERCEPCIÒN ..... 18**

**2.2. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PERCEPCIÒN ..... 18**

2.2.1. FACTORES FUNCIONALES: ..... 19

2.2.2. FACTORES SITUACIONALES:..... 28

2.2.3. FACTORES ESTRUCTURALES:..... 29

**2.3. AREAS DE LA COMUNICACIÒN SOCIAL ..... 32**

2.3.1. COMUNICACIÒN PARA EL DESARROLLO ..... 32

2.3.2. EL PERIODISMO ..... 38

2.3.2. RELACIONES PÌBLICAS ..... 48

**2.4. MARCO CONCEPTUAL..... 51**

2.4.1. DESARROLLO ..... 51

2.4.2. FASES DE LA PERCEPCIÒN..... 51

2.4.3. PERIODISMO ..... 53



2.4.4. PERCEPCIÓN .....	53
2.4.5. RELACIONES PÚBLICAS .....	54
2.4.6. INSTITUCIONES.....	55
2.4.7. HIPÓTESIS GENERAL.....	55
2.4.8. HIPÓTESIS ESPECÍFICA .....	55
<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>MATERIALES Y MÉTODOS</b>	
<b>3.1. MATERIALES .....</b>	<b>57</b>
<b>3.2. METODO DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>57</b>
<b>3.3. DIMENSIONES .....</b>	<b>57</b>
<b>3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA .....</b>	<b>58</b>
<b>CAPÍTULO IV</b>	
<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b>	
<b>4.1. FACTOR SITUACIONAL .....</b>	<b>61</b>
<b>4.2. FACTOR FUNCIONAL .....</b>	<b>66</b>
<b>4.3. FACTOR ESTRUCTURAL .....</b>	<b>70</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>95</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>97</b>
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>99</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>105</b>
<b>ANEXO I ENCUESTA.....</b>	<b>106</b>
<b>ANEXO II ANALISIS DOCUMENTAL.....</b>	<b>108</b>
<b>ANEXO III ENTREVISTA .....</b>	<b>109</b>
<b>ANEXO IV SILABO .....</b>	<b>110</b>
<b>ANEXO V MALLA CURRICULAR E.P. DE CIENCIAS DE LA</b>	
<b>COMUNICACIÓN SOCIAL.....</b>	<b>113</b>

**Área** : Comunicación para el Desarrollo

**Tema** : Percepción sobre las prácticas pre profesionales

**FECHA DE SUSTENTACIÓN:** 03 de Julio del 2019



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Percepción sobre la asignación adecuada del rol del practicante.....	61
Tabla 2	Autonomía del practicante para aplicar conocimientos adquiridos en el centro de prácticas.....	63
Tabla 3	Rol que desempeña el practicante de Comunicación para el Desarrollo en su centro de prácticas.....	66
Tabla 4	Rol que desempeña el practicante de Relaciones Públicas .....	67
Tabla 5	Rol que desempeña el practicante de Periodismo .....	69
Tabla 6	Percepción personal del practicante sobre su desempeño profesional en el centro de prácticas.....	70
Tabla 7	Nivel de especialidad .....	72
Tabla 8	Motivación en sus prácticas pre profesionales.....	74
Tabla 9	Objetivo que busca alcanzar con su práctica pre profesional .....	77
Tabla 10	Acciones que se toman frente a las deficiencias del centro de prácticas en el área de especialización.....	79
Tabla 11	Posicionamiento de la imagen de la escuela profesional frente a las instituciones .....	82
Tabla 12	El jefe a cargo de las practicas conoce el rol del practicante.....	84
Tabla 13	Percepción de las prácticas pre profesionales en el área de Periodismo.....	88
Tabla 14	Percepción de las prácticas pre profesionales en el área de Relaciones Públicas .....	90
Tabla 15	Percepción de las prácticas pre profesionales en el área de Comunicación para el Desarrollo.....	92
Tabla 16	Entrevista a jefes inmediatos sobre desempeño de los practicantes en la entidad.....	94



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Percepción sobre la asignación adecuada del rol del practicante.....	62
Figura 2	Autonomía del practicante para aplicar conocimientos adquiridos en el centro de prácticas.....	64
Figura 3	Rol que desempeña el practicante de Comunicación para el Desarrollo en su centro de prácticas.....	66
Figura 4	Rol que desempeña el practicante de Relaciones Públicas .....	68
Figura 5	Rol que desempeña el practicante de periodismo .....	69
Figura 6	Percepción personal del practicante sobre su desempeño profesional en el centro de prácticas.....	71
Figura 7	Nivel de Especialidad .....	73
Figura 8	Motivación en sus Prácticas Pre profesionales .....	75
Figura 9	Objetivo que busca alcanzar con su práctica pre profesional .....	77
Figura 10	Acciones que se toman frente a las deficiencias del centro de prácticas en el área de especialización.....	80
Figura 11	Posicionamiento de la imagen de la escuela profesional frente a las instituciones .....	82
Figura 12	El jefe a cargo de las practicas conoce el rol del practicante.....	84
Figura 13	Grado de relación entre la satisfacción del estudiante y el conocimiento del jefe inmediato sobre las prácticas pre profesionales.....	86
Figura 14	Grado de relación entre el conocimiento sobre el rol del practicante y el nivel de especialida .....	87



## RESUMEN

Hoy en día el estudiante de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional del Altiplano Puno, que está en la etapa de prácticas pre profesionales, tiene que enfrentarse al desconocimiento de las organizaciones, asociándola muchas veces al área de Periodismo y Relaciones Públicas, dejando de lado el área de Comunicación para el Desarrollo, actualmente muchas instituciones públicas y privadas desconocen esta área que cubre el comunicador social dentro de las organizaciones percibidas por los propios estudiantes en prácticas pre profesionales. La investigación fue analizada desde los factores de la percepción como son: funcional, situacional y estructural. Para lo cual se realizó encuestas, entrevistas, y revisión documental. En el presente trabajo de investigación, sobre la percepción del estudiante de Ciencias de la Comunicación Social de sus prácticas pre profesionales en instituciones de la ciudad de Puno, tuvo como objetivo general analizar la percepción de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación Social sobre sus prácticas pre profesional en las organizaciones donde realizan sus prácticas pre profesionales en las tres áreas de desarrollo profesional 2017. Debido a que La metodología utilizada en el presente trabajo de investigación es cualitativa – cuantitativa, el diseño de la investigación es descriptivo, la población son los estudiantes del octavo, noveno y décimo semestre en prácticas preprofesionales de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social UNAP, para seleccionar la muestra se utilizó la técnica del muestreo aleatorio simple. Los resultados de la investigación evidencian la siguiente conclusión: la percepción de los practicantes sobre sus prácticas pre profesionales demuestra que existe un alto desconocimiento del área de Comunicación por el Desarrollo respecto a las áreas de Periodismo y Relaciones Públicas, por parte de las entidades.

**Palabras Clave:** Percepción, comunicador social, prácticas pre profesionales, organizaciones



## ABSTRACT

Nowadays, the student of the Professional School of Social Communication Sciences of the National University of the Altiplano Puno, who is in the stage of pre-professional practices, has to face the ignorance of organizations, associating it many times with the area of Journalism and Public Relations, leaving aside the area of Communication for Development, currently many public and private institutions are unaware of this area that the social communicator covers within the organizations perceived by the students themselves in pre-professional practices. The research was analyzed from the perception factors such as: functional, situational and structural. For which surveys, interviews, and documentary review were conducted. In the present research work, on the perception of the Social Communication Sciences student of their pre-professional practices in institutions of the city of Puno, the general objective was to analyze the perception of the Social Communication Sciences students about their practices pre-professional in the organizations where they carry out their pre-professional practices in the three areas of professional development in 2017. Because the methodology used in this research work is qualitative - quantitative, the research design is descriptive, the population is students of the eighth, ninth and tenth semester in pre-professional practices of the professional school of Social Communication Sciences UNAP, to select the sample the simple random sampling technique was used. The results of the investigation show the following conclusion: the perception of the practitioners about their pre-professional practices shows that there is a high ignorance of the Communication for Development area with respect to the areas of Journalism and Public Relations, on the part of the entities.

**Key Words:** Perception, social communicator, pre-professional practices, organizations.



# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada, “Percepción de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación Social sobre las prácticas preprofesionales en instituciones de la ciudad de Puno 2017”, constituye básicamente una investigación descriptiva sobre la percepción de las prácticas preprofesionales por parte de los practicantes.

El primer capítulo, está compuesto por el planteamiento del problema de investigación y antecedentes de la investigación, en donde se precisa la interrogante que es desarrollada y respondida mediante la investigación.

En el segundo capítulo, se desarrolla el marco teórico de la investigación, donde la percepción es entendida desde la realidad objetiva, para ello se tiene en cuenta los factores funcionales, situacionales y estructurales; Para el desarrollo de esta investigación es necesario conocer sobre la percepción, según Guardiola (2017) “es la imagen mental que se forma con la ayuda de la experiencia y necesidades. Es resultado de una causa de selección, interpretación y corrección de sensaciones”

Dentro de las funciones que se desarrollan ampliamente tenemos: en el área de Relaciones Públicas, dentro de sus actividades surgen dos funciones generales : el técnico(redactar, editar, tomar fotos, manejar la producción de comunicaciones) y el administrador (Prescriptor experto, facilitador de la comunicación, facilitador de la resolución de problemas); asimismo, en el área de periodismo, que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad; y por último, en el área de Comunicación para el Desarrollo, se realizan funciones informativas sobre el proyecto, funciones educacionales y comunicación institucional.



El tercer capítulo, está compuesto por objetivos e hipótesis de la investigación; por su parte en el cuarto capítulo, se desarrolla el método de investigación, en donde se detalla materiales, métodos, población y muestra a estudiar.

En el quinto capítulo, se desarrolla la exposición y análisis de los resultados, detallados en la tabla de frecuencia con sus respectivos análisis, a partir de los resultados obtenidos.

Finalmente, se plantean las conclusiones, recomendaciones, referencias y anexos; de los instrumentos aplicados en el proceso de investigación que se realizó a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación Social, de los semestres octavo, noveno y décimo 2017- II, se obtuvo resultados en el factor funcional, factor situacional y factor estructural en las tres áreas de prácticas pre profesionales.

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Las prácticas pre profesionales según la página de la Pontificia Universidad Católica del Perú (2014) “son un tipo de modalidad formativa que permite a los estudiantes universitarios aplicar sus conocimientos, habilidades y aptitudes mediante el desempeño en una situación real de trabajo”. Además, constituyen un componente esencial de la formación de los estudiantes de educación superior, quienes con ellas inician su inserción en el mundo laboral por un periodo determinado, tendiéndose así un puente entre la teoría y la práctica, entre la etapa formativa y el ingreso al mercado de trabajo.

El actual escenario de las prácticas pre profesionales, para los estudiantes en formación, es complicado debido al desconocimiento de las instituciones sobre las diferentes áreas en las que se puede desempeñar el practicante de Ciencias de la Comunicación Social, ya que se les asigna labores periodísticas, reduciendo las áreas a una sola, dejando de lado el área de Comunicación para el Desarrollo y las Relaciones Públicas.



El estudiante en prácticas pre profesionales, tiene un objetivo al desempeñar labores en una entidad, frente a ello solo en el área de periodismo logran con lo establecido en el sílabos, seguido del área de Relaciones Públicas, en cambio, en el área de Comunicación para el Desarrollo los practicantes se desempeñan en actividades que corresponden a periodismo o Relaciones Públicas, debido a que el jefe inmediato al que están a cargo no conocen sobre las labores que debe desempeñar el practicante en esta área, asimismo, los mismos no son profesionales del área.

El conocimiento del jefe inmediato sobre las labores del practicante en ciencias de la comunicación social, dentro de las tres áreas, es favorable en Periodismo, y Relaciones Públicas, dejando de lado el área de Comunicación para el Desarrollo.

Frente a este problema, los practicantes no plasman en su totalidad el aprendizaje obtenido en la escuela profesional, es por ello que se formula el problema de la siguiente manera.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

A fin de plantear la hipótesis de la investigación se formula el siguiente enunciado del problema de investigación.

### **1.2.1. PROBLEMA GENERAL**

¿Cuáles son los factores de la percepción que tiene el estudiante de Ciencias de la Comunicación Social sobre sus prácticas pre profesionales en las instituciones de la ciudad de Puno 2017?

### **1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

- ¿Cuáles son los factores funcionales de los estudiantes en las prácticas pre profesionales en las instituciones de la ciudad de Puno 2017?



- ¿Cuáles son los factores situacionales de los estudiantes en las prácticas pre profesionales en las instituciones de la ciudad de Puno 2017?
- ¿Cuáles son los factores estructurales de los estudiantes en las prácticas pre profesionales en las instituciones de la ciudad de Puno 2017?

### **1.3. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

Según Urbina (2011). Docente de Comunicación para el Desarrollo por la Universidad Gregoriana (PUG) de Roma, “concluye que ser comunicadores implica ver un camino en el cual sin ser masivos (ni generalistas ni dispersivos), se comienza a definir una identidad más bien social, implica también ubicarse en un campo de conocimiento y aprendizaje para fortalecer nuestros intereses y proyectar nuestros deseos profesionales”.

“Comunicar es una vocación, el rol del comunicador es comunicar, para mejorar y hacer conocer la comunicación allí donde no hay comunicación, tenemos que aprender y enseñar también que comunicar es sobre todo una relación social para el conocimiento y el respeto de las personas y las culturas; las redes sociales son una gran posibilidad para ampliar esa visión.”(Cornejo,2011)

Según Restrepo (2003), Filo de la Organización. Revista Electrónica Razón y Palabra, No. 34, Documento de la Escuela de Comunicación de la Universidad de Anáhuac Xalapa. México.“El rol del comunicador en las organizaciones o corporaciones de tipo privado se ha desarrollado de manera más amplia e importante. Todos por naturaleza humana somos comunicadores, nacemos con el poder de otorgar sentido y conceder referentes simbólicos a todo aquello que nos rodea; así posibilitamos y creamos códigos que nos son comunes, con estos nos podemos servir para entablar relaciones con los demás y con nuestro entorno. Somos también por constitución seres sociales y en la



comunicación se anida esa característica propia de los sujetos, sin embargo, no somos uno con la ausencia del otro”.

Según la tesis presentada por la Bachiller Greta Nohemy Cano Paca, autora del tema “SITUACIÓN LABORAL DE LOS EGRESADOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO-2002”, para optar el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, llega a la siguiente conclusión:

Actualmente la mayoría de egresados, sobre todo de las últimas promociones, vienen laborando en diversas instituciones, principalmente en las áreas de relaciones públicas, periodismo y televisión, a pesar que son trabajos temporales, desconociéndose de algunos egresados de las primeras promociones porque no se encuentran dentro de la ciudad de Puno.

Según la tesis presentada por la Bachiller Rosalva Palao Mamani, autora del tema “FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA SUB VALORACIÓN DEL COMUNICADOR EN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS DE PUNO”, para optar el título profesional de licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, llega a la siguiente conclusión.

La percepción tecnicista, es el caso de las funciones del comunicador, la competencia desleal, la deficiente información, y la falta de experiencia son factores que intervienen de manera directa en la percepción subvalorativa del rol del comunicador en las instituciones públicas de puno.

Según la tesis presentada por el licenciado Edwin Machaca Mendoza, autor del tema “Percepción de calidad de la formación profesional y su relación con el rendimiento



académico de los estudiantes de la Facultad De Ciencias De La Educación UNA-Puno,2010”, para optar el grado académico de Magister, Scientiae en Educación, mención: Didáctica de la Educación Superior, llega a la conclusión de que los estudiantes de la Facultad de Educación se encuentran entre los niveles de deficiente, regular y bueno que equivale al 100% de la población de estudiantes.

#### **1.4. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

La presente investigación se realiza con la necesidad de conocer las percepciones que tienen los estudiantes del octavo, noveno y décimo semestre de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social de La Universidad Nacional del Altiplano sobre sus prácticas pre profesionales, ya que actualmente muchas instituciones públicas y privadas desconocen esta área que cubre el comunicador social dentro de las organizaciones públicas.

Hoy en día el estudiante que está en la etapa de prácticas pre profesionales tiene que enfrentarse al desconocimiento de las organizaciones, asociándola muchas veces al área de periodismo y en aspectos técnicos como la edición de videos, producción de afiches y otros materiales impresos, percibidas por los propios estudiantes en prácticas pre profesionales.

#### **1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **1.5.1. OBJETIVO GENERAL**

Analizar la percepción de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación Social sobre sus prácticas pre profesional en las organizaciones donde realizan sus prácticas pre profesionales en las tres áreas de desarrollo profesional, 2017.



### **1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Conocer los factores funcionales de los estudiantes en las prácticas pre profesionales dentro de las organizaciones.
- Identificar los factores situacionales de los estudiantes en las prácticas pre profesionales dentro de las organizaciones.
- Conocer los factores estructurales de los estudiantes en las prácticas pre profesionales dentro de las organizaciones.



## CAPÍTULO II

### REVISIÓN DE LITERATURA

#### 2.1. LA PERCEPCIÓN

Según Casares (1959), el término "percibir" proviene de la palabra latina "percipere": "apoderarse de algo, recibir, percibir, sentir"; y del término también latino "capere": coger. Hay que citar también el término "apercepción" que tiene la misma raíz etimológica y que se define como: "preparar, avisar, advertir, caer en la cuenta". A continuación, presentamos dos definiciones y sinónimos extraídos de diccionarios. Casares (1959). Percepción: "acción y efecto de percibir. Sensación correspondiente a la impresión material de los sentidos".

la percepción según Vargas (1994), "es el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen otros procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización".

Guardiola, (2013) "La percepción es la imagen mental que se forma con la ayuda de la experiencia y necesidades. Es resultado de una causa de selección, interpretación y corrección de sensaciones". Davidoff, (1989) "La percepción es un proceso complejo que depende tanto del mundo que nos rodea, como de quien percibe".



## 2.2. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PERCEPCIÓN

Según Davidoff (1989, p.157), “Hay que tener presente que toda percepción es percepción de la realidad objetiva, es decir ni una sola percepción puede ser entendida o comprendida con exactitud sin tener en cuenta la relación de los factores que intervienen en ella”.

### 2.2.1. FACTORES FUNCIONALES:

Vienen siendo las condiciones o características personales que poseen el individuo que percibe.

Estos son:

**Actitudes:** Influyen mucho la predisposición para reaccionar donde interviene lo afectivo de manera determinante.

las actitudes son evaluaciones que tienen una función: conseguir conocimiento. Así, al conocer a una nueva persona, lo primero que vamos a hacer es evaluarla y desarrollar una actitud hacia ella. En otras palabras, vamos a hacer un juicio de esa persona. La información emitida a través de ese juicio nos va a permitir simplificar y estructurar el mundo. Por tanto, las actitudes se pueden entender como un conocimiento social construido a partir de experiencias, creencias y sentimientos.

Las actitudes cuentan con tres componentes. Estos son las creencias, los sentimientos y los comportamientos. Estos tres componentes se entienden como las respuestas que se pueden dar a los estímulos que provocan las actitudes. Recuperando el ejemplo de los párrafos anteriores, si una persona despierta una actitud positiva en nosotros, esta persona va a generar sentimientos positivos, como alegría al volver a encontrarnos con ella.



Estos tres componentes hacen referencia a lo cognitivo, a lo emocional y a lo conductual. Por ejemplo, una distinción muy conocida es la que se hace entre el estereotipo (componente cognitivo), el prejuicio (componente emocional o afectivo) y la discriminación (componente conductual).

**Aprendizaje:** La adquisición de nuevos conocimientos puede alterar o determinar el modo como captamos los hechos y objetivos.

En cuanto al factor funcionalidad de lo aprendido, se habla de aprendizaje significativo cuando el sujeto de aprendizaje hace suyo un nuevo concepto a partir de la relación que establece entre él, los conceptos previos y el nuevo concepto, otorgándole un significado en su vida, lo que le otorga entonces un carácter funcional a lo aprendido.

Proceso a través del cual el ser humano adquiere o modifica sus habilidades, destrezas, conocimientos o conductas, como fruto de la experiencia directa, el estudio, la observación, el razonamiento o la instrucción. Dicho en otras palabras, el aprendizaje es el proceso de formar experiencia y adaptarla para futuras ocasiones: aprender.

No es sencillo hablar de aprendizaje, ya que existen diversas teorías y aproximaciones al hecho. Lo que se tiene claro es que los seres humanos y los animales superiores estamos dotados de cierta capacidad de adaptación de la conducta y de resolución de problemas que puede ser resultado de presiones ambientales o de eventos fortuitos, pero también de un proceso voluntario (o no) de enseñanza.

El aprendizaje humano se vincula con el desarrollo personal y se produce de la mejor manera cuando el sujeto se encuentra motivado, es decir, cuando tiene ganas de aprender y se esfuerza en hacerlo. Para ello emplea su memoria, su capacidad de atención, su



razonamiento lógico o abstracto y diversas herramientas mentales que la psicología estudia por separado.

Tipos de aprendizaje:

Aprendizaje no asociativo: habituación y sensibilización

El aprendizaje no asociativo constituye el más simple y elemental de todos, pues sólo es necesario un elemento para que el sujeto aprenda algo: un estímulo.

El cambio en la conducta se produce aquí gracias a experiencia repetida de un único estímulo en el que éste no está asociado a nada (a diferencia de lo que ocurre en el aprendizaje asociativo, del que hablaremos a continuación)

- Habituación

La habituación es la disminución de la respuesta que un organismo emite ante un estímulo al que está expuesto en numerosos ensayos u ocasiones. Esta disminución de la tasa de respuesta se debe, presumiblemente, debido a la escasa relevancia biológica del estímulo en cuestión.

Un ejemplo cotidiano y muy claro de este fenómeno es aquel que todos habremos experimentado cuando estamos mucho tiempo en una habitación con un reloj de pared: al principio, el tic tac de las manecillas nos molestará, pero al cabo de un rato simplemente dejaremos de prestar atención al reloj y estaremos tan acostumbrados que prácticamente no repararemos en dicho ruido.

