



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA
UNAN-LEÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
Y HUMANIDADES**

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL



Desempeño profesional de los egresados de Licenciatura en Comunicación
Social de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-León.
2013

Tesis para optar al título de
Licenciatura en Comunicación Social

❖ **Autores:**

- Br. Hamilton Jonathan Galeano Martínez.
- Br. Néstor Fidel Bravo Flores.
- Br. Juan Carlos Quezada Romero.

❖ **Tutor:**

- Msc. Víctor Manuel Castro Mairena.

León Nicaragua 25 de Agosto de 2014



TEMA:

Desempeño profesional de los egresados de Licenciatura en Comunicación Social
de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-León. 2013



PROBLEMA

¿Cuáles son las **dificultades vinculadas a su desempeño profesional** que se encuentran los egresados de la licenciatura en Comunicación Social de la UNAN-León en **el ejercicio de su profesión**? Estudio realizado en el período comprendido de Marzo Noviembre del 2013.



DEDICATORIA

A nuestro padre celestial por ser el dador de conocimientos y darnos sabiduría para lograr todas nuestras metas hasta llegar a esta etapa tan importante de la vida.

A nuestros queridos padres, madres y familia en general, que con su amor, confianza y apoyo nos han llenado de perseverancia para luchar por los sueños y alcanzar nuestras metas, ya que sin su ayuda jamás hubiésemos podido salir adelante en esta etapa.



AGRADECIMIENTO

Al Msc. Víctor Castro Mairena quien fue nuestro tutor en esta investigación documental y se preocupó por ayudarnos en todas las inquietudes que tuvimos durante esta. Por ser parte y director de la Carrera de Comunicación Social, por su trabajo y esfuerzo con el grupo y por seguir luchando para que cada uno de los estudiantes tengan una mejor preparación.

Al personal docente y administrativo de la Carrera de Comunicación Social, profesionales de calidad de la ciencia de la Comunicación de la bicentenario UNAN-León.



ÍNDICE

I.INTRODUCCIÓN.....	1
II. PLANEAMIENTO DEL PROBLEMA	
2.1 Justificación.....	4
2.2 Objetivos.....	6
2.3 Viabilidad	
2.3.1 Técnica Metodológica.....	7
2.3.2 Económica.....	8
2.4 Preguntas de Investigación.....	9
III. MARCO TEÓRICO.....	10
Marco Conceptual.....	50
Hipótesis.....	53
VI. DISEÑO METODOLÓGICO	
4.1 Paradigma Metodológico.....	54
4.2 Tipo de Estudio.....	54
4.3 Criterios de Inclusión y Exclusión.....	55
4.4 Universo del Estudio.....	56
4.5 Proceso Muestral.....	56
4.6 Métodos y Técnicas de Acopio de Información.....	59
4.6.1 Encuesta en su Variante entrevista a Profundidad.....	59
4.6.2 Grupo Focal.....	59
4.6.3 Análisis FODA.....	59
4.7 Plan de Tabulación y Análisis.....	60
4.8 Procedimiento.....	61
V. RESULTADOS.....	63
VI. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	76
VII. CONCLUSIONES.....	87
VIII. RECOMENDACIONES.....	89
IX. BIBLIOGRAFÍA.....	90
X. ANEXOS.....	95



I-INTRODUCCIÓN

El mundo se vuelve cada día más complejo y reclama de cada individuo estar en condiciones de enfrentar esta complejidad. En un contexto tan difícil en donde se imponen nuevos desafíos a la hora de utilizar eficazmente los múltiples soportes tecnológicos.

Por tal razón esta investigación está basada en el "Desempeño profesional de los estudiantes egresados de la licenciatura de Comunicación Social de la UNAN-León". a través del cual se identifican los factores, las fortalezas y debilidades que inciden en el desempeño profesional del egresado/a.

Asimismo, en esta investigación se plantean las demandas actuales en los medios de comunicación y el aporte humano que La Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-León brinda, exponiendo las herramientas que posee el egresado a partir de su formación académica para cubrir los requisitos necesarios. Se analiza el desempeño de los Comunicadores en las ramas de: Televisión, radio y medio impreso, que permite conocer el papel que desarrollan en el trabajo los egresados, esto conforma el deber ser y su relación con el ser real.

Además, esta investigación reúne la percepción que los empleadores tienen sobre la labor realizada por los profesionales de la UNAN-León e identifica las deficiencias y fortalezas que presentan los comunicadores egresados en su desempeño profesional facilitando la oportunidad de dar un tratamiento adecuado a las debilidades.

Esta investigación proporciona un panorama amplio del ejercicio de la Comunicación Social, rescatando datos que llevan a comprender la situación del egresado y determinar qué y cómo se puede reforzar al estudiante en el proceso



de aprendizaje para que su posterior desempeño sea de acuerdo al deber ser y las exigencias de los medios.

También, es una herramienta útil para que los estudiantes conozcan la labor del comunicador egresado en su ámbito laboral y tomen en cuenta estos aspectos para continuar su formación.

Esta investigación cuenta con 5 capítulos que describe detalle a detalle la misma y define su tipología de acuerdo a su proceso de elaboración y recopilación de información. Siendo éstos: determinación de objeto de estudio, marco teórico, metodología de investigación, análisis e interpretación de resultados, conclusiones y recomendaciones.

El capítulo I. Corresponde al Planteamiento del Problema que contienen un objetivo general y cuatros específicos. En este mismo capítulo se ubica la justificación de la investigación en donde describimos el problema de investigación, lo explicamos y por último lo que pretendemos resolver el problema o que sirva de material de referencia. También incluye la viabilidad técnica y económica de la investigación en donde se detallan aspectos técnicos y económicos con lo que ésta se realizó.

Capítulo II. El Marco Teórico se divide en antecedentes de la problemática estudiadas en ocasiones anteriores, la fundamentación teórica en la cual se retoma teorías que amplían el horizonte del estudio y que guía al investigador a concentrarse en el problema, la hipótesis que es una solución anticipada al problema y el Marco Conceptual que son palabras técnicas con sus respectivos significados.



Capítulo III. Metodología de Investigación en él se definen y se justifican la muestra del estudio además se plasman las técnicas que se utilizan para la investigación, el tipo de estudio, junto con la explicación del procedimiento a utilizar.

Capítulo IV. En él se presentan y explican los Resultados obtenidos, así como también se interpretan para una mejor comprensión de los mismos.

Capítulo V. Conclusiones y Recomendaciones, es una guía para el estudiante, docentes y en general del departamento de Comunicación Social para tomar medidas y mejorar las deficiencias que se encontraron en la investigación.

Este trabajo, destaca las áreas en donde los Comunicadores egresados de la UNAN-León tienen más y mejor desempeño, así como los conocimientos, habilidades y destrezas. Determina cómo los planes de estudio contribuyen a la formación académica del estudiante y sienta las bases para su desempeño profesional. Al mismo tiempo, con esta investigación se pretende plasmar y comprobar la dicotomía que por años ha existido referente a que el desempeño profesional del egresado de Comunicación Social dista mucho de lo que en las aulas se pretende formar, del deber ser del Comunicador y de lo que requieren las empresas de comunicación.

Finalmente, este estudio pretende convertirse en un documento de consulta para las personas interesadas en conocer un panorama amplio y real de la situación en cuanto al desempeño laboral que enfrentan los egresados de Comunicación Social de La UNAN-León. De esta manera, se espera que el siguiente estudio constituya un aporte significativo para posteriores investigaciones.



II-PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1-JUSTIFICACIÓN

El universo laboral de los Comunicadores Sociales es amplio y a la vez muy competitivo, por lo que el Comunicador Social debe de estar en una constante renovación de conocimientos, de tal manera que se convierta en una herramienta para competir en el medio.

El problema en estudio consiste en analizar ¿Cuáles son las dificultades vinculadas a su desempeño profesional que se encuentran los egresados de la licenciatura en Comunicación Social de la UNAN-León en el ejercicio de su profesión?

Las universidades juegan un papel muy importante en este tema ya que en el ejercicio formativo de los nuevos comunicadores, estas instituciones educativas son las que en un principio se encargan de realizar esta labor.

A lo largo de su existencia estas instituciones han tenido grandes deficiencias al momento de formar a los futuros Comunicadores Sociales, ya sea por factores económicos, relacionados a los recursos de éstas o por falta de voluntades de las instituciones universitarias. Pero también por falta de vocación de los estudiantes.

Por tal razón, los egresados al momento de participar en la competencia laboral en los distintos Medios de Comunicación Social e instituciones en donde caben estos profesionales de la comunicación, se ven en algunas ocasiones con grandes deficiencias y los empleadores tienen que dedicar tiempo y recursos para capacitar a sus futuros empleados o bien no emplearlos.



Y al suceder esto último nos encontramos con un buen número de profesionales de la Comunicación, desempleados, tratando de subsistir con otras actividades no relacionadas a su formación comunicacional.

Por esta razón encontramos imperativo la necesidad de una investigación que documente dicho problema y así ésta se convierta en una verdadera herramienta de consulta para las autoridades universitarias y de los que tengan acceso a ésta.

En dicha investigación pretendemos tomar en cuenta a todos los egresados de Comunicación de la UNAN-León, que se encuentren trabajando en los medios de comunicación tales como Radio, Televisión y Prensa Escrita.

Entrevistaremos a los jefes de los egresados para que mencionen las áreas en donde los Comunicadores Sociales presentan o presentaron debilidades.



2.2-OBJETIVOS

GENERAL

Analizar las dificultades vinculadas a su desempeño profesional que se encuentran los egresados de la licenciatura en Comunicación Social de la UNAN-León en el ejercicio de su profesión.

ESPECIFICOS

1. Conocer las fortalezas y debilidades del egresado de Comunicación Social de la UNAN-León, vinculado a sus competencias y desempeño.
2. Identificar la pertinencia del perfil académico profesional del currículo de la Carrera de Comunicación Social de la UNAN –León con los requerimientos y necesidades de los empleadores.
3. Determinar cómo inciden los conocimientos y herramientas teóricos y prácticos en el desempeño profesional.
4. Conocer la opinión de los empleadores y expertos sobre el desempeño laboral del egresado de Comunicación Social de la UNAN-León.



2.3-VIABILIDAD

2.3.1. TÉCNICA METODOLÓGICA

Para desarrollar la investigación de manera exitosa, es necesario tener previos conocimientos de la metodología de investigación y documentarse muy bien sobre el fenómeno o problema a estudiar. Para esto el pensum Académico consta de tres cursos específicamente diseñados para dotarnos de las herramientas antes mencionados, tales como:

Investigación I

Investigación II

Formulación y Evaluación de Proyecto.

Además de otros cursos que en el proceso formativo que la Universidad nos facilita, además contamos de la guía del Msc. Víctor Manuel Castro Mairena, el cual ha conducido en el proceso investigativo, de tal manera que en las áreas en las cuales presentamos debilidad él refuerza dichos conocimientos para que se pueda sacar adelante la investigación. Por lo tanto, con los conocimientos que tiene el grupo de trabajo y la vasta experiencia del tutor podemos afirmar que la investigación es ampliamente viable metodológicamente hablando.



2.3.2. ECONÓMICA.

Tomando en cuenta que para la investigación nos movilizaremos hacia donde se encuentren las personas a las cuales les aplicamos los instrumentos de la Investigación, consideramos que eso requerirá de una inversión económica por parte del grupo de trabajo, pero esta inversión no es sustancial, pues a la mayoría de personas que aplicamos los instrumentos se encuentran en la ciudad de León.

Por lo tanto el gasto no será excesivo, y sólo a una persona se le aplicará el instrumento fuera de la ciudad de León, el cual es el Licenciado Roberto Zúñiga, Director de Noticias de Canal 13 Viva Nicaragua, ubicado en la ciudad de Managua. Además de esa inversión se agrega la impresión de los instrumentos a aplicar, pero todos los costos mencionados, serán perfectamente cubiertos por el grupo, pues éstos no son tan significativos y con la ayuda de los familiares la investigación será perfectamente sostenible en el ámbito económico.



2.4. PREGUNTAS DE INVESTIGACION

1. ¿Qué factores inciden en el ejercicio periodístico de los egresados de Comunicación Social de la UNAN- León?
2. ¿Cómo inciden los conocimientos teóricos – prácticos en los egresados?
3. ¿Cómo valoran los empleadores el desempeño profesional de los egresados de Comunicación Social de la UNAN- León?
4. ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de los egresados de la carrera de Comunicación Social de la UNAN- León?
5. ¿El perfil académico profesional de la carrera de Comunicación Social cumple con la demanda laboral que los empleadores necesitan?



III- MARCO TEÓRICO

La realidad del país; los continuos cambios sociales, económicos, culturales, tecnológicos y las altas exigencias laborales requieren de profesionales integrales, cuya formación personal y profesional les permita participar activamente en la construcción de una sociedad bien cimentada, para lo cual precisan de una formación académica apropiada para un buen desempeño profesional.

Los Medios de Comunicación Social poseen una representación limitada o poco significativa de egresados de la UNAN-León, provocando que la mayoría de estos tengan que buscar oportunidades laborales en espacios que no son propios de la Comunicación Social, ocasionando un conformismo en cada profesional de la Comunicación.

Es común ver en los Medios de Comunicación Social (MCS) una gran cantidad de Comunicadores de otras universidades y poca presencia o ninguna de los egresados de la UNAN-León. Si a esto le sumamos que en la mayoría de los MCS encontramos desarrollando la labor de periodista a hombres y mujeres que no han sido formados en esta área profesional y que en su mayoría apenas son bachilleres y en los casos donde algunos han tenido una formación universitaria, ésta, no tiene nada que ver con el periodismo. Esta realidad viene a limitar a los comunicadores y de alguna manera los afecta también. Para conocer sobre el periodismo en Nicaragua es necesario que viajemos en el tiempo.

El periodismo empírico en Nicaragua pasó muchas facetas importantes después del año 1924. Fueron señores intelectuales en esta materia, uno de estos grandes hombres de nuestra historia en el periodismo fue Juan Ramón Avilés.



Uno de los fundadores del periodismo en Nicaragua y suscriptores de la primera imprenta fue don Gregorio Juárez, leonés, en 1829, según datos del señor Mauricio Pallais Lacayo en su primer libro “El periodismo en Nicaragua”. En el municipio de Masaya, el periodista Jerónimo Pérez editó el periódico “El loco” y en el municipio de Granada, el doctor Desidero de la Cuadra fundó “Las Décimas”, dedicado a los acontecimientos históricos de esa época.

Estos cultos señores escribían cada 15 días o cada dos meses, en manuscritos, críticas al gobierno de turno.

En el año 1884, durante el gobierno del General José Santos Zelaya, sobresalieron personajes como nuestro Príncipe de las Letras Castellanas y periodista, Rubén Darío, también mencionamos a Rigoberto Cabezas Figueroa, Manuel Maldonado y Alejandro Bermúdez, auténticos masayas.

Rigoberto Cabezas, gran estadista, reincorporador de La Mosquitia y fundador del “Diario de Nicaragua”, primer periódico de circulación diaria, cuyos resultados de su labor fueron sufrir la censura y, años después, la suspensión del periódico; porque el objetivo del “Diario de Nicaragua”, según el primer editorial, fue promover los intereses de la nación como un centinela de avanzada; quien dio cabida en sus columnas a todas las opiniones honradas y patrióticas.

El “Diario Nicaragua” pretendía la justicia a todos los hombres que hiciesen el bien común. Era independiente y llamaba a concurrir a todos los intelectuales del país a sumarse en contra de toda idea o tendencia disociadora. Los hombres grandes en prestigio mueren solos y pobres. Así fue que se retiró a su finca en el sector de Guanacastillo.



Salvador Buitrago Díaz fundó el diario “La Tribuna”, en el año 1915. El ilustre masayés, Juan Ramón Avilés, fundó “La Noticia”, y lo llamaron “el decano”, por preservarse hasta el año 1960.

Los hombres de prensa de cualquier medio eran irrespetados por el gobierno de turno. En 1913 asume la presidencia el conservador Adolfo Díaz, y por esa fecha el General Emiliano Chamorro era embajador de los Estados Unidos y él suscribió con los norteamericanos el Tratado Chamorro Bryan, que consistía en que Nicaragua cedía el derecho a esa potencia a construir el canal interoceánico a cambio del préstamo de tres millones de dólares. Rubén Darío, el Gran Poeta y periodista acusó en los diarios al dúo Chamorro-Díaz, quienes lo despatriaron, por eso llamaron al gobierno de Adolfo Díaz: “vendepatria”.

El ideal unitario del gremio periodístico se materializó en el Grupo Patriótico que después se conformó con el nombre de “La Liga de Periodistas”, presidida por el doctor y periodista Salvador Buitrago, director de “La Tribuna”. Ellos fundaron la primera Casa del Periodista y la única biblioteca, destruidas por el terremoto del año 1931. Los periodistas apoyaron la lucha antiimperialista del General Augusto César Sandino, desde 1927, quien se revelaba contra los pactos: Chamorro Bryan y El Espino Negro.

En 1930 fue asesinado en Managua el periodista masayés Anselmo Fletes Bolaños, por las tropas yanquis. “La Liga de periodistas” emitió un comunicado en el que no darían cuartel a las tropas invasoras. El periódico del Dr. Buitrago “La Tribuna” fue destruido después del asesinato de Sandino el 21 de febrero del año 1934. No había “libertad de expresión”. En 1947, el entonces joven periodista Pedro Joaquín Chamorro Cardenal, sugirió que la fecha del asesinato de Sandino fuera el camino para la liberación nacional.



Después de esa fecha, en el año 1950, liberales y conservadores , firmaron el Pacto de los Generales, se repartieron los puestos públicos y todo presidente pasaba a ser Senador Vitalicio del Soberano Congreso, lo que hoy se llama Asamblea Nacional, pero como Chamorro se unió a la rebelión de un grupo de militares que fueron asesinados, le pasaron la cuenta a Emiliano Chamorro, lo desaforaron y le suspendieron su inmunidad.

En ese entonces la lucha periodística se acrecentó con el asesinato de los hermanos Adolfo y Luis Báez Bone. En 1955 fue la Batalla de Olama y los Mollejones, en El Chaparral, y fallecieron, entre otros, Aníbal Sánchez Aráuz y Antonio Barboza. La lucha anti somocista siguió ardiendo y el poeta Rigoberto López Pérez asesinó en una fiesta en León al fundador de la dinastía, Anastasio Somoza García, en septiembre de 1955. Sabedores los hijos, Luis y Tachito , que Rigoberto colaboraba en un periódico leonés capturaron a todos los periodistas activos y fueron reclusos en las frías cárceles de la Aviación.

En la prisión los periodistas acordaron formar el “Sindicato de Radio periodistas”, inspirados en la Liga de Periodistas.

En 1957, al ser excarcelados, pospusieron la creación del sindicato, porque Luis Somoza era el Presidente de Nicaragua y lo asechaban constantemente. En 1960 se fundó la Facultad de Periodismo, su primer Rector fue el Dr. Enrique Porras. El Lic. René Schick Gutiérrez, hombre muy querido por la Prensa Nacional, desde que fue Ministro de Educación y muy amigo de los hombres de prensa. Schick dio el visto bueno para la creación del Primer Sindicato en 1964; pero ya se habían organizado y existía la primera directiva, presidida por el Lic. Ignacio Briones Torres.



Un año después se integró Carmen Rojas Conrado como miembro activo del Sindicato, quien laboraba en Radio Masaya, “La primera de oriente”, y como reportera inédita de “La Prensa”, de Pedro Joaquín Chamorro Cardenal, con notas muy críticas desde Masaya.

Antes del año 64, el periodista Luis Cabrales sufrió cárcel; después fue diputado; periodista parlamentario del diario La Prensa y Secretario Fiscal de la directiva del nuevo Sindicato, y en ese triple rol llevó el proyecto al congreso para la aprobación del “Día Nacional del Periodista”. La moción fue aprobada y se publicó en La Gaceta, Diario Oficial de Nicaragua, el día 28 de febrero de 1964.

En 1960 se fundó la “Facultad de Periodismo”, y en la Segunda promoción se graduaron 25 periodistas, entre ellos César Augusto Zambrana, Mercedes Norori, Esperancita Morales.¹

¿Cómo se forma un buen Comunicador Social?

Desde hace varias décadas, la preparación y capacitación de los hombres y mujeres que han elegido desempeñarse como comunicadores sociales es una tarea de índole universitaria. Tanto en el exterior como en Nicaragua, la versión autodidacta del periodista, Comunicador Social, publicitario o relacionista público es una postal del pasado.

Las crecientes exigencias del mercado laboral de la comunicación de masas reclaman jóvenes profesionales que sean capaces de combinar una sólida base de conocimientos generales con un actualizado manejo de herramientas especializadas.

¹ El Nuevo Diario [et alt]



De allí la importancia de contar con instituciones educativas del área de la comunicación que puedan afrontar los inéditos desafíos que impone la vigencia global de la sociedad de la información.

No obstante, no debe confundirse la formación integral de un comunicador con su mero entrenamiento técnico.

Un buen periodista o Comunicador Social sólo podrá serlo si, además de escribir bien o hablar correctamente frente a cámara, tiene algo relevante para decir. Para ello, resulta esencial que el hombre de prensa posea un rico y diverso bagaje cultural, así como una desarrollada vocación por la indagación.

El publicista sólo podrá serlo si, además de ser creativo y ocurrente, aprende a contener su capacidad innovadora en un marco de profesionalismo y confianza intelectual. Para ello, es crucial que se conciba al negocio publicitario en su totalidad y no se lo confunda con un simple juego lúdico.

Un buen relacionista público sólo podrá serlo si, junto con sus habilidades y dotes de mediador, cuenta con un sentido de responsabilidad que le permita realizar exitosamente sus gestiones sin comprometer por ello el bienestar general. Para ello, se impone una discusión crítica sobre los límites del cabildeo y la defensa de los intereses corporativos.

