



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

**Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas  
Carrera de Comunicación para el Desarrollo**

**“2022: VAMOS POR MÁS VICTORIAS EDUCATIVAS”**

**Análisis del efecto del Comunicador para el Desarrollo como profesional en la Gestión de las Relaciones Públicas desde la percepción de los estudiantes de IV y V año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, durante el II semestre de 2022**

**Tesis para optar al grado de  
Licenciada en Comunicación para el Desarrollo**

**Autora**

**Bra. Estrella Grissellia García**

**Tutor y Asesor Metodológico**

**MSc. Bryan Alexander Jaime Manzanarez**

**Managua, Noviembre de 2022**





UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA



**FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURÍDICAS  
COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

*"2022: Vamos por más Victorias Educativas"*

## CONSTANCIA

Por medio de la presente remito mi aprobación del documento de Tesis Monográfica con el tema **Análisis del efecto del Comunicador para el Desarrollo como profesional en la Gestión de las Relaciones Públicas desde la percepción de los estudiantes de IV y V año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, durante el II semestre de 2022**, elaborado por la Bra. Estrella Grissellia García, puesto que cumple con las normativas institucionales para su reproducción.

Dado en la ciudad de Managua, Nicaragua a los quince días del mes de diciembre del año 2022 para fines de incorporación en esta Tesis.

**MSc. Bryan Alexander Jaime Manzanarez**  
Tutor y Asesor Metodológico



*¡A la libertad por la Universidad!*

## **Dedicatoria**

Dedico esta tesis Monográfica, con todo mi amor a mi Madre Jazmina Salvadora Barberena García, a mis abuelas Juanita Evangelista Parrales Rojas y a Gregoria Salvadora Sánchez (Q.E.P.D), que físicamente no están pero que siempre esperaron este momento que al final pude lograr, pero sé que desde donde estén estarán feliz al igual que yo, por este logro por todo ese amor, valores, respeto, honestidad y humildad que me inculcaron, y ese deseo de superación, y a mis hermanos por todo su apoyo.

Dedico también, esta tesis Monográfica a todas aquellas personas que un día se dieron cuenta, que la vida sigue y que con la fe dentro de uno si se puede avanzar, por todas ellas, que siguen luchando día a día, por llegar a la meta.

Por todos los que creyeron en mí, y los que no creyeron a ellos también se la dedico...

## **Agradecimientos**

Doy las gracias con las manos al cielo y doblando rodillas a mi Dios celestial y a mi Madre Santísima la Virgen María por haberme dado a fuerza, la resiliencia día a día en mis momentos de duda y flaqueza ahí siempre estaban acompañándome y dando fuerza mental y espiritual por darme la salud, la sabiduría. Agradezco, a mi Madre, a mis hermanos, a mi familia que siempre estuvieron al pendiente de mi camino que decidí emprender y el ultimo boleto de mi vida hacia una meta que nunca pensé terminar ni estudiar como lo es una carrera profesional a todos ellos, gracias por su ayuda y confianza los amo. Así como también agradezco, a todas las personas que me ayudaron de una u otra forma en mi camino profesional en estos cinco años, de estudio que siempre estuvieron cuando necesite de su ayuda a todos ellos le agradezco y se les quiere y se les lleva en el corazón nunca olvidare su apoyo.

A la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-Managua) por ser un alma máter de estudios superiores en la cual los estudiantes forjan su camino hacia nuevas metas y la principal el de recibirse como profesional, a los Maestros de la carrera de Comunicación para el Desarrollo por su don de la enseñanza por forjarnos como futuros Comunicadores y darnos parte de su tiempo y sabiduría a nosotros los alumnos.

En especial a mi tutor MSc. Bryan Alexander Jaime por su tiempo y apoyo en mi tesis Monográfica y ser un excelente docente, gracias Maestro.

## ÍNDICE

<b>Dedicatoria.....</b>	<b>2</b>
<b>Agradecimientos.....</b>	<b>4</b>
<b>I. Introducción.....</b>	<b>10</b>
<b>II. Antecedentes.....</b>	<b>11</b>
2.1 Ámbito internacional.....	11
2.2 Ámbito Nacional .....	12
<b>III. Justificación.....</b>	<b>14</b>
<b>IV. Planteamiento del problema .....</b>	<b>15</b>
4.1 Caracterización.....	15
4.2 Delimitación .....	16
4.3 Formulación .....	16
4.4 Sistematización.....	16
<b>V. Objetivos.....</b>	<b>18</b>
5.1 Objetivo General .....	18
5.2 Objetivos específicos.....	18
<b>VI. Marco teórico .....</b>	<b>19</b>
6.1 Relaciones Públicas.....	19
6.2 Evolución histórica y actual de las Relaciones Públicas (RR. PP) .....	20
6.3 Origen de las Relaciones Públicas .....	20
6.4 Importancia de las Relaciones Públicas .....	22
6.5 Principales Teóricos de las Relaciones Públicas.....	22