- Sensibilización



La sensibilización se puede entender como el fenómeno contrario a la habituación; es decir, a causa de la exposición repetida de un sujeto ante un estímulo, éste aumentará su tasa de respuesta.

Como ejemplos, existen algunos tipos de drogas que, en lugar de crear tolerancia, sensibilizan al individuo que las ingiere: es el caso de la cocaína.

Los procesos de sensibilización son especialmente necesarios ante estímulos de mucha relevancia biológica, sobre todo en situaciones en la que hay peligro o son aversivas.

- Aprendizaje asociativo

El aprendizaje asociativo conforma el segundo gran bloque de tipos de aprendizaje y se denomina así porque el sujeto que aprende ha de asociar dos o más elementos.

Los ejemplos más claros y de los que muchos habremos oído hablar son, en su forma más básica, el aprendizaje pavloviano o condicionamiento clásico y, en su forma más compleja, el condicionamiento instrumental u operante de Thorndike, Watson o Skinner.

Sin embargo, el aprendizaje asociativo no se puede reducir sólo a las teorías clásicas de los autores que acabamos de mencionar.

Las nuevas tendencias en disciplinas como Pedagogía o Psicopedagogía abren mucho más el espectro e introducen nuevos términos que resultan sumamente útiles a la hora de aplicarlos, sobre todo, a contextos educativos, como puede ser un aula, o terapéuticos.

- Aprendizaje significativo



El aprendizaje significativo es, el tipo de aprendizaje en que un estudiante relaciona la información nueva con la que ya posee, reajustando y reconstruyendo ambas informaciones en este proceso.

El aprendizaje significativo ocurre cuando una nueva información se conecta con un concepto relevante preexistente en la estructura cognitiva.

Esto implica que las nuevas ideas, conceptos y proposiciones pueden ser aprendidos significativamente en la medida en que otras ideas, conceptos o proposiciones relevantes estén suficientemente claras, y que funcionen como un punto de anclaje de las primeras.

Por ejemplo, nos será mucho más fácil entender cómo se despeja una incógnita en una ecuación si ya sabemos manejar las operaciones matemáticas básicas, al igual que seremos capaces de construir una página web si ya tenemos conocimientos sólidos de lenguaje computacional.

La información que se va aprendiendo está constantemente sometida a un proceso de reciclaje. Es decir, en el aprendizaje significativo no están excluidas las ideas preconcebidas, sino justo lo contrario: se trata, en cierta medida, de ir también desmontando éstas a partir de la nueva información que vamos recopilando y a la que le vamos viendo el sentido y la lógica.

En otras palabras, en este aprendizaje se pone en relieve la importancia de saber relacionar conceptos, en lugar de aprender de memoria.

- Aprendizaje cooperativo

Se trata de un aprendizaje interactivo que organiza las actividades dentro del aula para convertirlas en una experiencia social y académica.



Los estudiantes trabajan en equipo para realizar las tareas de manera colectiva, de forma que confluyan las diferentes sinergias y cada miembro haga su particular aportación.

Se hace aquí especial hincapié en los intercambios de información como forma de enriquecer el trabajo y a la confluencia de ideas.

Uno de los precursores de este nuevo modelo educativo fue el pedagogo norteamericano John Dewey, quien promovía la importancia de construir conocimientos dentro del aula a partir de la interacción y la denominada ayuda entre pares.

El aprendizaje cooperativo lo configuran tres elementos cruciales:

- La formación de grupos heterogéneos, donde se debe promover la creación de una identidad grupal derivada de la ayuda mutua.
- La interdependencia positiva, fomentando la comunicación efectiva y el feedback entre los miembros del grupo.
- La responsabilidad individual, entendida como el valor de cada miembro del grupo por separado.
- Aprendizaje emocional

el aprendizaje emocional emplea estímulos con gran carga afectiva para producir algún cambio en la conducta del sujeto. Más que en medios didácticos o en el aula, este tipo concreto de aprendizaje se torna especialmente útil en la clínica.

Un ejemplo claro de aprendizaje emocional es la terapia contra las fobias, más concretamente la desensibilización sistemática.



En ella el sujeto, a través de la imaginación dirigida, se le van planteando situaciones que para él tienen especial connotación afectiva y gran carga emocional, todo con el objetivo de potenciar el aprendizaje de la forma más efectiva posible.

Por supuesto, no es el único ejemplo de este tipo de aprendizaje y éste está implícito en muchas ocasiones. Sin ir más lejos, es probable que las canciones que asociamos emocionalmente a un contexto determinado quedarán grabadas a fuego en nuestra cabeza.

- Aprendizaje vicario u observacional

Otro modo de aprender una conducta es observando a otro sujeto haciéndola. Si el observador advierte que la tarea que el observado está realizando es beneficiosa o tiene consecuencias positivas, será más probable que éste la emita.

Todos aprendemos de forma observacional en el día a día y casi sin darnos cuenta, y a este tipo de aprendizaje también se le denomina social puesto que es necesaria la relación entre dos personas para que éste se desencadene.

- Aprendizaje por descubrimiento

Se trata de una nueva forma de aprender en la que el alumno, como su nombre indica, no recibía más instrucciones sobre cómo realizar una tarea que las que dictaba su propia curiosidad.

En otras palabras, el sujeto aprendía por sí mismo, de forma progresiva y sin la mediación en la medida de lo posible de direcciones para acometer la actividad. De este modo, el aprendizaje se tornaba mucho más significativo.

De aquí podemos desprender un importante mensaje que Bruner quería dirigir a los profesionales de la educación, sobre todo a profesores: el papel del profesor no ha de ser



otro que estimular a los alumnos a que se interesen por la materia, a hacerla interesante y útil para su vida.

Para este pedagogo, la motivación fundamental por aprender ha de nacer necesariamente de forma intrínseca y ha de estar movida por la curiosidad, el interés por explorar y el descubrir cuestiones novedosas y sorprendentes (no olvidemos que aquello que nos sorprende nos marca más)

Esta tendencia forma parte de las nuevas metodologías de enseñanza alternativa que cada vez están pisando más fuerte por los resultados que ofrece y por contar con beneficios probados, tales como:

- La promoción de la resolución creativa de problemas.
- El aprendizaje por aproximaciones sucesivas como contrario al aprendizaje implosivo
- La potenciación de metacogniciones o, en otras palabras, aprender a aprender.
- Aprendizaje memorístico

El aprendizaje memorístico es aquel que realizamos a base de almacenar información mediante repeticiones normalmente o las conocidas como reglas mnemotécnicas.

Casi todos podemos pensar en ejemplos tales como el tema de la tabla periódica o las tablas de multiplicar, que en el colegio aprendíamos prácticamente sin entender la lógica subyacente a eso.

Aun siendo muchos aquellos que rechazan el aprendizaje memorístico, en ciertas ocasiones es necesario y, de hecho, también habremos podido comprobar que hay cuestiones que es imposible aprender si no es de esta forma.



Que nos digan, si no, cómo nos aprendemos las capitales de Europa o los distintos fármacos que pertenecen a una misma familia de medicamentos.

El aprendizaje memorístico pasa por las distintas fases del proceso de almacenaje de información y para entenderlo, más que un enfoque constructivista como en las teorías de corte pedagógico, hemos de contemplarlos desde una visión cognitiva.

**Experiencias:** El vivir un acontecimiento y la manera de enfrentarlo genera habilidades de vivir y relacionarse con las cosas.

Es una forma de conocimiento o habilidad derivados de la observación, de la participación y de la vivencia de un evento o proveniente de las cosas que suceden en la vida, es un conocimiento que se elabora colectivamente.

El ser humano y algunos animales tienen la capacidad de adquirir conocimientos a partir de la experiencia. Estos conocimientos están vinculados al proceder (saber cómo hacer algo) y a lo empírico. Por lo tanto, es un conocimiento a posteriori (se adquiere tras la experiencia en sí).

La utilidad o el valor de la experiencia dependerán de cada persona. Suele asociarse la experiencia a la madurez o a la edad: a mayor edad, mayor experiencia. Sin embargo, no todas las personas mayores saben capitalizar dicha experiencia y transformarla en conocimientos útiles.

**Cultura:** De modo de ser o hacer de una sociedad influye en el modo de como los miembros de ella de como interactúa con su entorno.

**Motivos:** Aquello que mueve y orienta a un individuo puede que no lo haga en otro. Cada quien, según sus intereses, tiene metas distintas.



Capacidad mental: Factores intelectuales y aptitudinales que permiten a la persona distinguir y precisar lo percibido.

### **2.2.2. FACTORES SITUACIONALES:**

Vienen siendo el contexto en el que se establece la relación entre receptor y estímulo. Es el contexto ambiental en el que se observa o se percibe un objeto o acontecimiento. Influye, el entorno social.

Situaciones diversas pueden hacernos ver lo que queremos.

Según Kinicki y Kreitner, (2004), “la presión del tiempo, las actitudes de las personas y otros factores situacionales también influyen en la precisión perceptiva. Si un gerente o trabajador se siente presionado por cumplir con un pedido, las limitaciones de tiempo influirán en sus percepciones. Las presiones del tiempo literalmente obligarán al gerente a pasar por alto algunos detalles, a hacer algunas actividades e ignorar ciertos estímulos”.

El cuándo (Dimensión del tiempo): se refiere al tiempo que se emplea realizando las actividades y el tiempo disponible para realizar las tareas.

El dónde (Dimensión del entorno): incluye todos los aspectos físicos y espaciales del ambiente en el que se desarrolla la actividad.

Por qué (Dimensión de la tarea): se refiere a las razones por las que el individuo realiza una determinada actividad.

Estados de ánimo: incluye los estados fisiológicos y de ánimo temporales que acompañan al trabajador en una situación.

“Una situación es pública cuando cualquier individuo que pertenezca a un determinado grupo puede conocer el discurso y sentirse identificado con él, el mismo tiene para dicha



comunidad un interés particular. A su vez, el espacio en el que dicho mensaje se da a conocer suele ser de concurrencia multitudinaria, por ejemplo: una iglesia, una plaza, un centro de reuniones, etc., y el receptor es de tipo colectivo. Además, existe una relación de jerarquía entre emisor y receptor (ejemplo: el presidente de un país y su pueblo). Estos discursos no requieren de una estructura textual particular, pueden presentarse como textos narrativos, argumentativos, descriptivos o expositivos”. (Kinicki y Kreitner, 2004)

### **2.2.3. FACTORES ESTRUCTURALES:**

Según Davidoff (1989) “Es la estructura organizacional, más la forma de ordenar un conjunto de relaciones entre los centros funcionales y operativos que llevan a cabo las tareas o actividades de una sociedad o una entidad, ya sea para formalizar los flujos de autoridad, decisiones y los niveles jerárquicos en que estas se ponen en práctica o bien para lograr la adecuada comunicación y coordinación entre los componentes de la organización, para que las funciones desarrolladas respondan al plan común que se persigue y con esto lograr los objetivos . El ser humano con el fin de compensar ciertas necesidades, busca relacionarse de cierto modo con sus pares en sus actividades, ya sea laboral o personal, lo cual permite que las relaciones que se van construyendo sean una forma de actuar estructural, grupal y hasta individual que identifica y puede diferenciar a las organizaciones contribuyendo con la eficiencia y la eficacia de la organización”.

El orden u organización por la cual la persona, los miembros de una sociedad ocupan en ella un lugar especial y propio. Consiste en dividir el trabajo y establecer la especialización de manera que cada hombre, desde el gerente hasta el obrero, ejecute el menor número posible de funciones (...)

- Mayor especialización.



- Objetivos claros
- Se obtiene la más alta eficiencia de la persona.
- La división del trabajo es planeada y no incidental.
- El trabajo manual se separa del trabajo intelectual.

Las estructuras organizacionales son uno de los elementos que se deben tener en cuenta a la hora de gestionar un proyecto, ya que es un factor que puede afectar de forma muy significativa a la disponibilidad de recursos e influir de forma determinante en el modo de dirigir los proyectos. Aunque en la práctica cada empresa se organiza de una forma completamente distinta, se suelen distinguir tres tipos de estructuras organizacionales(...):

- La estructura funcional
- La estructura orientada a proyectos
- La estructura matricial

## LA ESTRUCTURA FUNCIONAL

Según Davidoff (1989) “es una estructura jerárquica clásica donde cada empleado tiene un superior definido. En el nivel superior la empresa se organiza por las funciones desempeñadas (contabilidad, ingeniería o producción, por ejemplo). Los miembros de la plantilla responden únicamente al superior de su departamento, por lo que busca una línea directa de comunicación entre los niveles inferiores y superiores. Cada área se puede subdividir a su vez en unidades funcionales más específicas. Cada departamento realiza el trabajo y las actividades del proyecto de manera independiente, enmarcando los proyectos dentro de las áreas funcionales de la organización. En este tipo de estructura



los proyectos que requieren de varios departamentos suele tener más dificultades para desarrollarse, ya que son transversales a la estructura organizativa”.

En el caso de la estructura orientada a proyectos, la organización cuenta con un equipo dedicado a tiempo completo y un director de proyecto que se sitúa al máximo nivel dentro de la organización. Habitualmente se estructuran también en unidades departamentales; sin embargo, todos ellos deben reportar directamente al director de proyecto. Como se puede ver, se trata de una estructura organizativa muy sencilla y con ciertas limitaciones, como la dificultad de transferir conocimientos a través de proyectos. (Davidoff, 1989)

La estructura matricial es muy habitual en algunas empresas de servicios y en organizaciones que crecen con rapidez. Mezcla característica de organizaciones funcionales y orientadas a proyectos. Se pueden distinguir tres tipos:

- Estructura matricial débil: es muy similar a una organización funcional, siendo el papel del director de proyecto más bien de coordinador o facilitador, es decir, hace las veces de ayudante y coordinador, por lo que no puede tomar decisiones de forma personal, pero tiene interlocución con todas las áreas funcionales involucradas en el proyecto.
- Estructura matricial equilibrada: cuenta con un director de proyecto que tiene una mayor autonomía que en la estructura matricial débil, pero no le confiere autoridad plena sobre el proyecto, especialmente sobre su financiamiento.
- Estructura matricial fuerte: coincide en muchas características con la organización orientada a proyectos, ya que tienen un director de proyecto y un equipo administrativo dedicados a tiempo completo, sin que por ello se modifique la estructura funcional. El director de proyecto posee autoridad plena sobre el mismo y actúa al mismo nivel que los responsables de las áreas funcionales.



## **2.3. AREAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

### **2.3.1. COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

#### **2.3.1.1. DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

Salas Valdés, (2017), señala que en 1984 la Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación (FAO) definió “la Comunicación para el Desarrollo como un proceso social diseñado para buscar un entendimiento común entre todos los participantes de una iniciativa de desarrollo, creando las bases para una acción concertada”. Durante el primer Congreso de Comunicación para el Desarrollo, celebrado en Roma en el año 2007, se estableció que la Comunicación para el Desarrollo es un proceso social basado en el diálogo y en el que se emplea una gran variedad de herramientas y métodos. También tiene que ver con la búsqueda de cambio significativo y sostenible a diferentes niveles, incluyendo la generación de confianza, el intercambio de conocimientos y destrezas, la creación de políticas, la escucha a los demás y el debate y el aprendizaje (FAO & World Bank, 2007). Esta definición atiende al desarrollo como un proceso reflexivo y recíproco, en el que es difícil entender que los beneficiarios del mismo no participen ni tomen decisiones. El ámbito de esta participación, sin embargo, no queda delimitado. Unos lo entienden como la creación de asociaciones, colectivo, etc., otros, como la movilización popular que tiene como objetivo construir infraestructuras.

Según Ferrer (2013) “El concepto Comunicación para el desarrollo aparece en el siglo XX y se refiere a toda una serie de estrategias comunicativas que se aplican a los llamados países del Tercer Mundo con el objetivo de mejorar sus condiciones de vida.”

Servaes, (2010) “la comunicación para el cambio social significa compartir conocimientos con el objetivo de alcanzar un consenso en cuanto a acciones basadas en



los intereses, las necesidades y las capacidades de todas las personas involucradas. Se trata de un proceso social, cuyo fin es el desarrollo sostenible a diferentes niveles de la sociedad. Los medios de comunicación y las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) son instrumentos importantes para lograr el cambio social, pero no constituyen un objetivo en sí mismo la comunicación interpersonal y los medios grupales tradicionales de comunicación también juegan un papel fundamental. El concepto básico con respecto a la comunicación para el desarrollo ha sido interpretado y aplicado de diferentes maneras a lo largo del siglo pasado. Tanto a nivel teórico como a nivel práctico, como también a nivel de las políticas y de la planificación y la implementación, existen perspectivas divergentes.”

Asimismo, Servaes, (2007) “señala que el cambio social sostenible puede conseguirse solamente combinando e incorporando otros aspectos de un más amplio entorno que influye (y facilita) el cambio estructural y sostenible. Estos aspectos incluyen: factores estructurales y coyunturales (por ejemplo, historia, migración, conflictos); política y legislación; provisión de servicios; sistemas educativos; factores institucionales y organizacionales (burocracia, corrupción); factores culturales (religión, normas y valores); factores socio demográficos (etnia, clase); factores socio políticos; factores socio económicos y el entorno físico”.

“Informar a la población sobre los proyectos: informar sobre los proyectos según Báez y Zamora, (2003), “es una acción de un proceso educativo y reflexivo, que ayuda a formar nuevas visiones y generar propuestas que conducen a cambios en el sistema de vida de los actores del proyecto. La difusión y promoción debe ser realizada en forma continua, amplia y masiva, donde los actores trabajan organizadamente en diferentes momentos.”(Servaes,2017)



Ilustrar las ventajas de estos proyectos: según García, (2016), la ilustración es la facultad de:

- Producir imágenes que llevan un mensaje
- Dar luz al entendimiento
- Aclarar un punto o materia con palabras, imágenes, o de otro modo
- Adornar un impreso con láminas o grabados alusivos al texto
- Hacer ilustre a alguien o algo
- Instruir, civilizar

Recomendar que se les apoye: según Diccionario, (2017) “recomendar es aconsejar a alguien sobre lo que puede o lo que debe hacer por su propio bien o en su propio beneficio”.

En el ámbito de la Comunicación para el Desarrollo es aconsejar a la población sobre ciertas actitudes a tomar para su favor como, por ejemplo: MINSA recomienda a la población en general el constante lavado de manos y a mantener alejados en especial a los niños por su vulnerabilidad, de la acumulación de residuos sólidos domiciliarios por ser foco infeccioso de diversas enfermedades, a través de los medios de comunicación.

Según Antonio (1980), “la Comunicación para el Desarrollo es vista como un proceso de intercambio de significados, donde importa el contexto social, los patrones de relación y las instituciones intervinientes”.

Alfaro (1993) “La comunicación para el desarrollo es toda acción de desarrollo. Se sitúa entonces en relaciones intersubjetivas diversas y complejas, que han de reconocer la presencia de otro. En tales relaciones no hay sujeto pasivo, identificado como el beneficiario. Hay, por el contrario, una relación activa en la que es necesario reconocer



un rol a los destinatarios de cada proyecto. De esta forma estos nexos contribuyen también a definir las identidades mixtas”.

Rogers, (1986) “las teorías de la comunicación como la de “difusión de innovaciones”, la del “flujo en dos pasos” o los enfoques de la extensión son bastantes congruentes con la mencionada teoría de la modernización. Esta perspectiva implica “que el rol de la comunicación es (1) transferir innovaciones tecnológicas desde las agencias de desarrollo a sus audiencias, y (2) crear una predisposición para el cambio a través del logro de un clima de modernización entre los miembros del público”

**Según el sílabos** del curso de prácticas pre profesionales, en Comunicación para el Desarrollo señala lo siguiente: “La asignatura pertenece al área de comunicación para el Desarrollo, es de naturaleza práctica y asume un conjunto de estrategias comunicacionales, para la elaboración de proyectos comunicacionales, en donde los estudiantes aportan sus iniciativas de reconocimiento de las condiciones de inclusión, exclusión, el de convertir la teoría en acción, Según el sílabos del curso de prácticas pre profesionales, en Comunicación para el Desarrollo señala lo siguiente: La asignatura pertenece al área de comunicación para el Desarrollo, es de naturaleza práctica y asume un conjunto de estrategias comunicacionales, para la elaboración de proyectos comunicacionales, en donde los estudiantes aportan sus iniciativas de reconocimiento de las condiciones de inclusión, exclusión, el de convertir la teoría en acción, por lo que se propone un proyecto de desarrollo integral que ayude a la convivencia instruccional

Las prácticas pre profesionales, nos permiten cumplir un rol mediador entre el estado y la ciudadanía, a través de los procesos comunicacionales que ayudan al desarrollo las mismas que tienen relación con las otras áreas como es el Periodismo y Relaciones Públicas



En la ejecución de las practicas, tienen como punto de partida el resultado del diagnóstico, que los permitirá ejecutar un plan de prácticas orientadas ayudar a solucionar mediante las campañas, las mismas que serán evaluadas permanentemente por el profesor responsable.

### **2.3.1.2. FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

Huarcaya, (2006) señala lo siguiente sobre las siguientes funciones de la comunicación en el contexto del desarrollo:

En el contexto del desarrollo, la comunicación, generalmente cumple las funciones de informar a la población sobre los proyectos, funciones educacionales, y comunicación institucional. Un ejemplo típico de tal estrategia se encuentra en el área de la planificación familiar, en donde medios de comunicación tales como posters, panfletos, radio y televisión intentan persuadir al público aceptar métodos de control natal. Estrategias similares se utilizan en campañas de salud y nutrición, proyectos agrícolas, educación, prevención de VIH/Sida, etc.

- **Función informativa (informar sobre los proyectos)**

Se desarrolla por etapas, de acuerdo con el avance en la ejecución del proyecto. Sirve para apoyar en la consecución de los objetivos específicos del proyecto; explicar y promover de manera general la naturaleza, filosofía, estructura, procedimientos, mecanismos de operación, modalidades y alcances de los servicios prestados por el proyecto. Procura hacer llegar la información más amplia sobre los servicios ofrecidos. Al inicio del proyecto contribuye a la puesta en marcha del trabajo con los grupos demandantes más organizados. Hace uso de medios masivos de comunicación social, de fácil acceso, tales como posters, panfletos, radio y televisión intentan persuadir al público.