En definitiva, la formación integral de un buen Comunicador Social reclama mucho más que un ágil manejo de modernos programas de computación y demás instrumentos o tecnologías puntuales. Exige además un nivel cultural propicio y un eje axiológico que oriente a los jóvenes hacia lo mejor de la profesión, mientras los aleja de lo peor de ella.

Cultura y valores. Bien podrían resumirse así los pilares de la comunicación social contemporánea.



Sin ellos, un entrenamiento de alto nivel técnico pero sin compromiso con el saber y la verdad no sería suficiente para formar comunicadores que asuman cabalmente la función social que les impone su profesión.²

El Periodista Informador

El rol del Periodista Informador se inserta en una sociedad homogénea culturalmente, donde todos tienen como referencia un mismo mito simbólico constituido como matriz de la referencia cultural: los medios a los cuales se exponen los consumidores son escasos y costosos, un ejemplo de la época son los cuatro o cinco canales de televisión, mito de referencia de la realidad Nicaragüense en su funcionamiento sociocultural.

Es el tiempo del consumidor masivo y de la hegemonía de lo que los teóricos de la época describieron como agenda setting, y de lo que otros conceptualizaron como comunicación pública, y otros como aparatos ideológicos de estado y/o bloque histórico.

En dichas coordenadas históricas existirá un saber sobre "como informar constituido a partir de una tecnología comunicacional y de producción periodística (la pirámide invertida,) que tomo como referencia los saberes comunicacionales de la época referidos a un público masivo de exposición selectiva, predisposición selectiva, pero, que era posible de persuadir en el caso de los indecisos, y de que los medios proponían a la ciudadanía los temas que deberían interesarlo. A dichos saberes se agregó los saberes del marketing respecto a la prefiguración de los segmentos socioeconómicos a que se dirigía el medio, como una estrategia de mercado no ligada a la propuesta periodística propiamente tal a nivel visual ni a nivel de los contenidos, en el sentido antropológico y sociológico del término.

² Dr. Gustavo Martínez Pandiani, Decano de la Facultad de Comunicación Social de la USAL.



El Periodismo Crítico

Precisamente esta mitología retroalimentará el Periodismo Crítico, lo que irá en correlato al pensamiento crítico de la década de los 70. Como instancia de oposición a esta manipulación (percibida o ensoñada) de los aparatos ideológicos de estado, el núcleo distintivo será la negatividad y la transgresión de dicho modelo.

Esto implicará la inserción en las Escuelas de Periodismo de las Ciencias Sociales como saber descriptor de la realidad social, y de "la veracidad del funcionamiento cultural" de la cual el periodista era el soporte. Lo que se enmarcará en la Visión Iluminista de Universidad de Humboldt, donde se conceptualiza a la universidad como el lugar de la verdad (o de lo no-falso, para seguir a los epistemólogos de la época, como Popper y Boudon); esto es la sociedad vive, se reproduce, pero necesita de una "una nueva instancia, para que desde fuera de la sociedad, nos ilumine" y nos guíe.

Las preocupaciones de este modelo serán aquellas relativas a inteligibilizar la producción y distribución de medios: la propiedad de los medios, las estructuras ideológicas presupuestas por los medios, la articulaciones de los aparatos ideológicos de estado, entre otros; siempre presuponiendo este poder invisible del poder periodístico.

La validación del rol de las Ciencias Sociales como descriptor de la realidad de funcionamiento comunicacional no será sólo por su aporte científico a la descripción de dicho fenómeno, sino que por el rol hegemónico que las ciencias sociales tuvieron como fuente de construcción de las cosmovisiones que dividieron al siglo xx y que tuvieron un papel privilegiado durante la década de los 70 (es claro que Marx es sociólogo, al igual de Weber).



Esto implicará la inserción en los programas de enseñanza del periodismo, asignaturas como Sociología de las Comunicaciones, Antropología Cultural, Psicología de las comunicaciones; etc. Siempre en un sentido inteligibilizador de macro- procesos sociales, sin ninguna ligazón con la práctica concreta del periodismo, por lo que a nivel práctico sólo operará como teorización analítica sin referencia concreta a la producción de medios que seguirá operando con los parámetros de saber dado por el perfil del periodista informador. La forma de funcionamiento sociocultural en la que se inserta el periodismo crítico es la misma que del perfil del periodista informador; por lo que se aumentará el clivaje, el vacío entre la teoría y la práctica.³

El mal periodismo no es inofensivo

El mal periodismo no es inofensivo. Proceder mal en periodismo, aún sin intención de hacerlo así, provoca consecuencias y la historia de nuestro país sabe bien de qué se trata ese error. ¿Qué es, entonces, hacer buen periodismo?.

Hacer buen periodismo es reconocer la indisolubilidad entre el rol del periodista y su función social. De manera que un buen periodista es quien puede interpretar la realidad, ofrecer esa interpretación a la opinión pública y, a la vez, orientar la necesidad de transformar la sociedad.

Por eso, en primera medida, la enseñanza del periodismo debe dotar al alumno de elementos para interpretar la realidad. Esos elementos están en la *lectura* de la realidad.

³ Dr. Gustavo Martínez Pandiani, Decano de la Facultad de Comunicación Social de la USAL.



La realidad es una abstracción. Componerla, siquiera en su calidad naturalmente precaria, implica contrastar conocimientos e informaciones. Esas informaciones provienen de las disciplinas científicas e instrumentos que dispuso el ser humano para entender el mundo. Por ello, cuanto más información reúna y procese un alumno mayor será su capacidad de análisis.

En ese caso, el docente debe atender al disenso con la sola finalidad de acercar a los alumnos a conclusiones provisorias en cada clase, para volver a retomarlas en la próxima. Por superficiales o ingenuas que parezcan esas conclusiones, la acción del docente se verá, paso a paso, recompensada por avances en varios sentidos: primero, en disponer un espacio para pensar y, a la vez, para que se expresen esos pensamientos; luego para que los alumnos adviertan que no existen verdades únicas ni definitivas y que todas pueden ser aproximaciones, en progreso, a la realidad.

Enseñar a pensar es, entonces, la primera fase. Esta fase tiene que estar siempre acompañada del estado de *lectura*, en un contrato implícito en el cual deben reconocerse permanentemente tanto los aportes teóricos como la capacidad del alumno de analizar y conceptualizar experiencias personales. Lograda esa capacidad de pensar, se puede *interpretar la* realidad para uno mismo y para los demás.

Nunca debe perderse de vista el objetivo clave de la enseñanza y la práctica del periodismo que es lograr la transformación social. En efecto, la interpretación de la realidad, realizada a través de la capacidad de pensar y la acumulación crítica de conocimiento e información, debe tener un correlato en la acción.



La interpretación debe estar en permanente estado de tensión y el alumno debe reconocer que su opinión está ligada a las circunstancias en las que hace su interpretación. La única verdad razonable es la necesidad de la transformación social.

El próximo paso es la formación de profesionales *efectivos* a la transformación social. Muchas veces, en aras de conducir la reflexión sobre el mundo, los docentes olvidan la necesaria formación práctica que requiere el ejercicio periodístico. El proceso formativo puede fracasar cuando el periodista no adquiere herramientas para transmitir conveniente e inteligentemente el resultado de su interpretación. Así, surgen profesionales del periodismo que interpretan muy bien los fenómenos sociales, pero que dialogan muy mal con la sociedad en la etapa de *divulgación* de la interpretación.

Hay lógicas que están insertas en los denominados “contratos de lectura” que el periodista no puede obviar. A menudo sucede que periodistas muy bien instruidos utilizan un lenguaje crítico para la sociedad o dan por sentadas condiciones que, suponen, la opinión pública sabe. Entonces, fracasan. O por el contrario, pero con el mismo efecto, encontramos periodistas que desprecian las normas del periodismo o son irrespetuosos de sus reglas y así disminuyen el efecto del periodismo sobre la opinión pública, o anulan directamente su capacidad.

Así, es imprescindible que al alumno se lo forme también técnicamente, para que su mensaje llegue y enseñe. Ahora sí, en esta etapa, es necesario que el periodista escriba bien, hable bien y se maneje convenientemente en cámara. De esa forma, se logra un periodista integral: que piensa, interpreta y practica el periodismo responsablemente.



Y la formación de los periodistas debe hacerse en ese orden, en cuanto su sentido es la transformación social y no únicamente la eficiencia profesional.⁴

Cómo ser un buen Comunicador Social

Un Comunicador Social es aquel que ayuda a los diferentes sectores a mantenerse al tanto de las noticias y de la actualidad de manera versátil y veraz. Como público lector, oyente o televidente, tenemos el derecho (consagrado en la ley) de conocer la verdad y, el Comunicador Social tiene el deber de proporcionar el acceso a la fuente que originó la noticia. Ser un buen Comunicador Social implica dejar los prejuicios a un lado y mantener la autoestima de manera equilibrada para asumir los retos que se van a presentar y, lo más importante, que verdaderamente le guste lo que hace. Sigue leyendo para encontrar las bases de cómo desempeñarte como un buen Comunicador Social.

Adquiere los conocimientos necesarios.

Es necesario tener los conocimientos adecuados para ejercer la carrera de Comunicación Social y ser un profesional ético y responsable con su labor como tal. Debes ser capaz de combinar un manejo de herramientas actuales y especializadas con una base sólida de conocimientos a nivel general.

Estudia en una institución educativa.

Debes acceder a la educación a través de una institución que te dé las herramientas y título necesario para poder ejercer como comunicador social. La institución debe ser capaz de afrontar y los cambios y desafíos que impone la vertiginosa carrera de la información.

⁴ *Reynaldo Claudio Gómez*
Universidad Nacional de La Plata (Argentina)



Indaga y Comunica.

Como Comunicador Social debes estar al tanto de información general, indagar para encontrar el origen y repercusiones de dicha información y transmitirla de forma imparcial, sin infundir tus creencias u opiniones personales.

- Cuando transmites una información, debes hacerlo despojándote totalmente de las opiniones y sentimientos personales, ya que de otra manera dejarías de ser objetivo.
- Como Comunicador Social debe tener como bandera “IRRENUNCIABLE” a “LA VERDAD”. Fuera de este parámetro, te conviertes automáticamente en un ser que ejerce la profesionalidad del periodismo sin escrúpulos.

Desarrolla tu capacidad lingüística.

Al percibir y analizar las funciones y alcances de la noticia, debes transmitirlos a través de medios de comunicación masiva, como la prensa, la televisión, la radio, etc.⁵

El Comunicador Social en las menciones de Periodismo Impreso y Audiovisual, tiene como función elaborar material destinado a instruir, informar, recrear e influenciar a la colectividad. Redacta para los medios de comunicación social artículos, noticias, reseñas y reportajes que obtiene mediante ruedas de prensa, entrevistas y encuestas de los acontecimientos que constituyen la noticia. Redacta y corrige reportajes sobre noticias generales, escribe crónicas deportivas, políticas, financieras y sociales.

⁵ Alhen, Geo Cloaking, Miasea, Wilfredo Rodríguez.



El Licenciado en Comunicación Social mención Publicidad y Relaciones Públicas, cumple con la función de realizar estudios para la creación y ampliación de condiciones favorables en la publicidad de manera original, eficaz y persuasiva. Planifica, organiza y coordina programa de relaciones públicas en empresas e instituciones. Asesoramiento de clientes y empresas en el diseño de campañas de Publicidad y Relaciones Públicas.⁶

Se dice que el buen comunicador es aquel que sabe llegar al receptor causando una buena imagen o impresión y una transmisión óptima del mensaje que pretende transmitir. Dicho así parece fácil, pero comunicar bien no es una tarea sencilla, de hecho, se necesita además de una formación adecuada, años para dominar el arte de la comunicación.

Las prácticas académicas externas constituyen una actividad formativa cuyo objetivo es complementar los conocimientos adquiridos durante la formación académica y favorecer así la adquisición de competencias que sean útiles para el ejercicio de la actividad profesional, faciliten la ocupabilidad y fomenten la capacidad de emprendimiento. Las prácticas se pueden hacer en la propia universidad o en entidades colaboradoras, como empresas, instituciones y entidades públicas y privadas en el ámbito nacional e internacional.

¿Qué se necesita para ser un buen periodista?

El trabajo de un periodista consiste en investigar y presentar temas de interés general, contrastarlos, sintetizarlos, jerarquizarlos y publicarlos; sus fuentes por lo regular son confiables y veraces y con la información recopilada elabora sus artículos, que pueden difundirse de manera visual, oral o escrita.⁷

⁶ Marisel Paz.

⁷ José Rivas Andrade



Las habilidades, destrezas y conocimientos que un periodista debe poseer tienen poco que ver con ser o no ser un buen periodista, ya que esto se determina en base a los rasgos personales de cada persona. Existen por lo menos 10 características fundamentales que pueden ser utilizadas para realizar una autoevaluación y determinar qué cualidades se deben reforzar para obtener la calidad que todo periodista profesional busca.

Compañerismo: Muchos creen que un buen periodista es una persona solitaria, que decide aislarse del resto del grupo para ocupar su tiempo en el desarrollo de los temas que investiga, sin embargo, los que se preocupan por los demás y siempre están dispuestos a ayudar, son los que resultan siendo periodistas de éxito, puesto que quién puede percibir las necesidades de su ámbito personal también podrá determinar la información que necesita el público general.⁸

Humildad: Desde la formación universitaria de un periodista ocurre que a veces en clase existen de esos compañeros que creen saberlo todo, sin siquiera haber estudiado, sin embargo, quien aprende con modestia y sencillez, aprenderá mucho más rápido y, casi siempre, mejor.

Perseverancia: Es imposible ser exitoso en cualquier oficio sin esfuerzo propio. Un buen periodista siempre dará todo sin importar la envergadura de las complicaciones que surjan en el camino de su investigación.

Curiosidad: Para ser un buen periodista, siempre se debe estar alerta y prestar atención a nuestro entorno, ver, escuchar y analizar la información en búsqueda hechos actuales de interés general.

Coraje: “no se puede” es una palabra que debe ser erradicada, no sólo si se busca ser un buen periodista, sino también para la vida.

⁸ José Rivas Andrade



Creatividad: Es imprescindible utilizar toda nuestra creatividad al redactar un tema, puesto que además presentar información precisa, concisa y veraz, las publicaciones de un buen periodista siempre atraerán la atención del público.

Responsabilidad: Todo buen periodista siempre ofrecerá información veraz a sus seguidores.

Puntualidad: Organizar el tiempo debe ser un factor de alta importancia desde que se estudia periodismo. No importa cuántos repitan la misma noticia, quien se lleva el premio es quien publicó la información de primera mano.

Buenos hábitos: Un periodista en potencia, siempre estará dispuesto a leer cualquier documento que llegue a sus manos, desde un simple volante hasta un libro de mil páginas, el hábito de la buena lectura ayudará no sólo en ampliar el panorama gramatical y ortográfico de un periodista, sino también le permitirá expandir sus horizontes.

Carisma: No hace falta tener cualidades o capacidades extraordinarias, para ser un periodista exitoso se necesita ser uno mismo, actuar con naturalidad, comportarse con respeto y hacer sentir bien a los demás es imprescindible para triunfar en el ámbito periodístico.⁹

El periodismo debe ser honesto

Los ilícitos no son de izquierda ni de derecha, son ilícitos. Por lo tanto, el periodismo, en su labor, no debe ser de izquierda ni de derecha, sino objetivo. Por lo menos, lo más objetivo posible.

⁹ José Rivas Andrade



Aseguran algunos autores que conocen del tema, que el periodismo no debe ser "objetivo" sino "honesto" con sus lectores y acercarse lo más posible a la realidad de los hechos, sin sesgarlos con su propia subjetividad. Es verdad.¹⁰

El asesino es asesino por la propia definición de su aberrante acto, no porque sea de las filas de Pinochet o del Partido Comunista. En ambos casos, el hecho en sí debería provocar nuestro completo repudio. Bien. ese simple concepto le es difícil de entender a mucha gente. El periodismo no es partidismo ni ideología, sino medio de difusión de hechos y realidades. El periodista no trata de quedar bien con nadie, sino de contar la verdad aproximada de las cosas.¹¹

El periodista es un cronista de la historia de cada día, y eso pone en sus manos una enorme responsabilidad, que no puede ser desvirtuada por una simpatía ideológica determinada. Como dicen algunos sociólogos, los periodistas "formamos opinión", pero eso no nos da derecho a formar "nuestra opinión" en los demás. No es ético.

Dijo Bill Kovach una vez que "el periodismo es la primera versión de la historia". Como tal, debemos intentar que esa historia esté desprovista -en la medida que se pueda- de toda subjetividad propia.

De lo contrario, no estamos informando como corresponde, sino dando nuestro punto de vista -totalmente discrecional- sobre un hecho que puede no coincidir con nuestro parecer. Es muy complicado para un periodista no tomar partido sobre ciertos temas, pero es nuestra obligación mantenernos al margen a la hora de informar. Debemos priorizar el interés de nuestros lectores por sobre nuestro pensamiento personal.

¹⁰ Christian Sanz

¹¹ Christian Sanz



Tenemos ya no pocos exponentes de lo que es la "propaganda" disfrazada de "periodismo", como bien dice el analista Teun Van Dijk. Irresponsables "mercenarios de la información" que no verifican lo que escriben y suelen vender notas periodísticas cual "productos de feria" a quien pague mejor. Son personajes muy conocidos en el ambiente, ubicados en lugares de privilegio en los principales medios de información y desprovistos de todo escrúpulo a la hora de hacer "operaciones de prensa".

De a poco sus nombres se van haciendo conocidos y a futuro tienen asegurado su propio desprestigio profesional. Y es que la mentira no dura demasiado y la gente, aunque mastica vidrio, jamás lo traga.

En ese marco, es la obligación de los nuevos periodistas y de aquellos que trabajan de manera independiente -a fuerza de resignar su crecimiento a la suerte del destino- mostrar la verdadera realidad de las cosas, contando lo que no cuentan los pseudoperiodistas referidos y denunciando las actitudes extorsivas de ellos y sus empleadores.

El periodismo es un hermoso oficio, con grandes satisfacciones para quienes lo ejercen con amor y responsabilidad. El camino del éxito y el dinero es muy fácil en la profesión, pero siempre debe primar el interés por la verdad. Es un bien supremo que se ha perdido en los últimos años.¹²

Aquellos que no tienen muy en claro lo que buscan, pueden confundirse trabajando como hombres de prensa. Y es que la ecuación es sencilla: si uno es honesto, le depara un camino de aprietes, cartas documento y querellas. En cambio, si uno se "vende" -o alquila, según la ocasión-, el camino es el de los grandes medios, el dinero en importantes dosis y el aval de algunos políticos de primera y segunda línea.

¹² Christian Sanz



Y nuestra obligación es "marcar el camino" a futuro, para tratar de lograr que el periodismo vuelva a ser lo que era hace no mucho tiempo: un fiscal de los actos de corrupción contra el pueblo.

Cualidades del periodista / Comunicador Social

La inteligencia

Por inteligencia entendemos los conocimientos, aptitudes y actitudes de orden prevalentemente intelectual que deben tener los informadores para desarrollar adecuadamente su misión específica.

Parece claro que si nos situáramos en la esfera de los meros conocimientos, el elenco podría ser interminable. Sobre todo si aún se está inmerso en un ambiente positivista que confunde el saber con la erudición, y que ha propiciado esa crítica generalizada – que por ser tópica no es menos justa – acerca del "periodista que escribe de todo y no sabe de nada".

Evidentemente son necesarios unos conocimientos. Pero no es menos palmario que ni basta con poseerlos para realizar bien la labor periodística, ni son el elemento decisivo. Lo realmente necesario y operativo es que tengan unos hábitos intelectuales y morales propios de personas que saben valorar y reflexionar y, posteriormente, comunicarse y comunicar, haciendo justicia a la realidad, al destinatario y a sí mismo. "El valor de un espíritu – dice Guitton – no reside tanto en su ciencia (los libros y enciclopedias están al alcance de la mano) como en la posesión de hábitos vivaces que le permitan adaptar su saber y sus principios a la singularidad de los casos siempre nuevos e, inversamente, en discernir el provecho que puede sacar de aquello que le es ofrecido por el azar"¹³

¹³ J. Guitton, El trabajo intelectual, Buenos Aires, 1955, p. 38.



La actitud reflexiva y la capacidad de reflexión, que se concretan en el sentido teleológico, el sentido crítico, el sentido histórico y la capacidad de análisis y de síntesis, y cuyo referente permanente es la búsqueda de la verdad y su comunicación adecuada, utilizando el lenguaje y los modos apropiados (sentido retórico). El afán por documentarse y actualizar continuamente el saber (sentido documental, crítico e histórico)

Sentido realista

La apertura a la realidad, sin prejuicios que la reduzcan apriorísticamente y la conformen a los reducidos límites de una mente estrecha y miope, parece una primera condición evidente para la persona que quiera desentrañar cuáles son las realidades humanas actuales que interesan de modo fundamental y permanentemente a los ciudadanos.

Como ya se ha dicho de diversas maneras, el informador debe tener en cuenta que "nada de lo humano le es ajeno" y que, parafraseando la sentencia que Hamlet expone a su amigo Horacio, "hay mucho más en el cielo y en la tierra de lo que puede concebir su ideología".

Máxime cuando es un dato de experiencia que cada vez más periodistas, faltos de conocimiento y de experiencia, se atreven a pontificar sobre las más variadas cuestiones, con el único bagaje de una lectura fugaz o de un dato escuchado al azar, y viven encerrados en sus pequeños castillos de limitados horizontes.