6.6. Las primeras teorizaciones de las Relaciones Públicas por Edward Bernays.....	23
6.6.1 Tipos de Relaciones Públicas.....	24
6.6.2 Las funciones y el impacto de las Relaciones Públicas .....	24
6.7 Funciones de las Relaciones Públicas en el ámbito laboral .....	25
6.8 Percepción en las Relaciones Públicas.....	27
6.9 Efecto del comunicador para el Desarrollo en las Relaciones Públicas desde la percepción en el ámbito laboral .....	27
6.10 Proyección laboral en las Relaciones públicas.....	29
6.11 Herramientas de las Relaciones públicas .....	30
6.12 La gestión en la Comunicación en las Relaciones públicas .....	31
6.13 Tipos de Gestión en la Comunicación (GC) en las Organizaciones y empresas	33
6.14 Desarrollo de las Relaciones Públicas y la Gestión de la Comunicación .....	34
6.15 Las Relaciones Públicas y el Marketing .....	34
6.15.1 Características y Finalidades del Marketing .....	36
6.16 Importancia del rol del Comunicador desde la gestión de las Relaciones públicas	36
6.17 Características de un Comunicador para el Desarrollo en habilidades y destrezas	37
6.18 Rol empresarial del Comunicador para el Desarrollo desde las Relaciones Públicas .....	38
<b>VII. Diseño Metodológico.....</b>	<b>40</b>
Tipo de estudio .....	40
Área de estudio.....	41
Unidad de estudio.....	41

Universo y Muestra .....	41
Métodos y técnicas .....	42
7.1 Matriz de Operacionalización de Variables (MOVI) .....	45
<b>IX. Conclusión .....</b>	<b>51</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>53</b>
<b>X. Referencias .....</b>	<b>55</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>58</b>

## **Resumen**

Las Relaciones públicas hoy en día son fundamentales ya que, sin Comunicación, no puede haber relaciones con el público, no puede existir comunicación interna y externa, en una institución o empresa haciendo necesario que cada estudiante conozca el rol del Comunicador para el Desarrollo. El efecto que tiene un Comunicador para el Desarrollo en las Relaciones Públicas es sin duda alguna de gran aprovechamiento tanto para un profesional como comunicador, así como para una opción alternativa desde el ámbito laboral en el que se pretenda a optar por un perfil, desde las bases del conocimiento pleno que adquiere un Comunicador para el Desarrollo. La carrera de Comunicación para el Desarrollo cuenta con tres asignaturas especializadas en Relaciones Públicas: “Técnicas de las Relaciones Públicas”, “Relaciones Públicas y Legitimidad” e “Imagen e Identidad Institucional”, las cuales aportan las competencias necesarias para poder desempeñarse en esta área desde el campo profesional. Sin embargo, el tema de las Relaciones Públicas, desde la gestión que realiza un Comunicador para el Desarrollo.

**Palabras clave:** Relaciones Públicas, Comunicación para el Desarrollo, Gestión de la Comunicación, Oportunidades Laborales, Formación Profesional, Habilidades y Destrezas.

## **Abstract**

Public Relations today are fundamental since, without Communication, there can be no relations with the public, there can be no internal and external communication, in an institution or company, making it necessary for each student to know the role of the Communicator for Development. The effect that a Communicator for Development has on Public Relations is undoubtedly of great use both for a professional and a communicator, as well as for an alternative option from the workplace in which one intends to opt for a profile, from the bases of full knowledge that a Development Communicator acquires. The Communication for Development career has three specialized subjects in Public Relations: "Public Relations Techniques", "Public Relations and Legitimacy" and "Institutional Image and Identity", which provide the necessary skills to be able to work in this area. from the professional field. However, the issue of Public Relations, from the management carried out by a Communicator for Development.

**Keywords:** Public Relations, Communication for Development, Communication Management, Job Opportunities, Vocational Training, Skills and Skills.

## I. Introducción

*Creo que la Sociedad nos está obligando, a desbordar los límites de lo que nosotros conocíamos antes, por Comunicación...* José Antonio Llorente (LL. & CC, 2015)

Las Relaciones Públicas y la Gestión de la Comunicación en la actualidad juegan, un papel muy importante y necesario en las empresas e instituciones. Están conceptualizadas y definidas, como una correlación entre ambas que sin duda alguna no se pueden desprender una de la otra. Siendo así de gran utilidad, donde se antepone estos argumentos y explicaciones sobre las Relaciones Públicas; como disciplina y de gran efectividad en el mundo actual en el que se vive.

Estamos hablando del efecto del Comunicador para el Desarrollo como profesional, en la gestión de las Relaciones Públicas. Su participación desde los conocimientos adquiridos y desde sus habilidades y destrezas en su aprendizaje académico, que brinda la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-Managua).

Ahora bien, en el desarrollo de la presente investigación se abordan los objetivos planteados y propuestos para conocer las percepciones de los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo, sobre la gestión de las Relaciones Públicas, asimismo se pretende analizar qué tanto se conoce o es de interés como una especialidad durante su formación académica, y después su inserción al ámbito laboral desde la práctica la efectividad y oportunidades para un Comunicador para el Desarrollo.

## II. Antecedentes

A continuación, se presentarán los trabajos investigativos de otros autores, los cuales se tomaron en cuenta y son de mucha importancia para el análisis del mismo en el cual se pretende encontrar esas aproximaciones del objeto de estudio.

### 2.1 Ámbito internacional

En el ámbito internacional, se consultaron los siguientes antecedentes respecto al tema El efecto del Comunicador para el Desarrollo como profesional, en la gestión de las Relaciones Públicas.

Una de las investigaciones corresponde a “El perfil del Comunicador especializado en la Relaciones Públicas en Madrid- España” por Estopiñan (2014) con el propósito de obtener un Trabajo de fin de grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Rey Juan Carlos (URC) en España.