Al ser masiva no debe perder de vista el abordar elementos específicos que interesan y orientan a los diferentes actores, en especial a los posibles usuarios (as) con menos desarrollo organizativo (mujeres y jóvenes) y con limitaciones de acceso a información. Se emiten mensajes a través de emisoras radiales o televisivas sobre la planificación familiar, a través de parodias, en cuñas radiales o televisivas, como también son graficadas en medios impresos (posters, panfletos, etc.).

- **Función educacional: (ilustrar)**

Hace referencia a los talleres diseñados para trasladar a las personas beneficiarias los conocimientos y destrezas necesarias para poder realizar los cambios y llevar a cabo las decisiones adoptadas para el desarrollo. Se emplean principalmente los medios audiovisuales y se siguen las pautas de la teoría del aprendizaje social de Bandura, el entretenimiento educativo, etc., para crear materiales pedagógicos a partir de los que facilitar la comprensión, el aprendizaje y el recuerdo. Ése es un elemento esencial en cualquier programa de aprendizaje (Huarcaya, 2006).

- **Función de comunicación institucional (exhortar)**

Consiste en el intercambio de información que se crea entre todos los entes implicados en un proyecto, incluyendo los departamentos del gobierno que correspondan, las ONG y las comunidades.

Dadas estas tres acciones por áreas, la Comunicación para el Desarrollo consiste entonces en el logro lograr que un grupo amplio de personas haga consciente los problemas que presenta su comunidad y las opciones de cambio que poseen frente a esa situación, resolver conflictos, llegar a consensos, colaborar con un grupo amplio de personas en el diseño de planes de acción que promuevan cambios y un desarrollo sostenible, facilitar la



adquisición de conocimientos y destrezas que un grupo necesita con el fin de mejorar la condiciones en las que viven y de ese modo introducir cambios en su sociedad y mejorar la efectividad de las instituciones. En las últimas décadas, la Comunicación para el Desarrollo ha atravesado una revisión crítica y, a pesar de que inicialmente los medios de comunicación fueron simplemente considerados promotores y vehículos para la difusión y la promoción de los mensajes que procedían de Occidente (Rogers, 1962), se ha ido propiciando un giro hacia la comprensión de un proceso de comunicación centrado en la comunidad y, por tanto, con arraigo cultural. (Huarcaya, 2006)

### **2.3.2. EL PERIODISMO**

#### **2.3.2.1. DEFINICIÓN SOBRE PERIODISMO**

Según Gomiz, (2008) El periodismo se puede entender como un método de interpretación de la realidad social.

Por otro lado, Martínez, Pandiani, (2004), señala que toda actividad periodística encierra consigo el deseo por develar la verdad. Desde este punto de vista, todo periodismo es de investigación. En tal sentido, “el periodismo consiste, fundamentalmente, en la transmisión de información; la obtención de ésta por el agente que debe transmitirla implicaría en todo caso una averiguación y comprobación de datos y, por consiguiente, realizar una tarea que no puede denominarse de otra manera que investigación”.

Entenderemos por periodismo dice Rivadeneira, (1994), una parte de la comunicación humana destinada a la transmisión de noticias y cuyas características esenciales son: actualidad, universalidad (geográfica, temática y social), periodicidad y acceso público.

Torrico, (1989) considera al periodismo como actividad que tiene como base la información noticiosa, la misma es difundida o divulgada de manera periódica. La



información “lleva una serie de datos ordenados y relativos a uno o varios aspectos de la realidad exterior a un público general o específico”.

Ringoot, (2005). El concepto de campo, por su parte, tiende a situar el periodismo como un espacio social definido por leyes propias de funcionamiento, por relaciones de desigualdad y por dinámicas permanentes de disputa entre los agentes por las posiciones de dominación.

**Según el sílabo** en el curso, prácticas en periodismo señala lo siguiente: La asignatura Prácticas Pre Profesionales en Periodismo, permite al estudiante contrastar y aplicar sus conocimientos teóricos sobre periodismo en la práctica, en un medio de comunicación y en contexto de la realidad de la región, cumpliendo con los requisitos establecidos en el área de periodismo, para ello se supervisarán y se reforzarán los contenidos en el área que se desempeñen eficientemente en su centro de prácticas y medio de comunicación de su elección, donde han de plasmar las habilidades periodísticas en el campo del ejercicio del periodismo.

### **2.3.2.2. ACTIVIDADES DEL PERIODISTA**

Sobre las labores del periodista Marinez Pandiani, (2004) señala que el periodismo es una actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad. Para obtener dicha información, el periodista debe recurrir obligatoriamente a fuentes verificables o a su propio testimonio

- **Recolectar:**

Es la actividad que consiste en la recopilación de información dentro de un cierto contexto. Dentro de la recolección de datos se pueden apelar a diversas técnicas: las encuestas, la observación, la toma de muestras y las entrevistas, entre otras, permiten



realizar la tarea. De acuerdo al tipo de datos, la persona utilizará distintos instrumentos (grabadora de audio, cámara de fotos, filmadora etc.).

En el caso de la entrevista es fundamental que la persona que la va a llevar a cabo, de manera previa, proceda a prepararla. Y es que sólo así podrá elegir las preguntas (abiertas o cerradas) que va a realizar, así como fijar el tiempo que va a invertir, el lugar donde la va a desarrollar e incluso las “herramientas” que puede utilizar para poder sacar la mayor cantidad posible de información.

Además de lo expuesto no podemos pasar por alto que se puede proceder a la recolección de datos mediante dos tipos diferentes de entrevistas:

-Las estructuradas. Estas tienen las ventajas de que son fáciles de administrar, ofrecen una gran sencillez en cuanto a lo que es su evaluación, que lleva un tiempo limitado su realización y que permiten conseguir unos resultados mucho más objetivos.

-Las no estructuradas. Estas otras, por su parte, a favor tienen que la persona que las lleva a cabo posee más libertad para realizar las preguntas, así como que cuenta con la posibilidad de poder explotar otras cuestiones que surjan de manera espontánea durante el encuentro. Pérez, (2016).

- **Sintetizar:**

Sintetizar la información, consiste en extraer los datos más importantes del material recolectado, como puede ser de una entrevista, actividades o acción grabada en audio o video como también de textos disponibles en fuentes de información. Para sintetizar es necesario analizar, leer, comprender e interpretar el mensaje para diferentes formatos y géneros periodístico.



- **Jerarquizar:**

Es la orden de importancia de la información, cuando se habla de jerarquización se entrando el concepto de supremacía, es decir, que una información tiene supremacía sobre la otra. La jerarquización de las noticias. ¿De qué se habla? ¿En qué orden? Los periódicos y sus secciones internas, así como los programas de radio y televisión, se construyen alrededor de esas dos preguntas. Son tema de discusiones diarias en la redacción. Responden, tanto como contribuyen, a la identidad de las sociedades a las que se dirigen. (Pisani, 2006)

- **Publicar:**

Los periodistas publican noticias de actualidad en medios televisivos, radiales, periódicos, revistas, blogs contando sucesos y columnas de opinión que son una fuente de información documentada.

El término publicación se utiliza para hacer referencia al acto mediante el cual se hace público o se da a conocer determinada información, acto, dato, etc. La publicación puede ser en diferentes tipos de soportes que han variado en disponibilidad y en importancia a lo largo de la historia, siendo los más comunes los escritos, impresos o, actualmente, los digitales.

La publicación es uno de los actos más importantes de la democracia ya que tiene que ver con la posibilidad de acceder a informaciones y actos que antes quedaban en el ámbito privado de la política y que hoy, por ley, deben darse a conocer.

Por otro lado, la publicación puede conocer varios tipos dependiendo del público, las temáticas tratadas, el material, el soporte, etc. Así, la publicación en editoriales de materiales escritos deviene en libros, revistas y otro tipo de material que es leído por una gran cantidad de gente. Las publicaciones científicas y académicas son, por el contrario,



más exclusivas y se suelen reservar para quienes se desempeñan en esos ámbitos ya que utilizan información, terminología y conceptos muy específicos y complejos.

Por último, debemos mencionar las publicaciones periódicas que son muy comunes hoy en día y que se conocen normalmente como periódicos o diarios. Estas publicaciones se consiguen a diario, cada quince días o mensualmente y tienen como principal característica el hecho de que cuentan con información que es constantemente actualizada, por eso su publicación continua. Este tipo de ejemplos pueden contar o no con lenguaje y terminología más específica dependiendo del público al que apunten llegar. Además, son publicaciones más accesibles en términos económicos también. (Eguaras, 2015)

### **2.3.2.3. GÉNEROS Y FORMATOS PERIODÍSTICOS**

- **GÉNEROS PERIODÍSTICOS**

Según Sánchez, (1997) Los géneros son “especies - arquetípicas, en la teoría- que reúnen aquellos mensajes que son formalizados de modo tal que constituyen una “familia” Como en toda disciplina, existen diversos criterios para clasificar los géneros. Sin embargo, pese a la gran variedad de propuestas existe consenso, entre ellos podemos destacar los siguientes géneros: de información, de opinión, de interpretación, de entretenimiento, de educación. A continuación, describimos los géneros que consideramos en la presente investigación.

#### **Género informativo**

La principal característica de este género es que “prescinde de una subjetivización premeditada y sistemática en su elaboración” Torrico, (1989). En este género el periodista busca mostrar el hecho de manera clara y sin añadir opiniones personales.



## **Género de opinión**

El género de opinión está ligado muy estrechamente al de la información. Sin embargo, hay que señalar que los medios tienen políticas informativas y editoriales. La primera, hace referencia a los intereses del medio y al tratamiento de la noticia como tal. La segunda, consiste en una toma de posición clara, del medio, respecto de un hecho o acontecimiento de la realidad, (RIVADENEIRA,1994).

A través de éste género se transmiten opiniones e ideas.

## **Género interpretativo**

La interpretación se basa en hechos acaecidos. Lo que hace es enfocar un tema de manera más específica. Raúl Peñaranda dice: el género interpretativo “ofrece una gran cantidad de datos de contexto y visiones contrapuestas para luego ofrecer conclusiones”. (Peñaranda U., 2003) Asimismo, ofrece al lector elementos para que pueda tener una comprensión cabal de algún hecho.

- **FORMATOS PERIODÍSTICOS**

Los géneros periodísticos son presentados en formatos específicos.

Estos formatos los clasificamos como: informativos, opinativos e interpretativos.

Los formatos son la manifestación de los mensajes periodísticos a través de formas específicas. El formato hace referencia “al molde particular con el que el periodista da forma a lo que quiere transmitir” (Torrico Villanueva, 1989)

- **Formatos informativos**

- ❖ La noticia



Esta es la forma de presentación más privilegiada de los medios. Normalmente responde a algunas de estas preguntas: qué, quién cuándo, dónde, cómo, por qué y para qué.

Noticia es “todo acontecimiento de la naturaleza o del hombre que afecta al conjunto de intereses individuales o colectivos, en situaciones concretas de relación hombre-ambiente”. (RIVADENEIRA PRADA, 1994) , Para que una noticia sea tal es importante que sea de interés, oportuno y de notoriedad pública. Esto es, de actualidad y proximidad, veloz y de interés masivo.

❖ la crónica

Hay que señalar que la crónica no pretende relatar un hecho de manera cronológica y rígida, sino busca narrar de manera sucesiva y ordenada. La crónica basa su relato en la respuesta al cómo de una noticia. Aquí el periodista está condicionado a la secuencia del hecho noticioso.

❖ la entrevista

Es una técnica que se basa en la conversación para obtener información. Su rasgo principal es que opera en torno a preguntas y respuestas. Normalmente las entrevistas son individuales siguiendo una guía de preguntas o improvisando.

❖ Reportaje

El reportaje es el formato periodístico más completo ya que toma para sí otros formatos como son la noticia, el ensayo y otros. Para (Torrico Villanueva, 1989), reportaje “se define por ser informativo, narrativo – descriptivo - explicativo, estar basado en hechos sociales, recurrir a la investigación social metódica”. Un reportaje puede ser clasificado de cuatro maneras: según la cantidad de reporteros (reportaje grupal o individual), por su finalidad (descriptivo, narrativo, explicativo y otros), por su método (testimonial o



documental – investigativo) o por su forma de presentación final (gráfico y literal ilustrado). En nuestro caso será radial.

❖ El boletín informativo

Los boletines informativos son programas que tienen el propósito de mantener informado a los oyentes con noticias frescas. Frecuentemente, los boletines se emiten en horas intermedias entre los noticieros centrales. Con el boletín informativo el oyente no espera largos tiempos para estar informado.

❖ El avance informativo

El avance informativo presenta de forma resumida un adelanto de las noticias que se desarrollarán en el noticiero central siguiente.

Normalmente en el avance se dicen titulares interesantes e importantes. Algunos medios suelen leer incluso los Leeds de algunas noticias.

❖ El flahs informativo o noticia extra

La característica de este micro programa consiste en presentar de forma instantánea o primicial un hecho noticioso que está ocurriendo o acaba de ocurrir.

Normalmente la noticia extra interrumpe un programa de forma abrupta para presentar el hecho y lanzarlo al vivo, además desde el lugar de los hechos.

Con este formato se cubre la necesidad de informar al instante y en directo sobre un acontecimiento o hecho urgente. A veces no se cuenta con datos completos, pero el hecho de difundirlo al vivo, refuerza en la radio su cualidad de inmediatez, Torrico, (1989).

• **Formatos de Opinión**

❖ Editorial



Los medios de comunicación no sólo informan sino también opinan, valoran algún hecho en la sociedad. Un editorial según (RIVADENEIRA PRADA, 1994), pueden ser: expositivo (enuncia un hecho y da un punto de vista al respecto sin enunciar su posición), explicativo (manifiesta causas y las relaciona con los hechos), crítico (juzga un hecho), apologético (defiende una causa suya o de otro) y otros.

En otras palabras, desde el editorial los medios toman posición, manifiesta o no, sobre un tema. Se trata de una opinión institucional.

#### ❖ El comentario

Este formato es una variante del editorial; pero no representa el pensamiento del medio. Suele presentarse de dos maneras:

- como editorial, cuando es realizado y firmado por un periodista del medio.
- como comentario, cuando es abordado por algún colaborador.

Un comentario está organizado de la siguiente manera:

- El planteamiento del tema (introducción)
- La separación de los elementos centrales del tema (análisis)
- El juicio crítico del autor (valoración)
- Las proyecciones del tema (predicción, prospección)
- Las conclusiones del autor (tesis propuesta)

Este formato es importante ya que permite conocer la opinión fundamentada de las personas y se fortalece el ejercicio de la libertad de expresión; además se conoce una pluralidad de voces.



### ❖ **Vox populi o vox pop**

Este formato “vox populi” en español significa “la voz del pueblo”. Esta es una de las pocas palabras que se mantiene en el idioma latín. Este formato le da frescura y pluralidad de voces a la radio.

El vox populi en realidad es un sondeo de opinión sobre un tema específico. Se hace una misma pregunta a distintas personas y del resultado de las respuestas se infiere una u otra tendencia de opinión.

Este formato hay que usarlo con mucha responsabilidad ya que se suele incurrir en el error de generalizar la opinión de unas cuantas personas al resto de la población.

Quizá lo correcto sea decir que se ha consultado a 10 personas que se encontraban en un lugar específico y que las coincidencias son estas. Pero no generalizar como la voz del pueblo sobre un tema.

- **Formatos Interpretativos**

- ❖ El análisis

El análisis se caracteriza porque desmenuza un hecho o situación informativa, evalúa y proyecta. Así mismo proporciona datos de contexto, busca antecedentes y relaciona con otros hechos. Torrico (1989).

- ❖ La interpretación

“La interpretación –dice Rivadeneira- es, un acto de dotar de una significación a algo que no es comprensible de manera directa.” (Torrico Villanueva, 1989) Su estructura está conformada en tres niveles:

- Primero, ofrece datos de una situación ya conocida.
- Segundo, analiza e interrelaciona datos buscando una explicación



- Tercero, valora y proyecta posibles consecuencias del hecho analizado.

Este formato difiere del análisis en la valoración final.

## **2.3.2. RELACIONES PÚBLICAS**

### **2.3.3.4. DEFINICIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS**

Según Reilly, (1988), la mayoría de las definiciones concuerdan en erigir una función gerencial diseñada para analizar, aconsejar y ejecutar programas de comunicación. También aparecen otros conceptos que resaltan la creación del consenso, la integración entre la organización y sus públicos, así como el asesoramiento a la gerencia y la creación de una filosofía organizacional.

Martini, (2017) Las Relaciones Públicas constituyen la función administrativa que evalúa las actitudes del público, identifica las políticas y los procedimientos de una organización, y ejecuta programas de acción y comunicación para ganar la comprensión y la aceptación del público. Con el fin de que una buena imagen de la compañía interfiera a través de los sentidos en sus respectivos públicos para así lograr la obtención de mejores posibilidades para competir y obtener mejores dividendos.

Según castillo, (2009) Las relaciones públicas se han venido manifestando como una actividad comunicativa entre una organización y sus públicos en la búsqueda de la comprensión y el beneficio mutuo. Tras ese concepto tradicional de la disciplina, se postula la necesidad de que concurren una serie de acciones comunicativas entre la organización y sus públicos –internos y externos– afectos, y entre los dos interlocutores se establezca una relación fructífera, es decir, que los dos salgan beneficiados de esa relación.



**Según el sílabos** del curso de prácticas en Relaciones Publicas señala lo siguiente: El componente turnada de Practicas Pre profesionales en Relaciones Públicas, tiene como propósito poner al estudiante en contacto directo con el ejercicio de la profesión, aplicar la teoría en la práctica, explorar trabajos productivos en función a resultados en el área de Relaciones Públicas, Oficina de Comunicaciones, Departamento de Imagen Institucional, bajo la tutoría y supervisión del docente de prácticas El practicante diseñará un Plan de actividades para ejecutar un conjunto de actividades estratégicas propias del campo ocupacional desde el diagnóstico, elaboración de planes, programas, asesoría de imagen, relación con medios, ceremonias de protocolo, organiza conferencias de prensa, campañas comunicacionales. hasta el repone del informe final y sustentación Contribuye con el perfil del egresado, elabora planes y proyectos aplicando el proceso de las Relaciones públicas y comunicación organizacional, analiza o interpreta comportamientos, actitudes, opiniones y reacciones de los públicos de una organización (Camacho, 2000)

### **2.3.3.5. FUNCIONES DE LAS RELACIONES PÚBLICAS**

Una de las teorías más importantes que se han planteado en las Relaciones Públicas se refiere a las funciones de los publlirrelacionistas en la vida de la organización. Algunas de estas funciones son administrativas y otras están ligadas al marketing. La función de recursos humanos exige algo de comunicación. Incluso el departamento jurídico influye en las actividades de las relaciones públicas cuando estalla una crisis en la organización. La cuestión es si los publlirrelacionistas desempeñan las funciones correctas o no para lograr la eficiencia de la organización.

Las funciones se definen como el conjunto de actividades diarias que desempeñan las personas. Según (Broom & Dozier, 2010) quienes con sus estudios nos permiten conocer



el peso de las Relaciones Públicas dentro de la organización y la forma en que las actividades de los publicirrelacionistas producen los programas correctos, influyen en la planeación estratégica y afectan las metas de corto plazo (línea de base) y de largo plazo ( supervivencia) de las organizaciones.

En las investigaciones sobre las actividades de las relaciones públicas surgen de forma consistente dos funciones generales en las relaciones públicas: el técnico y el administrador.

- **El rol técnico**

Presenta el lado artesanal de las relaciones públicas: redactar, editar, tomar fotos, manejar la producción de comunicaciones, dirigir eventos especiales y llamar por teléfono a los medios. Estas actividades se concentran en la implementación de las estrategias globales de comunicación de la gerencia. (Borge, 2017)

- **El rol de administrador**

Borges, (2017), Se concentra en actividades que sirven para identificar y resolver problemas de relaciones públicas. Los gerentes de relaciones públicas asesoran a los administradores de niveles altos respecto a las necesidades de comunicación y son responsables de los resultados generales de la organización. Tres clases de funciones de los gerentes de relaciones públicas son:

**Prescriptor experto:** persona que opera como consultor para definir el problema, sugerir opciones y supervisar la implementación.

**Facilitador de la comunicación:** persona que está en el límite entre la organización y su entorno y que se encarga de que la comunicación bilateral no deje de fluir.



**Facilitador de la resolución de problemas:** persona que se asocia con la alta gerencia para identificar y resolver problemas.

**Los gerentes de relacionistas públicas desempeñan las tres funciones:** el desempeño de estas funciones depende mucho del conocimiento del propio gerente. Si los gerentes pueden cumplir con la función del administrador y la del técnico, alcanzan un nivel más alto dentro de la toma de decisiones de la organización. Los publicirrelacionistas no pueden esperar a tener “un asiento en la mesa” donde puedan influir en cómo lograr relaciones beneficiosas con los grupos de interés a no ser que desempeñen las dos funciones, pero en especial deben desempeñar la función de administrador, de modo que la alta gerencia comprenda su valor y la exija de la función de relaciones públicas, Baskin, (2007).

## **2.4. MARCO CONCEPTUAL**

### **2.4.1. DESARROLLO**

El desarrollo sostenible es el que permite una mejoría de las condiciones de vida presente sin poner en riesgo los recursos de las generaciones futuras. Es decir, un aprovechamiento adecuado de los recursos que se tienen, satisfaciendo las necesidades de los pobladores, pero sin exprimir al máximo los bienes naturales.

Para que exista el desarrollo sostenible se necesitan tres elementos fundamentales: una sociedad, un medio ambiente y una economía. Las tres áreas deben convivir de forma armoniosa y la sobre valoración a alguna de ellas podría ser causa de desastre, Porto, (2008).