Es menester, por tanto, que tengan horizontes intelectuales y vitales amplios, que vean por sí mismos lo inconcluso de sus planteamientos, que valoren que la experiencia es pluriforme y global, que "la persona experimentada no es simplemente – en palabras del filósofo A, Llano – la que ha dejado resbalar su mirada por multitud de objetividades, ni la que ha pasado de una vivencia subjetiva a otra.



Es la persona que ha sabido guardar en sí misma el rastro de su contacto vital con el mundo y con los otros hombres, de suerte que ha aprendido a comportarse más adecuada y sabiamente. No es simplemente una experiencia de los plurales "experimentos" que acaecen en la praxis cotidiana. Por eso tal experiencia multiforme intenta no perder, no dejar que se escape, ningún aspecto de la realidad que "pueda resultar significativo y enriquecedor"¹⁴

La primera condición posibilitadora de esa apertura a la realidad es el respeto a la misma. Aunque el conocimiento sea de por sí subjetivo, la realidad es objetiva. Y es la mente la que debe adecuarse a la cosa, como ya desde hace siglos una tradición filosófica cabal, realista, formuló acertadamente.

Ese respeto a la realidad lleva, por tanto, a no acomodarla a las propias limitaciones, gustos, deseos, caprichos, o intereses.

Ciertamente tal postura tiene también su tradición y su formulación sintética: "si los hechos no están de acuerdo con mi teoría, peor para los hechos". Pero tal tradición es la que ha dado lugar a las manipulaciones masivas y a los grandes errores y horrores que ha vivido y sigue viviendo la humanidad. Y no parece que contribuir a tales calamidades sea la misión natural del periodismo.

La realidad hay que descubrirla. Y el hecho de que sea enormemente rica y variada, y que las más de las veces las realidades más importantes o lo más significativo de ellas no se patenten a simple vista, se oculten por su propia naturaleza o estén ocultadas, indica simplemente que hay que aprender a mirar y que la verdad es una conquista.

¹⁴ A. Llano, La nueva sensibilidad, Madrid, 1988, pp. 133-134.



La verdad era para los griegos 'alétheia', propiamente descubrimiento, desvelamiento, patentización o manifestación. La realidad, en principio, esta 'cubierta' hasta que el hombre (...) la manifiesta o 'descubre', la pone en su verdad.

"Es trabajoso el descubrimiento de lo que las cosas son, porque su resistencia es grande; para ello hace falta un esfuerzo inteligente y continuado, el uso de métodos adecuados a cada forma de realidad, y sobre todo la razón, tan abandonada en muchas épocas, entre ellas la nuestra, que casi siempre la 'aplaza', hasta en la ciencia, hace todo lo imaginable antes de usarla, de ponerse a pensar racionalmente"¹⁵

Sentidos crítico, histórico y documental

Tal sentido de la experiencia y la propia apertura humana a la realidad conduce, pues, inexorablemente, a la necesidad de la reflexión. A la adopción de una actitud reflexiva, a saber pensar.

Urgente necesidad que acucia aún más si cabe cuando se comprueba la existencia de tantos intereses económicos, políticos e ideológicos que gravitan sobre la prensa; la de tantos y diversos tipos de Maquiavelos que quieren utilizar los medios y, por ende, a los informadores para sus fines de poder¹⁶

Ya decía Kant en sus reflexiones sobre la educación que lo que realmente importa es que se aprenda a pensar¹⁷

¹⁵ J. Marías, "El encubrimiento", ABC, 26. III. 1992, p. 3.

¹⁶ Cfr., entre otros: M. Fraguas, Teoría de la desinformación, Madrid, 1985; G. Galdón, "Efectos desinformativos del periodismo objetivista", en A.A.V.V., Estudios en honor de Luka Brajnovic, Pamplona, 1992, pp. 343 a 359; y J. F. Revel, El conocimiento inútil, Barcelona, 1989.

¹⁷ E. Kant, Reflexions sur l'education, Paris, 1966, p. 83.



Aprender a pensar que supone desarrollar una actitud reflexiva que permita, a su vez, la adquisición de una capacidad de enjuiciamiento personal que comienza y se desenvuelve con una actitud crítica.

Como se sabe, crítica viene de "krinein", discernimiento, poner las cosas en su sitio, saber a qué atenerse. Capacidad de discernimiento que es la primera exigencia – según Soria y Giner – del periodismo de calidad¹⁸

Sentidos retórico y teleológico

El sentido retórico es una aptitud que, amén de requerir unos conocimientos y destrezas de orden lingüístico y narrativo, comporta el reconocimiento del componente persuasivo inherente a toda información (si bien existe una gradación natural y una gran variedad de modos) y la actitud de hacerlo valer, sin engaños ni componendas, en el discurso. Discurso que, por ser periodístico, debe respetar las restantes y antecedentes características naturales específicas de este modo informativo.

El sentido retórico en Periodismo no sólo significa la aptitud del informador para hacer verosímil lo verdadero, buscando el tipo de discurso adecuado a la realidad que se quiere comunicar, al propio saber sobre la misma y a la situación propia y del público sobre ese saber.

Sino también a su capacidad para hacer interesante lo importante y para hacer reflexionar a las personas que reciben la información sobre esa verdad, su importancia y su significado para ellas y la sociedad. De ahí que deba conformar el texto periodístico como relato.

¹⁸ C. Soria y J.A. Giner, "Información y Terrorismo", Nuestro Tiempo, n. 337, XI-1985, p. 65.



Debido a que la información periodística no es sólo el texto periodístico considerado aisladamente, ese sentido retórico debe también tenerse en cuenta en la configuración de la coherencia intertextual, macro textual y global de los contenidos del medio considerando, además, los condicionantes que lleva consigo la periodicidad.

Mas ese sentido retórico, como el resto de los sentidos (incluido el sentido común que no hemos mencionado por evidente), tiene una condición y una meta que le marca el sentido teleológico, el cual puede definirse brevemente como la prudencia de tener siempre presente el fin de la actividad, y de obrar en consecuencia, en todos los actos del proceso informativo.

Para que el periodista pueda realizar esa integración de sentidos marcada por el teleológico hace falta que tenga el hábito de la reflexión. Hábito que supone la continua y natural interrogación en cada acto del proceso informativo sobre su pertinente adecuación con el objeto y la finalidad de la información periodística.

Vocación y virtudes

Es obvio que no basta con que el periodista posea todas esas cualidades intelectuales que acabamos de ver en el capítulo anterior. Tiene que poseer también unos conocimientos fontales y unas convicciones, hábitos y actitudes morales. Cabe formularlo así: Debido a la íntima y recíproca interacción entre la inteligencia y la voluntad y a la peculiar naturaleza y finalidad de la actividad que realiza, no basta que el informador tenga unos determinados conocimientos y cualidades intelectuales, sino que estos deben ir acompañados y sustentados por unos conocimientos frontales y unos hábitos y actitudes morales que se podrían sintetizar en sentido vocacional y sentido personalista y ético, y que remiten necesariamente al ejercicio de las virtudes.



Sentido vocacional

Por sentido vocacional se entiende, en apretada síntesis, la identificación del proyecto personal con las exigencias y finalidad de la actividad.

A tenor de lo que llevamos expuesto – si bien de modo implícito – parece claro que el periodista no es un burócrata sin alma, ni un operador técnico, más o menos eficiente, Sino una persona comprometida con una determinada misión al servicio de los ciudadanos, que se puede cumplir de determinadas formas y desde diversas tareas. De ahí que tenga que reflexionar sobre la naturaleza de esa misión y de ese compromiso, sobre las aptitudes y actitudes que se requieren para cumplirlo, tanto en general como en relación con las diversas tareas específicas.

Tras esa reflexión, vendrá la aceptación libre y responsable, y la delineación del proyecto profesional incardinado en el proyecto vital, personal. Debido a esta íntima unión, tal sentido es permanente y básico y requiere una continua maduración reflexiva y una constante autocorrección práctica.

Así lo han entendido los mejores periodistas de todos los tiempos, como ya expuse en otro lugar, por ejemplo, en el caso de D. M. Wallace, aquel gran periodista del Times londinense de finales del siglo XIX y principios del XX¹⁹.

Coetáneo de Wallace, pero con menor vida periodística debido a una enfermedad, fue Modesto Sánchez Ortiz, director de La Vanguardia barcelonesa de 1888 a 1901, hombre "generoso e imaginativo, de gran talento natural y de enorme fuerza de voluntad, cordial, entusiasta y emprendedor", y cuya labor periodística constituyó "una de las experiencias más extraordinarias de su época en el mundo del periodismo".

¹⁹ Vid. G. Galdón, Perfil histórico de la documentación en la prensa de información general Pamplona, 1986, pp. 52-53.



Su fórmula se apoyaba "en una concepción moderna del periodismo como ejercicio rigurosamente profesional, responsable, ético, independiente, informativo y de servicio a la sociedad". Y convirtió el diario de la familia Godó "en el periódico más dinámico e influyente de Cataluña"²⁰

Sánchez Ortiz, expuso en 1903 su concepción del periodismo. El cual aparece a sus ojos "sencillamente como sacerdocio y como magisterio"²¹

Ochenta y siete años más tarde, Luka Brajnovic, con cincuenta años de cabal ejercicio profesional, y cerca de cuarenta de fecundo magisterio docente e investigador en su haber, tras hacer una breve y certera tipología de cinco clases de periodistas que, por fas o por nefas, no alcanzan la completa dimensión natural de la finalidad de su profesión, llega, finalmente, a referirse al sexto periodista. En sus palabras aletea el mismo espíritu de Sánchez Ortiz respecto al hondo sentido vocacional del periodista. Pero, además, su caracterización del periodista nos puede servir de nexo de unión con ese otro sentido que nos queda por explicar. De ahí que, como joya engarzada el discurso, en este caso hagamos una reproducción extensa de la misma.

Este periodista está dispuesto a aprender de los cinco anteriormente mencionados lo que pueda y lo que le sirva. Tal vez, los que he llamado conservadores le sugieren la responsabilidad; los progresistas, ahínco y esfuerzo para no oxidarse entre papeles y ordenadores; los sin nombre – por contraste –, apoyo en un justificable y justificado optimismo, contrario al resentimiento y la indiferencia; los contestatarios, el absurdo que es el neo triunfalismo y la autocomplacencia; y los clandestinos, la valentía de ser inoportuno cuando están en juego los principios fundamentales y la libertad de las conciencias.

²⁰ Nota biográfica introductoria a la edición facsímil de la edición de 1903, realizada en 1990 en Barcelona, de su obra *El Periodismo* (pp. XXI-XXII).

²¹ Merece la pena seguir la argumentación de Sánchez Ortiz. Vid *Ibid.*, pp. 8-14.



"El periodista se realiza haciendo un vigoroso periodismo. En ello no debería haber pausas ni cansancio, mientras se lo permita, su condición física e intelectual. En ello debería haber un constante andar y un avance hacia adelante, cada día más, mejor, más bello y más honrado. Viviendo un crecimiento permanente, él crece. Sería un error querer encontrarse en un instante en un estado definitivo que se logra sólo con la muerte. Las víctimas de este error son todos los que se cansaron de la vida, del camino de su deber profesional, o los que muestran en cualquier ocasión su autosuficiencia, su egocentrismo.

No sería buen periodista si no resistiera activamente a lo que le pone en peligro como informador. Su conducta es el resultado de una determinada visión del mundo, de la experiencia del pasado y de los ideales realizados, que no han sido malogrados o fallidos. El periodista – en general – es un escritor e informador que tiene como meta superarse a sí mismo y mejorar a los demás y la situación en la que vive la sociedad para la que trabaja. Lo deseable sería que utilice su trabajo en favor de la verdad, la bondad y la belleza"²²

Sentido personalista y ético

Parece claro, por tanto, que ese sentido vocacional conduce inexorablemente a la consideración de que la tarea periodística es una labor del ser humano, sobre el hombre y para el hombre, atendiendo a su bien y al de la entera sociedad. Por ello, su contexto fontal y teleológico apropiado es el sentido personalista y ético. Por el que se entiende la visión cabal de la naturaleza y fines del ser humano, y la actitud consecuente ante ella y desde ella en el quehacer cotidiano. A estas alturas de nuestro discurso, quizás no sea necesario explicitar que lo que podríamos llamar verdad informativa es una verdad práctica que consiste en la comunicación adecuada de una verdad concreta sobre algo concreto.

²² L. Brajnovic, "El relato...", op. Cit., pp. 91-97



El problema estriba en saber cuál es esa verdad o, mejor dicho, ese conjunto de verdades. Pues bien, aplicando a este objeto los sentidos realistas, crítico, histórico y documental, se puede llegar a una serie de conclusiones:

a) Que si se parte de que el ser humano no puede alcanzar la verdad, o que la verdad no existe, amén de que esta propia afirmación lleva en sí la propia negación de lo que afirma, se imposibilita de raíz toda posibilidad de información.

b) Que si se entiende que la verdad es creada por el pensamiento individual y sólo está en él, al no haber una referencia real común fuera de cada sujeto, también se imposibilita de raíz la información.

c) Que si se considera que todas las cosas no son más que pensamientos de un gran sujeto impersonal, que sería lo englobante panteísticamente, respecto al cual cada cosa y cada sujeto no serían más que momentos de su evolución, modificaciones del Todo, entonces el individuo queda diluido y anulado, sometido a las determinaciones arbitrarias de la "encarnación histórica" de ese Absoluto y no puede haber tampoco información sino propaganda y manipulación sistemáticas, además de exterminios masivos.

d) Que a la misma conclusión se llega si, aunque no se sustituya a Dios por ese Absoluto, ni se declare su inexistencia ("Si Dios no existe todo está permitido", decía Dovstoieski con razón), se despoja al ser humano de su origen y destino trascendentes y se niega su dimensión racional y espiritual que le hace ser un sujeto inviolable, con derechos y deberes inherentes a su naturaleza creada y a su destino trascendente. En estos casos, se le reduce, en la práctica a, por ejemplo, mero consumidor, espectador, votante, animal evolucionado y sofisticado... Y los hombres son siempre instrumentalizados para los fines de quienes detentan el poder en cada caso.



Parece claro, por tanto que ni la visión positivista, ni la escéptica, ni la inmanentista, ni la materialista en sus múltiples formas, ni el laicismo y mercantilismo absolutista actuales, pueden hacer posible la información periodística. Entonces, ¿qué queda?

Pues queda la visión del hombre como persona. Concepción que hunde sus raíces en la tradición clásica greco-latina y en la Revelación judeo-cristiana, y que ha estado en la base del progreso cultural y moral de nuestra civilización.

En virtud de su origen, naturaleza y fin, el hombre es ante todo persona. Un ser que es él mismo, que se auto posee, que es responsable de sus actos. Un ser llamado a ser y a afirmarse como tal, en toda su dignidad. Con la cual vive de acuerdo cuando se abre al tu del otro, del prójimo, mediante la actitud de servicio y de entrega, y no se enquistaba en una independencia desligada de la verdad y del bien, ni busca la propia afirmación por la vía del poder o del tener, que le hace perder de vista el Ser y su ser e instrumentalizar a los demás.

La persona es un ser singular e irrepetible. Con derechos y deberes inalienables, sea cual sea su condición, raza, lengua, religión, desde el mismo instante de su concepción. Esta consideración es el fundamento de la acción justa de cada uno y la base de toda sociedad democrática y pacífica. Y es también, por ello, la referencia y el referente de las diversas acciones libres que constituyen la información periodística.

De ahí que el sentido personalista esté en la base del sentido vocacional periodístico, como convicción fundadora; constituya un deber de respeto a sí mismo por encima de un mero actuar profesionalista; sea el criterio fundamental de búsqueda, valoración, selección, jerarquización y tratamiento de las informaciones, dotando de sentido el resto de los sentidos.



Parece claro que quien no posea esa actitud de servicio, o considere a los lectores, oyentes o televidentes, como meros números, votantes o consumidores, masa impersonal, o vea su trabajo como mera técnica... podrá dedicarse a muchas ocupaciones, pero no podrá ejercer cabalmente la información periodística. Sino que, si trabaja en un medio, será un desinformador (si es inconsciente) o un manipulador (si ejercita adrede su voluntad de poder y tener).

Por el contrario, también parece evidente que cuanto más acendrado sea su sentido de la persona, podrá entender mejor la grandeza intelectual y moral de su tarea y se esforzará más por poner los medios para llevarla a cabo con plenitud y en resistir las presiones y adversidades. De ahí que para hacer una información digna del hombre, de las personas que la realizan y de las que la reciben, es menester tener ese sentido personalista como criterio y pauta de actuación en todas las tareas diferentes del proceso informativo.

Con esta visión, ese saber mirar la realidad de la que hablábamos en un punto anterior, se convierte, fundamentalmente, en un saber escuchar a la gente, en conocer sus necesidades, carencias, luchas, ideales; en un ponerse en lugar de los demás, en dialogar de persona a persona con ellos, en saber lo que les afecta y en qué sentido.

Si como norma no escucha a las personas normales, y el periodista queda encerrado en el círculo de las 'fuentes institucionales', se institucionaliza el desprecio al público en un totalitarismo encubierto.

De ahí que Wallace, consciente de su misión informativa, contrariamente a la norma ahora habitual, lo que procurase institucionalizar fuese ese mirar, escuchar y dialogar, "para ver la mejor forma de servir al público"²³ y que Sánchez Ortiz,

²³ Cfr. History of the Times, vol. III, pp. 125-134.



Por citar otro caso de buen periodista, tuviese como criterio de conducta "pensar siempre en los demás"²⁴

Además, si el sentido personalista no baña los criterios de valoración, selección, análisis, jerarquización y tratamiento de la información, se absolutizan los criterios utilitaristas, meramente políticos y. por ende, cortos de vista.

Si no hay valores absolutos estables para valorar las acciones humanas, se impide toda valoración real y humana y se convierte todo en política, en poder, en técnica o en tecno estructura autorreferencial. Con estas coordenadas es imposible una comprensión adecuada de la cultura, al asimilarla a la ideología dominante, y se impone una visión chata e interesada.

Aplicar criterios humanos en la práctica periodística constituye una tarea enorme preñada de múltiples posibilidades y modulaciones. Por la propia naturaleza de los criterios, y por la propia índole del periodismo – saber práctico y no técnico –, no puede haber nunca recetas concretas ni modelos ejemplares únicos o cerrados. Ya decía Aristóteles que "mientras que hay una excelencia en el arte, no la hay de la prudencia"²⁵

Y es que aplicar criterios humanos exige, ante todo, ser humano. Dicho de otra manera, el sentido personalista lleva de la mano, inseparablemente unido, el sentido ético. Como se trata de volver a la consideración natural de las realidades humanas, la ética natural, la ética de toda actividad humana, la ética periodística en nuestro caso, es la consideración, desarrollo y ejercicio armónico de las virtudes intelectuales y morales de las personas, que se realizan de acuerdo con su dignidad personal y conquistan su libertad interior y fomentan la de los demás, mediante el ejercicio de esas virtudes.

²⁴ M. Sánchez Ortiz, op. Cit., p. 15.

²⁵ Aristóteles, Ética a Nicómaco 1140 b 21-22



Tal consideración de la ética choca frontalmente – no podía ser de otra forma – con la concepción burguesa, racionalista y positivista de la modernidad y, más aún, con la concepción actualmente reinante de búsqueda de una especie de muro de contención a una degradación permanente de la persona y de la sociedad, causada por el nihilismo práctico, sin salir de los supuestos voluntaristas y hedonistas y sin preguntarse ni querer saber sobre la verdad del hombre o el sentido de la vida.

Desde Sócrates y Aristóteles, la ética ha sido el ámbito de reflexión sobre los modos de conducta necesarios para que el ser humano, en su obrar se aproxime lo más posible a su finalidad. Y desde entonces se ha hablado del desarrollo armónico de las virtudes.

Armonía que remite, en primer lugar, a la interconexión mutua entre inteligencia y voluntad, entre mente y corazón, unidas en el espíritu, en el yo personal. Si bien es éste un tema filosóficamente abierto, necesitado de una mayor profundización, por pertenecer al núcleo de ese misterio que es el hombre, en el que, parafraseando a Pascal, muchas veces el corazón tiene razones que la cabeza no entiende, y otras sucede al revés, parece claro que la voluntad y las pasiones tienen una influencia decisiva en los actos del entendimiento²⁶

Y si esto es así en el orden del conocimiento de las verdades, lo es más aún cuando se trata de elegir y jerarquizar, y de realizar la verdad. Es decir, cuando se trata, como en el caso del Periodismo, de un saber práctico, donde la razón de bien y, por tanto, la acción del ser humano bueno es fundamental.

De ahí que, al referirnos a los diversos sentidos del periodista, se hayan introducido necesariamente, por la propia fuerza de la realidad, referencias a virtudes morales.

²⁶ Puede hallarse una exposición sintética, clara y sencilla, de esta interrelación en la tercera parte del libro citado de A. Orozco, La libertad en el pensamiento (pp. 115 a 162).



Ahora, por la intencionalidad del discurso, cabe resumir y apostillar, aunque sin carácter exhaustivo sino indicativo, que el amor por la verdad y la humildad intelectual; que la capacidad de esfuerzo y la laboriosidad; que el sentido de la justicia, el desinterés por lo propio y la honradez; que el respeto, el amor a los demás y la actitud de servicio; que, en fin, el haz de cualidades morales de la persona, por la propia naturaleza, objeto y finalidad de la información periodística son imprescindibles para realizar cabalmente, de acuerdo con su naturaleza, el periodismo.

Por eso, el sentido personalista y ético es la columna vertebral y el alma del resto de los sentidos. Por eso, y en relación con el sentido vocacional, puede afirmarse que se puede ser buen aparejador, arquitecto, ingeniero, electricista, mecánico, informático, o realizar bien cualquier otro menester técnico – incluidos los comunicacionales –, sin que sea necesario por este motivo intentar ser una persona buena en cuanto totalidad de sentido; pero jamás se podrá ser buen periodista sin esa condición.