Esta investigación proporciona mucha información sobre la definición del perfil del Comunicador desde sus habilidades y destrezas en su formación, desde la base del conocimiento adquirido en las Relaciones Públicas y ponerlas en prácticas en las organizaciones y las empresas, abordando las descripciones del perfil de un Comunicador que busca conocer dichas características en la gestión de las Relaciones Públicas.

No obstante, esta tesis describe muy claro el rol que debe tener un Comunicador desde su participación y conocimiento empresarial y organizacional, donde Estopiñan (2014) concluye que existe una correlación significativa en el papel del Comunicador desde la gestión en las organizaciones y empresas.

De igual manera, se logró consultar otro estudio de suma importancia “Las Relaciones Públicas y la gestión de la comunicación” por Bobadilla (2016) con el propósito de presentar el caso del Instituto del Sur Mar del Perú (IMARPE), de la Universidad de San Martín de

Porres en Perú, donde se concluyó que en las diferentes dimensiones de las Relaciones Públicas y la gestión de la Comunicación (GC), se observó que la mayoría de los consultados alcanzaron coeficientes de correlación significativos, dando como resultado una relación directa entre ambas variables, sin embargo, la investigación se da desde el enfoque de gestión de la Comunicación de las Relaciones Públicas y el desempeño del Comunicador desde la gestión empresarial en su función.

Mientras tanto, al igual que los otros autores consultados también se analizó un video documental disponible en YouTube “Comunicar – Conversar: La Reputación en la Sociedad de hoy” Por Brand Film Llorente & Cuenca, durante el año 2015.

Este documental muestra y detalla todo lo referente, al trabajo del Comunicador para el Desarrollo desde la gestión en las organizaciones y empresas en las Relaciones Públicas. Donde se concluye que se puede hacer Comunicación desde la Gestión de las Relaciones Públicas como una herramienta del Comunicador para su desempeño basado en sus conocimientos profesionales.

Por otro lado, se pudo identificar otra investigación “Las Relaciones Públicas como factor clave de la Gestión empresarial” esta tesis fue realizada por Alegría, Andrade & Pla en el año 2009. En el cual los autores destacan la necesidad de hacer buenas Relaciones Públicas, así como dar a conocer la importancia de la gestión desde las Relaciones Públicas desde sus herramientas para ser aplicadas dentro de las instituciones y empresas desde las estrategias que se deben utilizar y llevar a cabo.

## **2.2 Ámbito Nacional**

Finalmente, a nivel nacional se indagó información de suma importancia “Comunicaciones Integradas de Marketing y las Relaciones Públicas como una herramienta promocional” realizado por Trejos & Márquez (2017) con el fin de obtener el título de

Licenciatura en Mercadotecnia de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-Managua).

Esta investigación se realizó para recolectar información sobre Relaciones Públicas como herramienta promocional para el desarrollo de un producto donde juegan un papel importante dentro de las Comunicaciones integradas de Marketing, debido a que permite a la compañía alcanzar sus objetivos publicitarios y de Marketing, así como la sincronización de acciones y la forma en que estas son percibidas por la audiencia segmentada, siendo un enfoque relacionada al Marketing desde la integración de la Comunicación la conexión de Marketing y las Relaciones Públicas como base fundamental de herramienta para el Comunicador.

### **III. Justificación**

La importancia de las Relaciones Públicas en la Carrera de Comunicación para el Desarrollo, está dirigida a la formación de los estudiantes ya que puede llegar a ser importante y de gran beneficio al momento de su inserción al enfrentarse a la vida como profesional.

El motivo por el cual, se decidió realizar esta investigación titulada el efecto del Comunicador para el Desarrollo como profesional, en la gestión de las Relaciones Públicas.

De esta forma, se puede decir que las Relaciones públicas hoy en día son fundamentales ya que, sin Comunicación, no puede haber Relaciones con el público, no puede existir Comunicación interna y externa, en una institución o empresa, haciendo necesario que cada estudiante conozca el rol del Comunicador para el Desarrollo.

Por lo tanto, esta investigación retomó la línea de investigación de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo, en Planificación de la Comunicación bajo la sub-línea de Relaciones Públicas, ya que se analiza la Gestión en la Comunicación desde las asignaturas de Relaciones Públicas, así como Imagen e Identidad Institucional para el reforzamiento y reconocimiento entre los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo hacia el ámbito laboral.

Asimismo, desde la percepción clara y concisa de: Llorente & Cuenca (2015), “antes para los Comunicadores la comunicación era informar, hoy en día es un proceso más complejo. Implica escuchar, entender lo que está pasando con la sociedad, toma parte en la conciencia, que se produce en la sociedad” (Comunicar es Conversar, minuto 00:30/47:48, LL & Cuenca).

## **IV. Planteamiento del problema**

### **4.1 Caracterización**

Las Relaciones Públicas y la Gestión en la Comunicación desde las instituciones y empresas, que en la actualidad han tomado gran protagonismo a grandes escalas, la urgencia de hacer gestión utilizando la Comunicación como base fundamental, para ser entendida, comprendida y para un buen funcionamiento laboral brindando gran aporte Social a los futuros Comunicadores para el Desarrollo.

En todo lo referente a la Gestión de la Comunicación (GC), que es conocida en el Plan de estudio como, Imagen e Identidad desde lo interno y externo de una empresa, y desde la Comunicación en base a los conocimientos adquiridos por ellos mismos, de estas estrategias derivadas de las Relaciones Públicas.

Sin embargo, con el paso de los años ha crecido la demanda de que en cada empresa e institución debe existir un espacio muy reconocido y gestionado, por un Comunicador para el Desarrollo.