### **2.4.2. FASES DE LA PERCEPCIÓN**

En el caso de la percepción visual, suelen diferenciarse una serie de fases o estadios:



- a) **Visión temprana:** conjunto de procesos mediante los que el sistema visual crea una representación inicial de propiedades sensoriales elementales como el color, el movimiento, la profundidad y la disposición espacial de los objetos (su orientación, tamaño y distancia con respecto al observador, aspectos fundamentales para obtener información sobre la forma y, por tanto, la identidad de los objetos).
- b) **Organización perceptiva:** en esta fase el sistema visual pone en juego una serie de mecanismos por medio de los cuales logra la constancia perceptiva de los distintos elementos de información obtenidos tras la fase de visión temprana, así como una especificación del modo en que se organizan como una totalidad cada uno de estos elementos, para poder así relacionarlos con los distintos objetos y superficies que forman la imagen visual.
- c) **Reconocimiento:** como resultado de todo este conjunto de procesos se obtiene información acerca de la identidad, significado y función de los distintos elementos que nos rodean. En general, se considera que el reconocimiento perceptivo se basa en el establecimiento de algún tipo de correspondencia entre la información visual obtenida en cada momento con conocimiento almacenado a largo plazo sobre el aspecto visual de las cosas. Normalmente, el resultado final de todo este conjunto de procesos es la percatación consciente de las distintas características y aspectos de los diversos objetos y entidades que nos rodean. Sin embargo, en determinadas circunstancias, el resultado del procesamiento de la información visual tiene lugar de forma no consciente, es decir, el observador considera que no ha detectado o experimentado un determinado aspecto de su entorno visual. De hecho, la mayor parte de los procesos visuales (excepto el reconocimiento, inherentemente "consciente") tienen lugar fuera de la conciencia del individuo. Percepción, (2018).



### **2.4.3. PERIODISMO**

El periodismo es una labor profesional que se basa en la recolección, síntesis, procesamiento y publicación de datos de carácter actual. Para cumplir con su misión, el periodista o comunicador debe apelar a fuentes que resulten creíbles o aprovecha sus propios saberes, Merino, (2012).

### **2.4.4. PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES**

Empezaremos definiendo como se entiende las prácticas pre profesionales, según el Ministerio del Trabajo del Perú: Es la modalidad que permite a la persona en condición de estudiante aplicar sus conocimientos, habilidades y aptitudes mediante el desempeño en una situación real de trabajo. Este aprendizaje en el centro de formación profesional se realiza mediante un convenio de aprendizaje que se celebra entre: Una empresa y una persona en formación o un centro de formación profesional. El tiempo del convenio es proporcional a la duración de la formación y al nivel de la calificación de la ocupación. Las prácticas pre profesionales son realizadas durante la estancia del futuro profesional en la universidad. Este ámbito de desarrollo profesional se refuerza todavía más en el estudiante de Trabajo Social, disciplina y profesión caracterizado e identificado más cómo práctico que teórico. (Crispin, 2017)

### **2.4.4. PERCEPCIÓN**

La percepción se puede considerar como la capacidad de los organismos para obtener información sobre su ambiente a partir de los efectos que los estímulos producen sobre los sistemas sensoriales, lo cual les permite interactuar adecuadamente con su ambiente.



En el caso de la modalidad visual, la percepción puede entenderse como la obtención de conocimiento del mundo físico que nos rodea a partir de la disposición óptica, es decir, el complejo patrón de la luz reflejada por los diferentes elementos que lo componen queda claro, pues, que el resultado de la percepción (información sobre el entorno) es algo muy distinto de aquello de lo que se parte (la disposición luminosa concreta que en cada momento llega a los ojos). Es por ello, que como otros muchos aspectos denominados "cognitivos", la percepción puede entenderse como procesamiento de información: una serie de operaciones que transforman un elemento de entrada (o input) - la luz- en otro de "salida" (o output) diferente - información sobre el entorno. Esta forma de entender la percepción ha favorecido el hecho de que durante las últimas décadas este tópico se aborde desde una perspectiva multidisciplinar, en la que destacan tanto los estudios de carácter psicológico, psicofísico y fisiológico más clásicos como los más novedosos de la ciencia de la computación y la neurociencia en general. Acorde con las ideas anteriores, este enfoque se caracteriza por considerar la percepción como un tipo de computación basada en un complejo entramado de tejido neural en el caso de los seres humanos, pero que también puede ser llevada a cabo por un computador cuando éste recibe la información adecuada. (Camacho, 2000).

#### **2.4.5. RELACIONES PÚBLICAS**

Se conoce como relaciones públicas o RR.PP. a la ciencia que se encarga de gestionar la comunicación entre una organización y la sociedad, con el objetivo de construir, administrar y mantener su imagen positiva. (Pérez Porto & Merino, Relaciones Públicas, 2017)



## **2.4.6. INSTITUCIONES**

«Las instituciones son complejos de ideas y prácticas que contienen normas especificativas de la conducta entre las personas. Así considerada, una institución social es una organización relativamente compleja de relaciones sociales sujetas a una normativa y dirigidas a la consecución de un interés o a la satisfacción de una necesidad. La etiqueta de «institución» resulta familiar en grado sumo cuando se aplica a diversas asociaciones, tales como familia, iglesia, escuela, firma comercial, etc. Todas ellas se denominan tanto instituciones como grupos y son, en efecto, ambas cosas», (Porto & Gardey, (2015).

## **2.5. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.4.7. HIPÓTESIS GENERAL**

Según Cabayol, (2011), La percepción que tiene el estudiante de Ciencias de la Comunicación Social sobre sus prácticas pre profesionales en las organizaciones de la ciudad de Puno se reduce a un simple trabajador de mensajes informativos o persuasivos.

### **2.4.8. HIPÓTESIS ESPECÍFICA**

- El factor funcional de los estudiantes en las prácticas pre profesionales dentro de las organizaciones se desarrolla en torno a la formación profesional que la escuela de ciencias de la comunicación social les brinda en las tres áreas.
- Los factores situacionales de los estudiantes en las prácticas pre profesionales dentro de las organizaciones públicas y privadas, está orientado a la experiencia, estado de disposición mental y nerviosa; que condiciona la respuesta en las prácticas.



- Los factores Estructurales de los estudiantes en las prácticas pre profesionales dentro de las organizaciones son adquiridas o aprendidas del entorno en que se desenvuelven.



## CAPÍTULO III

### MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1. MATERIALES

Para el trabajo de investigación se utilizó la:

- La encuesta
- Exploración documental (sílabos, Malla curricular)
- La entrevista (jefe inmediato de prácticas pre profesionales)
- Observación directa

#### 3.2. METODO DE INVESTIGACIÓN

El método de investigación es cuantitativo y cualitativo; esto es, según, (Hernández Sampieri, 2014) en el enfoque cuantitativo ya que se usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías; Enfoque cualitativo Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.

#### 3.3. DIMENSIONES

- Factor estructural
- Factor situacional
- Factor funcional

TIPO DE INVESTIGACIÓN: analítico descriptivo

### 3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

Muestra aleatoria simple: Es aquella en donde todas las muestras posibles son igualmente probables, y en consecuencia cada elemento de la población tiene idéntica probabilidad de caer en la muestra. (Arvelo Lujan, 1970)

#### FORMULA

Según (Herrera Castellanos, 2019)

$$n = \frac{N * Z\alpha^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z\alpha^2 * p * q}$$

Donde:

- N = Total de la población
- $Z\alpha = 1.96$  al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso  $5\% = 0.05$ )
- $q = 1 - p$  (en este caso  $1 - 0.05 = 0.95$ )
- d = precisión (en su investigación use un 5%).

$$n = \frac{123 * 1.645^2 * 0.05 * 0.90}{0.05^2 (123 - 1) + 1.645^2 * 0.05 * 0.90} = 42$$

Según diferentes seguridades el coeficiente de  $Z\alpha$  varía, así:

- Si la seguridad  $Z\alpha$  fuese del 90% el coeficiente sería 1.645
- Si la seguridad  $Z\alpha$  fuese del 95% el coeficiente sería 1.96
- Si la seguridad  $Z\alpha$  fuese del 97.5% el coeficiente sería 2.24
- Si la seguridad  $Z\alpha$  fuese del 99% el coeficiente sería 2.576



Por lo tanto, el tamaño de muestra cuando no usamos reposición siempre es menor al necesario si usamos reposición. Este resultado coincide con la intuición: si estamos empleando reposición y por azar incluimos un individuo más de una vez en la misma muestra, el efecto es similar a reducir el tamaño de la muestra ya que observo menor diversidad de individuos. Del mismo modo, si el universo es infinito, ambos métodos coinciden, dado que la probabilidad de seleccionar al mismo individuo dos veces en la misma muestra tiende a ser infinitamente pequeña.

**Población:** 123 estudiantes de Ciencias de la Comunicación Social, de los semestres octavo, noveno y décimo del año 2017- II, malla curricular N° 2516.

**Muestra:** Totalidad de prácticas de estudiantes en proceso de prácticas

- 14 estudiantes en prácticas pre profesionales en el área de Comunicación para el Desarrollo del décimo semestre.
- 14 estudiantes en prácticas pre profesionales en el área de Relaciones Pública del noveno semestre.
- 14 estudiantes en prácticas pre profesionales en el área de Periodismo del octavo semestre.

**MÉTODO:** Cualitativo y Cuantitativo

### **Muestreo no probabilístico**

Según Arvelo, (1998), El muestreo no probabilístico es una técnica de muestreo en la cual el investigador selecciona muestras basadas en un juicio subjetivo en lugar de hacer la selección al azar.



A diferencia en el muestreo probabilístico, donde cada miembro de la población tiene una posibilidad conocida de ser seleccionado, en el muestreo no probabilístico, no todos los miembros de la población tienen la oportunidad de participar en el estudio

### **Muestreo de bola de nieve**

Este tipo de técnica de muestreo ayuda a los investigadores a encontrar muestras cuando son difíciles de localizar. Los investigadores utilizan esta técnica cuando el tamaño de la muestra es pequeño y no está disponible fácilmente.

Este sistema de muestreo bola de nieve funciona como el programa de referencia. Una vez que los investigadores encuentran sujetos adecuados, se le pide a esta ayuda para buscar a sujetos similares y así poder formar una muestra de buen tamaño. (Question pro, 2017)

Muestra para entrevista a jefes inmediatos:

- Tres jefes inmediatos del área de periodismo
- Tres jefes inmediatos del área de Relaciones Públicas
- Tres jefes inmediatos del área de Comunicación para el Desarrollo

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Los informes de la variable en estudio se darán a conocer en, tablas y gráficos según resultados e indicadores, para conocer la percepción de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación Social sobre sus prácticas pre profesionales. Se comenzará con las tablas y gráficos del ítem realizada por las investigadoras, con las respectivas interpretaciones, posteriormente se tendrá las tablas y gráficos por indicadores.

#### RESULTADOS SOBRE LAS PERCEPCIONES DE LOS PRACTICANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

##### 4.1. FACTOR SITUACIONAL

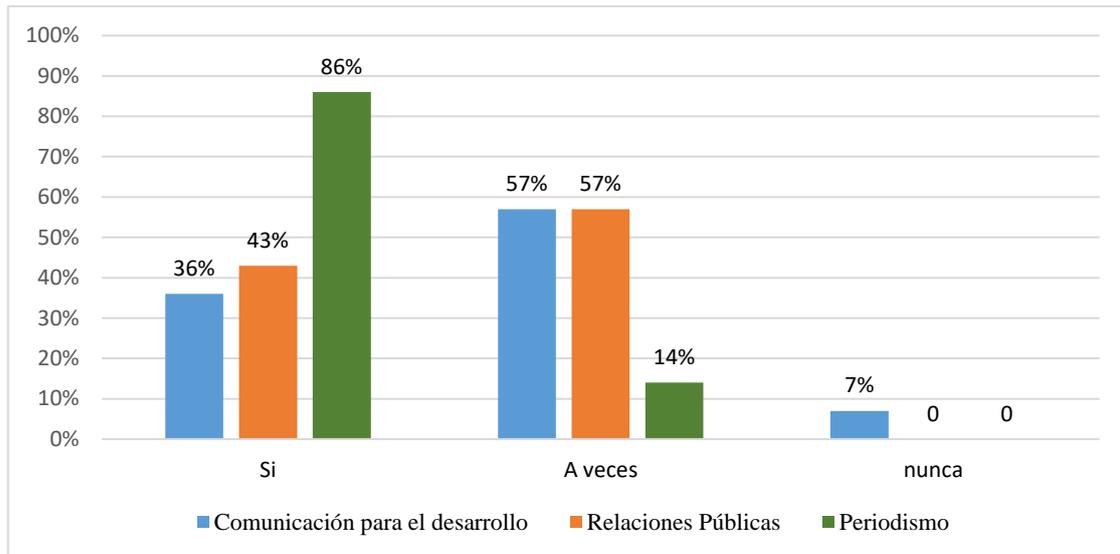
Tabla 1

*Percepción sobre la Asignación Adecuada del Rol del Practicante*

Criterio	Frecuencia			Porcentaje		
	Comunicación para el desarrollo	Relaciones Públicas	Periodismo	Comunicación para el desarrollo	Relaciones Públicas	Periodismo
Si	5	6	12	36%	43%	86%
A veces	8	8	2	57%	57%	14%
nunca	1	0	0	7%	0%	0%
Total	14	14	14	100%	100%	100%

FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

**Figura 1** Percepción sobre la asignación adecuada del rol del practicante



FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

Del tabla N° 1 y figura 1 se visualiza que del total de los encuestados el 86% de practicantes en periodismo señalan que sí son asignados adecuadamente en el rol del comunicador social, en tanto que el 14% consideraron que solo a veces son asignados adecuadamente al rol que les pertenece. En tanto que de los encuestados en el área de Comunicación para el Desarrollo el 36% señalan que si son asignados adecuadamente al rol que les compete, un 57% indican que solo a veces son asignados adecuadamente y un 7% consideran que no son asignados adecuadamente; en tanto que en el área de Relaciones, el 43% señala que si son asignados adecuadamente en el rol del practicante y un 57% indican que solo a veces son asignados adecuadamente.

Las organizaciones públicas en el área de Periodismo conocen el rol que desempeñan, debido a que la carrera de Ciencias de la Comunicación Social, para las entidades y público en general, es más conocido por el área de periodismo. En el área de Comunicación para el Desarrollo, el practicante, según el sílabo, debe elaborar plan de prácticas orientadas ayudar a solucionar mediante las campañas, en su gran mayoría no

es así, ya que cumplen otros roles como periodismo u otras áreas, según Rosalva (2010), la percepción tecnicista, es el caso de las funciones del comunicador, la competencia desleal, la deficiente información, y la falta de experiencia son factores que intervienen de manera directa en la percepción subvalorativa del rol del comunicador en las instituciones públicas de Puno. De la misma manera en el área de Relaciones Públicas, desempeñan roles propios de su área, pero en menor cantidad.

## FACTOR SITUACIONAL

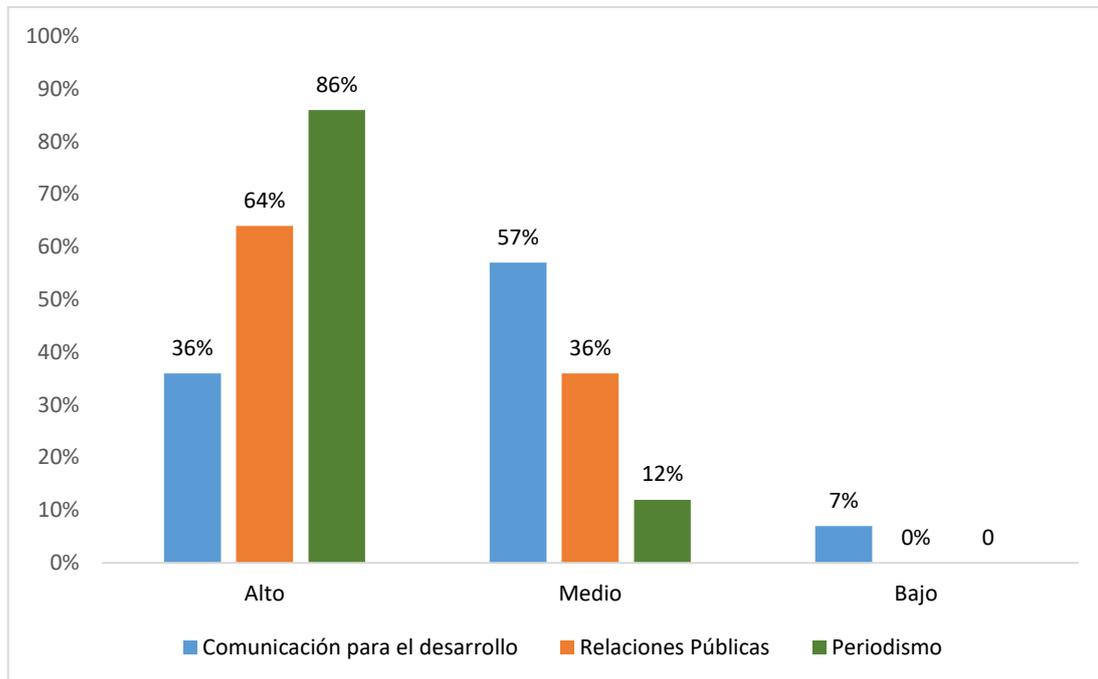
Tabla 2

### *Autonomía del Practicante para Aplicar Conocimientos Adquiridos en el Centro de Prácticas*

Criterio	Frecuencia			Porcentaje		
	Comunicación para el desarrollo	Relaciones Públicas	Periodismo	Comunicación para el desarrollo	Relaciones Públicas	Periodismo
Alto	5	9	12	36%	64%	86%
Medio	8	5	2	57%	36%	12%
Bajo	1	0	0	7%	0%	0%
Total	14	14	14	100%	100%	100%

FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

**Figura 2 Autonomía del practicante para aplicar conocimientos adquiridos en el centro de prácticas**



FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

En la tabla N° 2 y figura 2 se visualiza que del 100 % de los encuestados en el área de periodismo, el 86% contestaron que el entorno donde realizan sus prácticas pre profesionales, tienen una alta autonomía para aplicar sus conocimientos adquiridos en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, en tanto que un 12% indican que solo a veces tienen autonomía para aplicar los conocimientos adquiridos. Mientras que, del total de los encuestados en Relaciones Públicas, el 64% señalan que, si tienen una alta autonomía para aplicar los conocimientos adquiridos en la escuela profesional, y un 36% indican que solo a veces les permiten aplicar sus conocimientos en el área dentro de la entidad.

En tanto que, del total de encuestados en el área de Comunicación para el Desarrollo, el 57% indican que tienen una autonomía regular o media, el entorno donde realizan sus



prácticas pre profesionales, les permiten aplicar los conocimientos adquiridos en la escuela profesional, en tanto que el 36% indican que el entorno donde realizan sus prácticas tienen una alta autonomía para aplicar los conocimientos adquiridos y un 7% señalan que tienen una baja autonomía para plasmar lo aprendido en salón de clases.

En las entidades donde realizan prácticas pre profesionales en periodismo tienen como compañeros (ras) de trabajo a colegas egresados de la misma carrera profesional, además desarrollan actividades tal como lo señala el sílabo, según Davidoff (1989), señala que los factores situacionales, vienen siendo el contexto en el que se establece la relación entre receptor y estímulo. Es el contexto ambiental en el que se observa o se percibe un objeto o acontecimiento. Influye, el entorno social; el resto de practicantes en esta área realizan sus prácticas en revistas, en donde hacen las veces de relacionistas públicos.

En el área de Comunicación para el Desarrollo se observa que en un alto porcentaje señala que solo a veces tienen autonomía para aplicar los conocimientos adquiridos en la escuela profesional, debido a que en esta área, también se desenvuelven profesionales de otras áreas, como trabajadores sociales y sociólogos, quienes inclinan las actividades para su área.

## 4.2. FACTOR FUNCIONAL

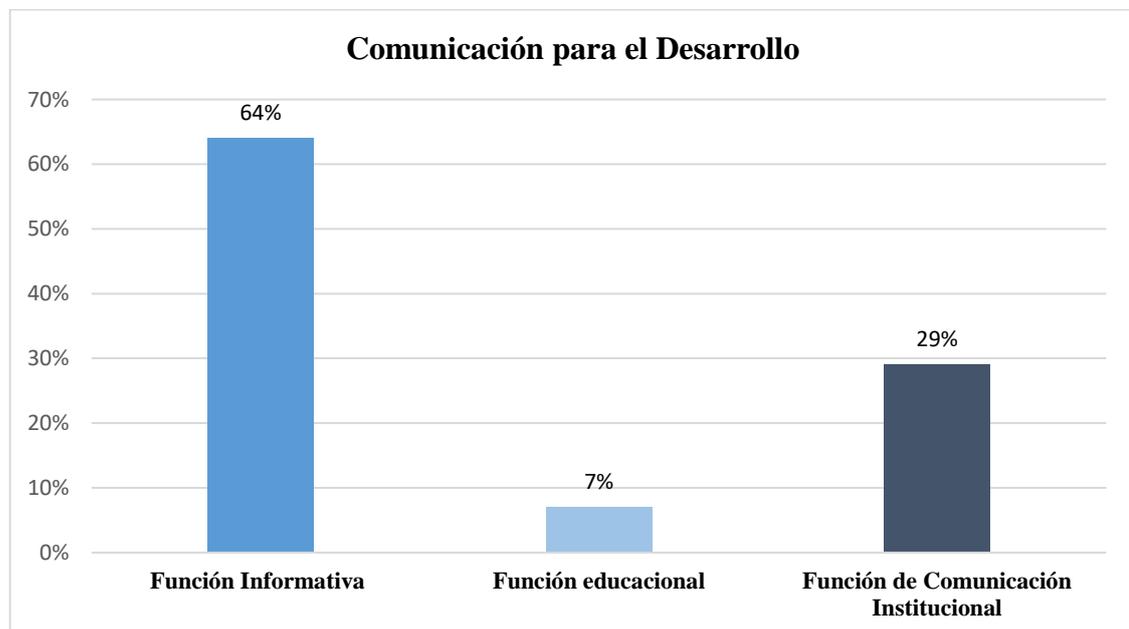
Tabla 3

### *Rol que Desempeña el Practicante de Comunicación para el Desarrollo en su Centro de Prácticas*

Función	Frecuencia	Porcentaje
Función Informativa	9	64%
Función educacional	1	7%
Función de Comunicación Institucional	4	29%
Total	14	100%

FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

**Figura 3 Rol que desempeña el practicante de Comunicación para el Desarrollo en su centro de prácticas**



FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

De la tabla N° 3 y figura 3 se visualiza que del 100 % de los encuestados en el área de Comunicación para el Desarrollo, el 64% indica que realiza las actividades de informar a la población sobre los proyectos; en tanto que un 29% de los encuestados indica que

realizan las funciones de comunicación institucional, y un 7 % señalan que realizan funciones educacionales.