Por decirlo de nuevo con ese gran periodista que fue Sánchez Ortiz, "la garantía auténtica, la mayor, por no decir la única, la más eficaz de la justicia en el periodismo, está y estará siempre en la energía moral del periodista, en el dominio de sus pasiones, en el equilibrio de su inteligencia y en la extensión de su cultura para apreciar la complejidad de la vida, manifiesta en cada caso de los que examina y juzga; está en los refinamientos del sentido ético del periodista, y en su amor al prójimo, verdaderos y absolutos factores de la bondad de nuestros trabajos"²⁷

²⁷ M. Sánchez Ortiz, op. cit. Pp. 28-29.



La formación del periodista

A tenor de lo que llevamos dicho, parece claro, por tanto, que la formación del periodista debería ir – utilizando el título de una conocida y admirable obra de Macintyre – tras la virtud.

Es decir, se trata de poner todos los medios posibles para que los futuros periodistas, en la medida de lo posible, posean esos sentidos a los que nos hemos referido. Lo cual implica abandonar los usos y formas educativos que no contribuyan al logro de esas cualidades, encontrar métodos adecuados al fin que se persigue, contar con los recursos humanos y materiales pertinentes.



OBSERVABLES

Las siguientes áreas de conocimiento se entienden como ideales dentro del bagaje que debe poseer el periodista dentro de su formación en general.

Áreas a Evaluar

- **Conocimientos:** Entendimiento, sentido y dominio de las facultades de cognitivas del ser humano para conocer su entorno y buscar respuestas a sus inquietudes para resolver problemas.

Especificaciones: Filosofía, Teleología, Axiología, Ética, Investigación, Historia, Matemáticas, Computación, Política, Economía, Medicina, Geografía, Literatura, Lógica, Gramática, Derecho, Ecología, Pedagogía, Psicología, Sociología, Antropología, Arte, Cultura, Psicología social, Fundamentos Teóricos y Conocimiento de la tecnología.

- **Habilidades:** Capacidad de adaptación para desarrollar a través del aprendizaje obtenido diferentes tipos y mecanismos para la producción de un fruto periodístico.

Especificaciones: Computación, elaboración de publicidad, manejo de equipo, elaboración de promoción, administración, producción de medios de comunicación, capacidad de síntesis, conocimiento y manejo de las herramientas teóricas, metodológicas y técnicas de comunicación, determinar los campos problemáticos de la comunicación, diseñar y planificar las alternativas de comunicación, solidez teórica, metodológica y técnica, hacer innovaciones, conocer el medio periodístico y sus avances tecnológicos, hacer propuestas originales, elaborar críticas, producción e interpretación de hechos, hacer análisis y estar actualizado de las transformaciones Sociales.



- **Lenguaje:** Capacidad para comprender y utilizar el lenguaje oral, escrito, auditivo y audiovisual. Recurso de significado que concede pensamiento y cognición.

Especificaciones: Manejo correcto y creativo del lenguaje oral y escrito, buena redacción, excelente ortografía, buena caligrafía, conocimiento de las modalidades comunicativas, manejo creativo, pensamiento y cognición. crítico y reflexivo del lenguaje y dominio de múltiples lenguajes y técnicas.

- **Capacidades y Destrezas:** Habilidad y competencia en la realización de una amplia gama de actividades que requieran empleo de esfuerzo, energía y entrega.

Especificaciones: Disposición para estudiar, capacidad de organización para actividades en equipo, facilidad para las relaciones interpersonales, interés por lenguaje escrito, interés por las ciencias sociales y las humanidades, hábito de la lectura, disposición y gusto por los hábitos informativos, interés por enriquecer su cultura general, más interés en su desempeño que en la evaluación de éste, comprometido con el bien común.

Especificaciones: Capacidad de atención y síntesis, memoria visual, espíritu analítico y crítico, apego a la verdad, inductivo, deductivo, comparativo, intuitivo, resistente a presiones, mediador, jerarquizar y significar los datos relevantes, amplia y sólida formación social y cultural, relacionarse y adaptarse a diversos núcleos sociales, ser un espectador activo, capacidad para conectar temáticas, habilidad para la conceptualización, reconstrucción de hechos, valores éticos, de honestidad, Tolerancia y respeto.



- **Actitudes y Aptitudes:** Rasgos y disposición propia de cada individuo que le facilita el aprendizaje y le lleva a desarrollar sus capacidades y destrezas.

Especificaciones: Servidor de la comunidad, responsabilidad social, humanista, responsable, propositivo, honesto, curioso, solidario, comprometido, tolerante, respetuoso, moderno, autónomo, veraz, líder, crítico, disciplinado, creativo, ético, inquisitivo, investigador, autocrítico, competitivo, perceptivo, objetivo, claro, realista, observador, perseverante, audaz, comprometido con su mundo y con su historia, discreto y en la búsqueda de la especialización.

Luego de detallar los conocimientos y el conglomerado de condiciones que en general debe tener un periodista, a continuación se detalla los aspectos específicos que deben sumarse a los anteriores para que se logre un mejor ejercicio en la profesión según la rama en la que se desempeñan.



TELEVISIÓN

Áreas a Evaluar

➤ **Conocimientos**

Conocimiento de las formas y modos de comunicación visual tanto en teoría y práctica

Conocer el medio periodístico y sus avances tecnológicos, conocimiento y manejo de las herramientas teóricas, metodológicas y técnicas de comunicación televisiva, conocimiento de la información televisada, conocimiento y manejo géneros periodísticos para televisión, conocimiento de técnicas de redacción periodística para televisión.

➤ **Habilidades**

- Producción de medios de comunicación.
- Producción de vídeo.
- Buena redacción para TV.
- Manejo de cámara de video.
- Manejo de equipo para producir en cine y televisión.
- Técnicas de edición para televisión.
- Estilo y redacción de noticias televisadas.

➤ **Lenguaje**

- Conocimiento y producción de mensajes en el lenguaje audiovisual.
- Uso del lenguaje audiovisual.
- Producir mensajes en el lenguaje televisivo.
- Manejo creativo, crítico y reflexivo del lenguaje televisivo.



RADIO

Áreas

➤ Conocimientos

- Conocimiento de técnicas de redacción periodística.
- Conocimiento de las formas y modos de comunicación auditiva, tanto en teoría y práctica.
- Conocimiento de técnicas de redacción periodística para radio.
- Conocimiento y manejo de las herramientas teóricas, metodológicas y técnicas de comunicación para radio.
- Conocer el medio periodístico y sus avances tecnológicos.
- Géneros radiofónicos de información.
- Redacción para radio.

➤ Habilidades

- Producir mensajes en el lenguaje radiofónico.
- Buena locución.
- Improvisación.

➤ Lenguaje

- Conocimiento y buen uso del lenguaje.
- Manejo creativo, crítico y reflexivo del lenguaje radial.
- Conocimiento del lenguaje radial.
- Uso del lenguaje para radio.
- Producir mensajes en el lenguaje radial.



MEDIO IMPRESO

Áreas

➤ Conocimientos

- Conocimiento de las formas y modos de comunicación escrito-visual tanto en teoría y práctica.
- Conocimiento de las modalidades comunicativas.
- Conocimiento de técnicas de redacción periodística.
- Conocimiento y manejo de las herramientas teóricas, metodológicas y técnicas de comunicación para medio impreso.
- Conocer el medio periodístico y sus avances tecnológicos.

➤ Habilidades

- Excelente ortografía.
- Buena redacción.
- Buena caligrafía.
- Fotografía.
- Producción materiales impresos.

➤ Lenguaje

- Manejo creativo, crítico y reflexivo del lenguaje escrito.
- Conocimiento del lenguaje visual.
- Uso del lenguaje visual.
- Producir mensajes en el lenguaje escrito.



MARCO CONCEPTUAL

➤ **Croma:**

El croma, inserción croma o llave de color (del inglés *chromakey*) es una técnica audiovisual utilizada ampliamente tanto en cine y televisión como en fotografía, que consiste en extraer un color de la imagen (usualmente el verde o el azul) y reemplazar el área que ocupaba ese color por otra imagen, con la ayuda de un equipo especializado o un ordenador. Esto se hace cuando es demasiado costoso o inviable rodar al personaje en el escenario deseado, o para evitar el laborioso recorte del personaje fotograma a fotograma (rotoscopia).

➤ **Off:**

Es la acción de grabar la voz para una noticia, documental o material de radio.

➤ **Cortinas:**

Conectores que se utilizan en los noticieros de televisión u otros programas.

➤ **Viñetas:**

Son spot o anuncios para géneros de Radio.

➤ **Sony Vegas:**

Sony Vegas Pro es un software de edición de vídeo paquete para sistemas de edición no lineal (NLE) publicados originalmente por Sonic Foundry, ahora propiedad y está gestionado por Sony Creative Software.

Originalmente desarrollado como un editor de audio, con el tiempo se convirtió en una edición no lineal de vídeo y audio de la versión 2.0.



➤ **AfterEffect:**

Adobe AfterEffects es una aplicación en forma de estudio destinado para la creación o aplicación en una composición, así como realización de gráficos profesionales en movimiento (en 2D y, a medida que el software se va actualizando, también en 3D), de montaje de vídeo y de efectos especiales audiovisuales, que desde sus raíces han consistido básicamente en la superposición de capas. Adobe AfterEffects es uno de los softwares basado en línea de tiempo más potentes del mercado junto con Autodesk Combustion y Eyeon Fusion.

➤ **Adobe Audition:**

Adobe Audition (anteriormente CoolEdit Pro) es una aplicación en forma de estudio de sonido destinado para la edición de audio digital de Adobe Systems Incorporated que permite tanto un entorno de edición mezclado de ondas multipista no-destructivo como uno destructivo, por lo que se le ha llamado la "navaja suiza" del audio digital por su versatilidad. No es DAW, sino un editor de sonido.

➤ **Photoshop:**

Adobe Photoshop (*popularmente conocido sólo por su segundo nombre, Photoshop*) es el nombre, o marca comercial oficial, que recibe uno de los programas más famosos de la casa Adobe junto con sus hermanos Adobe Illustrator y Adobe Flash, y que se trata esencialmente de una aplicación informática en forma de taller de pintura y fotografía que trabaja sobre un "lienzo" y que está destinado a la edición, retoque fotográfico y pintura a base de imágenes de mapa de bits. Su nombre en español significa literalmente "taller de fotos". Su capacidad de retoque y modificación de fotografías le ha dado el rubro de ser el programa de edición de imágenes más famoso del mundo.

➤ **Banner:**

Es un fondo en ocasiones con fragmentos de video.



➤ **GDC:**

Significa Generador de Carácter.

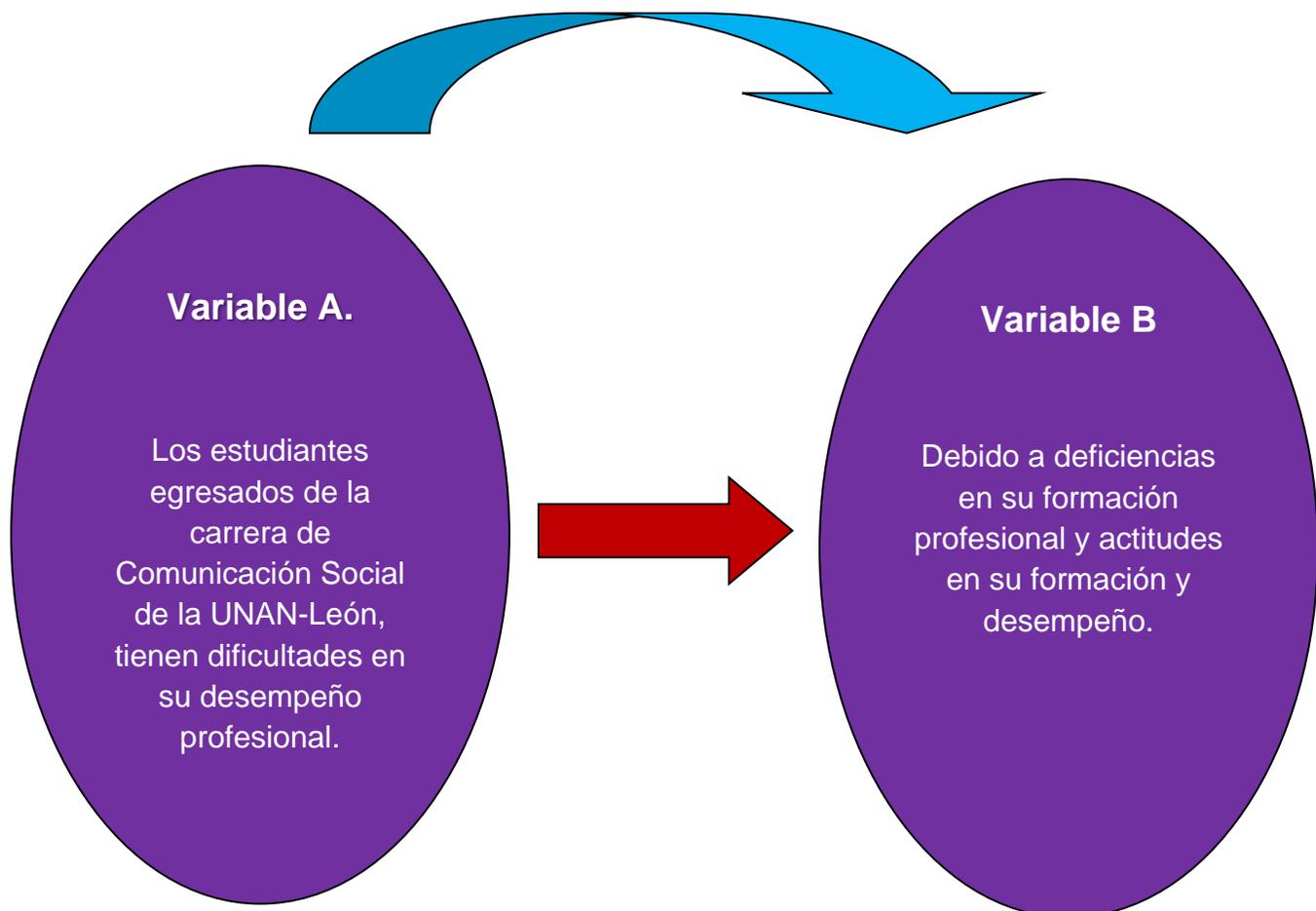
➤ **Tripod:**

Es un instrumento formado por tres piezas firmes en donde se ubica la Cámara para una mejor estabilidad fílmica.

HIPÓTESIS

Los estudiantes egresados de la carrera de Comunicación Social de la UNAN-León, tienen dificultades en su desempeño profesional, debido a deficiencias en su formación profesional y actitudes en su desempeño.

Hipótesis Correlacional





IV- DISEÑO METODOLÓGICO

4.1. Paradigma metodológico.

El trabajo constituye un acercamiento al área laboral de los egresados de Comunicación Social, para conocer su desempeño profesional lo cual se hará a través de una investigación de carácter cualitativo. Debido a que estos estudios se centran básicamente en el descubrimiento del sentido y significado de las acciones sociales abarcando la indagación y posterior interpretación de los factores que intervienen (Rojas Soriano).

Además pretendemos conocer cuáles son esas dificultades vinculadas a la formación profesional de cada egresado de Comunicación Social en el ejercicio Comunicacional.

Una de las características importantes del carácter cualitativo es que el investigador se interna en el fenómeno y elabora una interpretación de las opiniones y características, factores identificados y otros datos recabados.

Además, como la finalidad de este estudio no es recabar datos y cuantificarlos sino conocer e interpretar las reacciones, puntos de vista, opiniones de periodistas, docentes, así como empleadores, una investigación cualitativa es lo ideal.

4.2. Tipos de estudio

Para desarrollar esta investigación se toma como base el paradigma fenomenológico e interpretativo debido a que se puede investigar y explicar el fenómeno.



El análisis del desempeño profesional de los egresados de Periodismo de la universidad es una investigación enfocada a la realidad comunicacional teniendo como finalidad la parte aplicada, porque busca conocer un fenómeno poniendo como base los elementos ya investigados, es decir los antecedentes, que están directa e indirectamente relacionados al objeto a ser analizado (Arnal, Del Rincón y Latorre, 1992).

De acuerdo al tiempo de acopio de la información, es un estudio sincrónico, transversal porque busca conocer como este fenómeno social se desdibuja en un tiempo determinado, aunque de ninguna manera lo limita para ser utilizado posteriormente como una guía de investigación.

Este trabajo, por su amplitud, es de carácter micro sociológico, porque busca conocer el desempeño del egresado en el campo laboral a través de un grupo reducido de empleadores que suministran evaluaciones sobre los empleados.

Por su profundidad, o alcance de los resultados este estudio es analítico porque analiza y se involucra en el fenómeno social para conocer el desempeño del egresado en su campo laboral teniendo como objetivo primordial profundizar en el fenómeno y describir cómo interactúan todos los aspectos que lo determinan (Arnal, Del Rincón y Latorre, 1992).

4.3. Criterios de inclusión y exclusión

La investigación se enfoca en hacer un análisis y revisar los criterios utilizados en las empresas de Comunicación para conocer el desempeño de los Comunicadores egresados de la licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional autónoma de Nicaragua UNAN–León, así como la pertinencia del currículo, en relación al desempeño de estos egresados.



Se tomará en cuenta los criterios de: accesibilidad de las fuentes a consultar, el medio de Comunicación y el cargo que desempeñan adecuado para evaluar al egresado.

4.4. Universo del Estudio

Nicaragua cuenta con: 11 canales a nivel nacional que poseen noticieros, revistas matutinas, vespertinas y cápsulas informativas de carácter variado. A nivel radial, existen en la zona metropolitana de León un total de 16 emisoras, entre ellas hay radios comerciales de difusión musical y otras con noticieros, programas y revistas informativas.

Tres periódicos de circulación nacional, sin contar otras publicaciones impresas de diversa índole. Son los espacios que conforman el campo laboral de los periodistas egresados de Comunicación Social de la universidad. Los medios de comunicación en la capital (Managua) y el interior del país que tienen en sus filas a comunicadores egresados de la UNAN-León son variados, así que resulta difícil abordar, ya sea por tiempo o espacio, una cantidad superior de periodistas por lo que se han tomado en cuenta únicamente los que resulten más accesibles para abordarlos.

4.5. Proceso Muestral

Por conveniencia

Los sujetos de una investigación específica, son seleccionados para el estudio sólo porque son más fáciles de reclutar y el investigador no está considerando las características de inclusión de los sujetos que los hace representativos de toda la población.



En todas las formas de investigación, sería ideal generalizar los resultados a la totalidad de la población, pero en la mayoría de los casos, la población es demasiado grande y resulta imposible incluir cada individuo. Esta es la razón por la cual la mayoría de los investigadores utilizan técnicas de muestreo, como el muestreo de conveniencia, la más común de todas estas técnicas. Muchos investigadores prefieren esta técnica de muestreo, ya que es rápida, barata, fácil y sobre todo, los sujetos están disponibles.

Muestra

El análisis del desempeño de los egresados en su campo laboral se realiza en distintos medios de comunicación a través de los empleadores que realizan una evaluación de los Comunicadores en ejercicio, egresados de la UNAN-León.

La muestra de la investigación consiste en evaluar a un egresado de la licenciatura en Comunicación Social de la UNAN-León por cada empresa de comunicación: Agencia de Noticias, Televisión, Radio, Medio Impreso y Comunicación Institucional, logrando así un análisis más concreto.

Por otra parte, se ha tomado como base las entrevistas a empleadores o jefe inmediato, para que emitieran un juicio sobre el desempeño laboral de su empleado, en primer lugar de una manera general y luego enfocándose individualmente en el Comunicador en estudio por cada área.

El tipo de muestreo se define como “simple, al azar”, ya que si bien es cierto se escogen especialistas que laboren en las empresas de comunicación no se buscan características específicas tales como género, rango de edad, estado civil, estrato social, medio de comunicación, grado académico.



Sin embargo, dentro de la investigación se ha tomado en cuenta la facilidad para acceder a las fuentes y la viabilidad para obtener el contacto con premura, además del previo conocimiento de los expertos, pero con la característica única de tener empleado a un egresado de la universidad. Siendo la muestra para cada área la siguiente:

• **Televisión**

EVALUADOR

Nombre: Roberto Zúñiga

Institución: Viva Nicaragua Canal 13

Cargo: Director de Prensa.

EVALUADA

Nombre: Amelia Calderón.

Cargo: Corresponsal en el Departamento de León.

• **Radio**

EVALUADOR

Nombre: Álvaro Montalván

Institución: Radio mi Voz

Cargo: Gerente Propietario

EVALUADO

Nombre: Bismark Lebrón

Cargo: Periodista

• **Prensa Escrita**

EVALUADOR

Nombre: Eddy López

Institución: La Prensa

Cargo: Corresponsal Departamento de León

EVALUADA

Nombre: Karen Alaníz

Cargo: Redactora



4.6. MÉTODO Y TÉCNICAS DE ACOPIO DE INFORMACIÓN

4.6.1 Encuesta, en su variante Entrevista en profundidad

Para la realización de esta investigación se emplea la entrevista en profundidad, que consiste en una técnica efectiva en la investigación cualitativa, porque se puede recopilar toda la información posible sobre el tema, y permite establecer el punto de vista personal de los especialistas referentes al fenómeno de desempeño profesional de los egresados de licenciatura en Comunicación de la UNAN-León en su campo laboral.

4.6.2. Grupo Focal

El grupo focal o "grupo de discusión" (*focus group* en inglés) es una técnica cualitativa de estudio de las opiniones o actitudes de un público, por lo tanto haremos uso de esta técnica para conocer la opinión de los estudiantes de Comunicación de la UNAN-León.