Esta investigación es de relevancia porque aporta al campo laboral del Comunicador para el Desarrollo para conocer que las Relaciones Públicas son una disciplina que aporta mucho a la Carrera de Comunicación para el Desarrollo, que debe tener su espacio como una especialidad propia y auténtica como las existentes como son la Televisión, la Radio y el Periódico.

Por lo tanto, existe el Perfil del Comunicador para el Desarrollo desde las Relaciones Públicas que en la actualidad no está, muy clara para un estudiante de Comunicación para el Desarrollo, desde el ámbito laboral, por ello se determina como una problemática la percepción en las Relaciones Públicas en la Gestión del Comunicador para el Desarrollo.

## **4.2 Delimitación**

La Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-Managua) en su compromiso como una institución de Educación Superior Nicaragüense, cuenta con la Carrera de Comunicación para el Desarrollo, en la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas con docentes altamente capacitados en las diferentes asignaturas del Plan de Estudios.

La Carrera de Comunicación para el Desarrollo cuenta con tres asignaturas especializadas en Relaciones Públicas: “Técnicas de las Relaciones Públicas”, “Relaciones Públicas y Legitimidad” e “Imagen e Identidad Institucional”, las cuales aportan las competencias necesarias para poder desempeñarse en esta área desde el campo profesional.

Sin embargo, el tema de las Relaciones Públicas, desde la gestión que realiza un Comunicador para el Desarrollo. Debe de ser conocido por los estudiantes desde el punto de vista objetivo como una oportunidad en el ámbito laboral, ya que se pretende conocer el interés de ellos y su percepción.

## **4.3 Formulación**

Ahora bien, a partir de la caracterización y delimitación del problema antes expuesto, se plantea la siguiente pregunta principal del presente estudio:

¿Qué percepción tienen los estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo sobre las Relaciones Públicas en la UNAN-Managua durante el segundo semestre 2022?

## **4.4 Sistematización**

1. ¿Cuáles son las habilidades y destrezas derivadas de la formación académicas de las asignaturas vinculadas a las Relaciones Públicas y la gestión de la Comunicación en los estudiantes de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo de IV y V año de la UNAN-Managua durante el II semestre de 2022?

2. ¿Cuál es la importancia de las Relaciones Públicas desde el rol del Comunicador para el Desarrollo durante su formación académica para su inserción, al ámbito laboral a partir del conocimiento pleno de formación profesional, en los estudiantes de IV y V año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua en el II semestre de 2022?
3. ¿Cuál es la percepción que tienen los estudiantes de IV y V año de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua en el II semestre de 2022 acerca de las gestiones de las Relaciones Públicas y las oportunidades laborales?

Cabe destacar que los motivos por los cuales se ha realizado la investigación, el efecto del Comunicador desde la gestión de las Relaciones Públicas es para el conocimiento pleno, hacia los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo en su aprendizaje y percepción al momento de desarrollarse como profesional.

## V. Objetivos

### 5.1 Objetivo General

Analizar el efecto del Comunicador para el Desarrollo como profesional en la gestión de las Relaciones Públicas desde la percepción de los estudiantes de IV y V año de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua durante el II semestre de 2022.

### 5.2 Objetivos específicos

- ✓ Identificar las habilidades derivadas de la formación académica en las asignaturas vinculadas a las Relaciones Públicas en los estudiantes de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo de IV y V año de la UNAN-Managua durante el II semestre de 2022.
- ✓ Describir la importancia de las Relaciones Publicas desde el rol del Comunicador para el Desarrollo durante su formación académica para su inserción al ámbito laboral a partir del conocimiento pleno de formación profesional en los estudiantes de IV y V año de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua durante II semestre de 2022.
- ✓ Valorar la percepción de los estudiantes de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo desde las gestiones de las Relaciones Públicas sobre las oportunidades laborales desde su desempeño profesional en los estudiantes de IV y V año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua durante el II semestre de 2022.

## **VI. Marco teórico**

En este punto se analizan las diferentes posturas de los autores, donde se establecerá y analizarán cada perspectiva de ellos, desde lo teórico que describirá y desarrollará las actitudes, cualidades y características en su función del efecto del Comunicador para el Desarrollo en la gestión de las Relaciones Públicas.

### **6.1 Relaciones Públicas**

En relación a las asignaturas, que tiene el plan de estudio de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo. Como lo son Relaciones Públicas y Legitimidad e Imagen de Identidad Institucional y Técnicas de las Relaciones Públicas, están estrechamente ligadas siendo estas asignaturas en el que los estudiantes de la carrera antes mencionada, adquieren habilidades y destrezas que los aproxime a tener una opción beneficiosa en su profesión como Comunicador para el Desarrollo.

Ahora bien, se puede decir que las Relaciones Públicas toman protagonismo en la antigüedad ya que se veían acciones que claramente definían la forma de hacer Relaciones públicas en las sociedades tribales, eran utilizadas en cierto modo para promover el respeto a la autoridad de un jefe. (Alegría et al., 2015).

Sin embargo, las Relaciones Públicas tiende a ser una herramienta fundamental dador de estrategias, para la representación de una imagen de una empresa, organización o institución al respecto este autor señala “Las relaciones públicas se han definido como el establecimiento de canales de Comunicación en los dos sentidos, sirviendo de vehículo para que el público sepa quiénes somos, que hacemos, que le ofrecemos y en última instancia que perciba la imagen de nuestra empresa” (Mercado, 2000, p.14).