En esta área utilizan medios y materiales didácticos para apoyar o ejecutar campañas comunicacionales, de lo cual analizamos que la mayoría de los practicantes en esta área, realizan una parte de las actividades según el sílabo, y una mínima cantidad de encuestados realizan actividades, pertenecientes a Periodismo o Relaciones Públicas, por último, solo un menor porcentaje realiza la última parte del proceso de actividades que debe realizar el practicante.

Según Huarcaya (2016), “El perfil profesional del Comunicador para al Desarrollo y el cambio social obedece a tres ejes: la comunicación, la antropología y la educación. En el eje de la comunicación, el comunicador actúa como un mediador entre la institución que impulsa el desarrollo y la comunidad; además de mediador el comunicador debe ser ‘capaz de desarrollar estrategias de comunicación de acuerdo a las condiciones socioculturales del lugar y medios disponibles, a fin de que el proceso de dialogo sea constructivo”

## FACTOR FUNCIONAL

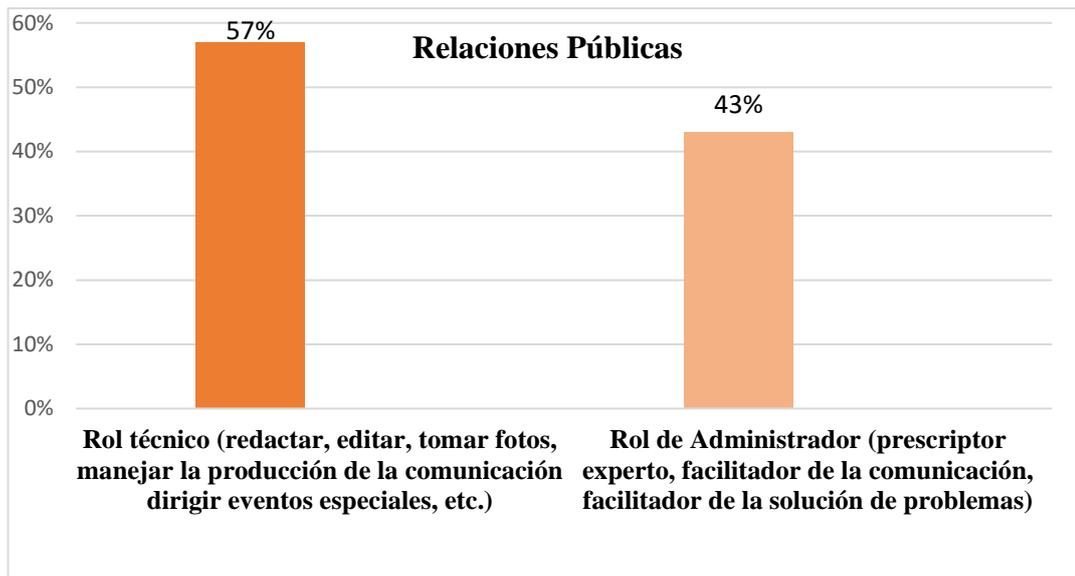
Tabla 4

### *Rol que Desempeña el Practicante de Relaciones Públicas*

criterio	Frecuencia	Porcentaje
Rol técnico (redactar, editar, tomar fotos, manejar la producción de la comunicación dirigir eventos especiales, etc.)	8	57%
Rol de Administrador (prescriptor experto, facilitador de la comunicación, facilitador de la solución de problemas)	6	43%
Total	14	100%

FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

**Figura 4 Rol que desempeña el practicante de Relaciones Públicas**



FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

De la tabla N° 4 y figura 4 se visualiza que del 100 % de las encuestas realizadas en el área de Relaciones Publicas, el 43% indica que desempeñan el rol de administrador (prescriptor experto, facilitador de la comunicación, facilitador de la solución de problemas), en tanto que, un 57% señalan que desempeñar el rol técnico (redactar, editar, tomar fotos, manejar la producción de la comunicación dirigir eventos especiales, etc.)

De modo que, los practicantes en esta área utilizan los medios y materiales didácticos como elaboración de audiovisuales y notas de prensa, para realizar trabajos técnicos. Según Barquero (1999), “la función de relaciones públicas es la de mantener las adecuadas relaciones de una organización, empresa, holding, o colectivo determinado, con sus clientes públicos, para la viabilidad y consecución de unos objetivos previamente fijados”

## FACTOR FUNCIONAL

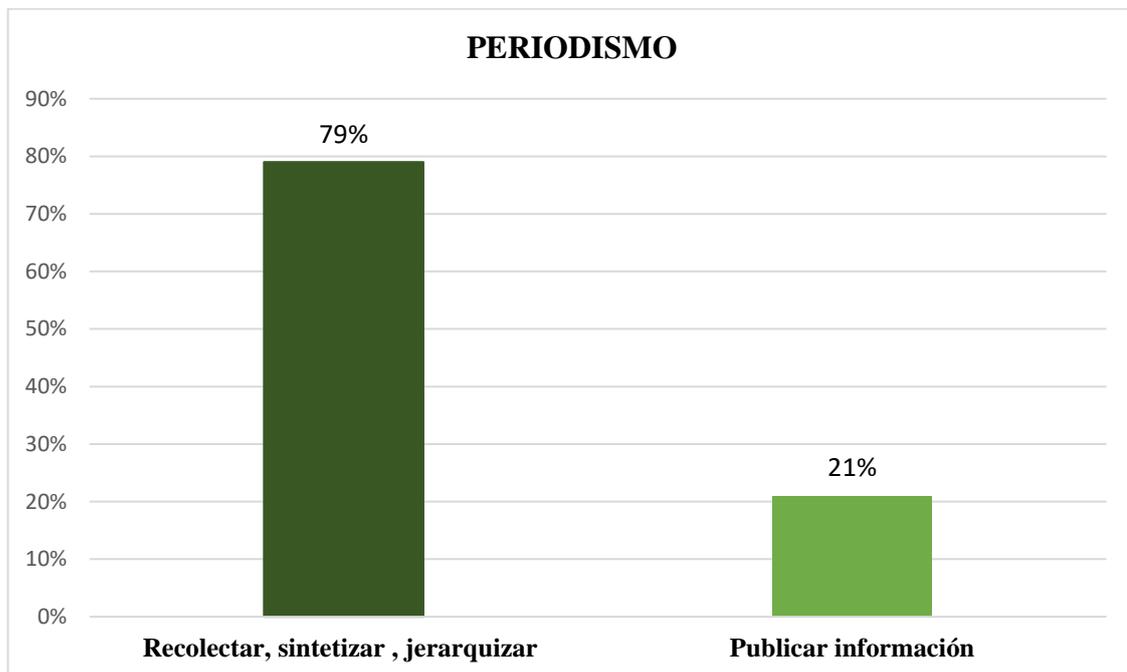
Tabla 5

### *Rol que desempeña el practicante de Periodismo*

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Recolectar, sintetizar, jerarquizar	11	79%
Publicar información	3	21%
Total	14	100%

FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

**Figura 5 Rol que desempeña el practicante de periodismo**



FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

De la tabla N° 5 y figura 5 se visualiza que del 100 % de las encuestas realizadas en el área de periodismo, el 79% indica que el rol que desempeña en la entidad donde realiza sus prácticas pre profesionales es recolectar, sintetizar y jerarquizar la información, en

tanto que el 21 % indica que desempeña el rol de publicar información (conductor de programas en radio y TV).

De modo que, la gran mayoría de los practicantes en esta área, realizan sus actividades según al sílabo, como elaboración del diagnóstico, elaboración y desarrollo del plan (reportaje, nota, Crónica, etc). “Los periodistas, en particular, y los medios de comunicación, en general, son recolectores, generadores, mediadores, gestores, difusores y receptores de información dentro de los procesos de comunicación que relacionan el periodismo con el resto de sistemas en el proceso de circulación de contenidos”, (Wesemann, 2016).

### 4.3. FACTOR ESTRUCTURAL

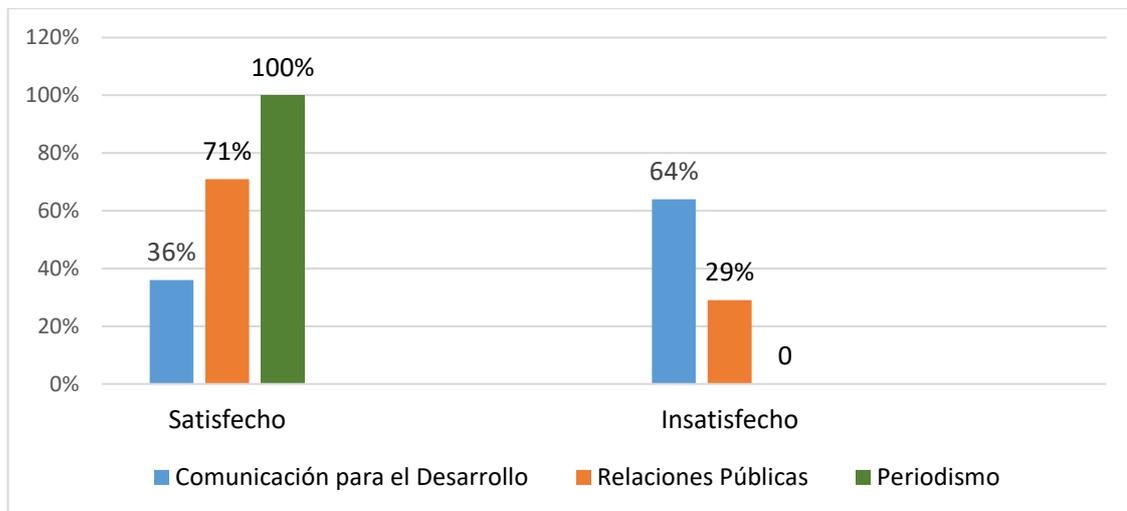
Tabla 6

*Percepción Personal del Practicante sobre su Desempeño Profesional en el Centro de Prácticas*

Criterio	Frecuencia			Porcentaje		
	Comunicación para el desarrollo	Relaciones Públicas	Periodismo	Comunicación para el desarrollo	Relaciones Públicas	Periodismo
Satisfecho	5	10	14	36%	71%	100%
Insatisfecho	9	4	0	64%	29%	0%
Total	14	14	14	100%	100%	100%

FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

**Figura 6** Percepción personal del practicante sobre su desempeño profesional en el centro de prácticas



FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

De la tabla N.º 6 y figura 6 se visualiza que del 100 % de las encuestas realizadas, el total de los encuestados en el área de Periodismo se sienten satisfechos, la función que cumplen en su centro de prácticas les permite desarrollarse en el área específica que les compete; por otro lado, del total de las encuestas realizadas a los practicantes en Relaciones Públicas, el 71% se sienten satisfechos ya que si realizan funciones específicas al área en la cual están haciendo prácticas, en tanto que un 29% indica que no sienten que se están desarrollando en su área específica de la practica al cual están destinados, por otro lado del total de los encuestados en el área de Comunicación para el Desarrollo el 64 % están insatisfechos ya que perciben que no se están desarrollando en actividades propias al área, o como indica el sílabos, y el 36% considera que realiza practicas especificas a su área.

De modo que, la apreciación de los practicantes en periodismo sobre la función que cumplen en el centro de prácticas y su desarrollo en el área específica es óptima en su totalidad, debido a que los medios de comunicación social cuentan con los implementos adecuados, actividades plan de trabajo y formato que permite al practicante a desarrollar

y plasmar lo aprendido en clases; en el área de Relaciones Públicas, un buen porcentaje sienten que la función que cumplen en su centro de prácticas les permiten desarrollarse en el área específica de su práctica pre profesional porque realizan sus actividades en municipios, en donde si existe el área de relaciones Publicas, un porcentaje mínimo percibe que no realiza actividades propias de su área ya que realizan otras actividades que son propias de periodismo u otras áreas , asimismo en el área de Comunicación para el Desarrollo percibe que no se están desarrollando en actividades propias al área porque realiza actividades similares a un profesional de sociología o trabajo social, ya que comparten el centro de prácticas con tales profesionales o practicantes de dichas áreas.

## FACTOR ESTRUCTURAL

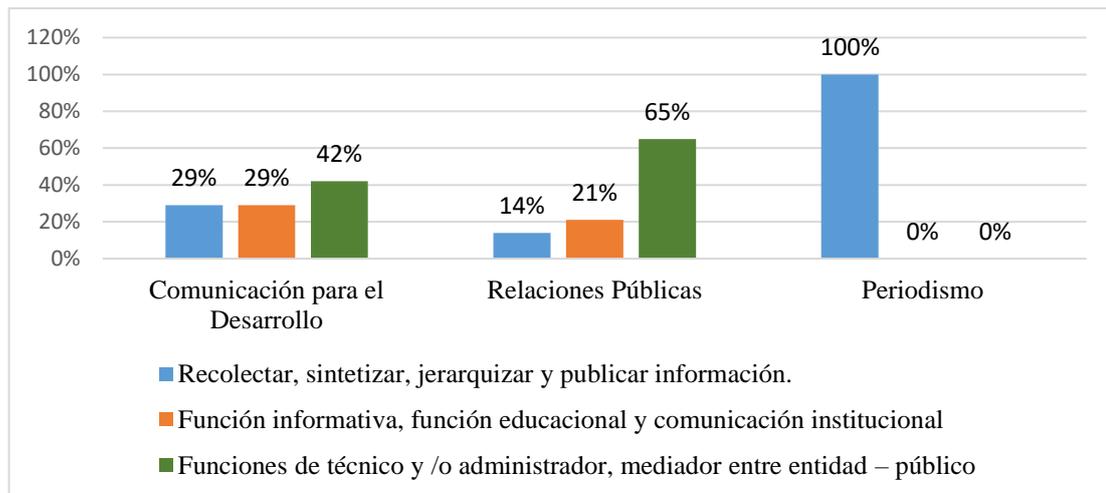
**Tabla 7**

### *Nivel de Especialidad*

Criterio	Frecuencia			Porcentaje		
	Comunicación para el desarrollo	Relaciones Públicas	Periodismo	Comunicación para el desarrollo	Relaciones Públicas	Periodismo
Recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información.	4	2	10	29%	14%	100%
Función informativa, función educacional y comunicación institucional	4	3	0	29%	21%	0%
Funciones de técnico y /o administrador, mediador entre entidad – público	6	9	0	42%	65%	0%
Total	14	14	14	100%	100%	100%

FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

**Figura 7 Nivel de Especialidad**



FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

En la tabla N° 7 y figura 7 se visualiza que del 100 % de los encuestados, el 29% de los alumnos que realizan practica pre profesionales en el área de Comunicación para el Desarrollo, afirmaron que desarrollan las funciones de informar a la población sobre los proyectos, educacional y función de comunicación institucional. Por otro lado, el 42% de los practicantes manifestaron que desempeñan el rol técnico y/o administrador, mediador entre entidad y público, y el otro 29% manifestaron que dentro de las actividades que desarrollan también está destinada a recolectar sintetizar, jerarquizar y publicar información. Debemos tener presente que según el silabo este curso es de naturaleza práctica y asume un conjunto de estrategias comunicacionales, en donde los estudiantes aportan sus iniciativas de reconocimiento de las condiciones de inclusión, exclusión, el de convertir la teoría en acción, por lo que se propone un proyecto de desarrollo integral que ayude a la convivencia institucional.

Así mismo se visualiza que el 100 % de los practicantes en periodismo, manifestaron que desempeñan actividades de recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información. Según el silabo esta asignatura, permite al estudiante contrastar y aplicar sus

conocimientos teóricos sobre periodismo en la práctica, en un medio de comunicación y en contexto de la realidad de la región, por lo tanto, se cumple con las funciones establecidas para esta área.

Por otro lado, se visualiza que del 100 % de los encuestados, el 65% de los alumnos que realizan practica pre profesionales en Relaciones Publicas, afirmaron que desarrollan la función de técnico y/o administrador, mediador entre entidad y público. Por otro lado, el 21% de los practicantes manifestaron que realizaban la función de informar a la población sobre los proyectos, función educacional y de comunicación institucional, y el restante 14% manifestaron que dentro de las actividades que desarrollan también está destinada a funciones de recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar la información. Según el silabo en esta asignatura tiene como propósito poner al estudiante en contacto directo con el ejercicio de la profesión, aplicando la teoría en la práctica, explorando trabajos productivos en función de resultados en el área de relaciones públicas, oficina de comunicaciones, departamento de imagen institucional, bajo la supervisión del docente de prácticas.

## FACTOR SITUACIONAL

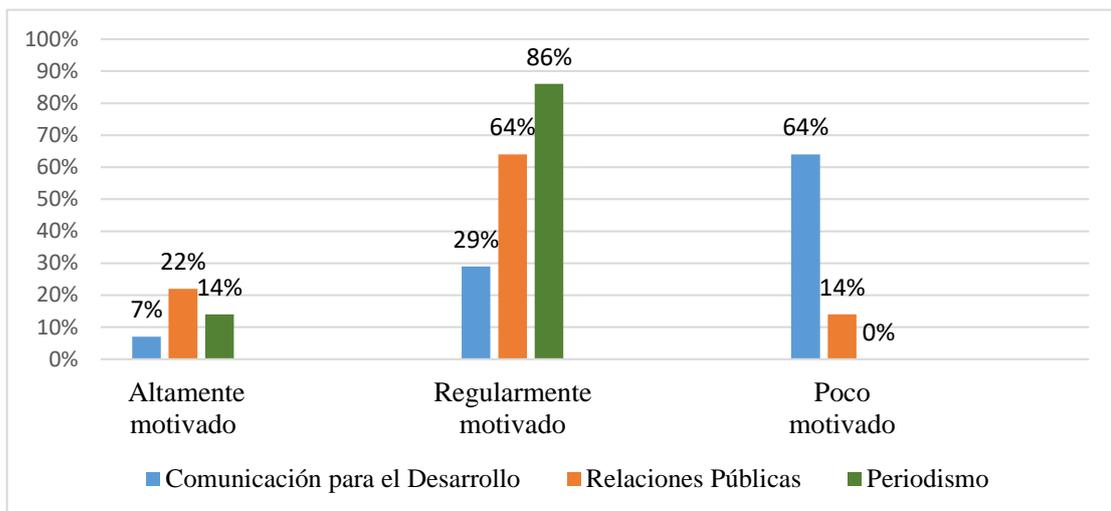
Tabla 8

### *Motivación en sus Prácticas Pre profesionales*

Criterio	Frecuencia			Porcentaje		
	Comunicación para el desarrollo	Relaciones Públicas	Periodismo	Comunicación para el desarrollo	Relaciones Públicas	Periodismo
Altamente motivado	1	3	2	7%	22%	14%
Regularmente motivado	4	9	12	29%	64%	86%
Poco motivado	9	2	0	64%	14%	0%
Total	14	14	14	100%	100%	100%

FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP

**Figura 8 Motivación en sus Prácticas Pre profesionales**



FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

En la tabla N° 8 y figura 8 se visualiza que del 100 % de los encuestados, el 86% de los alumnos que realizan practica pre profesionales en el área de Periodismo, afirmaron que se sienten regularmente motivados para cumplir eficazmente sus funciones, porque según ellos muchas veces los medios de comunicación en los que realizan sus prácticas les asignan en exceso trabajo, pero sin ninguna retribución económica, que por lo menos compense los gastos en refrigerio o pasajes, por otro lado, el 14% de los practicantes manifestaron que se sienten altamente motivados en la institución que realizan sus prácticas, ya que les permiten desarrollarse a plenitud en el área que desempeñan sus funciones y que sus jefes inmediatos los motiva y recompensa con una pequeña retribución económica que compensa el trabajo que realizan en sus prácticas. En ese entender debemos tener presente el concepto de motivación, según Naranjo (2009) indican que la motivación es un aspecto de enorme relevancia en las diversas áreas de la vida, entre ellas la educativa y la laboral, por cuanto orienta las acciones y se conforma así en un elemento central que conduce lo que la persona realiza y hacia qué objetivos se dirige



Ahora también podemos visualizar que del 100 % de los encuestados, el 64% de los alumnos que realizan practica pre profesionales en el área de Relaciones Publicas, afirmaron que se sienten regularmente motivados para cumplir eficazmente sus funciones, porque según ellos muchas veces la institución en la que realizan sus prácticas tienen un clima laboral complicado, por otro lado, el 22% de los practicantes manifestaron que se sienten altamente motivados en la institución que realizan sus prácticas, ya que les permiten desarrollarse a plenitud en el área que desempeñan sus funciones y el clima laboral es bueno, y el restante 14% manifestaron que se sienten poco motivados porque se les asignan labores que no les permite aplicar los conocimientos a la realidad deseada, y que sus jefes inmediatos no conocen las funciones que desarrolla los comunicadores sociales en el área de Relaciones Públicas.

Por otro lado también se observa que del 100 % de los encuestados, el 29% de los alumnos que realizan practica pre profesionales en el área de Comunicación para el Desarrollo, afirmaron que se sienten regularmente motivados para cumplir eficazmente sus funciones, porque según ellos muchas veces la institución en la que realizan sus prácticas tienen un clima laboral complicado, por otro lado, el 7% de los practicantes manifestaron que se sienten altamente motivados en la institución que realizan sus prácticas, ya que les permiten desarrollarse a plenitud en el área que desempeñan sus funciones y el clima laboral es bueno, y el restante 64% manifestaron que están poco motivados porque lamentablemente no se les permite desarrollarse en el área, porque les asignan funciones que no les corresponde y además de ello el clima laboral es hostil.