4.6.3. Análisis FODA

El Análisis DAFO, también conocido como Matriz o Análisis 'FODA, nos permitirá conocer las fortalezas y debilidades que los egresados de Comunicación Social de la UNAN-León presentan y así poder llegar a conclusiones con respecto al tema investigado



4.7. PLAN DE TABULACIÓN Y ANALISIS

La investigación y los datos obtenidos fueron a través de entrevistas a profundidad, grupo focales y encuesta a los profesores de la modalidad regular de la Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades; éstos son procesados mediante el programa SPSS con el cual se pretende ordenar los datos. También se utilizó este programá para crear tabla de contingencia con preguntas específicas que nos vayan dando información útil para la investigación.

Con forme a la presentación de los resultados de la investigación se usaran tablas y gráficos para exponer de una manera más clara los resultados obtenidos, analizándolos mediante gráficos de barra y de pastel.

La presentación ante el jurado de estos datos y las conclusiones a las que nos lleve la investigación, se harán por medio del Programa Power Point, haciendo uso de las diapositivas que éste proporciona.



4.8. PROCEDIMIENTO

Etapas del Estudio

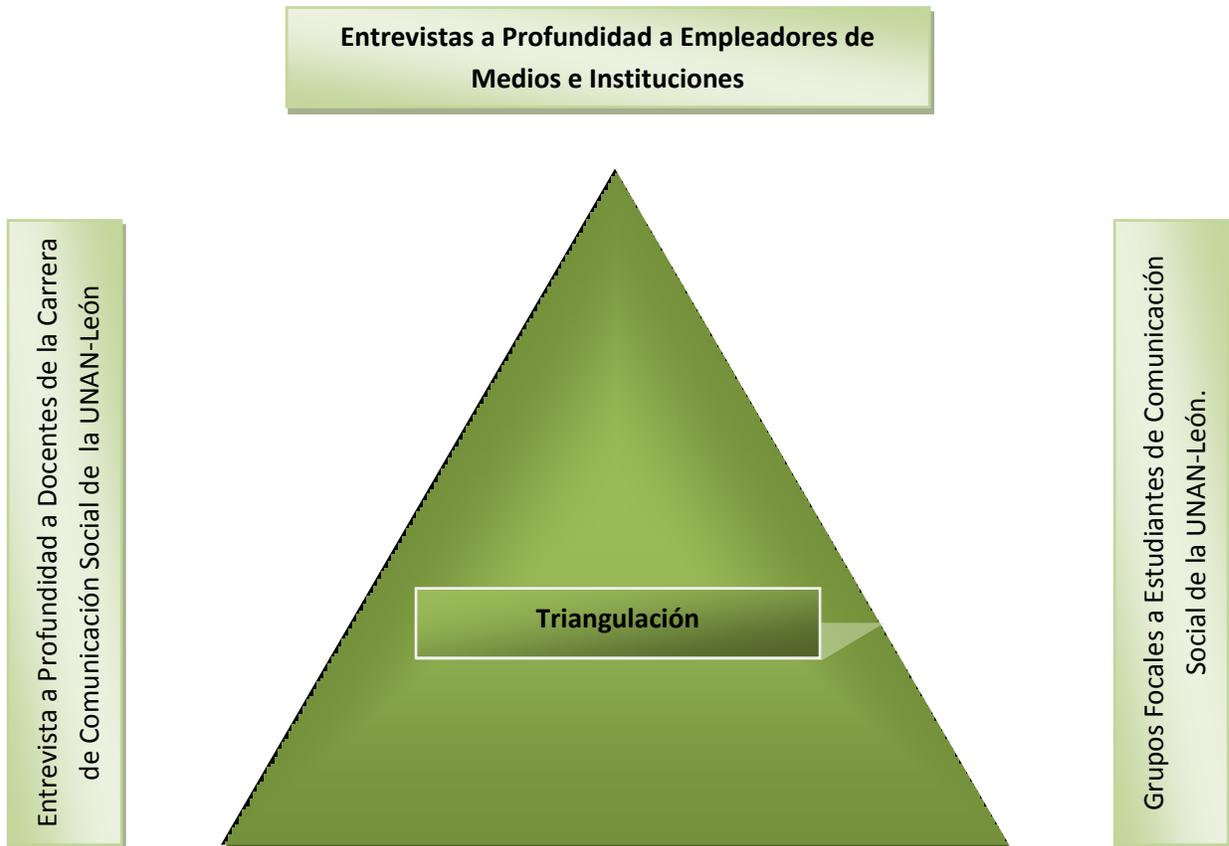
El estudio sobre el Desempeño profesional de los egresados de Licenciatura en Comunicación Social de la UNAN-León, lo realizamos en tres etapas.

- 1- Selección de la Población.
- 2- Recolección de Datos e Información.
- 3- Análisis e Interpretación de los Datos e Información.

Selección de la Población

Fue seleccionada en tres momentos

1. Inicialmente definimos los criterios cualitativos para la aplicación de los instrumentos.
2. Definir los tiempos y fechas en que se aplicaría las entrevistas a profundidad a los diferentes jefes de medios.
3. Aplicamos la Entrevista a Profundidad a los Jefes de los medios donde trabajan los egresados de Comunicación Social de la UNAN-León.





V- RESULTADOS

De Acuerdo a los Objetivos de la investigación analizamos los resultados obtenidos por medio de los instrumentos aplicados.

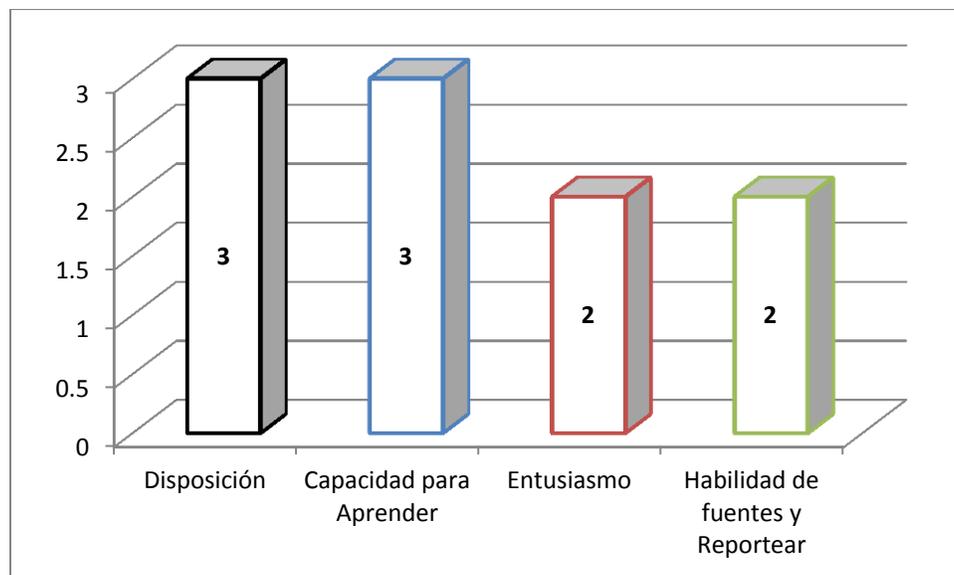
De acuerdo al objetivo No. 1

Conocer las fortalezas y debilidades del egresado de Comunicación Social de la UNAN-León, vinculado a sus competencias y desempeño.

Empleadores

Fortalezas de los Egresados

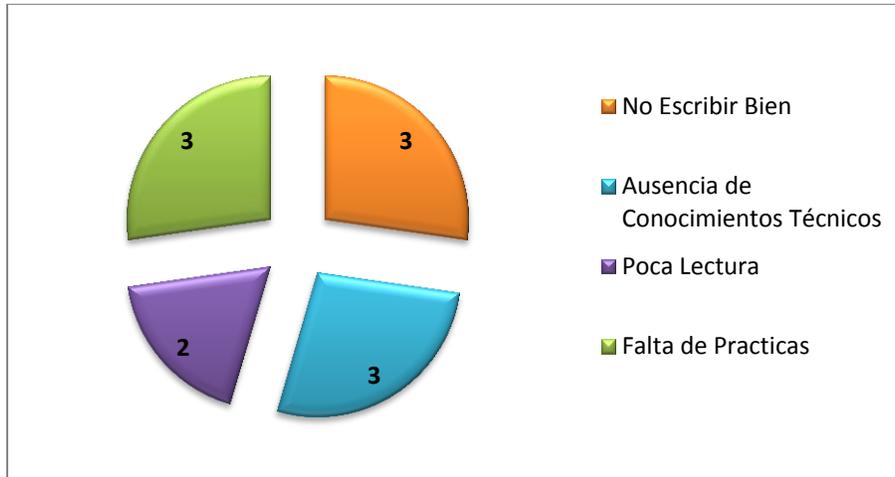
Gráfico 1



Del total de los empleadores entrevistados la mayoría opina que las mayores fortalezas de los egresados son la Disposición al trabajo y su capacidad para aprender nuevas cosas dejando en un segundo lugar el entusiasmo y la habilidad de fuente y reportear.

Gráfico 2

Debilidades

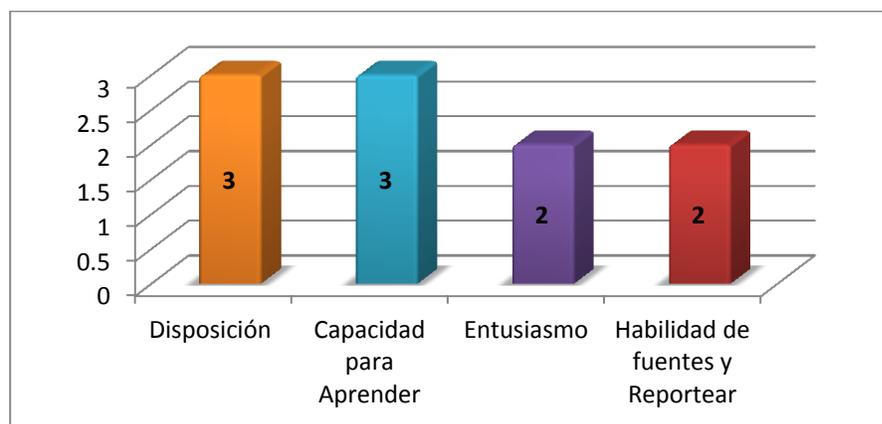


Los empleadores mencionan tres grandes debilidades en igual número de porcentaje, siendo estos No escribir bien, Ausencia de Conocimientos Teóricos y Falta de Practicas y en segundo lugar ubican el poco hábito de lectura.

Gráfico 3

Docentes

Fortalezas

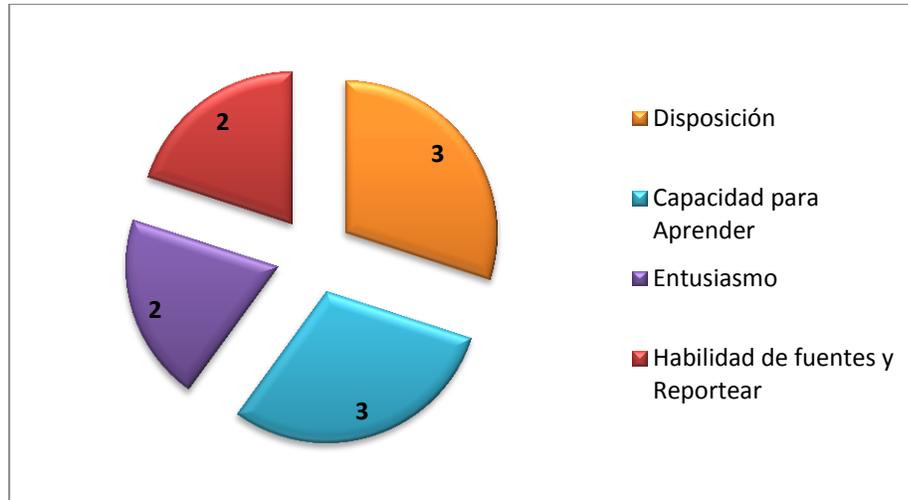


Cuando se les pregunta a los docentes sobre las fortalezas de los estudiantes estos identificaron la Disposición, y la capacidad para aprender y en segundo lugar el entusiasmo y habilidad de fuente y reportear.



Gráfico 4

Debilidades

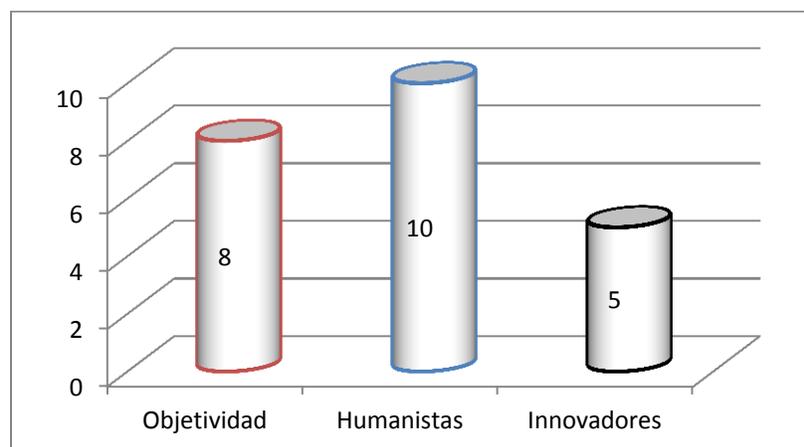


Las dos grandes debilidades que identifican los docentes en los alumnos de Comunicación Social de la UNAN-León son Disposición y la Capacidad para Aprender, luego identifican otros dos debilidades: Habilidad de Fuentes y Entusiasmo pero en menos porcentaje que las anteriores.

Gráfico 5

Estudiantes

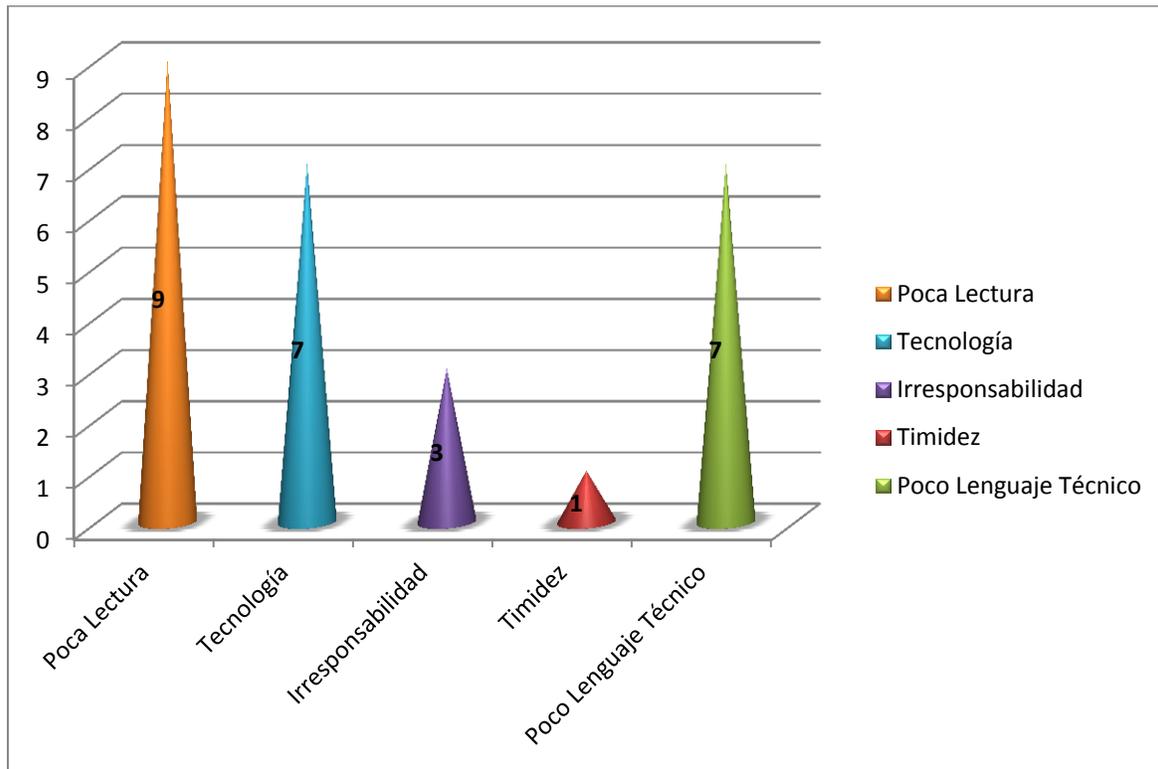
Fortalezas



Las fortalezas que identifican los estudiantes en ellos mismos fueron mayormente el Humanismo y la Objetividad y en menor cantidad la Innovación.

Gráfico 6

Debilidades



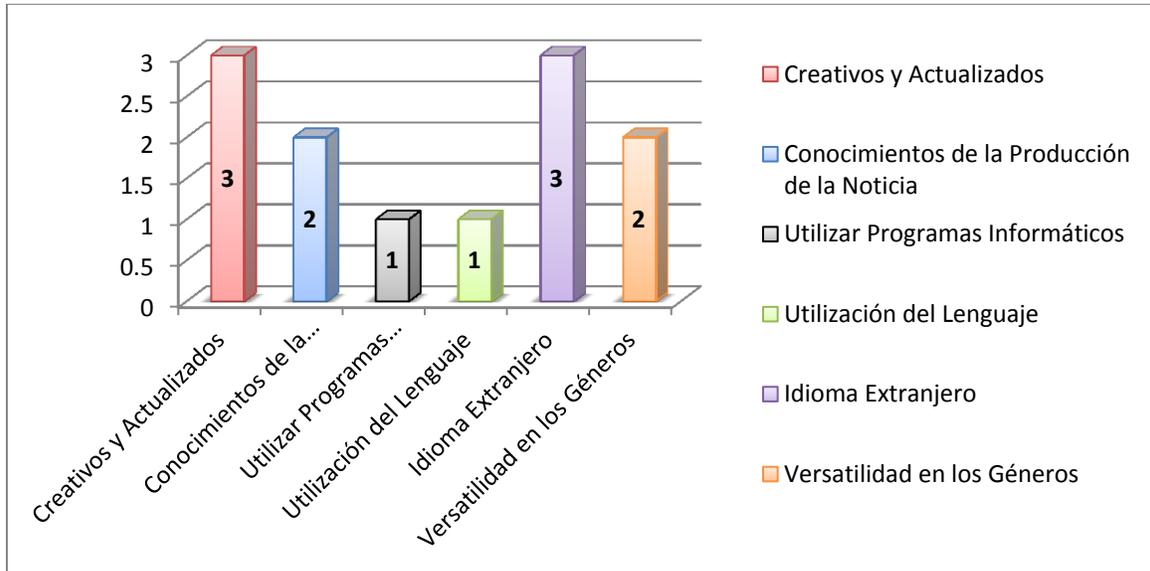
Los estudiantes identifican tres grandes debilidades en ellos: Pocos hábitos de Lectura en primer lugar y luego en iguales cantidades la Tecnología y Poco Lenguaje Técnico, en un menor porcentaje la Irresponsabilidad y la timidez, aunque en menor porcentaje que los anteriores.

De acuerdo al objetivo No. 2

Lograr identificar la pertinencia del perfil académico profesional del currículo de la Carrera de Comunicación Social de la UNAN –León con los requerimientos y necesidades de los empleadores.

Gráfico 7

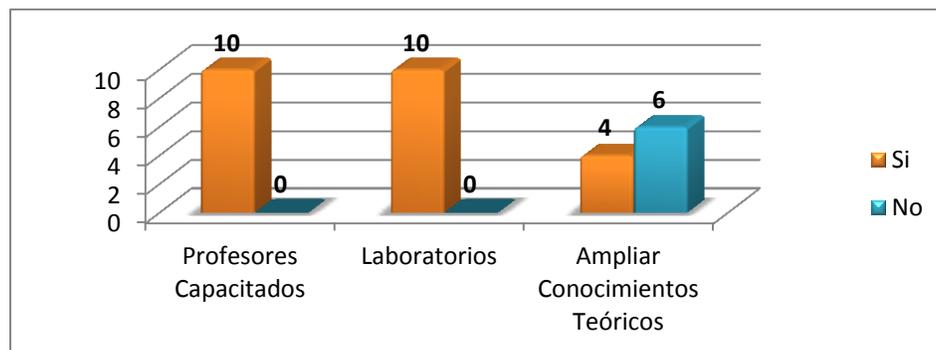
Empleadores



Al momento de identificar la pertinencia del Perfil Académico los empleadores dijeron que identifican en los estudiantes Conocimientos del Idioma Inglés y profesionales creativos y Actualizados. Además de conocimientos de la noticia y versatilidad en géneros aunque en muy pocos egresados lo observan y muy pocos utilizan programas informáticos y la utilización del Lenguaje.

Gráfico 8

Estudiantes



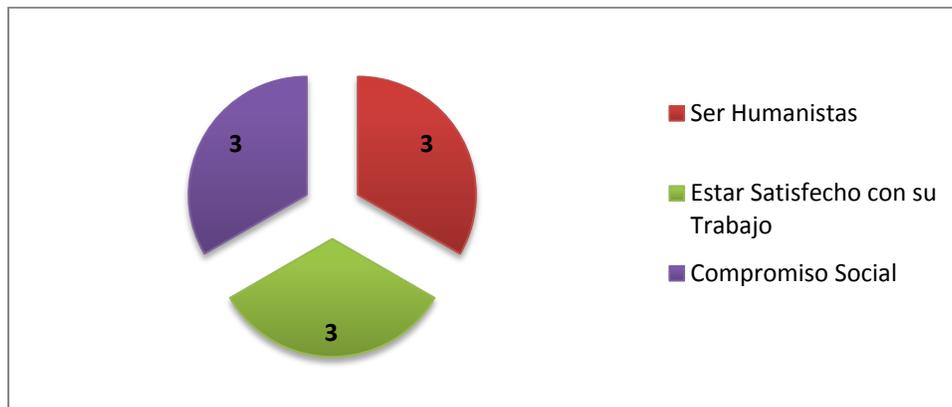
El total de los estudiantes entrevistados manifiestan estar a favor de que en la carrera haya profesores actualizados y que exista un Laboratorio en el tema de ampliar conocimientos teóricos las opiniones se mostraron divididas, aunque la mayoría se mostro en contra.