Al mismo tiempo, en esta teoría se alcanza una perspectiva en el análisis de las Relaciones Públicas ya que han sido de mucha importancia desde el uso de la Comunicación, como para lograr un objetivo usando la persuasión con un fin y propósito ya sea propio o grupal

de cómo se quiere ser escuchado, o como se pretende que el producto sea visto, vendido, y reconocido.

De esta manera, las Relaciones Públicas Según Kotler y Armstrong (2008) son la “actividad profesional que se ocupa de promover o prestigiar la imagen pública de una empresa o de una persona mediante el trato personal con diferentes personas o entidades” (p.14).

Por tal razón las Relaciones Públicas se definen, desde un papel principal que puede ser de mucha ayuda en la imagen de una empresa, organización e institución desde la utilización de las estrategias desde un plan y sobre todo desde la imagen de reputación, para elevar el prestigio de la empresa e institución que se está trabajando.

## **6.2 Evolución histórica y actual de las Relaciones Públicas (RR. PP)**

Las Relaciones Públicas, fueron muy manejadas y utilizadas por los distintos escenarios desde épocas distintas, tanto ha sido su desarrollo que han tomado protagonismos sin saberlo y sin antes llamarse así.

Mientras tanto, tal como refieren estos autores que en el siglo XIX fue un período de crecimiento y expansión de Estados Unidos. También fue la edad dorada del agente de prensa, que el Westerns New Word Dictionary define como «una persona que trabaja para lograr cobertura mediática (Publicity) para un individuo, una organización, etc. También fue la era del hype, la hábil utilización de los medios y otros instrumentos para promocionar a un individuo, una causa o incluso un producto o servicio, como un circo. (Trejos y Márquez, 2017, p. 19).

## **6.3 Origen de las Relaciones Públicas**

Ahora bien, se presume que a ciencia cierta no hay una definición clara de cuándo y dónde surgió o aparecieron las Relaciones públicas, pero si existen muchos conceptos referentes a su surgimiento.

Las Relaciones humanas son la base de la existencia de las Relaciones Públicas por esta razón y de esta forma, existen diferentes posturas sobre el origen de las Relaciones Públicas al respecto, Trejos y Márquez (2017), plantean que la praxis de las Relaciones Públicas es sin duda alguna de épocas pasadas, como el surgimiento de la Comunicación humana.

Las Relaciones entre los humanos, son la base de la existencia de las Relaciones Públicas por esta razón y de esta forma, existen diferentes posturas sobre el origen de las Relaciones Públicas al respecto, Trejos y Márquez (2017), plantean que la praxis de las Relaciones Públicas es sin duda alguna de épocas pasadas, como el surgimiento de la Comunicación humana.

El desenvolvimiento desde la Comunicación a través, de las civilizaciones ya se utilizaban términos muy conocidos como la persuasión para que el pueblo aceptara a sus gobernantes abarcando también, lo religioso donde también sin saber se utilizaban lo que conocemos hoy como estrategias.

En relación a esto, sobre las Relaciones Públicas este autor señala que son una base fundamental de transformación y ordenanza, conceptualizaciones y características que siempre han estado en la vida del ser humano, en lo económico, social, y político; el año de 1940 se presume que se empezó a hablar y conocer más de las Relaciones Públicas en un discurso de una figura pública Dorman Eaton con el título “The Public Relations and the Legal Profession se conoce también que las Relaciones públicas tuvieron participación en la independencia Norte americana; se concibe que el precursor de la independencia americana fuera Sam Adams que en su momento se le conoció como, el padre de las agencias de prensa (Mercado, 2000, p.77).

## **6.4 Importancia de las Relaciones Públicas**

Las Relaciones Públicas es en esencia, “Comunicar” algo tan importante y de carácter atractivo ya sea, desde un producto, imagen de una empresa, imagen de una persona y es clasificada desde la atención del público, que se siente atraído por esa persuasión fija y exacta.

Ahora bien, esto implica que su importancia es sin duda alguna tan influyente hoy en día en las masas, a quienes los Relacionistas Públicos de la gestión de la Comunicación ejercida mayor mente por los Comunicadores, de este modo según Trejos y Márquez (2017), “Los departamentos de Relaciones Públicas desempeñan las siguientes cinco actividades, relaciones con la prensa, publicidad del producto, Comunicaciones corporativas, gestoría, la mayor parte de las cuales no proporcionan el apoyo directo al producto” (p.12).

## **6.5 Principales Teóricos de las Relaciones Públicas**

Han surgido muchos teóricos que han aportado de manera positiva sobre que es o cual es la función de las Relaciones Públicas ya que, sin duda alguna, estas aportaciones teóricas servirán para el estudio y conocer sus perspectivas asertivas de sus investigaciones, que son y para qué sirven las Relaciones Públicas, desde sus experiencias en el ámbito laboral público y privado y que, por medio de ellas, han determinado varios puntos a continuación, se presentaran algunos de estos teóricos.

Ahora bien, de tal forma para Boiry (1998), “El inicio de las relaciones públicas se asocia al ámbito profesional, ya que es una actividad ligada con el mundo industrial y se adopta a las necesidades de aquel. Surgen a partir de la necesidad Sociológica de dirigirse a los colectivos y en circunstancias en las que se siente la necesidad de Comunicar determinadas concepciones o ideas” (p.17).

## **6.6. Las primeras teorizaciones de las Relaciones Públicas por Edward Bernays**

Ya que para Bernays (1990): su teoría estaba enfocada en que las Relaciones Pública, vienen de la interacción y catalogados según él, por Científicos Sociales donde presume que existen tres funciones en las Relaciones públicas que se deben de desempeñar en ellas.