## FACTOR ESTRUCTURAL

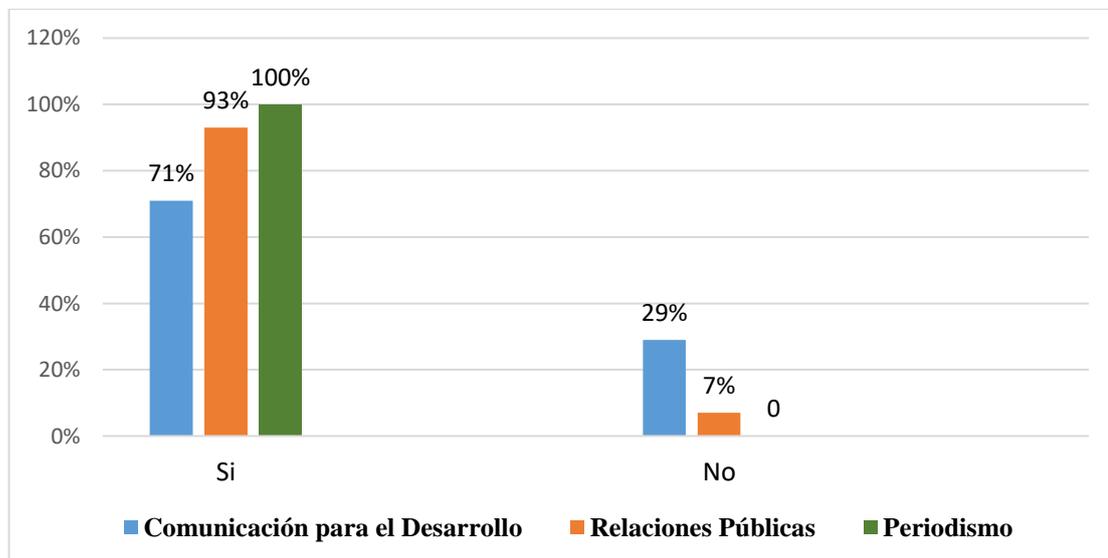
Tabla 9

### Objetivo que Busca Alcanzar con su Práctica Pre profesional

Criterio	Frecuencia			Porcentaje		
	Comunicación para el Desarrollo	Relaciones Públicas	Periodismo	Comunicación para el desarrollo	Relaciones Públicas	Periodismo
Si	10	13	14	71%	93%	100%
No	4	1	0	29%	7%	
Total	14	14	14	100%	100%	100%

FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

Figura 9 Objetivo que busca alcanzar con su práctica pre profesional



FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.



En la tabla N° 09 y figura 09 se visualiza que del 100 % de los encuestados, el 100,0% de los alumnos que realizan practica pre profesionales en el área de Periodismo, afirmaron que si tienen claro el objetivo que busca alcanzar con sus prácticas, dan como respuesta que les gusta el área del periodismo porque implica una gran actividad destinada a producir información relevante para la población, aunque muchas veces sea poco valorada y remunerada. Según Coper Y Robira (2014) En el Perú, los centros de estudios superiores establecen que, a partir de los últimos dos o tres ciclos, los alumnos deben realizar prácticas pre profesionales. Ante ello, algunos expertos sostienen que es recomendable iniciarlas incluso a partir del quinto ciclo. El desarrollo de prácticas permitirá que el joven profesional entienda las diversas áreas empresariales y conozca sus diferentes sectores. Su objetivo es comprender el mundo corporativo y empezar a trabajar en algo que le apasione; y no sólo por necesidad.

Por otro lado se visualiza que del 100 % de los encuestados, el 93% de los alumnos que realizan practica pre profesionales en el área de Relaciones Publicas, afirmaron que si tienen claro el objetivo que busca alcanzar con sus prácticas, dan como respuesta que les gusta mucho la organización de eventos, el protocolo y las formalidades que se llevan a cabo en las grandes ceremonias, también la buena relación del público con la institución y solo el 7% manifiesta que no tiene en claro el objetivo de sus prácticas comunicacionales, porque el clima laboral es muchas veces hostil, y esto no les permiten desempeñar sus prácticas con creatividad, encontrándose con los celos profesionales en ocasiones y que tienen que adecuarse a este.

Asimismo se visualiza que del 100 % de los encuestados, el 71% de los alumnos que realizan practica pre profesionales en el área de Comunicación para el Desarrollo, afirmaron que si tienen claro el objetivo que busca alcanzar con sus prácticas, dan como respuesta que les gustaría dedicarse a crear proyectos sociales para el beneficio de las



clases más desprotegidas y contribuir de esta manera con un desarrollo equilibrado para todos, por otro lado el 29% manifiesta que no tiene en claro el objetivo de sus prácticas comunicacionales, porque no ha podido desenvolverse adecuadamente en sus centro de prácticas, ya que no se les asignan papeles que le permitan conocer la realidad en las practicas que desempeña.

## FACTOR ESTRUCTURAL

**Tabla 10**

***Acciones que se Toman frente a las Deficiencias del centro de Prácticas en el Área de Especialización***

Criterio	Frecuencia			Porcentaje		
	Comunicación para el desarrollo	Relaciones Públicas	Periodismo	Comunicación para el desarrollo	Relaciones Públicas	Periodismo
No digo nada y me adapto a la situación	5	3	3	36%	21%	21%
Busco otro centro de practicas	0	0	1	0%	0%	7%
Hablo con el jefe inmediato le explico cuál es el lugar y la labor que debería realizar como practicante	9	11	10	64%	79%	72%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

**Figura 10 Acciones que se toman frente a las deficiencias del centro de prácticas en el área de especialización**



FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

En la tabla N° 10 y figura 10 se visualiza que del 100 % de los encuestados, el 72% de los alumnos que realizan practica pre profesionales en el área de Periodismo, afirmaron que en el caso de encontrarse en la situación que sus prácticas no le permitieran desenvolverse plenamente manifestaron que hablarían con el jefe inmediato, explicándole la labor que deberían realizar como practicantes dentro de la institución, por otro lado, el 21% de los practicantes manifestaron que no dirían nada y solo se adaptarían a la situación, el 7% restante manifestaron que buscarían otro centro de prácticas, porque desean realizar sus prácticas en medios que les brinde la oportunidad de aplicar sus conocimientos y el entusiasmo, ya que al terminar sus estudios este es el área al que realmente piensan dedicarse. Según Robira y Coper (2016) que la importancia de las prácticas pre profesionales radica en que permiten aprender a trabajar en distintos sectores, industrias y especialidades. Asimismo, ayudan a direccionar la profesión elegida y a establecer diferentes contactos. En ese sentido, las prácticas deben permitirle al



profesional desarrollar habilidades que le den un valor agregado a su desempeño laboral.

Estas se vinculan con la comunicación, idiomas, sociabilidad y liderazgo

En el mismo grafico podemos visualizar que del 100 % de los encuestados, el 79% de los alumnos que realizan practica pre profesionales en el área de Relaciones Publicas, afirmaron que en el caso de encontrarse en la situación que sus prácticas no le permitieran desenvolverse plenamente manifestaron que hablarían con el jefe inmediato , explicándole la labor que deberían realizar como practicantes dentro de la institución, por otro lado, el 21% de los practicantes manifestaron que no dirían nada y solo se adaptarían a la situación, lo cual podemos concluir que muchos practicantes tienen la dificultad de encontrar un nuevo centro de prácticas y que por lo tanto optan por lo seguro, ya que al no hacerlo estarían quedando a expensas de jalar dicha materia .

En la misma tabla se visualiza que del 100 % de los encuestados, el 64% de los alumnos que realizan practica pre profesionales en el área de Comunicación para el Desarrollo, afirmaron que en el caso de encontrarse en la situación que sus prácticas no le permitieran desenvolverse plenamente manifestaron que hablarían con el jefe inmediato , explicándole la labor que deberían realizar como practicantes dentro de la institución, por otro lado, el 36% de los practicantes manifestaron que no dirían nada y solo se adaptarían a la situación, lo cual nos lleva a pensar que muchos practicantes tienen la dificultad de encontrar un nuevo centro de prácticas y que por lo tanto optan por lo seguro, ya que al no hacerlo estarían quedando a expensas de jalar dicha materia laboral.

## FACTOR SITUACIONAL

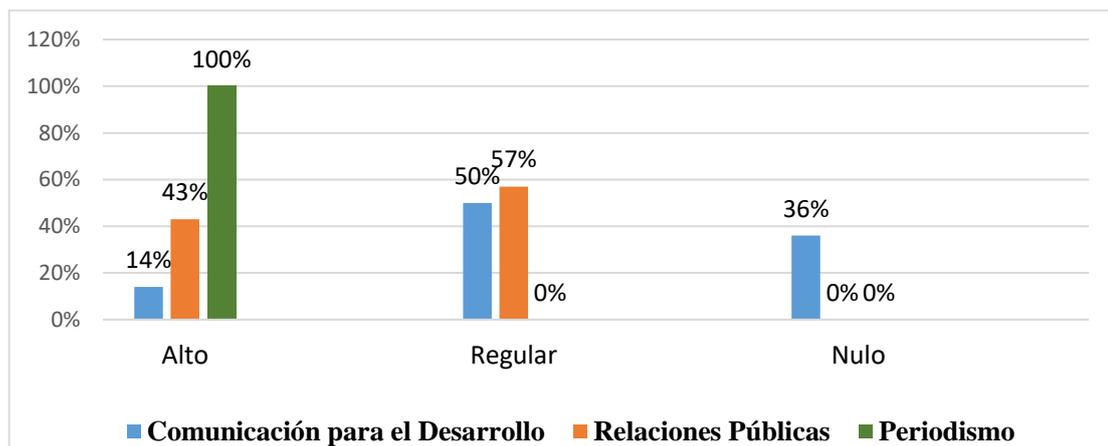
Tabla 11

### *Posicionamiento de la Imagen de la Escuela Profesional Frente a las Instituciones*

Criterio	Frecuencia			Porcentaje		
	Comunicación para el desarrollo	Relaciones Públicas	Periodismo	Comunicación para el desarrollo	Relaciones Públicas	Periodismo
Alto	2	6	14	14%	43%	100%
Regular	7	8	0	50%	57%	0%
Nulo	5	0	0	36%	0%	0%
Total	14	14	14	100%	100%	100%

FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

**Figura 11 Posicionamiento de la imagen de la escuela profesional frente a las instituciones**



FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

En la tabla N° 11 y figura 11 se visualiza que del 100 % de los encuestados, el 100,0% de los alumnos que realizan práctica pre profesionales en el área de Periodismo, afirmaron



que la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social tiene una alta imagen ya ganada frente a las instituciones. Según Merlo, Martínez, Flores y Ramírez (2016) El posicionamiento otorga a la empresa una imagen propia en la mente del consumidor, que le hará diferenciarse del resto de su competencia, ésta se construye mediante la comunicación activa de atributos, beneficios o valores distintivos, a la audiencia objetivo, previamente seleccionados en base a la estrategia empresarial

Por otro lado se visualiza que del 100 % de los encuestados, el 57% de los alumnos que realizan practica pre profesionales en el área de Relaciones Publicas, afirmaron que según su percepción la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social tiene un regular posicionamiento de la imagen frente a las entidades, por otro lado el 43% de los practicantes manifestaron que según su percepción siempre la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social tiene una imagen ya ganada en las instituciones publica y también privadas.

Finalmente se visualiza que del 100 % de los encuestados, el 50% de los alumnos que realizan practica pre profesionales en el área de Comunicación para el Desarrollo, afirmaron que según su percepción la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social tiene un regular posicionamiento de la imagen frente a las entidades, por otro lado el 14% de los practicantes manifestaron que según su percepción la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social tiene una imagen ya ganada en las instituciones publica y también privadas , y el 36% restante manifiesta que la imagen de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social no está ganada frente a las distintas instituciones, por lo tanto debería de trabajarse en el posicionamiento de la imagen.

## FACTOR SITUACIONAL

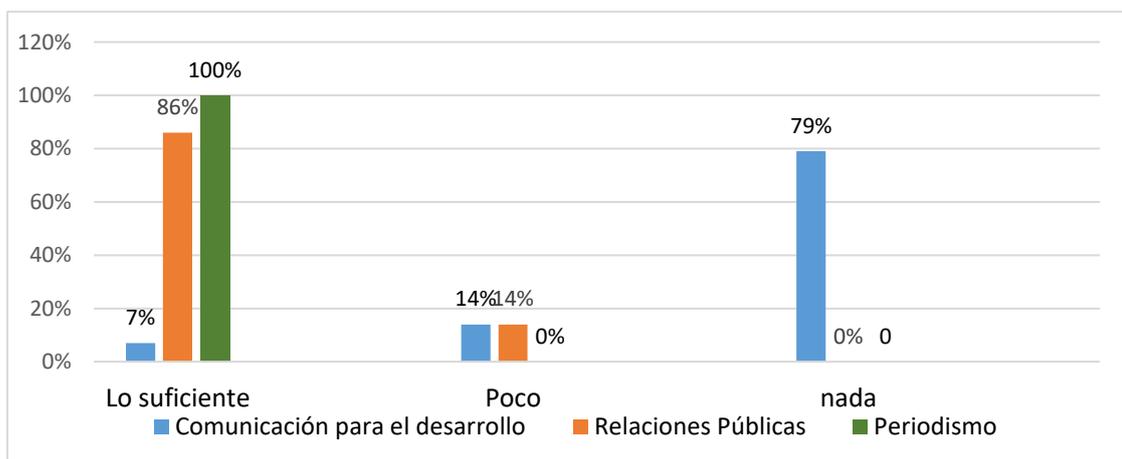
**Tabla 12**

*El Jefe a Cargo de las Practicas Conoce el Rol del Practicante*

Criterio	Frecuencia			Porcentaje		
	Comunicación para el desarrollo	Relaciones Públicas	Periodismo	Comunicación para el desarrollo	Relaciones Públicas	Periodismo
Lo suficiente	1	12	14	7%	86%	100%
Poco	2	2	0	14%	14%	0%
nada	11	0	0	79%	0%	0%
Total	14	14	14	100%	100%	100%

FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

**Figura 12 El jefe a cargo de las practicas conoce el rol del practicante**



FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

En la tabla N° 12 y figura 12 se visualiza que del 100 % el total en el área de Periodismo, afirmaron que según su percepción el jefe inmediato de sus prácticas conoce lo suficiente el rol del practicante en el área del periodismo, los practicantes manifestaron

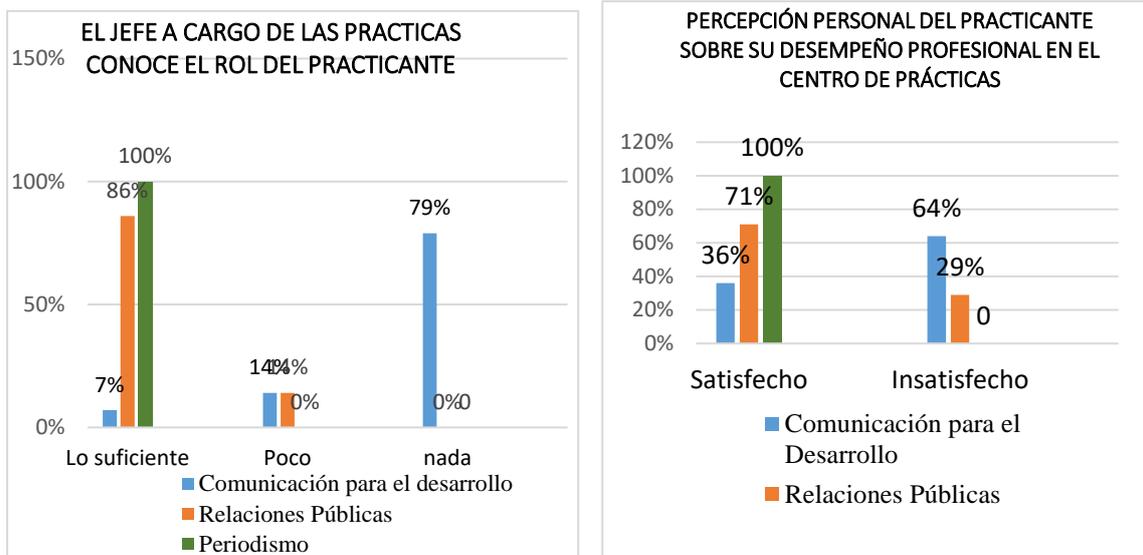


que según su percepción que sus jefes inmediatos conocen las funciones del practicante de periodismo, ya que estos les otorgan trabajos en medios audiovisuales y prensa escrita, recopilando información verídica, el campo del periodismo es arriesgado, pero a la vez emocionante sin embargo es una labor pesada y no tienes una retribución económica compensable, son muy pocos los alumnos que inician o se quedan para siempre en esta área ejerciéndola para siempre.

Asimismo podemos visualizar que del 100 % de los encuestados, el 86% de los alumnos que realizan practica pre profesionales en el área de Relaciones Públicas , afirmaron que según su percepción que el jefe inmediato de sus prácticas conoce lo suficiente sobre el rol del practicante en el área del Relacionista Público, por otro lado el 14% de los practicantes manifestaron que según su percepción sus jefes inmediatos conocen poco las funciones del practicante del relacionista público, ya que estos les otorgan trabajos que son los verdaderos papeles que debe cumplir el practicante y esto permite que al terminar la carrera el alumno pueda desenvolverse a la perfección en sus centros laborales

También podemos observar en el mismo grafico que 14% de los alumnos que realizan practica pre profesionales en el área de Comunicación para el Desarrollo, afirmaron que según su percepción el jefe inmediato conoce poco del rol del practicante en el área de comunicación para el desarrollo, por otro lado el 7% de los practicantes manifestaron que según su percepción sus jefes inmediatos conocen lo suficiente sobre las funciones del practicante de comunicación para el desarrollo, y el 79% restante manifiesta que los jefes inmediato no conocen la labor que debería desempeñar el comunicador para el desarrollo en la institución, por lo que muchas veces se dan con la ingrata sorpresa de que solo la asocian al periodismo puro o también a la producción audiovisual o los medios escritos.

**Figura 13** Grado de relación entre la satisfacción del estudiante y el conocimiento del jefe inmediato sobre las prácticas pre profesionales

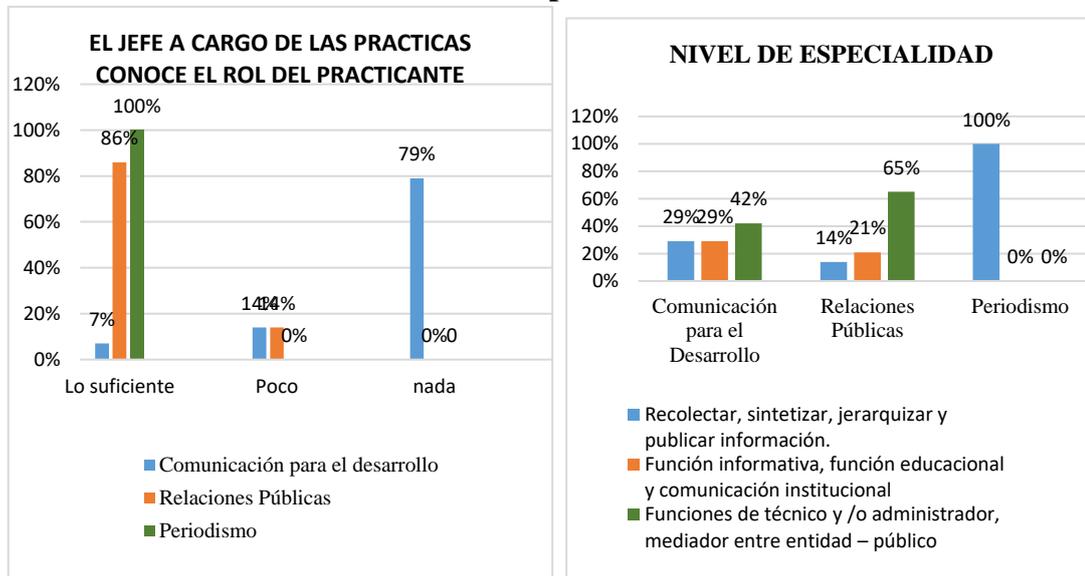


FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

Realizando un análisis en el gráfico N° 13 se observa que el 100% de los jefes a cargo de las prácticas en periodismo conoce lo suficiente sobre el rol del practicante en esta área, lo cual influye significativamente en la percepción personal del practicante sobre su desempeño profesional en el centro de prácticas ya que el 100% de los practicante en esta área se encuentran satisfechos; de igual manera sucede con el área de Relaciones Públicas, el 86% de los jefes a cargo de las practicas conoce el rol del practicante de manera suficiente ,esto influye en la percepción personal del practicante sobre su desempeño profesional en el centro de prácticas ya que el 71% se encuentra satisfecho y un 29% insatisfechos; y por último en el área de Comunicación para el Desarrollo, solo el 7% de jefes de prácticas conoce el rol del practicante, un 14% conoce poco sobre el rol del practicante y un 79% de jefes de prácticas en esta área no conoce sobre el rol del practicante en Comunicación para el Desarrollo, lo cual se refleja en una alta insatisfacción de practicantes sobre sus prácticas en esta área ascendiendo a un 64% de insatisfacción y un 36% de satisfacción. El grado de conocimiento sobre el rol del

practicante por parte del jefe de prácticas, influye directamente en la percepción de los practicantes sobre sus prácticas pre profesionales.

**Figura 14 Grado de relación entre el conocimiento sobre el rol del practicante y el nivel de especialidad**



FUENTE: Cuestionario realizado a los estudiantes en prácticas pre profesionales de la E.P.C.C.S. UNAP 2017.