De acuerdo al objetivo No. 3

Determinar cómo inciden los conocimientos y herramientas teóricos y prácticos en el desempeño profesional.

Gráfico 9

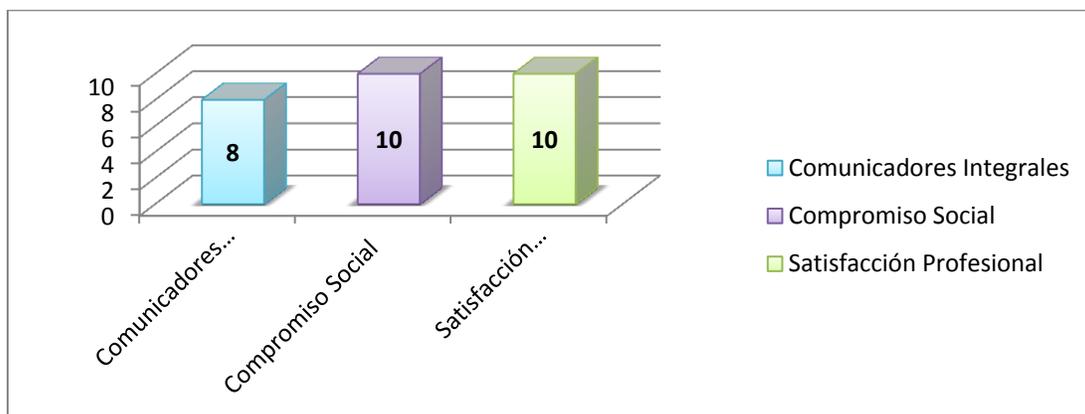
Empleadores



Al momento de determinar cómo inciden los conocimientos en el desempeño profesional, los empleadores coincidieron en que los hace más humanistas, estar satisfecho con su trabajo y profesionales con un gran compromiso social

Gráfico 10

Estudiantes



Los estudiantes dijeron que los conocimientos inciden en el desempeño profesional al hacerlos profesionales con compromiso social, y sentirse satisfechos con su trabajo y en menor porcentaje comunicadores integrales.

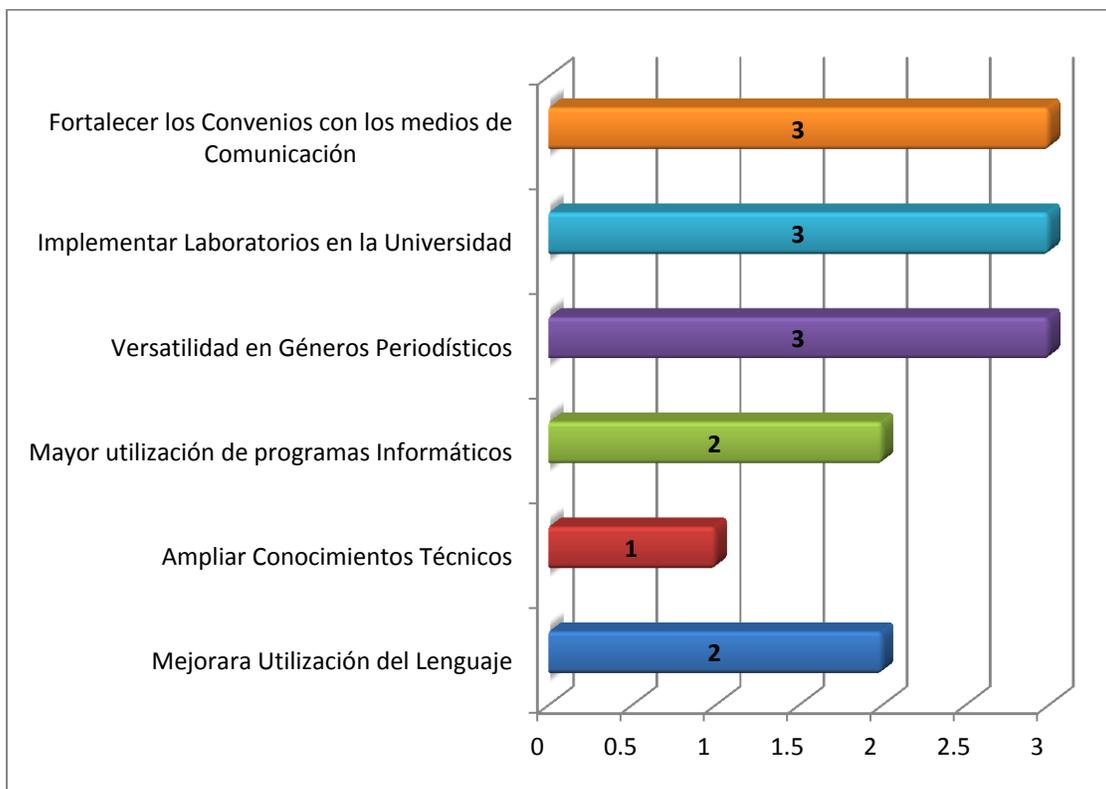


De acuerdo al objetivo No. 4

Conocer la opinión de los empleadores y expertos sobre el desempeño laboral del egresado de Comunicación Social de la UNAN-León.

Gráfico 11

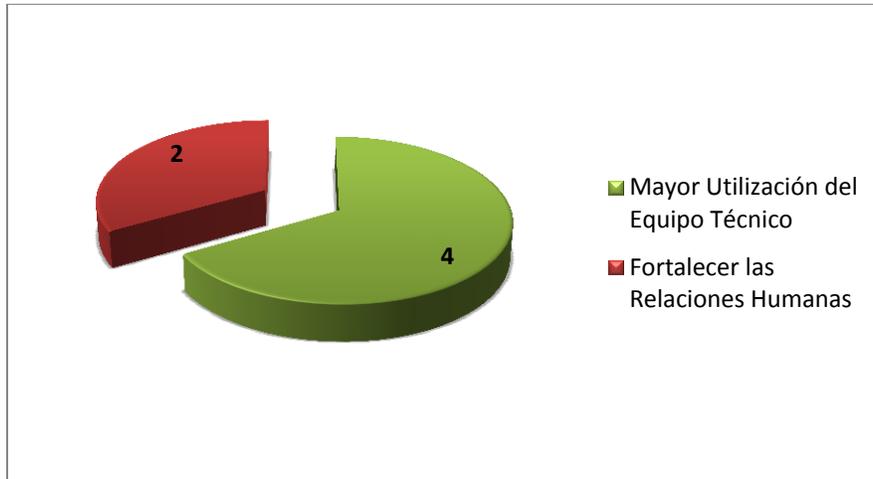
Empleadores



Al momento de conocer la opinión de los empleadores sobre el desempeño laboral de los egresados la mayoría coincidió que hay que fortalecer los convenios con los medios de comunicación, construir laboratorios en la universidad y que haya más versatilidad den los géneros periodísticos, luego en menor porcentaje dijeron que hay que mejorar la utilización del lenguaje y mayor utilización de programas informáticos y apenas un entrevistado dijo que hay que ampliar los conocimientos teóricos.

Gráfico 12

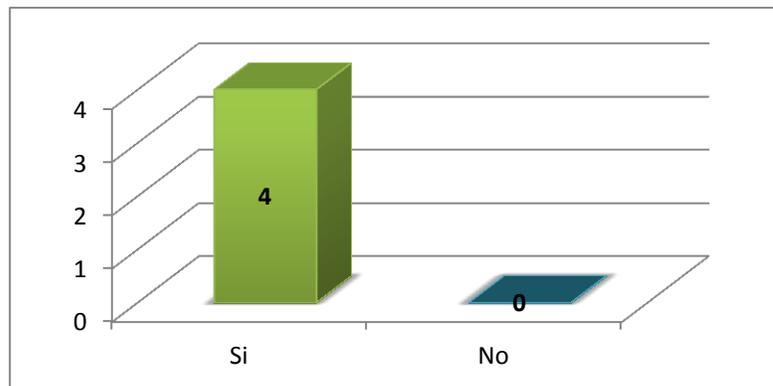
Profesores



Al conocer la Opinión de los Docentes sobre el desempeño laboral de los egresados la mayoría coincidió que hay que utilizar mayor equipo Técnico para que esto influya en una mejor Capacitación y Fortalecer las Relaciones Humanas.

Gráfico 13

¿La unidad académica que rectora la carrera posee la capacidad para la realización y darle seguimientos a las prácticas profesionales?



El total de los docentes entrevistados afirma que la Unidad Académica no posee la capacidad para darle seguimiento a todos los estudiantes al momento de realizar sus prácticas al mismo tiempo.



TRIANGULACIÓN DE VARIABLES

Tabla de Contingencia 1 Obedece al Objetivo 1

	Variable A	Variable B
	¿Qué habilidades y destrezas posee el Comunicador Social bajo su cargo?	¿Cuáles son las principales Debilidades que observa en Estudiante de Comunicación Social de la UNAN-león?
Entrevista a Profundidad Empleadores (5y6)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Disposición de trabajo ✓ Habilidad de fuentes y Reportear. ✓ Muy pocas habilidades, Quizás la mayor es la Disposición a aprender 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ No escriben Bien. ✓ Falta de escritura y técnica fotográfica. ✓ Los conocimientos que poseen son muy generales.
Entrevista a Profundidad Docentes (3y5)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Autodidacta, ✓ Creativos y propositivos, particularmente muy éticos. ✓ Tolerantes, conocimientos diversos. ✓ Habilidad de ubicarse en cualquier medio y muy dinámicos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desorganización. ✓ Irresponsabilidad y falta de interés. ✓ Indisciplina en algunos Casos. ✓ Poca utilización de equipos técnicos.

Al momento de confrontar las respuestas de los empleadores y docentes en el tema de las habilidades y destrezas de los egresados de la UNAN-León, coinciden en que no Tienen el habito de lectura y por consiguiente no escriben bien, además que poseen conocimientos muy generales. en el tema de las Habilidades cisoide en que el egresado de la UNAN-León es muy dinámico y tiene mucha disposición para aprender.



Tabla de Contingencia 2 Obedece al Objetivo 3

	¿Qué conocimientos (Teóricos- Prácticos) según Ud., hacen falta para una buena formación de los Comunicadores Sociales que egresan de la UNAN-León?	
	Empleadores (1-9)	Docentes (8)
¿Qué aspecto debería predominar en las materias que constituyen la formación académica del Comunicador: Teórico o Práctico?	<ul style="list-style-type: none"> ✓ -Laboratorios, es necesarios tener laboratorios con Profesores Capacitados. ✓ -Fortalecer el área de Prácticas en los medios. ✓ -Conocer muy bien los Géneros es decir La Teoría y luego aplicarlos en los Laboratorios. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ -Ambas, pero en un 90% Practica. ✓ -Ambas en Iguales Porcentajes. ✓ -Ambas. ✓ -Ambas Pero Creo que en mayor Porcentaje la Practica.

Al momento de confrontar la opinión de los empleadores y docentes en el tema de que conocimientos Teóricos Prácticos hacen Falta para una buena formación de los comunicadores que egresan de la UNAN-León, la mayoría coincidió que se debe fortalecer ambas aéreas pero en una mayor cantidad la práctica. Vale mencionar que los empleadores coincidieron que para que la práctica sea más eficiente la academia debe de tener un laboratorio propio de audiovisuales, además de fortalecer el área de practica en los medios.



Tabla de Contingencia 3 Obedece al Objetivo 2

	El pensum que posee la carrera de Comunicación Social es el más adecuado?	
	Empleadores (1-3)	Alumnos (3)
¿Considera que el Comunicador Social egresado de la UNAN-León está formado de manera integral y apto para un buen desempeño?	<ul style="list-style-type: none"> ✓ No completamente, pero si egresan profesionales a la altura que los Medios Exigen. ✓ No, le falta un laboratorio, sino lo tienen salen con esa debilidad. ✓ Debería de tener esas cualidades pero no todos las tienen muchos carecen de práctica, de escritura, de redacción y un comunicador debe de tener esas cualidades. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ No es el más adecuado, porque nos hace recibir clases que nos ayudaría a la formación personal mientras que se puede sustituir esas clases por otras que nos ayudarían como la edición. ✓ El pensum está bien formado, pero no estaría mal agregarles otras clases. ✓ Hay ciertas clases que si se apegan a nuestra profesión, pero hay otra que no. ✓ A veces un pensum está bien ejecutado pero a veces son los profesores que no están capacitados para ejecutarlo bien.

Al momento de confrontar las opiniones de los alumnos y empleadores en el tema de que si el pensum que posee la carrera es el más adecuado y si egresan profesionales de manera integral ambos profesores y alumnos coincidieron que no egresan en su totalidad integrales, pues aún hay debilidades en el tema de la tecnología, y sobre el pensum la mayoría coincidió que está muy bien elaborado y si habría que modificarlo sería en áreas no muy significativas.



Tabla 4

Opinión del Empleador Área Televisión

	¿Cómo definiría el perfil ideal del Comunicador que labora para Televisión? (II-1)	¿Qué tipo de Comunicador Social, según su opinión, sale egresado de la UNAN-león? (I-10)
Empleador	✓ Creativo, tienen que ser un comunicador actualizado.	✓ Sale con un mayor compromiso social, es más gente.

Al momento de definir el perfil ideal de un Comunicador en Televisión los empleadores mencionaron que debe ser creativo y actualizado. Además manifiestan que de la UNAN-León egresan profesionales de la Comunicación con mayor Compromiso Social.

Tabla 5

Opinión del Empleador Área Radio

	¿Cómo definiría el perfil ideal del Comunicador que labora para Radio? (II-1)	¿Qué tipo de Comunicador Social, según su opinión, sale egresado de la UNAN-león? (I-10)
Empleador	✓ Un persona capaz, eficiente, dinámica, coherente, capaz de compartir la información en el lugar, en las circunstancias con claridad, con buena voz, dicción y aceptación.	✓ Regular de carácter social y con la nota roja.

Al definir el perfil ideal del comunicador en radio el empleador mencionó que debe ser muy capaz y eficiente además de dinámico y coherente, capaz de compartir la información, con muy buena voz además debe ser poseedor de una excelente dicción. el empleador dijo que los que egresan de la UNAN son muy regulares y por lo general cubren mucha Nota Roja.



Tabla 6

Opinión del Empleador Área de Prensa Escrita

	¿Cómo definiría el perfil ideal del Comunicador que labora para Prensa Escrita? (II-1)	¿Qué tipo de Comunicador Social, según su opinión, sale egresado de la UNAN-león? (I-10)
Empleador	✓ El Comunicador de prensa escrita , es aquel que aborda y trabaja a profundidad un tema, tiene que investigar. Este ve los antecedentes, el presente y se proyecta hacia el futuro. pero sobre todo se tienen que tener una actitud de consciencia, y saber trabajar bajo presión, eso es muy importante.	✓ Por lo general de nota informativa.

Según el empleador el perfil ideal del Comunicador que labora en prensa es aquel que aborda y trabaja un tema a profundidad, con responsabilidad y consciencia y sobre todo saber trabajar bajo Presión. La opinión de este sobre el tipo de Profesional que egresa de la UNAN-León es de Nota informativa y muy pocos investigativos.



VI- ANÁLISIS DE RESULTADOS

La necesidad de conocer y determinar cómo es el desempeño Comunicacional del profesional egresado nos ha llevado a acercarnos al fenómeno a través de los jefes de prensa y representantes de Medios de Comunicación Social, para analizar e identificar los factores que influyen o determinan éste.

En primer lugar, los Medios de Comunicación Social tomados como muestra poseen una representación limitada o poco significativa de egresados en relación a la población de Comunicadores empleados en ejercicio. Pero este número limitado de egresados empleados en las distintas empresas de Comunicación, tiene según los entrevistados su fundamento, siendo los más importantes por un lado la preparación académica y por otro lado la competencia.

Los requisitos para que un Comunicador se desempeñe profesionalmente, varían según la demanda del medio, pero es necesario afirmar que los requisitos no están plasmados o previamente especificados, sino que son una cuestión de criterio que responde a las necesidades del medio y de cada área específica.

Pero además, en la mayoría de casos el perfil y los requisitos para cada área no coinciden con las características que posee el Comunicador en ejercicio, debido a que, se habla de la falta de experiencia, pero por otro ésta es importante para desempeñarse en la labor Comunicacional. Para seleccionar al periodista los medios o instituciones coinciden en que no existe un mecanismo preestablecido, sino más bien es una tarea de Recursos Humanos, aunque el caso de Canal 13 el área de de Prensa influye mucho en la toma de decisiones.



Si bien es cierto que las exigencias que presentan los medios de Comunicación no son inalcanzables, es prioritario profundizar y determinar si una formación adecuada y la aptitud para trabajar es lo único que se necesita para desempeñarse de la mejor manera, nosotros consideramos que es necesario, pero no suficiente.

Los resultados coinciden en el hecho de que el profesional de la UNAN-León es una persona que tiene los cimientos necesarios en materia teórica y una capacidad aceptable. Al analizar cada área (Prensa Escrita, Divulgación, Televisión, Radio) un aspecto determinante lo constituye la inexperiencia en el campo laboral que influye decisivamente en su desempeño, cabe destacar que las Prácticas Profesionales de la carrera tienen asignado 60 horas, que muchas veces no se cumplen.

A pesar de las dificultades señaladas anteriormente, los resultados premian a los egresados de la UNAN-León reconociendo el prestigio que mantiene esta Institución, lo que implica un gran soporte para ofrecerse en el campo laboral, nosotros consideramos que no podemos basarnos solo en prestigio. La experiencia laboral de las Empresas de Comunicación, han sido muy generosas con los egresados en general, pero hay casos en los que la organización, seguimiento y control por parte de la carrera no permiten que los estudiantes afiancen su perfil profesional en las Prácticas, sumándose a esto el tiempo que lo consideramos corto (60 horas).

Por otra parte, en los conocimientos prácticos, la mayoría de profesionales entrevistados coinciden en que “reportear” y redactar constituyen los aspectos preponderantes y sólidos del egresado, aunque en ocasiones necesitan cierta orientación en la redacción porque no están especializados para la rama de la Comunicación en la que se desarrollan.



Los empleadores, académicos y estudiantes identifican las dificultades de los estudiantes dentro y fuera de la carrera; estas son, no manejar el lenguaje básico, la utilización del lenguaje para cada medio de Comunicación, esto viene a convertirse en unas de las tantas dificultades que llega a presentar el egresado, lo que viene hacer preocupante, puesto que la teoría señala que una de las características fundamentales que se debe tener es el trabajo en equipo, lo cual tienen que adquirirlo en las prácticas.

De acuerdo a los entrevistados no sólo dificultades presenta los estudiantes y egresados ya que si bien decimos que es un problema de actitud de los estudiantes éstos, poseen también habilidades y destrezas que vienen a encausar al alumno y al egresado para ser un buen Comunicador Social.

Según los entrevistados algunas de las habilidades que presentan son entusiasmo, disposición para aprender, motivación, conocer las fuentes y reportear, vocación, buena capacidad receptiva, son autodidacta, buen manejo de contexto social, humanistas e innovadores lo que va acorde a los elementos y características que deben tener los estudiantes como, la lectura de la realidad, conocimientos, habilidades, lenguaje, capacidades, destrezas, curiosidad y coraje.

Demostrando que los estudiantes tienen la iniciativa y vocación en cuanto a ejercer la labor como un buen Comunicador Social aunque esto no se observa con mucha presencia en ellos.

Según la teoría, la formación de un Comunicador Social sería la combinación de una base sólida de conocimientos generales con herramientas actualizadas. Esto es coincidente con lo que nos develan los resultados obtenidos.



La Carrera de Comunicación Social de la UNAN-León tiene 8 años de existir y no cuenta con las suficientes herramientas técnicas para reforzar los conocimientos prácticos a los estudiantes como algo primordial que debe tener toda carrera de esta índole, donde la universidad ejerza el control de la programación y contenidos de aprendizajes. A juzgar por los resultados el área de las Prácticas Profesionales es una de las áreas más desprotegidas de la carrera, lo que implica una enorme deuda por parte de la universidad y específicamente del departamento de Comunicación Social.

Según los empleadores las universidades al no tener las debidas armas para fortalecer al estudiante, éstos salen con debilidades que dificultan su desempeño profesional como el no manejar conocimientos y el lenguaje básico, la falta de conocimientos técnicos, al igual que debilidades en las actitudes de los egresados, aunque éste último ya no es responsabilidad de la academia, si no del individuo mismo.

Aunque no solo al no contar con las debidas herramientas las universidades pueden afectar al estudiante, sino también al no contar con un buen pensum o perfil adecuado al Comunicador Social y a su desempeño profesional, porque los empleadores y docentes expertos definen como sería el perfil ideal de un Comunicador Social que debe ser variado.

Es necesario reflejar las sugerencias que los expertos han manifestado para la universidad. Según ellos esta debe proporcionar las herramientas necesarias, conocimientos prácticos y reforzar convenios con medios de Comunicación para ejercer prácticas y crear laboratorios de radio, prensa y televisión en las universidades y que le den seguimiento a los alumnos egresados.



Por lo tanto, es muy claro que las debilidades de los estudiantes se vienen a convertir en sus mayores dificultades a la hora de desempeñarse profesionalmente, pero es la actitud que viene a perjudicar más al alumno por lo que las debilidades se pueden ir mejorando con la experiencia laboral.