Definir los objetivos comunes entre organización y sus públicos, asesorar como experto sobre las relaciones con esos públicos y que sean satisfactorias para las dos partes, Intentar descubrir, por medio de la investigación, qué ajustes o desajustes hay entre la organización y sus públicos.

### **Mientras tanto la teoría de Scott Cutlip y Allen Center plantea:**

De esta forma Castillo (2010): Cutlip y Center son, junto con James Grunig, los investigadores que más han teorizado sobre las relaciones públicas y sus obras son de más extendidas en el estudio de la materia. Cutlip y Center publicaron una de las principales obras de referencia de las Relaciones Públicas en 1952 *effective Public relations*, englood Cliff, prentice-hall, que entendía las Relaciones Públicas, siguiendo el criterio establecido por Bernays, como una actividad de las organizaciones y enfocada a establecer una Comunicación recíproca entre organización y opinión pública para influir en ésta. Así, su perspectiva de las Relaciones Públicas es la de una actividad dirigida a la opinión pública con la intención de influir. Posteriormente, estos autores han reformulado su teoría para, conjuntamente con Broom, publicar una nueva versión de su obra con el mismo título en el año 2000 (editada en castellano por gestión 2000 con el título *Relaciones Públicas eficaces en el 2001*). (p.21)

Sin embargo, para otros autores el surgimiento de las Relaciones Públicas desde sus conceptualizaciones refiere los razonamientos expuestos por Mercado (2000), “Se considera a Ivy Lee el padre de las relaciones públicas. En 1935 numerosas universidades daban ya cursos

de relaciones públicas; está fue la época del afianzamiento de ellas a partir de la cual han sido reconocidas éstas como necesarias para las instituciones” (p.15).

### **6.6.1 Tipos de Relaciones Públicas**

Sin embargo, existen diferentes tipos de Relaciones Públicas las cuales se realizan en diferentes escenarios, pero que sin duda la función de un Comunicador para el Desarrollo son las mismas, tales como:

- ✓ **Relaciones Públicas empresariales:** Refiriéndose a la Comunicación con otras compañías.
- ✓ **Relaciones Públicas políticas:** se refiere con los partidos políticos y sus representantes.
- ✓ **Relaciones públicas institucionales:** se refiere a las instituciones no gubernamentales

### **6.6.2 Las funciones y el impacto de las Relaciones Públicas**

Las Relaciones Públicas desde la percepción y captación del público conocedor e involucrado, en el mundo de las Relaciones Públicas. Ha sido de gran impacto en la actualidad, desde un mundo diversificado, moderno, y desde lo tecnológico tomando así gran impacto Socio-económico.

Ahora bien, según Kotler y Armstrong (2007) “Las Relaciones Públicas pueden tener un fuerte impacto en la conciencia Pública aún costo mucho menos que la publicidad. Las compañías no pagan por el espacio o tiempo en los medios de Comunicación, sino que les paga aún personal para desarrollar y distribuir información para organizar eventos” (p.13).

Así mismo, el impacto de las Relaciones públicas desde su papel, en el ámbito laboral que resulta ser, tan atractivo para muchas personas quienes se quieren dedicar a esta especialidad como Relacionista Público.

Pero se podría decir que las Relaciones públicas; se presenta con una pequeña porción del presupuesto general que se le otorga del Marketing desde la mayoría en las compañías, cada

vez representan un papel muy importante en la elaboración de la marca como tal, hacia su público externo (Trejos y Márquez, 2017).

## **6.7 Funciones de las Relaciones Públicas en el ámbito laboral**

Por lo tanto, las funciones de las Relaciones Públicas son esencialmente la clave para una buena realización de las actividades que se deben de hacer, en una organización y empresa, para desarrollar y crear métodos estratégicos para llegar a sus públicos siendo estos públicos interno y externo.

Sin embargo “La existencia de una serie de funciones que desarrollan los profesionales de las relaciones públicas en su quehacer cotidiano. Esos roles que adoptan han sido catalogados por Cutlip, Center y Broom (2001, p.73-81) en cuatro tipos” citado por (Castillo, 2010, p. 23).

### **Dentro de estos roles están:**

1. Técnico en Comunicación, cuya función consiste en escribir y redactar cartas a los empleados, comunicados de prensa y crónicas, desarrollar el contenido de las páginas web y tratar con las personas de contacto en los medios de comunicación. Este tipo de profesional es el encargado de implementar y realizar el conjunto de acciones y herramientas planificadas, sin tener competencia en el proceso de dirección de los objetivos y en ocasiones, ni siquiera en las finalidades perseguidas.
2. Prescriptor experto (expert prescriber), que define los problemas, desarrolla los programas y se responsabiliza de su concreción. Es la persona especializada en resolver cuestiones relacionadas con las relaciones públicas y el resto de los directivos.
3. Mediador de Comunicación (communication facilitator), que sirve como enlace entre una organización y sus públicos y cuyas funciones la de realizar una Comunicación bidireccional, facilitar el intercambio y el entendimiento mutuo, eliminar barreras a la Comunicación y mantener abiertos los canales de Comunicación. Sería la persona

encargada de sustentar una relación constante con el entorno para que, a partir de ese contacto, sepa discernir las modificaciones que están aconteciendo en el contexto en el que actúa las organizaciones delegan en él/ella la solución de los problemas comunicativos.