Realizando un análisis en la figura N° 14 se observa que el 100% de los jefes inmediatos en el área de Periodismo conocen lo suficiente el rol del practicante, esto influye considerablemente en el nivel de especialidad de manera positiva, ya que realizan actividades propias a su área, como, recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar la información; el 86% de los jefes inmediatos en el área de Relaciones Públicas conocen lo suficiente sobre el rol del practicante esto incide en la misma relación, sobre el nivel de especialidad, ya que los practicantes cumplen la función de técnico y/o administrador, mediador entre entidad – público ; en tanto que solo el 7% de los jefes inmediatos del área de Comunicación para el Desarrollo conocen lo suficiente mientras que un 79% no tiene conocimiento alguno sobre el rol del practicante, esto influye considerablemente de manera negativa en el nivel de especialidad, ya que, los practicantes realizan funciones que competen al área de relaciones públicas como se observa en un 42% , el resto se divide entre el área que le corresponde y el área de periodismo; de este cuadro podemos deducir que el conocimiento sobre el rol del practicante por parte de los jefes inmediatos influye considerablemente en el desempeño de los practicantes en funciones a su nivel de especialidad correspondientes a sus respectivas áreas.

**Tabla 13**

***Percepción de las Prácticas Pre profesionales en el Área de Periodismo***

		<b>FACTOR FUNCIONAL</b>									
N°	INDICADORES	VALORACIÓN									
		Muy malo		Malo		Ni malo ni bueno		Bueno		Muy bueno	
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
1	Profesionales que laboran en el área					8	57%	6	43%		
2	Identidad corporativa			3	21%	4	29%	7	50%		
	- Uniformidad										
	- Reuniones sociales										
3	Producciones/ audio-visuales					8	57%	6	43%		
	- Afiches volantes, trípticos, boletines										
	- Spots radiales televisivos										
	- Notas informativas										
4	Relación de la teoría práctica					9	64%	5	36%		
5	Tiene cierta libertad para la realización de actividades en el centro de prácticas					10	71%	4	59%		
		<b>FACTOR SITUACIONAL</b>									
1	Relaciones Humanas					8	57%	6	43%		
2	Recursos materiales y tecnológicos			3	21%	7	50%	4	29%		
3	Ubicación del medio					5	36%	9	64%		
4	Valores					9	64%	5	36%		
		<b>FACTOR ESTRUCTURAL</b>									
1	Relación del practicante con el funcionamiento del área de prensa del medio			2	14%	8	57%	4	29%		
2	Relación del vínculo entre el practicante y jefe inmediato			1	7%	12	86%	1	7%		

Fuente: Informe de practica pre profesionales en el área de Periodismo 2017 II



Como se puede observar en el cuadro de la encuesta realizada a los estudiantes que se encuentran en prácticas pre profesionales en el área de periodismo, dentro del factor funcional de la percepción detallamos de la siguiente manera:

Sobre los profesionales que laboran en esta área, el 57% de los encuestados consideran que no son ni malo ni bueno y un 43% considera que es bueno; en cuanto a identidad corporativa el 50% de los practicantes en esta área consideran que es bueno, el 29% señalan que es ni malo ni bueno, y un 21% estiman que es malo; sobre el indicador, producciones/ audio-visuales, el 57% señalan que es ni malo ni bueno, y un 43% consideran que es bueno; en cuanto a la relación de la teoría - practica el 64% consideran que es ni malo ni bueno, un 36% señalan que es bueno: con respecto a si tiene cierta libertad para la realización de actividades en el centro de prácticas, el 71% indican que es ni bueno ni malo, y un 59% aducen de que es bueno. Respecto al factor situacional, frente al indicador de relaciones humanas, el 57% de los practicantes en periodismo indican que es ni malo ni bueno, y un 43% consideran que es bueno; sobre los recursos materiales y tecnológicos, un 50% consideran que es ni malo ni bueno, un 21% consideran que es malo, y otro 29% señalan que es bueno; en cuanto a la ubicación del medio, el 64% consideran que es bueno y un 36% aducen de que es ni malo ni bueno; y sobre el indicador valores, el 64% consideran de que es ni bueno ni malo, y un 36% señalan que es bueno. Por último, respecto al factor estructural, sobre la relación del practicante con el funcionamiento del área de prensa del medio, un 57% indican que es ni bueno ni malo, y un 14% señala que es malo y otro 29% aducen de que es bueno; finalmente, sobre la relación del vínculo entre el practicante y jefe inmediato, el 86% de los practicantes en periodismo, consideran que es ni bueno ni malo, un 7% señalan que es malo y otro 7% indica que es bueno.

**Tabla 14**

***Percepción de las Prácticas Pre profesionales en el Área de Relaciones Públicas***

N°	INDICADORES	FACTOR FUNCIONAL									
		VALORACIÓN									
		Muy malo		Malo		Ni malo ni bueno		Bueno		Muy bueno	
N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%		
1	Profesionales que laboran en el área					8	57%	6	43%		
2	Identidad corporativa					5	36%	9	64%		
	- Uniformidad										
	- Reuniones sociales										
3	Producciones/ audio-visuales					2	14%	12	86%		
	- Afiches volantes, trípticos, boletines										
	- Spots radiales televisivos										
4	Relación de la teoría práctica					3	21%	11	79%		
5	Tiene cierta libertad para la realización de actividades en el centro de prácticas					14	100%				
<b>FACTOR SITUACIONAL</b>											
1	Relaciones Humanas					8	57%	6	43%		
2	Recursos materiales y tecnológicos			2	14%	5	36%	7	50%		
3	Ubicación del área					4	29%	10	71%		
4	Valores					8	57%	5	43%		
<b>FACTOR ESTRUCTURAL</b>											
1	Relación del practicante con el funcionamiento del área de Relaciones Públicas.					4	29%	10	71%		
2	Relación del vínculo entre el practicante y jefe inmediato			1	7%	4	29%	9	64%		

Fuente: Informe de práctica pre profesionales en el área de Relaciones Públicas 2017 II

Como se puede observar en la tabla de la encuesta realizada a los estudiantes que se encuentran en prácticas pre profesionales en el área de Relaciones Públicas, dentro del factor funcional de la percepción detallamos de la siguiente manera:



Sobre los profesionales que laboran en esta área, el 57% de los encuestados consideran que es ni bueno ni malo y un 43% considera que es bueno; en cuanto a identidad corporativa el 36% de los practicantes en esta área consideran que es ni malo ni bueno y un 64% consideran es bueno; sobre el indicador, producciones/ audio-visuales, el 86% consideran que es bueno, y un 14% señalan que es ni bueno ni malo; en cuanto a la relación de la teoría - practica el 79% consideran que es bueno, un 21% señalan que es ni malo ni bueno: con respecto a si tiene cierta libertad para la realización de actividades en el centro de prácticas, el 100% indican que es bueno.

Respecto al factor situacional, frente al indicador de relaciones humanas, el 57% de los practicantes en Relaciones Publicas indican que es ni malo ni bueno, un 43% consideran que es bueno, sobre los recursos materiales y tecnológicos, un 14% consideran que es malo, un 36% consideran que es ni malo ni bueno y 50% que es bueno un cuanto a la ubicación del área, el 29% consideran que es ni malo ni bueno y un 71% aducen de que es bueno; y sobre el indicador valores, el 57% consideran de que es ni bueno ni malo, un 43% señalan que es bueno.

Por último, respecto al factor estructural, sobre la relación del practicante con el funcionamiento de Relaciones Publicas, un 29% indican que es ni bueno ni malo, un 71% señala que es bueno; finalmente, sobre la relación del vínculo entre el practicante y jefe inmediato, el 7% de los practicantes en Relaciones Publicas consideran que es malo, un 29% señalan que es ni bueno ni malo, y un 64% aducen que es bueno.

**Tabla 15**

***Percepción de las Prácticas Pre profesionales en el Área de Comunicación para el Desarrollo***

N°		INDICADORES		VALORACIÓN							
				Muy malo		Malo		Ni malo ni bueno		Bueno	
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
<b>FACTOR FUNCIONAL</b>											
1	Profesionales que laboran en el área			9	64%	5	36%				
2	Identidad corporativa										
	- Uniformidad			14	100%						
	- Reuniones sociales										
3	Producciones/ audio-visuales					4	29%	10	71%		
	- Afiches volantes, trípticos, boletines										
	- Spots radiales televisivos										
4	Relación de la teoría práctica			9	64%	5	36%				
5	Tiene cierta libertad para la realización de actividades en el centro de prácticas			3	21%	7	50%	4	29%		
<b>FACTOR SITUACIONAL</b>											
1	Relaciones Humanas			1	7%	7	50%	6	43%		
2	Recursos materiales y tecnológicos			9	64%	5	36%				
3	Ubicación del área			3	21%	11	79%				
4	Valores			1	7%	8	57%	5	36%		
<b>FACTOR ESTRUCTURAL</b>											
1	Relación del practicante con el funcionamiento del área de Comunicación para el Desarrollo.			2	14%	4	29%	8	57%		
2	Relación del vínculo entre el practicante y jefe inmediato			2	14%	8	57%	4	29%		



Fuente: Informe de practica pre profesionales en el área de Comunicación para el Desarrollo 2017 II

Como se puede observar en la tabla de la encuesta realizada a los estudiantes que se encuentran en prácticas pre profesionales en el área de Comunicación para el Desarrollo, dentro del factor funcional de la percepción detallamos de la siguiente manera:

Sobre los profesionales que laboran en esta área, el 64% de los encuestados consideran que es malo y un 36% considera que es ni malo ni bueno; en cuanto a identidad corporativa el 100% de los practicantes en esta área consideran que es malo; sobre el indicador, producciones/ audio-visuales, el 71% señalan que es bueno, y un 29% consideran que es ni malo ni bueno; en cuanto a la relación de la teoría - practica el 64% consideran que es malo, un 36% señalan que es ni malo ni bueno: con respecto a si tiene cierta libertad para la realización de actividades en el centro de prácticas, el 50% indican que es ni bueno ni malo, un 29% aducen de que es bueno, y un 21% señala que es malo. Respecto al factor situacional, frente al indicador de relaciones humanas, el 50% de los practicantes en Comunicación para el Desarrollo indican que es ni malo ni bueno, un 43% consideran que es bueno, y un 7% indican que es malo; sobre los recursos materiales y tecnológicos, un 64% consideran que es malo, y un 36% consideran que es ni malo ni bueno; en cuanto a la ubicación del área, el 79% consideran que es ni malo ni bueno y un 21% aducen de que es malo; y sobre el indicador valores, el 57% consideran de que es ni bueno ni malo, un 36% señalan que es bueno y un 7% señalan que es malo. Por último, respecto al factor estructural, sobre la relación del practicante con el funcionamiento del área de Comunicación para el Desarrollo, un 57% indican que es bueno, un 29% señala que es ni malo ni bueno y un 14% aducen de que es malo; finalmente, sobre la relación del vínculo entre el practicante y jefe inmediato, el 57% de los practicantes en periodismo,



consideran que es ni bueno ni malo, un 29% señalan que es bueno, y un 14% aducen que es malo.

**Tabla 16**

***Entrevista a Jefes Inmediatos sobre Desempeño de los Practicantes en la Entidad***

COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	RELACIONES PUBLICAS	PERIODISMO
<p><b>ENTREVISTA REALIZADA A:</b> <b>Pedro Cachicatari</b></p> <p><b>CARGO:</b> Responsable de la oficina Municipal de atención a la persona con discapacidad (OMAPED)</p>	<p><b>ENTREVISTA REALIZADA A:</b> <b>LIC. Estanislao P. Churata Nuñez</b></p> <p><b>CARGO:</b> Responsable de imagen institucional de PRORRIDRE</p>	<p><b>ENTREVISTA REALIZADA A:</b> <b>Alfredo Rodrigo Condori</b></p> <p><b>CARGO:</b> <b>Jefe de Prensa CECUNA</b></p>
<p>- ¿Cuál es su percepción sobre el desenvolvimiento de los practicantes a su cargo?</p> <p>- las practicantes elaboran notas de prensa, realizan trámites para las personas con discapacidad, llevan adelante el empadronamiento de las personas con habilidades diferentes</p> <p>A las practicantes se les delega papeles de moderadoras en talleres que organiza la oficina a favor de las personas con discapacidad, así como también la elaboración de materiales audiovisuales para su difusión.</p>	<p>- ¿Cuál es su percepción sobre el desenvolvimiento de los practicantes a su cargo?</p> <p>- la practicante cumple con su labor diaria en la confección del periódico mural, desempeña una buena performance en actividades protocolares</p> <p>-Algunos practicantes piden permiso reiteradamente, en su segundo mes de prácticas aduciendo problemas familiares,... perjudicando su ausencia en la oficina a las actividades previstas , además tenía subir videos e imágenes a las redes sociales del PRORRIDRE, lo cual no se consolidó por falta de tiempo el que aduce, debido a que tiene exámenes me manifestó.</p> <p>Una de las practicantes en su hora de labores llega impuntual, ejemplo a las 8 am. Debería estar y llega a las 10 am. Otras veces no llegaba. Su jefe de prácticas no llegó a fiscalizar.</p>	<p>-¿Cuál es su percepción sobre el desenvolvimiento de los practicantes a su cargo?</p> <p>Dos aspectos Social y profesional En lo profesional: deficiencia en el manejo del software, no tiene el dominio del 100%; falta de interés de algunos; esperan que alguien les ordene; tienen iniciativa solo e un 30%; cumplen pero con retraso; en lo social: son buenas personas, sociables, pero exageran algunos en la confianza que se les da, falta de iniciativa, creatividad, el tiempo no es suficiente para las prácticas.</p>



## V. CONCLUSIONES

**PRIMERA:** la percepción de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación Social sobre sus prácticas pre profesional, en el área de Periodismo, es buenos en los tres factores de percepción; regular en el área de Relaciones Públicas y malo en el área de Comunicación para el Desarrollo, debido a que, en este último, el practicante no realiza actividades propias del área, centrándose en solo trabajos de mensajes informativos.

**SEGUNDA:** los factores funcionales que influyen en la percepción de los estudiantes en las prácticas pre profesionales en el área de Comunicación para el Desarrollo, dentro de la característica o condición de la actitud, la motivación en sus prácticas pre profesionales es negativa, en cuanto a la aplicación del aprendizaje, no están vinculadas a las acciones planteadas en el sílabo, ya que su jefe inmediato no conoce sobre el rol del practicante en esta área. En tanto que, en el área de Relaciones Publicas, se sienten regularmente motivados, en cuanto a la aplicación del aprendizaje, utilizan los medios y materiales didácticos cumpliendo el rol técnico. Finalmente, en el área de Periodismo, en cuanto a la condición o característica de la motivación, es positivo; su jefe inmediato conoce lo suficiente sobre el rol del practicante en esta área. Los practicantes padecen de algunas debilidades en redacción, edición, enfoque creativo a las notas.

**TERCERA:** los factores situacionales que influyen en la percepción de los practicantes en el área de periodismo, en cuanto a la dimensión del tiempo es negativo, en la dimensión del entorno, las entidades conocen el rol que desempeñan, asimismo, en la dimensión de la tarea es positiva ya que desarrollan actividades relacionadas al área. Por otro lado, lo que no ocurren con el factor situacional en el área de Comunicación para el Desarrollo, ya que, en la dimensión de la tarea, cumplen otros roles como periodismo o Relaciones Publicas, debido a la poca exigencia y control académico de los docentes, lo que



dificultad que esta área sea reconocida tanto por las instituciones como por los mismos estudiantes que realizan Practica Preprofesionales. En la dimensión del entorno es negativo, trabajadores que laboran en el área, son calificados como malo, ya que no son profesionales entendidos en el área, además solo a veces el entorno les permite aplicar los conocimientos adquiridos. En el área de Relaciones Públicas, la percepción por parte de los practicantes frente a la dimensión del entorno y de la tarea es regular, ya que desempeñan roles propios de su área, pero en menor cantidad.

**CUARTA:** los factores estructurales que influyen en la percepción de los practicantes en el área de periodismo en cuanto a la relación del vínculo entre el practicante y jefe inmediato es regular, sobre la percepción del practicante frente a su desempeño profesional en el centro de prácticas se encuentran satisfechos ya que realizan actividades en un alto nivel de especialidad. En el área de Relaciones Públicas realizan actividades de especialidad regularmente y se encuentran satisfechos frente a su desempeño en la entidad. En el área de Comunicación para el Desarrollo la percepción de los practicantes frente a su desempeño profesional en el centro de prácticas se encuentra insatisfechos ya que el nivel de especialidad es bajo y está centrado en actividades relacionados a imagen institucional; en cuanto a las acciones que se toman frente a las deficiencias del centro de prácticas en el área de especialización no dicen nada y se adaptan a la situación, la relación entre jefe y practicante es regular.



## VI. RECOMENDACIONES

**PRIMERA:** El estudiante de Ciencias de la Comunicación Social en prácticas pre profesionales en el área de Periodismo, deben ser más responsables, como también las entidades deben darles las facilidades para llevar adelante sus propuestas de trabajo relacionadas a la entidad y en el área de Comunicación para el Desarrollo, el estudiante debe plantear proyectos que contribuyan al desarrollo de su formación, y de la sociedad; la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social debe posicionar la imagen de Comunicación para el Desarrollo frente a las entidades y la sociedad.

**SEGUNDA:** En los factores funcionales los estudiantes en prácticas pre profesionales en el área de Comunicación para el Desarrollo, deben alinear sus actividades orientados al objetivo planteado en el sílabo, por lo que debe proponer proyectos de desarrollo integral que ayude a la convivencia institucional. En tanto que, en el área de Relaciones Publicas, las entidades deben promover un clima laboral favorable, donde el practicante pueda desempeñar su función; Por otro lado, en los factores funcionales que influyen en la percepción de los estudiantes en las prácticas pre profesionales en el área de Periodismo, en cuanto a su redacción, deben mejorar en la elaboración de producciones radiales y televisivos de manera creativa; asimismo el tema de iniciativa personal debe trabajarse ampliamente.

**TERCERA:** los factores situacionales que influyen en la percepción de los practicantes en el área de periodismo, en cuanto a la dimensión del tiempo se recomienda que se realice en un tiempo considerable, sin llevar cursos paralelos con la práctica. Por otro lado, en el factor situacional del área de Comunicación para el Desarrollo, en la dimensión de la tarea, los docentes, deben ayudar a diferenciar a los estudiantes, sobre las actividades que se realizan en el área de Comunicación para el Desarrollo y Relaciones Públicas, para ello



se debe poner docentes especialistas en las áreas mencionadas, para que de esta manera puedan guiar y exigir a los estudiantes para cumplir con los verdaderos objetivos. En el factor situacional del área de Relaciones Públicas, los practicantes deben ser proactivos frente a las distintas actividades desarrolladas en la entidad.

**CUARTA:** En los factores estructurales que influyen en la percepción de los practicantes, la Escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social debe trabajar en posicionar el área de Comunicación para el Desarrollo en el mercado laboral para que las entidades implementen esta área con los instrumentos necesario.



## VII. EFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Báez, L., & Zamora, E. (07 de enero de 2003). Unidad regional de asistencia técnica. Obtenido de Programa de apoyo a la implementación de proyectos serie organización para la ejecución de proyectos:  
<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan030133.pdf>
- Blaide, D. (2017 de mayo de 2017). Factores estructurales que afectan la percepción. Obtenido de Scribd: Factores estructurales que afectan la percepción:
- Borge, Y. (2017). Diccionario de la Lengua Española. Obtenido de DICTIONARY BY FARLEX permisividad: <https://es.thefreedictionary.com/permisividad>
- Broom, G. M., & Dozier, D. (2010). Revisión de relaciones públicas. En A. Castillo, Avance para las Relaciones Públicas (pág. 47). España: Belydigital.
- Cabayol, J. (30 de Noviembre de 2011). SICOM. Obtenido de Definición de periodismo:  
<http://www.sicom.cat/blog/definicion-de-periodismo/>
- Camacho, A. (2000). El Oficio del Comunicador. Caracas: Collingh.
- Casares. (14 de Setiembre de 1991). Percepción usos y teorías. Obtenido de Teoría y metodología:  
<http://bruja.pw/licue/4.%20Psicolog%C3%ADa%20funcional/1.%20Dimensi%C3%B3n%20cualitativa/Percepci%C3%B3n/Percepci%C3%B3n%20usos%20y%20teor%C3%ADas.pdf>
- Castillo Esparcia, A. (2009). Relaciones públicas: teoría e historia. Barcelona: Carrera edición, S.L.
- Coper, & Robina, S. (2016). XXI Congreso Internacional de Clad sobre la reforma del Estado y la Administración Pública, Santiago de Chile. Evaluación de escenarios prospectivos



- Cornejo Urbina, F. (16 de junio de 2011). El rol del Comunicador. Obtenido de Edoc:  
[https://edoc.tips/download/el-rol-del-comunicador-frente-a-las-personas-y-los-medios-franklin\\_pdf](https://edoc.tips/download/el-rol-del-comunicador-frente-a-las-personas-y-los-medios-franklin_pdf)
- Crispin, C. H. (2017). Las prácticas pre profesionales y su aporte en la. Lima.
- Davidoff, L. L. (7 de Mayo de 1989). Introduccion a la Psicologia. Obtenido de SCRIBD:  
<https://es.scribd.com/doc/165583641/Introduccion-a-la-psicologia-Linda-Davidoff-True-pdf-OCR-optimizado>
- Diccionario. (07 de mayo de 2016). Obtenido de Definición ABC:  
<https://www.definicionabc.com/general/recomendar.php>
- Eguaras, M. (1 de Marzo de 2015). Consultoria Editorial. Obtenido de Editar y publicar no son sinónimos: <https://marianaeguaras.com/editar-y-publicar-no-son-sinonimos/>
- F., A. L. (1970). Muestreo Aleatorio. Caracas: Metropolitanos.
- Fair, J. E. (2 de enero de 1988). Razon y palabra. Obtenido de Revista en america latina:  
[file:///C:/Users/HP/Downloads/Comunicacio\\_n\\_para\\_el\\_desarrollo.pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/Comunicacio_n_para_el_desarrollo.pdf)
- FAO, & World Bank. (25 de octubre de 2007). Washington: The International Bank for Reconstruction and at. Obtenido de World Congress on Communication for Development: Lessons, Challenges, and the Way Forward: <http://www.fao.org/docrep/pdf/010/ai143e/ai143e00.pdf>
- FERRER, A. (Junio de 27 de 2013). Periodismo Cientifico. Obtenido de Periodismo científico y desarrollo: una mirada desde América Latina:  
[https://web.archive.org/web/20130626012304/http://www.tdx.cat:80/TESIS\\_UAB/AVAILABLE/TDX-1217104-145722/afe1de1.pdf](https://web.archive.org/web/20130626012304/http://www.tdx.cat:80/TESIS_UAB/AVAILABLE/TDX-1217104-145722/afe1de1.pdf)



- García, E. (04 de junio de 2016). Ilustración. Obtenido de Concepto de ilustración:  
<http://ilustrandoenlaescueladearte.blogspot.com/2013/09/concepto-de-ilustracion.html>
- Gomis, L. (2008). Teoría de los géneros periodísticos. Barcelona: Editorial UOC.
- Guardiola Jiménez, P. (2013). La percepción. Universidad de Murcia.
- Hebb, D. O. (3 de Mayo de 2017). Psicología y mente. Obtenido de La base neuropsicológicadelaprendizaje:<https://psicologiaymente.com/neurociencias/ley-de-hebb>
- Hernández Sampieri, R. (10 de junio de 2014). Metodología de la Investigación. Obtenido de sexta edición:<https://www.uca.ac.cr/wpcontent/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Herrera Castellanos, M. (07 de Mayo de 2019). FORMULA PARA CÁLCULO DE LA MUESTRA POBLACIONES FINITAS. Obtenido de <https://investigacionpediahr.files.wordpress.com/2011/01/formula-para-cc3a1lculo-de-la-muestra-poblaciones-finitas-var-categorica.pdf>
- Huarcaya, G. (7 de Mayo de 2006). El comunicador para el desarrollo y el cambio social. Apuntes para la construcción de un perfil. Obtenido de Revistas de Comunicación:  
<file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-ElComunicadorParaElDesarrolloYElCambioSocialApunte-3870676.pdf>
- J., L. H. (2001). Presencia del Comunicador Social Profesional en los Medio de Comunicación Social de Juliaca. Juliaca: Idemsa.
- Kinicki, A., & Kreitner, R. (2004). Comportamiento Organizacional. Conceptos, Problemas y prácticas. México: McGraw-Hill. Obtenido de Comportamiento Organizacional.