Otro punto muy importante de la investigación es que la Carrera de Comunicación Social no cuenta con las herramientas mínimas para asumir prácticas con responsabilidad y coherencia que la profesión demanda.

En cuanto a la Hipótesis que nos planteamos al principio de esta investigación fue confirmada dado que los resultados así lo evidencian.

Si bien es cierto, la carrera no ofrece las herramientas técnicas para que los estudiantes se desarrollen en sus prácticas de calidad a lo interno de la universidad, por su parte los estudiantes han conseguido sus propias herramientas aunque estas no son las mas adecuadas ni suficientes para darle cobertura a las necesidad demandada.

Debido que la carrera ofrece los conocimientos teóricos básicos, lo más lógico es que el estudiante sea autodidacta y auto formativo para llevar a un desarrollo total sus conocimientos teóricos y si bien es cierto, no todos los estudiantes tendrán las mismas posibilidades para ser auto formativos, es ahí donde la teoría planea que un estudiante debe de poseer las características de ser investigativo y a la vez curioso.

Una institución como la UNAN-León, si bien hay que alabar la ampliación de la oferta académica una vez que se aperturó la nuestra, tenía que ir creando las condiciones básicas para su debido funcionamiento, hasta la fecha no se ha dado.



Análisis Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación social de la UNAN-León

Plan de estudio 2007

El plan académico 2007 de Comunicación Social está comprendido por 8 ciclos donde se desarrollan componentes obligatorios, electivos tomando en cuenta prerrequisitos y horas para brindar los módulos.

Los diferentes componentes que conforman el pensum académico se distribuyen tanto en lo teórico, práctico; en formación personal y en componentes recreativos. Teniendo estos gran importancia en la formación del estudiante y egresado de la carrera de Comunicación Social.

El pensum en si ofrece además de conocimientos teóricos como prácticos un amplio abanico de componentes con conocimientos variados esenciales y útiles para el comunicador social; la teoría y la práctica elementos esenciales para un desarrollo integral del estudiante. El plan académico en si brinda un 40% de componentes meramente teóricos permitiendo que el alumno domine los conocimientos básicos teóricos y un 60% de componentes prácticos que ayudaran a que el estudiantes maneje lo esencial en cuanto al desarrollo práctico de los trabajos del comunicador social.

La carrera en si no ofrece un laboratorio técnico donde los estudiantes realizan sus prácticas, aunque con algunos componentes y prácticas en los diferentes medios de comunicación permiten que el alumno conozca y practique lo básico en cuanto a lo técnico y práctico. Además de recibir bloques con la teoría necesaria para un comunicador social como lo es conocer las teorías de la comunicación social, también diferentes elementos de mercadotecnia, cultura, administración, investigación, divulgación etc., que servirán para formar a un estudiante o egresado de comunicación social de manera integral.



Como antes se ha dicho el pensum académico se enfoca más en brindar componentes que ayuden al estudiante a desarrollarse en lo más que se pueda en la práctica ya sea en los diferentes componentes que lo permitan como expresión oral, géneros periodísticos, semiótica, estadística, investigación, fotografía, periodismo en prensa, radio y televisión además de los talleres y prácticas que los estudiantes a lo largo de los años ejercen en los medios e instituciones locales.

La teoría nos afirma que para que un comunicador social este formado de manera integral este debe de poseer los conocimientos teóricos y prácticos básicos y esenciales para que el egresado pueda desarrollarse en un campo laboral, es por eso que el plan académico de la carrera de comunicación social fue formulado de manera que este ofreciera lo que el estudiante necesita, aunque los mismo estudiante demanda el fortalecimiento del pensum para mejorar aquellas debilidades de manera que para las nuevas generaciones de estudiantes la carrera ofrecerá en nuevo o mejorado plan académico de acuerdo a las necesidades de los estudiantes y al campo laboral de un comunicador social.



Análisis Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación social de la UNAN-León

Plan de estudio 2011

El Plan de Estudios de la carrera de Comunicación Social de la UNAN-León está permanentemente atento al surgimiento de nuevas disciplinas, dada la dinámica cambiante de los procesos comunicacionales es por eso que el plan de estudio del 2011 ha tenido un corte y ajustes en cuanto a las materias, aclaramos que no hay nuevas clases simplemente ha tenido una modificaciones

Pese a esto garantiza una formación integral con alto componente electivo, interdisciplinario y amplio perfil internacional. Gracias a las asignaturas desarrolladas desde las diferentes Áreas Académicas, es posible que se amplíe los conocimientos en cultura general, conocimientos sociales y humanísticos, competencias básicas y profesionales, intereses culturales, hábitos de investigación, innovación y formación humana y profesional.

El profesional de Comunicación Social se entrena y aprende la utilización de los conceptos, las técnicas, los procesos, las formas y los métodos propios de la disciplina Comunicacional, los cuales se desarrollan en el tiempo a través de ciclos, es decir en los dos primeros años iniciando su vida como estudiantes universitarios.

Las prácticas profesionales son un espacio donde los estudiantes del ciclo 5 pueden complementar su formación y aplicar los conocimientos adquiridos en la solución de diversas problemáticas del país o de una organización, mediante la experiencia determinada de un trabajo, durante un semestre, en cualquier empresa o institución pública a nivel local en las diferentes áreas de la Comunicación Social tales como la televisión, la radio, prensa escrita,



Comunicación institucional, etc. Iniciando las prácticas en el 3er año de la carrera.

Entre los cambios drásticos que tiene el pensum del 2011 logramos detectar la asignatura de inglés reducida a 4 semestres, donde esta clase se miraba en 6 semestres, cátedra abierta una de las clases prácticas fundamentales para el estudiante de Comunicación Social se recibía a partir del 4to año, hoy en la actualidad los estudiantes ven esta materia desde el segundo año de la carrera. Una de las clases que desapareció en su totalidad fue formación personal. otro aspecto interesante es que la carrera de Comunicación Social actualmente tiene una duración de cuatro años y medios.

Dentro del pensum académico hay materias donde Los estudiantes pueden elegir entre asignaturas como complementarias y electivas en diferentes áreas disciplinares en donde él decide acorde a su criterio siendo este pensum flexible.



Análisis Plan de Estudios de la Licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador UES.

Plan de estudio 1993

El plan de estudio de la carrera de Periodismo de la universidad de El Salvador es bastante amplio y aborda áreas que el pensum de Comunicación Social de la UNAN-León, no aborda, aun que eso no significa que el pensum de la UNAN-león sea débil o deficiente, puesto que también encontramos fortalezas en el caso de el pensum de la Carrera de Comunicación Social de la UNAN-León , con respectó al pensum de Periodismo de la UES.

Para ser más concretos en las observaciones procedemos a analizar mas concretamente dicho Plan de estudios.

En el primer año de la carrera en plan de estudios de la UES, comprende una asignatura titulada Estructura sintáctica del español, y fundamentos de Metodología de la investigación científica, observamos que al tener estas asignaturas desde el principio de la carrera el estudiante comienza a introducirse de manera muy efectiva en el periodismo además que se forma con características investigativas lo que se refleja en profesionales acuciosos y conocedores de técnicas investigativas, si comparamos esto con el caso de la UNAN-León los alumnos no tienen ninguna asignatura que tenga que ver con la investigación en los primeros siclos.

sin embargo en plan de estudios de la UNAN-León, está compuesto por asignaturas que fortalecen en el alumnos el humanismo y la sensibilidad social. esto es una gran fortaleza que presenta el pensum académico según los empleadores de egresados de Comunicación de la UNAN-León si tomamos como base que el comunicador debe de ser una persona muy sensible y mantener un contacto permanente con la sociedad.



sin embargo en la mayoría de las áreas hay similitudes como, en la composición de géneros periodísticos, introducción a la historia del periodismo, introducción a la administración y la economía, semiótica del discurso periodístico, relaciones públicas, tecnología de medios, etc. en estas áreas los dos pensum son muy parecidos y comparten las mismas fortalezas en ese sentido el plan de estudios de la Carrera de Comunicación Social de la UNAN-León es bastante competitivo y a la altura de las casas de estudios de la región.

sin embargo vale recalcar que en el plan de estudios de Periodismo de la UES, resaltan asignaturas como producción de Noticieros, Periodismo Alternativo y Cultural, Critica de Cine, las cuales no aparecen en el pensum de la Carrera de Comunicación Social de la UNAN-León. se considera a estas asignaturas fundamentales para la formación de un comunicador puesto que dotan de herramientas valiosísimas para el Comunicador.

en términos generales podemos afirmar que ambos planes de estudios están diseñados de acuerdo a las exigencias de los medios de Comunicación de cada país, por lo tanto ambos son muy actuales y competitivos en su entorno pero también fuera del, si bien es cierto hay diferencias entre si estas no son diferencias que afecten de manera dramática de formación del Comunicador Social.



VII- CONCLUSIONES

- Los egresados de la UNAN-León cubren pocas o ninguna de las exigencias de los medios de Comunicación.
- La falta de experiencia que debe ser proporcionada a través de la formación académica es el factor determinante en el desempeño de los egresados asociado a los limitados conocimientos de vanguardia: manejo de equipo, técnicas de redacción e investigación, conocimiento y utilización adecuada del lenguaje, sentido crítico, actitud creativa, entre otros.
- El vínculo existente entre el proyecto de formación y el desempeño en el campo ocupacional del egresado es incongruente .
- La falta de oportunidades de Práctica Profesional en los medios de Comunicación Nacional que permita a los estudiantes desarrollar y solidificar sus capacidades, habilidades y conocimientos crea una barrera que influye negativamente en su campo ocupacional.
- La modernización de la universidad en el área de Práctica Profesional requiere de la búsqueda de los estándares de eficiencia académica. Esto supone establecer el rigor científico tanto a los docentes como a los estudiantes para acercarse a un conocimiento requerido dentro de la Comunicación actual.
- Existe falta de responsabilidad y compromiso del estudiante con la Comunicación para desempeñarse en el ámbito de las Prácticas Profesionales.



- La unidad académica que rectora la carrera no posee la capacidad para la realización de Prácticas Profesionales coherentes a su perfil profesional.
- Resulta primordial y determinante para el egresado estar actualizado con las nuevas tendencias de la Comunicación, adquirir la experiencia y preocuparse más en su auto-aprendizaje y su formación académica buscando oportunidades para conocer y desarrollarse adecuadamente para auto especializarse en su área profesional afín y así convertirse en un Comunicador competitivo en el mercado laboral.



VIII- RECOMENDACIONES

Al Consejo de Facultad, como organismo máximo de toma de decisiones dentro de la Facultad.

- Fortalecer el área tecnológica (laboratorios) del Departamento de Comunicación Social, a fin que los estudiantes estén más capacitados.
- Fortalecer la Unidad académica contratando profesionales con las competencias del área científica de las Ciencias de la Comunicación Social de carácter permanente.
- Robustecer el equipo docente con capacitaciones en el área de la Comunicación y los equipos técnicos que el área requiere.
- Ampliar los convenios con otras universidades Nacionales y Extranjeras y así los estudiantes puedan tener una visión más amplia e integral de la comunicación.
- Que el departamento de Comunicación Social le dé el seguimiento necesario a los egresados y así conocer el nivel de ocupación de estos.
- Además del Examen de Admisión que realiza la Universidad, que el departamento realice un test Vocacional a los que aspiran estudiar Comunicación y así evitar deserción y Comunicadores sin Compromiso.
- Que el departamento de Comunicación formalice los convenios con los medios de Comunicación e Instituciones y así se tengan mejores resultados en el tema de Prácticas Profesionales.



IX. BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- AUMONT, J. (1990) "L'image", Paris, Ed. Nathan. (1992) Trad. Cast. "La imagen", Barcelona, Ed. Paidós.. (1997), El ojo interminable, Ed. Paidós, Barcelona. (1998), ¿El rostro en el cine?, Ed. Paidós, Barcelona
- AUMONT,J.;MARIE,M.(1988)"L'analyse des films", Paris, Ed. Nathan. (1990) Trad. Cast. "Análisis del Film", Barcelona, Ed. Paidós.
- AUMONT,MARIE,VERNET,BERGALA,A.(1985)"Esthetique du film", Paris, Ed. Nathan. (1987), Trad. Cast., "Estética del Cine", Barcelona, Ed.Paidós.
- CALABRESE,O., (1987), ¿El lenguaje del arte?, Barcelona, Ed. Paidós. (1994), La era neobarroca", Madrid, Ediciones Cátedra..
- CARANI, M. (1998), ¿L'hypoiconicité comme paradigme des arts visuels?, Revue Visio Volume 3, Numero 1, Québec, Ed
- CORTÉS, E.,. (1997), - "Relaciones Intertextuales entre Teatro y Danza", en CD Rom: Semiotics Bridging, International Association for Semiotics Studies, México 1997. (2000), "Funcionamiento intertextual entre nuevas propuestas teatrales chilenas y publicidad, tanto televisivas como de diseño gráfico", en CD Rom "Sign Processes in Complex Systems", editado por Walter Schmitz; Ed. Technische Universität Dresden, Alemania.
- FERNÁNDEZ, MARTÍNEZ (1994), ¿La dirección de producción para cine y televisión?, Ed. Paidós, Barcelona.
- FERNÁNDEZ-COCA, A. (1998), ¿Producción y diseño gráfico para la World Wide Web?, Ed. Paidós, Barcelona.
- FLOCH, J.M. (1990), ¿Semiotique, Marketing et Commmunication?, Ed. PUF, Paris. (1995), ¿Identités visuelles?, Ed. PUF, Paris.



- GONZÁLEZ J. (1995), ¿El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad?, Madrid. Ed. Cátedra.
- GONZÁLEZ J.; ORTIZ A. (1999), ¿El spot publicitario. La metamorfosis del deseo?, Madrid. Ed. Cátedra
- GRANDI R. (1997), (Editor), ¿Semiotica al marketing?, Milano, Ed FrancoAngeli.
- JOSEPH, I. (1999), ¿Erving goffman y la microsociología?, Ed. Gedisa, Barcelona.
- MILLER D. (1997), ¿Desarrollo multimedia para Internet?, Madrid, Ed. Anaya.
- MITCHELL, J. (1975), "Psychanalyse et féminisme", Tomo I y II, Paris, Ed. Des Femmes.
- MOREIRA, H. (1994), "Cuerpo de mujer", Montevideo, Ed. Trilce.
- TROUT J. , RIES A. (1981), ¿Posicionamiento: la batalla por su mente?, Madrid, Ed. Mc Graw Hill. (1996), ¿El nuevo posicionamiento?, Madrid, Ed. Mc Graw Hill
- UMIKER- SEBEOK (1987), ¿Marketing and semiotics?, Berlin, Ed. Mouton de Gruyter. (1994), "Semiótica del marketing en la Universidad de Indiana", Ed. Universidad de Indiana, Indiana. Hay trad. Española.
- VANOYE, F. (1996), ¿Guines modelo y modelos de guión?, Ed. Paidós, Barcelona
- VARELA, F. (1989), "Autonomie et connaissance", Paris, Ed. du Seuil. (1996), "Conocer", Barcelona, Ediciones Gedisa
- VARELA, F.; THOMPSON, E.; ROSCH, E. (1992), "De cuerpo presente", Barcelona, Ed. Gedisa.



- VILCHES, L. (1983), "La lectura de la imagen", Ed. Paidós, Barcelona. (1987), "Teoría de la imagen periodística", Ed. Paidós, Barcelona. (1989), "Manipulación de la información televisiva", Ed. Paidós, Barcelona. (1993), "La televisión. Los efectos del bien y del mal?", Ed. Paidós, Barcelona.
- VILLAIN, D. (1997), "El encuadre cinematográfico", Ed. Paidós, Barcelona.
- VV. AA. (1996), "Videoculturas de fin de siglo", Madrid, Ed. Cátedra.
- WEYL, H. (1996), "Symétrie et mathématique moderne", Paris, Ed. Flammarion.
- WITHALM, G. (2000), "When a film turns into a film in the making....Multiple stories and recursive loops", en CD Rom "Sign Processes in Complex Systems", editado por Walter Schmitz; Ed. Technische Universität Dresden, Alemania.

CIBER DOCUMENTOS

- <http://www.bibliotecas.uchile.cl/revistas/semiotica/>.
- <http://www.bibliotecas.uchile.cl/revistas/semiotica/>
- MEDEL, I. (2000), "Semiótica del audiovisual: japoanimación y género", en Revista Chilena de Semiótica No 4-5, Ed. Dept. Internet: <http://www.bibliotecas.uchile.cl/revistas/semiotica/>
- <http://www.comunicadores.org/2013/02/que-se-necesita-para-ser-un-buen-periodista/>
- <http://periodicotribuna.com.ar/6711-el-periodismo-debe-ser-honesto.html#.Uxii5fl5Muc>
- http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=269



ENTREVISTADOS:

Jefes de Medios:

- ✓ Lic. Roberto Zúñiga, Director de Noticias canal 13 Viva Nicaragua.
- ✓ Lic. Eddy López, Corresponsal Departamento de León, La Prensa.
- ✓ Álvaro Montalván Propietario Radio mi Voz. Departamento de León.

Docentes:

- ✓ Lic. Salomón Manzanares, Docente Comunicación Social UNAN-León.
- ✓ Lic. Isabel Mendoza, Docente Comunicación Social UNAN-León.
- ✓ Lic. Carlos Fonseca, Docente Comunicación Social UNAN-León.
- ✓ Lic. Wiston López, Docente Comunicación Social UNAN-León.

Estudiantes:

- ✓ Marlon Venus Sirias Martínez, Estudiante Comunicación Social UNAN-León. (V Año Comunicación Social 2013).
- ✓ Harvin José Meléndez, Estudiante Comunicación Social UNAN-León. (V Año Comunicación Social 2013).
- ✓ Marcos Lenin Sandino Téllez, Estudiante Comunicación Social UNAN-León. (V Año Comunicación Social 2013).
- ✓ Danielka del Socorro Ramírez Arieta, Estudiante Comunicación Social UNAN-León. (V Año Comunicación Social 2013).



- ✓ Miurel Elena Gutiérrez Vanegas, Estudiante Comunicación Social UNAN-León. (III Año Comunicación Social 2013).

- ✓ Sulvania Nazaret Silva Arroliga, Estudiante Comunicación Social UNAN-León. (III Año Comunicación Social 2013).

- ✓ Valeska Massiel Linarte Jarquin, Estudiante Comunicación Social UNAN-León. (III Año Comunicación Social 2013).

- ✓ Jessica Patricia Soriano Gutiérrez, Estudiante Comunicación Social UNAN-León. (III Año Comunicación Social 2013).

- ✓ Iveth María Medina Mendoza, Estudiante Comunicación Social UNAN-León. (III Año Comunicación Social 2013).

- ✓ Esther Daniela Paniagua Ampie, Estudiante Comunicación Social UNAN-León. (III Año Comunicación Social 2013).



ANEXOS

INSTRUMENTO APLICADOS A DUEÑOS DE MEDIOS Y/O EMPLEADORES



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-León
Facultad de Ciencias y Humanidades
Carrera de Comunicación Social



INSTRUMENTO 1.

Guión de entrevista en profundidad administrada a dueños de programas y medios de Comunicación Social de nivel local y nacional

Nombre: _____

Cargo: _____

Agencia de Noticias: _____

GENERALIDADES

1. ¿Cuántos Comunicadores que laboran en este medio proceden de la UNAN-León?
2. ¿Qué requisitos debe cumplir un periodista para laborar en su medio?
3. ¿Considera que el Comunicador Social egresado de la UNAN-León está formado de manera integral y apto para un buen desempeño?
4. ¿Cómo ha sido su experiencia con los empleados egresados de la UNAN-león?
5. ¿Cuáles son las principales fortalezas que observa en un egresado de la UNAN-león?
6. ¿Cuáles son las principales debilidades que posee un egresado de la UNAN-león?
7. ¿Qué diferencias observa en el desempeño laboral de un egresado de la UNAN-león y uno de otras universidades?
8. ¿En su empresa el periodista es sometido a algún proceso de evaluación para determinar si se encuentra apto para desarrollar la labor periodística si es así diga cuál?
9. ¿Qué conocimientos (Teóricos- Prácticos) según Ud., hacen falta para una buena formación de los comunicadores sociales que egresan de la UNAN- León?
10. ¿Qué tipo de Comunicador Social, según su opinión, sale egresado de la UNAN-león?
11. ¿Qué conocimientos teóricos posee?
12. ¿Qué conocimientos prácticos posee?

EL DEBER SER DEL COMUNICACIÓN

1. ¿Cómo definiría el perfil ideal del Comunicador que labora para agencias de noticias?
2. ¿Qué conocimientos de la producción de la noticia debe tener el Comunicador de agencias de información?
3. ¿Qué actitudes y aptitudes debe tener el Comunicador de agencias de información?
4. ¿Según Ud. qué programas informáticos debe manejar?
5. En cuanto a la utilización del lenguaje ¿Cuáles son las exigencias para un Comunicador de agencias de Información?
6. ¿Qué tipos de equipos debe conocer y utilizar el Comunicador?
7. ¿Es necesario que el Comunicador tenga un amplio dominio de otros lenguajes?
8. ¿El Comunicador Social que labora en Agencias de Información debe conocer necesariamente sobre lenguaje radiofónico, audiovisual y televisivo?

EVALUACIÓN DESEMPEÑO PROFESIONAL EN SU AREA

1. ¿Qué habilidades y destrezas posee el Comunicador Social bajo su cargo?
2. ¿Qué actitudes y aptitudes posee el Comunicador Social bajo su cargo?
3. ¿Cuáles son las tareas mínimas que realiza el Comunicador Social en la agencia de noticias?
4. ¿Cree que el Comunicador Social muestra interés por adquirir conocimientos que le permitan salir avante en su trabajo?
5. ¿Cómo valora el resultado del trabajo que desempeña el Comunicador/a Social bajo su cargo?
6. ¿Qué beneficios obtiene Ud. de los conocimientos que tiene el Comunicador/a Social para su empresa?