4. Mediador en la resolución de problemas (problema solving facilitators), cuya labor consiste en colaborar con otros directivos para definir y planificar las actuaciones organizativas, convirtiéndose así en miembro que participa activamente en la planificación y dirección estratégica. Es el encargado de coordinar y dirigir el proceso de las relaciones públicas que se produce en cualquiera de las partes de la organización. Consecuentemente, planifica, cambia, decide y evalúa todos los aspectos estratégicos en comunicación.

Además, cada profesional tiene su espacio de oficina de la empresa que labora, para este autor define cada una de estas funciones del Comunicador para el Desarrollo. Según Kotler (2007), “El departamento de las relaciones públicas desempeña todas o cualquiera de las siguientes funciones” (p. 21).

**A continuación, cada uno de estas funciones son:**

- ✓ Entablar relaciones con la prensa o fungir como agencia de prensa: Generar y publicar información en los medios de noticias para atraer la atención hacia una persona, producto o servicio.
- ✓ Hacer publicidad del producto: Hacer publicidad de productos específicos.
- ✓ Encargarse de asuntos públicos: Establecer y mantener relaciones comunitarias nacionales o locales.
- ✓ Hacer cabildeo: Establecer y mantener relaciones con legisladores y funcionarios del gobierno para influir en las leyes y reglamentos.

- ✓ Entablar relaciones con inversionistas: Mantener relaciones con los accionistas y otros miembros de la comunidad financiera.

## **6.8 Percepción en las Relaciones Públicas**

La percepción puede determinarse cómo la imagen que puede una persona tener hacia otra desde su punto de vista, en lo visual para poder emitir un juicio de ella. Por otro lado, según Codorniu (2012), “las Relaciones Públicas gestionan la identidad. La identidad es lo que acaba generando una imagen que se ajusta con el comportamiento. Si la imagen que tiene un individuo la comparten muchos, esta pasa hacer una percepción Social y, es entonces cuando se llama percepción” (p.1).

## **6.9 Efecto del comunicador para el Desarrollo en las Relaciones Públicas desde la percepción en el ámbito laboral**

En la actualidad el Comunicador para el desarrollo, en su función de profesional ha tomado gran presencia en las diferentes áreas que se necesite ya que se le dota de tanto conocimiento en las Relaciones Publicas desde la gestión, ya que muy poco se presume que se conoce de la labor en el ámbito profesional las cuales ya fueron definidas anteriormente en esta investigación.

Así mismo, dado que la persona que está trabajando en Relaciones Públicas en general busca llegar a grandes grupos de personas, la palabra impresa representa un instrumento muy importante para crear crónicas, informes, boletines de la organización y a los grupos externos. (Lattimore et al., 2008, p.34)

Mientras tanto, poseer, aprender y desarrollar estas habilidades es de gran importancia por tal razón, estos autores consideran “Las Relaciones informativas un factor clave para que el Relaciones Públicas pueda alcanzar el éxito, el cometido de estas funciones sería fortalecer los vínculos de su organización, tanto con los medios externos como internos. De esta forma,

el Relaciones Públicas sería el encargado de mediar y gestionar los conflictos y acuerdos entre los diferentes públicos” (Estopiñan, p.12).

La gestión es la base de toda acción de tal forma que, con frecuencia, la dirección de Relaciones Públicas está encabezada por un vicepresidente, encargado de desarrollar las políticas generales de Comunicación.

Los expertos también destacan, “Cuanto mayor es la organización, más probabilidad habrá de encontrar la estructura mencionada. De todos modos, si nos centramos en empresas de importante tamaño, como las multinacionales, podremos encontrar diferentes niveles laborales de los Relaciones Públicas” (Grunig y Hunt, 2007, p.15).

Además, son muchas las funciones que se desarrollan en las Relaciones públicas tanto ha sido así que, han tomado gran protagonismo en las empresas y organizaciones públicas desde el desempeño y las expectativas.

Respecto a la formación en nuevas tecnologías, Frías indica que todo lo relacionado con aspecto como el marketing digital, redes Sociales, aplicaciones móviles, etc. Conforman un área emergente y de gran relevancia para el futuro del Comunicador. Los hábitos del consumo informativo están cambiando y ella considera que la labor de los profesionales de la Comunicación es adaptarse y aprovechar estas nuevas vías, especialmente para los targets más jóvenes. Es por ello, que sus últimos estudios Universitarios fueron relacionados en esta rama profesional. (Estopiñan, 2014, p.22-23)

Sin embargo, el efecto del Comunicador para el Desarrollo desde la gestión de las Relaciones públicas ha sido, tan crucial en la actualidad para las grandes empresas, instituciones que han incorporado, el papel que tiene por efecto un Comunicador en la gestión de las Relaciones Públicas a nivel de Latino América, como se hace referencia a continuación

sobre, una situación acontecida en el (Cusco – Perú). Ya que, sin la labor del Comunicador para el Desarrollo, no se hubiese llegado a un entendimiento, tal como lo afirma Arauz (2015):

Mostrar de alguna manera como haciendo políticas públicas e interviniendo con proyectos se puede generar cambios en la vida de la gente. Los países en América latina, todavía son como medios centralizados, todos son pocas ciudades donde se concentra el poder económico, social en fin y donde hay que trabajar mucho la Comunicación es diferentes regiones dentro del país donde se hacen las operaciones, como fue el caso del Cusco en la región de (Perú) cuando se intentó llevar acabo ampliar el turismo y los de la comunidad, se sintieron invadidos pero gracias a la Comunicación, y a que se realizó, una buenas gestión a lo externo esta se logró un buen entendimiento entre ambos involucrados(Mercedes Araoz, 2015, minuto.25:07, Comunicar conversar) (LLYC, 2015).