- Koffka, K. (1963). Principles of Gestalt psychology Harcourt, Brace y world. New York: Pocket Books.
- Latimore, D., Baskin, O., Heiman, S., & Toth, E. L. (2007). Relaciones públicas profesión y práctica. México: Impacto en medios publicitario S.A.
- Leone, G. (10 de enero de 2011). Leyes de la Gestalt. Obtenido de Gestalt- Blog: <https://es.slideshare.net/SergioAndrsSerranoGa/actividad-enfoque-d-ela-gestalt-80761079>
- Leone, G. (24 de Mayo de 2012). Leyes de la gestalt. Obtenido de Leyes de la gestalt: <https://guillermoleone.com.ar/2012/05/24/leyes-de-la-gestalt/>
- Martines, Flores, Merlo, & Ramires, E. (2016). Influencia de la Imagen de marca en el Posicionamiento de Doveen la Ciudad. 3.
- Martínez Pandiani, G. (2004). Periodismo de Investigación. Buenos Aires: UGERMAN EDITOR.
- Martínez Pandiani, G. (2004). Periodismo de Investigación. Buenos Aires: UGERMAN EDITOR.
- Martini, N. (17 de junio de 2017). Definiendo las Relaciones Públicas. Obtenido de Portal de Relaciones Públicas : <http://www.rppnet.com.ar/defrpp.htm>
- Mediano, L. (2015). Plan de Márketing. Guia Inicial, 4.
- Naranjo Pereira, M. L. (2009). Motivación: Perspectiva Teórica. Revista Educación, 153.
- Ortega, F., & Humanes, M. L. (2000). Algo más que periodistas , Sociólogos de una Profesión. Barcelona: Penguin.
- Peñaranda U., R. (24 de Mayo de 2003). Sala de Prensa. Obtenido de Géneros periodísticos: <http://marioluishq.blogspot.com/2012/07/generos-y-formatos-periodisticos.html>



- Percepción, Atención y Memoria. (17 de agosto de 2018). Obtenido de  
INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE LA PERCEPCIÓN :  
<http://www4.ujaen.es/~mrgarcia/Tema1PAM.pdf>
- Pérez Porto , J., & Merino, M. (10 de diciembre de 2017). Relaciones Públicas. Obtenido  
de DEFINICIÓN : <https://definicion.de/relaciones-publicas/>
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2 de Enero de 2008). Concepto de desarrollo. Obtenido de  
Definición: <https://definicion.de/desarrollo/>
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (3 de 11 de 2015). Institución. Obtenido de DEFINICIÓN  
: <https://definicion.de/institucion/>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (12 de Diciembre de 2012). Definicion. Obtenido de  
PERIODISMO: <https://definicion.de/periodismo/>
- Pisani, F. (30 de Marzo de 2006). EL PAÍS. Obtenido de Jerarquizar las noticias, ¿tarea  
de quién?:  
[https://elpais.com/diario/2006/03/30/ciberpais/1143683482\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2006/03/30/ciberpais/1143683482_850215.html)
- PUCP. (7 de febrero de 2014). Recuperado el 27 de 12 de 2018, de Procedimiento para  
realizar prácticas preprofesionales: [http://facultad.pucp.edu.pe/derecho/alumnos/  
servicios-en-el-campus/oficinas-de-practicas-preprofesionales/procedimiento-  
para-realizar-practicas-preprofesionales/](http://facultad.pucp.edu.pe/derecho/alumnos/servicios-en-el-campus/oficinas-de-practicas-preprofesionales/procedimiento-para-realizar-practicas-preprofesionales/)
- RIVADENEIRA PRADA, R. (1994). PERIODISMO. LA TEORIA GENERAL DE LOS  
SISTEMAS Y LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN. México: Trillas.
- Rogers, E. (1962). The difussion of innovations. New York: Free Press.
- Sala Valdés, C. (07 de junio de 2017). A comunicação mundializada. Obtenido de La  
Comunicación para el Desarrollo: conceptos, aproximación histórica y  
características



generales:[http://janusonline.pt/images/anuario2017/2.3.6\\_CristinaVald%C3%A9s\\_Comunicaci%C3%B3n\\_Desarrollo.pdf](http://janusonline.pt/images/anuario2017/2.3.6_CristinaVald%C3%A9s_Comunicaci%C3%B3n_Desarrollo.pdf)

Sánchez Pérez, V. (1997). Periodismo y Lenguaje. Lima: Veritas Liberavit.

Servaes, J. (03 de Marzo de 2010). Reforma educativa en el aula. Obtenido de Comunicacion para el desarrollo humano y el cambio social: [file:///C:/Users/HP/Downloads/Comunicacio\\_n\\_para\\_el\\_desarrollo.pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/Comunicacio_n_para_el_desarrollo.pdf)

Servaes, J. (10 de Marzo de 2010). Reforma Educativa en el Aula. Obtenido de Comunicación para el Desarrollo Humano y el Cambio Social: [https://www.academia.edu/2079393/Comunicacio\\_n\\_para\\_el\\_desarrollo](https://www.academia.edu/2079393/Comunicacio_n_para_el_desarrollo)

Torrico Villanueva, E. R. (1989). Periodismo: apuntes teórico-técnicos. La paz: p. 164.

Vargas Melgarejo, L. M. (14 de enero de 1994). Obtenido de sobre el concepto de percepción. Obtenido de Alteridades: <http://www.redalyc.org/pdf/747/74711353004.pdf>

Wesemann, K. (2016). El periodismo por los periodistas. Obtenido de Perfiles profesionales en las democracias: <http://www.kas.de/wf/doc/kas>



# ANEXOS



## ANEXO I ENCUESTA

### INFORMACIÓN BÁSICA

EDAD.....

Prácticas pre- profesio

- Comunicación para el Desarrollo
- Periodismo
- Relaciones Públicas

Correo.....

Estimado compañero/a, el presente cuestionario pertenece a la investigación que lleva por título “percepción de los estudiantes de ciencias de la comunicación social sobre las prácticas pre profesionales en las instituciones de la ciudad de Puno 2017”. Tiene por objetivo recolectar su valiosa opinión como estudiante en prácticas pre profesionales acerca de la percepción que usted tiene sobre sus prácticas. Recuerde que el cuestionario es anónimo y su opinión es muy importante. Por favor sírvase contestar todas las preguntas. Agradecemos anticipadamente su participación en la investigación.

- 1) ¿Según su percepción la institución en la que realiza prácticas asignan adecuadamente el rol del comunicador social?
  - a) Si
  - b) A veces
  - c) nunca
- 2) ¿El entorno donde realiza sus prácticas pre profesionales le permite aplicar los conocimientos adquiridos en la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social?
  - a) Si
  - b) A veces
  - c) Nunca
- 3) ¿Usted qué tipo de actividades desempeña en la entidad donde realiza sus prácticas pre profesionales?
  - 3.1. Comunicación para el desarrollo
    - a) Función informativa
    - b) Función Educativa
    - c) Función de comunicación Institucional
  - 3.2. Relaciones Públicas
    - a) Rol técnico (redactar, editar, tomar fotos, manejar la producción de la comunicación dirigir eventos especiales, etc.)
    - b) Rol de Administrador (prescriptor experto, facilitador de la comunicación, facilitador de la solución de problemas)
  - 3.3. Periodismo
    - a) Recolectar, sintetizar, jerarquizar
    - b) Publicar información
- 4) ¿Sientes que la función que cumples en tu centro de prácticas te permite desarrollarte en el área específica de tu práctica pre profesional?
  - a) Satisfecho
  - b) insatisfecho
- 5) ¿Su jefe inmediato, que funciones, actividades le delega a usted dentro de la institución?
  - a) Recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información.
  - b) Función informativa, función educativa y comunicación institucional.



- c) Funciones de técnico y /o administrador, mediador entre entidad – público.
- 6) ¿Usted se siente motivado en la entidad donde realiza sus prácticas pre profesionales, para cumplir eficazmente sus funciones?
- a) Altamente motivado
  - b) Regularmente motivado
  - c) Poco motivado
- 7) ¿Al encontrarte en la situación, en que tus prácticas no te permiten desenvolverte plenamente en el área al cual va dirigida, que haces o harías?
- a) No digo nada y me adapto a la situación
  - b) Busco otro centro de practicas
  - c) Hablo con el jefe inmediato le explico cuál es el lugar y la labor que debería realizar como practicante
- 8) ¿Usted cree que la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación debería de ejecutar un plan de marketing con la finalidad de promocionar el área en la que usted realiza prácticas?
- a) Si
  - b) No
- ¿Por qué?.....
- 9) ¿Usted tiene claro el objetivo que busca alcanzar con su práctica pre profesional?
- a) Si
  - b) no
- 10) ¿Según su percepción usted considera que la escuela profesional de Ciencias de Comunicación Social, tiene una imagen posesionada frente a las entidades?
- a) Alto
  - b) Regular
  - c) Nulo
- 11) ¿según su percepción el jefe de personal conoce el rol del practicante de Ciencias de la Comunicación Social?
- a) Lo suficiente
  - b) Poco
  - c) Nada



## ANEXO II ANALISIS DOCUMENTAL

FACTOR FUNCIONAL						
N°	INDICADORES	VALORACIÓN				
		Muy malo	Malo	Ni malo ni bueno	Bueno	Muy bueno
1	Profesionales que laboran en el área					
2	Identidad corporativa - Uniformidad - Reuniones sociales					
3	Producciones/ audio-visuales - Afiches volantes, trípticos, boletines - Spots radiales televisivos - Notas informativas					
4	Relación de la teoría práctica					
5	Tiene cierta libertad para la realización de actividades en el centro de prácticas					
FACTOR SITUACIONAL						
1	Relaciones Humanas					
2	Recursos materiales y tecnológicos					
3	Ubicación del medio					
4	Valores					
FACTOR ESTRUCTURAL						
1	Relación del practicante con el funcionamiento del área de prensa del medio					
2	Relación del vínculo entre el practicante y jefe inmediato					



## ANEXO III ENTREVISTA

CARGO:

NOMBRE:

¿CUÁL ES SU PERCEPCIÓN SOBRE EL DESENVOLVIMIENTO DE LOS PRACTICANTES A SU CARGO?

- Comunicación Para El Desarrollo
- Relaciones Publicas
- Periodismo

SEGÚN CORRESPONDA



## ANEXO IV SILABO

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
PROGRAMA ACADÉMICO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

SILABO

Universidad Nacional del Altiplano  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN

18 MAY 2017

Registro	Hora	Firma

FACULTAD  
PROGRAMA ACADÉMICO  
ESPECIALIDAD

CIENCIAS SOCIALES  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL  
CARRERA PURA

**I. IDENTIFICACIÓN ACADÉMICA**

**1.1. Componente Curricular**

a. Nombre	PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES EN RELACIONES PÚBLICAS
b. Prerrequisito	Taller de Relaciones Públicas
c. Código	COM-601
d. Número de Horas	T-2; P-8 = TOTAL 10
e. Créditos	7.00
f. Año y semestre Académico	2017-I; Sem VIII- Grupo B
g. Duración de la asignatura	170 Horas: Del 27 de Marzo al 27 de Julio de 2017
h. Área Curricular	Prácticas Pre profesionales

**1.2. Docente**

a. Nombres y apellidos:	Dra. Yudi Janeh Yucra Mamani
b. Condición:	Nombrada
c. Categoría:	Auxiliar Tiempo Completo
d. Especialidad:	Ciencias de la comunicación Social, experiencia en Relaciones Públicas

**II. SUMILLA Y CONTENIDOS TRANSVERSALES**

El componente curricular de Prácticas Pre profesionales en Relaciones Públicas, tiene como propósito poner al estudiante en contacto directo con el ejercicio de la profesión, aplicar la teoría en la práctica, explorar trabajos productivos en función a resultados en el área de Relaciones Públicas, Oficina de Comunicaciones, Departamento de Imagen Institucional, bajo la tutoría y supervisión del docente de prácticas. El practicante diseñará un Plan de Prácticas para ejecutar un conjunto de actividades estratégicas propias del campo ocupacional desde el diagnóstico, elaboración de planes, programas, asesoría de imagen, relación con medios, ceremonias de protocolo, organiza conferencias de prensa, campañas comunicacionales, hasta el reporte del informe final y sustentación. Contribuye con el perfil del egresado, *elabora planes y proyectos aplicando el proceso de las relaciones públicas y comunicación organizacional, analiza e interpreta comportamientos, actitudes, opiniones y reacciones de los públicos de una organización.*

La asignatura tiene la siguiente organización:

**I Unidad:** Las Prácticas pre profesionales. Elaboración del Plan de Prácticas y cómo realizar el diagnóstico de la institución donde efectuará sus prácticas y presentación del Plan de Prácticas

**II Unidad:** Supervisión de las prácticas pre profesionales; reforzamiento sobre Relaciones Públicas su estatus epistemológico, el proceso de las relaciones públicas sus estrategias, los públicos, acciones de comunicación. La Ejecución del Plan de prácticas y la supervisión

**III Unidad:** Elaboración del Informe final, su presentación y la sustentación. Presentación de la versión final del Informe de prácticas.



**SILABO**

Facultad: Ciencias Sociales  
Programa: Ciencias de la Comunicación Social

Universidad Nacional del Altiplano  
Repositorio Institucional  
02 JUN 2017

**FACULTAD**  
**PROGRAMA**

**IDENTIFICACIÓN ACADÉMICA**

**1.1. Asignatura**  
a.- Nombre: **PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES EN COMUNICACION PARA EL DESARROLLO**  
b.- Código: 05 - 057  
c.- Prerrequisito: PROYECTOS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO  
d.- Número de horas / semana: Teóricas: 4 Prácticas: 6 Total: 10  
e.- N° de créditos: 7.00  
f.- Año Académico: 2017 - 01  
g.- Semestre Académico: **1. Grupo A**  
h.- Duración de la asignatura: Del 27 de Marzo al 27 de Julio del 2017.  
i.- Área Curricular: Área de Prácticas Profesionales

**1.2.- Docente**  
a).- Nombres y Apellidos: Javier Arturo Apaza Quispe  
b).- Condición y categoría: Nombrado, principal D.E.  
c.- Especialidad: Mg. En Comunicación. Dr. en Cs Sociales

**1.3.- Ambiente donde se desarrolla el aprendizaje.**  
Aula 112 (Pabellón antiguo) Programa de: Cs de la Comunicación Social

**SUMILLA Y CONTENIDOS TRANSVERSALES**

**SUMILLA.**

La asignatura pertenece al área de comunicación para el desarrollo, es de naturaleza práctica y asume un conjunto de estrategias comunicacionales para la elaboración de proyectos comunicacionales, en donde los estudiantes aportan sus iniciativas de reconocimiento de las condiciones de inclusión, exclusión, el de convertir la teoría en acción, por lo que se propone un proyecto de desarrollo integral que ayude a la convivencia institucional.

Las prácticas pre profesionales, nos permiten cumplir un rol mediador entre el estado y la ciudadanía, a través de los procesos comunicacionales que ayudan al desarrollo las que tienen relación con las otras áreas como es el periodismo y relaciones Públicas.

En la ejecución de las prácticas, tiene como punto de partida el resultado del diagnóstico, que nos permitirá ejecutar un plan de prácticas orientadas a solucionar mediante las campañas, las mismas que serán evaluadas permanentemente por el profesor responsable.



**SILABO**

<b>FACULTAD</b>	: CIENCIAS SOCIALES
<b>ESCUELA PROFESIONAL</b>	: CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
<b>ESPECIALIDAD</b>	: CARRERA PURA

Universidad Nacional del Altiplano  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL  
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN  
**02 JUN 2017**

**I INFORMACIÓN GENERAL**

**1.1. Identificación académica.**

- a. Nombre : Prácticas Pre Profesionales en Periodismo
- b. Código : COM - 602
- c. Prerrequisito : Taller de Periodismo de Opinión
- d. Número de horas : Teóricas: 2 Prácticas: 8 Total: 10 (1 H. sesión virtual)
- e. Créditos : 7.00
- f. Año y Semestre Académico: 2017-I Semestre IX
- g. Duración de la Asignatura: 27/03/2017 al 27/07/2017
- h. Área curricular : Prácticas Pre Profesionales
- i. Grupo : C
- j. Carácter componente : Formación Prácticas pre profesionales

**1.2. Docente**

- a. Nombre y Apellidos : Hernán Porto Bravo
- b. Condición : Contratado
- c. Categoría : Auxiliar T.P.
- d. Especialidad (Maestría): Comunicación Social

**1.3. Ambiente donde se realiza el aprendizaje.**

- a. Aula 106 E. P. Comunicación Social
- b. Turno Tarde

**II SUMILLA Y CONTENIDOS TRANSVERSALES**

**Sumilla.**

La asignatura Prácticas Pre Profesionales en Periodismo, permite al estudiante contrastar y aplicar sus conocimientos teóricos sobre periodismo en la práctica, en un medio de comunicación y en contexto de la realidad de la región, cumpliendo con los requisitos establecidos en el área de periodismo, para ello se supervisarán y se reforzarán los contenidos en el área que se desempeñen eficientemente en su centro de prácticas y medio de comunicación de su elección, donde han de plasmar las habilidades periodísticas en el campo del ejercicio del periodismo.



ANEXO V MALLA CURRICULAR E.P. DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

ÁREA	I		I		I		I		I		I		I		I		I		X		
	C	CU DS	H	C	H	C	H	C	H	C	H	C	H	C	H	C	H	C	CU DS		
ÁREA BÁSICA	3	MATEMÁTICA BÁSICA	3	ESTADÍSTICA	3	SEGURIDAD Y DEFENSA NACIONAL															
	4	COMUNICACIÓN ESCRITA Y DE COMPRENSIÓN DE TEXTOS	4	CULTURA Y SOCIEDAD	4	DESARROLLO DE CAPACIDADES DE EMPRENDIMI															
	5	INTRODUCCIÓN A CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	3	MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	3	REGION Y NACION EN EL PERU MODERNO															
	4	DESARROLLO PERSONAL	4	CREATIVIDAD EN COMUNICACIÓN																	
	4	TALLER DE EXPRESIÓN ORAL	4	TALLER DE PRODUCCIÓN DE TEXTOS																	
3	TALLER DE ESTRATEGIAS COGNOSCITIVAS PARA EL APRENDIZAJE	5	TECNOLOGIA DE INFORMACION Y COMUNICACION																		
ÁREA FORMATIVA					4	REDACCION PERIODISTICA															
					5	TEORIAS DE LA COMUNICACION															
					3	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA															
					3	FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACION															
					3	COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL															
					3	FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACION															
					3	TEORIAS DE LAS RELACIONES PUBLICAS															
					3	TEORIAS Y MODELOS DE LA COMUNICACION PARA EL DESARROLLO															
					3	ÉTICA Y DEONTOLOGIA DE LA COMUNICACION															
					3	LEGISLACION DE LA COMUNICACION Y CIUDADANÍA															
				4	MÉTODOS CUANTITATIVOS DE INVESTIGACION																
				4	TEORIAS Y MODELOS DE LA COMUNICACION PARA EL DESARROLLO																
				4	OPINION PUBLICA																
				4	INVESTIGACION DE MERCADO																
				4	TALLER DE PRODUCCION AUDIOVISUAL																
				4	TALLER DE PRODUCCION MULTIMEDIA Y WEB																
				4	TALLER DE RELACIONES PUBLICAS																
				4	TALLER DE EVALUACION Y SISTEMATIZACION DE PROYECTOS																



RELACIONES COMUNITARIAS Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS		
4		
GESTIÓN DE PROYECTOS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO		
4		
TALLER DE PERIODISMO ESPECIALIZADO		
4		
ESTRATEGIAS DE MARKETING	TALLER DE DISEÑO GRAFICO	PLANIFICACION Y PROGRAMACION DE LAS RELACIONES PUBLICAS
3	4	5
PRODUCCION AUDIOVISUAL		PERIODISMO DE INVESTIGACION
4		4
TALLER DE PRODUCCION EN AUDIO		
4		
AREA ESPECIALIZADA		