7. ¿Considera Ud. que el Comunicador Social graduado en la UNAN –León tiene las potencialidades para desenvolverse en el campo laboral, ya sea Nacional o Internacionalmente?

8. ¿Cree muy necesario que los profesionales de Comunicación Social dominen el idioma inglés además de la lengua materna? si la respuesta es sí diga por qué.

9. ¿Si tuviera que adjudicar una nota al egresado de Comunicación Social de la UNAN-león.Cuál sería escoja una en la escala de 0 a 100?

10. ¿Qué sugerencias daría alauniversidad para que forme Comunicador/as Social que Cumpla con los requisitos que su medio exige?



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-León
Facultad de Ciencias y Humanidades
Carrera de Comunicación Social



INSTRUMENTO 1.

Guión de entrevista en profundidad administrada a dueños de programas y medios de Comunicación Social de nivel local y nacional

Nombre: _____

Cargo: _____

Medio Televisivo: _____

GENERALIDADES

1. ¿Cuántos Comunicadores que laboran en este medio proceden de la UNAN-León?
2. ¿Qué requisitos debe cumplir un periodista para laborar en su medio?
3. ¿Considera que el Comunicador Social egresado de la UNAN-León está formado de manera integral y apto para un buen desempeño?
4. ¿Cómo ha sido su experiencia con los empleados egresados de la UNAN-león?
5. ¿Cuáles son las principales fortalezas que observa en un egresado de la UNAN-león?
6. ¿Cuáles son las principales debilidades que posee un egresado de la UNAN-león?
7. ¿Qué diferencias observa en el desempeño laboral de un egresado de la UNAN-león y uno de otras universidades?
8. ¿En su empresa el periodista es sometido a algún proceso de evaluación para determinar si se encuentra apto para desarrollar la labor periodística si es así diga cuál?
9. ¿Qué conocimientos (Teóricos- Prácticos) según Ud., hacen falta para una buena formación de los comunicadores sociales que egresan de la UNAN- León?
10. ¿Qué tipo de Comunicador Social, según su opinión, sale egresado de la UNAN-león?
11. ¿Qué conocimientos teóricos posee?
12. ¿Qué conocimientos prácticos posee?

EL DEBER SER DEL PERIODISTA TELEVISIVO

1. ¿Cómo definiría el perfil ideal del Comunicador que labora para Televisión?
2. ¿Qué conocimientos de la producción de la noticia debe tener el Comunicador Social Televisivo?
3. ¿Qué actitudes y aptitudes debe tener el Comunicador Social Televisivo?
4. ¿Según Ud. qué programas informáticos debe manejar?
5. En cuanto a la utilización del lenguaje ¿Cuáles son las exigencias para un Comunicador Social Televisivo?
6. ¿Es necesario que el Comunicador Social Televisivo tenga un amplio dominio de otros lenguajes?
7. ¿El Comunicador Social que labora en Televisión debe conocer necesariamente sobre lenguaje radiofónico y audiovisual?
8. ¿Que debe de conocer el Periodista de Televisión sobre el lenguaje Televisivo?
9. ¿Que Conocimientos de cámaras, técnicas de Edición, equipo para producir en cine debe tener el periodista Televisivo?

EVALUACIÓN DESEMPEÑO PROFESIONAL EN SU AREA

1. ¿El Comunicador Social posee los conocimientos del equipo a utilizar en televisión?
2. ¿Posee interés para adquirir conocimientos que lo mantengan a la vanguardia en la tecnología?
3. ¿En qué áreas presenta fortalezas el Comunicador Social?
4. ¿Presenta agilidad para la redacción el Comunicador Social?
5. ¿Posee los conocimientos básicos para ubicarse en el contexto político, económico y social?
6. ¿Posee capacidad para buscar y relacionarse bien con las fuentes?
7. ¿Posee agilidad en cuanto a la búsqueda del hecho noticioso?
8. ¿Tiene capacidad de improvisación?

9. ¿Qué beneficios obtiene Ud. de los conocimientos que tiene el Comunicador/a Social para su empresa?

10. ¿Considera Ud. que el Comunicador Social graduado en la UNAN –León tiene las potencialidades para desenvolverse en el campo laboral, ya sea Nacional o Internacionalmente?

11. ¿Cree muy necesario que los profesionales de Comunicación Social dominen el idioma inglés además de la lengua materna? si la respuesta es sí diga por qué.

12. ¿Si tuviera que adjudicar una nota al egresado de Comunicación Social de la UNAN-león.Cuál sería escoja una en la escala de 0 a 100?

13. ¿Qué sugerencias daría alauniversidad para que forme Comunicador/as Social que Cumpla con los requisitos que su medio exige?



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-León
Facultad de Ciencias y Humanidades
Carrera de Comunicación Social



INSTRUMENTO 1.

Guión de entrevista en profundidad administrada a dueños de programas y medios de Comunicación Social de nivel local y nacional

Nombre: _____

Cargo: _____

Medio Radial: _____

GENERALIDADES

1. ¿Cuántos Comunicadores que laboran en este medio proceden de la UNAN-León?
2. ¿Qué requisitos debe cumplir un periodista para laborar en su medio?
3. ¿Considera que el Comunicador Social egresado de la UNAN-León está formado de manera integral y apto para un buen desempeño?
4. ¿Cómo ha sido su experiencia con los empleados egresados de la UNAN-león?
5. ¿Cuáles son las principales fortalezas que observa en un egresado de la UNAN-león?
6. ¿Cuáles son las principales debilidades que posee un egresado de la UNAN-león?
7. ¿Qué diferencias observa en el desempeño laboral de un egresado de la UNAN-león y uno de otras universidades?
8. ¿En su empresa el Comunicador es sometido a algún proceso de evaluación para determinar si se encuentra apto para desarrollar la labor periodística si es así diga cuál?
9. ¿Qué conocimientos (Teóricos- Prácticos) según Ud., hacen falta para una buena formación de los comunicadores sociales que egresan de la UNAN- León?
10. ¿Qué tipo de Comunicador Social, según su opinión, sale egresado de la UNAN-león?
11. ¿Qué conocimientos teóricos posee?
12. ¿Qué conocimientos prácticos posee?

DEBER SER DEL PERIODISTA RADIOFONICO

1. ¿Cómo definiría el perfil ideal del Comunicador que labora para Radio?
3. ¿Qué habilidades y/o destrezas debe poseer el Comunicador radial?
3. ¿Qué actitudes y aptitudes debe tener el Comunicador Radial?

EVALUACIÓN DESEMPEÑO PROFESIONAL EN SU AREA

1. En cuanto a la utilización del lenguaje ¿El egresado de la UNAN-león cumple con las exigencias para el medio radial?
2. ¿Tiene la capacidad de utilizar y manejar el equipo de radio?
3. ¿Posee la versatilidad para manejar varios géneros periodísticos?
4. ¿Tiene la capacidad de improvisación?
5. ¿Cuenta con la capacidad y responsabilidad para desarrollar las actividades encomendadas?
6. ¿Muestra agilidad en la búsqueda de La noticia?
7. ¿Tiene la capacidad de trabajar bajo presión?
8. ¿Cree que el Comunicador Social muestra interés por adquirir conocimientos que le permitan salir avante en su trabajo?
9. ¿Cómo valora el resultado del trabajo que desempeña el Comunicador/a Social bajo su cargo?
10. ¿Qué beneficios obtiene Ud. de los conocimientos que tiene el Comunicador/a Social para su empresa?
11. ¿Considera Ud. que el Comunicador Social graduado en la UNAN –León tiene las potencialidades para desenvolverse en el campo laboral, ya sea Nacional o Internacionalmente?
12. ¿Cree muy necesario que los profesionales de Comunicación Social dominen el idioma inglés además de la lengua materna? si la respuesta es sí diga por qué.
13. ¿Si tuviera que adjudicar una nota al egresado de Comunicación Social de la UNAN-león. Cuál sería escoja una en la escala de 0 a 100?
14. ¿Qué sugerencias daría alauniversidad para que forme Comunicador/as Social que Cumpla con los requisitos que su medio exige?



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-León
Facultad de Ciencias y Humanidades
Carrera de Comunicación Social



INSTRUMENTO 1.

Guión de entrevista en profundidad administrada a dueños de programas y medios de Comunicación Social de nivel local y nacional

Nombre: _____

Cargo: _____

Medio Impreso: _____

GENERALIDADES

1. ¿Cuántos Comunicadores que laboran en este medio proceden de la UNAN-León?
2. ¿Qué requisitos debe cumplir un periodista para laborar en su medio?
3. ¿Considera que el Comunicador Social egresado de la UNAN-León está formado de manera integral y apto para un buen desempeño?
4. ¿Cómo ha sido su experiencia con los empleados egresados de la UNAN-león?
5. ¿Cuáles son las principales fortalezas que observa en un egresado de la UNAN-león?
6. ¿Cuáles son las principales debilidades que posee un egresado de la UNAN-león?
7. ¿Qué diferencias observa en el desempeño laboral de un egresado de la UNAN-león y uno de otras universidades?
8. ¿En su empresa el Comunicador es sometido a algún proceso de evaluación para determinar si se encuentra apto para desarrollar la labor periodística si es así diga cuál?
9. ¿Qué conocimientos (Teóricos- Prácticos) según Ud., hacen falta para una buena formación de los comunicadores sociales que egresan de la UNAN- León?
10. ¿Qué tipo de Comunicador Social, según su opinión, sale egresado de la UNAN-león?
11. ¿Qué conocimientos teóricos posee?
12. ¿Qué conocimientos prácticos posee?

EL DEBER SER DEL PERIODISTA DE MEDIO IMPRESO

1. ¿Qué características debe poseer el periodista que labora en medio impreso?
2. ¿Cómo definiría el perfil ideal del periodista que labore para medio impreso?
3. ¿Qué habilidades y/o destrezas debe poseer el periodista de medio impreso?
4. ¿Qué actitudes y aptitudes debe tener el periodista de medio impreso?

EVALUACIÓN DESEMPEÑO PROFESIONAL EN SU AREA

1. En cuanto a la utilización del lenguaje ¿Cómo es el manejo que hace el Comunicador de este?
2. ¿Qué programas de computación maneja?
3. ¿muestra interés por poseer mayores conocimientos sobre el dominio de otros lenguajes?
4. ¿Conoce el Comunicador Social sobre lenguaje impreso?
5. ¿Maneja las técnicas de redacción, equipo y que otros conocimientos debe tener el periodista de medio impreso?
6. ¿Cómo es el manejo que hace de los diversos géneros periodísticos?
7. ¿Muestra interés por estar en vanguardia con los conocimientos del medio impreso?
8. ¿Posee buen manejo y relaciones con las fuentes de información?
9. ¿Se muestra responsable y comprometido con su labor periodística?
10. ¿Tiene la capacidad de trabajar bajo presión?
11. ¿Cómo valora el resultado del trabajo que desempeña el Comunicador/a Social bajo su cargo?
12. ¿Qué beneficios obtiene Ud. de los conocimientos que tiene el Comunicador/a Social para su empresa?

13. ¿Considera Ud. que el Comunicador Social graduado en la UNAN –León tiene las potencialidades para desenvolverse en el campo laboral, ya sea Nacional o Internacionalmente?

14. ¿Cree muy necesario que los profesionales de Comunicación Social dominen el idioma inglés además de la lengua materna? si la respuesta es sí diga por qué.

15. ¿Si tuviera que adjudicar una nota al egresado de Comunicación Social de la UNAN-león.Cuál sería escoja una en la escala de 0 a 100?

16. ¿Qué sugerencias daría alauniversidad para que forme Comunicador/as Social que Cumpla con los requisitos que su medio exige?



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-León
Facultad de Ciencias y Humanidades
Carrera de Comunicación Social



INSTRUMENTO 1.

Guión de entrevista en profundidad administrada a dueños de programas y medios de Comunicación Social de nivel local y nacional

Nombre: _____

Cargo: _____

Institución: _____

GENERALIDADES

1. ¿Cuántos Comunicadores que laboran en este medio proceden de la UNAN-León?
2. ¿Qué requisitos debe cumplir un periodista para laborar en su medio?
3. ¿Considera que el Comunicador Social egresado de la UNAN-León está formado de manera integral y apto para un buen desempeño?
4. ¿Cómo ha sido su experiencia con los empleados egresados de la UNAN-león?
5. ¿Cuáles son las principales fortalezas que observa en un egresado de la UNAN-león?
6. ¿Cuáles son las principales debilidades que posee un egresado de la UNAN-león?
7. ¿Qué diferencias observa en el desempeño laboral de un egresado de la UNAN-león y uno de otras universidades?
8. ¿En su empresa el Comunicador es sometido a algún proceso de evaluación para determinar si se encuentra apto para desarrollar la labor periodística si es así diga cuál?
9. ¿Qué conocimientos (Teóricos- Prácticos) según Ud., hacen falta para una buena formación de los comunicadores sociales que egresan de la UNAN- León?
10. ¿Qué tipo de Comunicador Social, según su opinión, sale egresado de la UNAN-león?
11. ¿Qué conocimientos teóricos posee?
12. ¿Qué conocimientos prácticos posee?

EL DEBER SER DEL PERIODISTA EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

1. ¿Qué características debe poseer el Comunicador que labora en su institución?
2. ¿Cómo definiría el perfil ideal del Comunicador Social que labore para comunicación institucional?
3. ¿Qué habilidades y/o destrezas debe poseer el Comunicador institucional?
4. ¿Qué actitudes y aptitudes debe tener el Comunicador institucional?

EVALUACIÓN DESEMPEÑO PROFESIONAL EN SU AREA

1. ¿Conoce el Comunicador Social las técnicas básicas de expresión del lenguaje oral y escrito?
2. ¿Está capacitado el Comunicador para realizar las tareas mínimas en comunicación institucional?
3. ¿Maneja el equipo necesario para el ejercicio de su labor?
4. ¿Demuestra interés por adquirir conocimientos tecnológicos que le ayuden a realizar mejor su labor?
5. ¿Posee habilidad para la elaboración de informes?
6. ¿Conoce el Comunicador sobre lenguaje institucional?
7. ¿Se interesa por enriquecer los conocimientos para estar en vanguardia con la comunicación institucional?
8. ¿Posee la habilidad de desarrollar buenas relaciones interpersonales?
9. ¿Es proactivo o toma la iniciativa en cuanto al quehacer laboral?
10. ¿Se relaciona fácilmente y de manera positiva con los medios de información?
11. ¿Cómo valora el resultado del trabajo que desempeña el Comunicador/a Social bajo su cargo?
12. ¿Qué beneficios obtiene Ud. de los conocimientos que tiene el Comunicador/a Social para su empresa?
13. ¿Considera Ud. que el Comunicador Social graduado en la UNAN –León tiene las potencialidades para desenvolverse en el campo laboral, ya sea Nacional o Internacionalmente?

14. ¿Cree muy necesario que los profesionales de Comunicación Social dominen el idioma inglés además de la lengua materna? si la respuesta es sí diga por qué.

15. ¿Si tuviera que adjudicar una nota al egresado de Comunicación Social de la UNAN-león.Cuál sería escoja una en la escala de 0 a 100?

16. ¿Qué sugerencias daría alauniversidad para que forme Comunicador/as Social que Cumpla con los requisitos que su medio exige?

INSTRUMENTO APLICADOS A DOCENTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNAN-LEÓN



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-
León
Facultad de Ciencias y Humanidades
Carrera de Comunicación Social



INSTRUMENTO 2.

*Guión de entrevista en profundidad administrada a Docentes de la Carrera de
Comunicación Social de la UNAN-León*

GENERALIDADES

Nombre: _____

Cargo: _____

1. ¿Considera que el Comunicador Social egresado de la UNAN-león está formado de manera integral y apto para un buen desempeño?
2. ¿Cómo ha sido su experiencia con los Estudiantes de Comunicación Social de la UNAN-león?.
3. ¿Cuáles son las principales destrezas que observa en Estudiante de Comunicación Social de la UNAN-león?
4. ¿Cuáles son las principales habilidades que posee un Estudiante de Comunicación Social de la UNAN-león?
5. ¿Qué deficiencias observa en el desempeño Académico de los Estudiantes de Comunicación Social de la UNAN-león?
- 6.¿Considera que los egresados de Comunicación Social de la UNAN-león al salir están aptos para desarrollar una labor Comunicacional?
7. Qué tipo de Comunicador Social, según su opinión, sale egresado de la UNAN-león?
8. ¿Qué aspecto debería predominar en las materias que constituyen la formación académica del Comunicador: Teórico o Práctico?
9. Lo anterior ¿Qué impacto tiene para el desempeño profesional?

10. ¿La unidad académica que rectora la carrera posee la capacidad para la realización y darle seguimientos a las prácticas profesionales?

INSTRUMENTO APLICADOS A ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNAN-LEÓN



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-León
Facultad de Ciencias y Humanidades
Carrera de Comunicación Social



INSTRUMENTO 3.

Guión de Grupo Focal administrada a Estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la UNAN-León

GENERALIDADES

Nombre: _____

1. ¿Considera que el estudiante de Comunicación Social de la UNAN-león está formado de manera integral y apto para un buen desempeño en el campo laboral?
2. ¿qué habilidades debe poseer un estudiante de Comunicación Social?.
3. ¿el pensum que posee la carrera de Comunicación Social es el más adecuado?
4. ¿cómo estudiante de la carrera de Comunicación Social cual crees que es tu punto débil y por qué?
5. ¿qué características debe tener un Comunicador Social?
6. ¿La formación profesional se vincula a la práctica o la teoría?
7. ¿De qué manera lograríamos Comunicadores Sociales Integrales?
8. ¿Consideras que el tener acceso a nuevas tecnologías significatener herramienta para ampliar nuevas modalidades Comunicativas?.
9. ¿Consideras que imprescindible que la universidad tenga laboratorios para ejercer prácticas de Comunicación?

IMÁGENES

Grupo Focal





Entrevista a Profesores







Entrevista a Jefes de Medios





Licenciatura en Periodismo (L10A09) Plan de estudio 1993

INDICACIONES: Haga Clic sobre la materia de la cual desee obtener más información.
El Sistema generará automáticamente pre requisitos y demás de acuerdo a la materia que elija.

Licenciatura en Periodismo (L10A09) Plan de estudio 1993									
INDICACIONES: Haga Clic sobre la materia de la cual desee obtener más información. El Sistema generará automáticamente pre requisitos y demás de acuerdo a la materia que elija.									
Legenda de colores									
Obligatoria		Electiva, optativa		Humanística		Complementaria			
Legenda de bordes									
Señalada		Es prerrequisito de		Prerrequisitos					
Ciclo 1	Ciclo 2	Ciclo 3	Ciclo 4	Ciclo 5	Ciclo 6	Ciclo 7	Ciclo 8	Ciclo 9	Ciclo 10
ESE114 4 UVs Estructura Sintáctica del Español	IIN214 4 UVs Inglés Intensivo II	IIN314 4 UVs Inglés Intensivo III	DPE114 4 UVs Doctrinas Políticas y Económicas	INE114 4 UVs Introducción a la Economía	DOP114 4 UVs Documentación Periodística	AIN114 4 UVs Agencias Informativas	CDC114 4 UVs Crítica de Cine	EPE114 4 UVs Ética Periodística	PERA1 0 UVs Programa Especial de Retuerzo Académico
FMM114 4 UVs Fundamentos de Metodología de la Investigación Científica	LRE114 4 UVs Lectura y Redacción Española	IPU114 4 UVs Introducción a la Publicidad	FPE114 4 UVs Fotografía Periodística	PIE114 4 UVs Política Internacional Contemporánea	PEM114 4 UVs Periodismo Económico	DM114 4 UVs Derecho de Información	OPU114 4 UVs Opinión Pública	ISAT114 4 UVs Información y Sociedad Actuales	SPP114 4 UVs Seminaro Taller de Producción Periodística
IAP114 4 UVs Introducción al Periodismo	MSE114 4 UVs Movimientos Sociales en El Salvador I	MSE214 4 UVs Movimientos Sociales en El Salvador II	IIN414 4 UVs Inglés Intensivo IV	RP114 4 UVs Redacción Periodística para Medio Impreso	PRC114 4 UVs Política Regional Contemporánea	PDO114 4 UVs Periodismo Deportivo	PCE114 4 UVs Políticas Informativas y Culturales en El Salvador	PAL114 4 UVs Periodismo Alternativo	
IIN114 4 UVs Inglés Intensivo I	SMG114 4 UVs Semiotica General	SM114 4 UVs Semiotica de la Imagen	RPB114 4 UVs Relaciones Públicas	RRT114 4 UVs Redacción Periodística para Radio y Televisión	STP114 4 UVs Semiotica del Texto Periodístico	PIV114 4 UVs Periodismo de Investigación I	PIV214 4 UVs Periodismo de Investigación II	PCU114 4 UVs Periodismo Cultural	TRG114 0 UVs PROCESO DE GRADO
TC114 4 UVs Teoría de la Comunicación y de la Información I	TC214 4 UVs Teoría de la Comunicación y de la Información II	TM114 4 UVs Tecnología de los Medios Impresos I	TM214 4 UVs Tecnología de los Medios Impresos II	TMA114 4 UVs Tecnología de los Medios Audiovisuales I	TMA214 4 UVs Tecnología de los Medios Audiovisuales II	PRT114 4 UVs Presentación de Noticias para Radio y Televisión	PTV114 4 UVs Producción de Noticias para Televisión	PRR114 4 UVs Producción de Noticias para Radio	