## **6.10 Proyección laboral en las Relaciones públicas**

En Nicaragua las Relaciones públicas como especialidad en el Comunicador para el Desarrollo, ha tomado con los años de conocimiento y experiencia de muchas agencias de Relaciones Públicas, en publicidad, reputación en empresas y Organizaciones de las cuales su proyección profesional va encaminada a nuevos retos y oportunidades laborales.

Así mismo, Estopiñan (2014): determina que la condición de becario supone una situación de beneficio bidireccional, ya que ambas partes, empresa y estudiante, contraen merced. En el caso del estudiante, aparte de obtener los créditos necesarios para su graduación, le permite adquirir un valioso conocimiento de primera mano sobre el trabajo que se realiza en el mundo de la Comunicación. Esto le ofrece una ventaja primordial de cara a obtener su primera inserción laboral; en numerosas ocasiones, incluso el primer contrato

proviene de la empresa donde ha realizado sus prácticas, ya que ha demostrado su valía para el puesto. (p.10)

Por consiguiente, son muchas las oportunidades laborales que se pueden presentar aun Comunicador para el Desarrollo, siendo un especialista en las Relaciones públicas. Tanto a nivel nacional como internacional. Siendo así, una fortaleza de la carrera forjar a futuros Comunicadores para el Desarrollo.

### **6.11 Herramientas de las Relaciones públicas**

Las herramientas de la las Relaciones Publicas son esenciales por no decir, un arma de la cual, si se sabe utilizar en alguna situación o plan, con muy buena efectividad. Las herramientas de las Relaciones Públicas ayudan a planear valores frente a clientes potenciales unión con empresas.

Por lo tanto, las herramientas de las Relaciones Públicas son tan necesarias y útiles al momento de ponerlas en práctica por eso se considera de suma importancia las cuales son:

#### **Organización de eventos:**

Planes de responsabilidad social

#### **Boletines informativos de la empresa:**

- ✓ Mensajes
- ✓ El lobbying
- ✓ Internos
- ✓ Comunicados de relaciones públicas.
- ✓ Correspondencia con los accionistas.
- ✓ Con Informes anuales y varios eventos especiales.
- ✓ Herramientas de la Comunicación Interna

Existen diferentes herramientas para la Comunicación interna y externa, desde la gestión en las empresas y organizaciones, las cuales son necesarias para conocer y llegar al punto donde se pretende encontrar el problema.

Ahora bien, “para poder concretar esos tipos de Comunicaciones, se han ido creando todo un plan de herramientas de Comunicación para poder facilitar una mejora, de la Comunicación interna. Esos instrumentos se deberán llevar según el tipo de Comunicación que se desee aplicar y con relación a lo que son las características de las propias organizaciones” (Castillo, 2010, p.133).

#### ✓ **Herramientas de la Comunicación externa**

Son aquellos valores que se tiene de una empresa, la imagen, la filosofía que se distingue de otras, ya sea de una empresa o institución de cara a su público de afuera el que lo va percibir de la manera en que se proyecte con la utilización de las herramientas de las Relaciones Públicas, al respecto según Trejos y Márquez (2017)

Otras empresas contratan agencias de este tipo para manejar proyectos especiales o todas las funciones de Relaciones Públicas. Cuando se contrata una agencia, normalmente se designa a una persona para que se encargue de las Relaciones Públicas internas, porque la mayoría de ellas sólo trata con públicos externos. Los criterios de decisión empleados para seleccionar a las agencias de publicidad aplican también en la selección de una empresa de relaciones públicas. Es importante crear una relación de confianza con la agencia y definir con claridad lo que la empresa espera de ella. (p.23).

### **6.12 La gestión en la Comunicación en las Relaciones públicas**

Además, la gestión es aquella se realiza para resolver un asunto en particular del cual se pretende solucionar un asunto para, una empresa. Según Bobadilla (2016):

A lo largo de su evolución histórica, se identifican tres escuelas: la norteamericana se caracterizó inicialmente por el uso de técnicas de promoción, convirtiendo al relacionista como un “agente de imagen”. La europea se centró en la motivación y desempeño del “factor humano” buscando fortalecer los vínculos de confianza, solidaridad e identificación de los stakeholders con la organización. Por último, la latinoamericana recoge los aportes de sus predecesoras y trata de compatibilizar los intereses de la empresa con los de la sociedad, urgiendo el despliegue de programas de responsabilidad social a fin de paliar la ausencia del Estado en muchos puntos de la región. (p.3)

Mientras tanto existen muchas labores que ejerce un Comunicador para el Desarrollo, desde la gestión en las Relaciones Públicas por lo que algunos autores la definen en palabras breves. “Toda actividad de Relaciones Públicas tiene como finalidad principal la gestión de la imagen institucional, mediante el desempeño de las siguientes funciones” (Alegría et al., 2009, p.31).

A continuación, se presentarán los tipos de gestiones que existen para el conocimiento laboral para un Comunicador para el Desarrollo desde la gestión de lo institucional, a continuación:

✓ **Gestión de las comunicaciones internas:**

Los Recursos Humanos: su vez, es de suma importancia conocer a los recursos humanos de la institución y que éstos a su vez conozcan las políticas institucionales, ya que no se puede comunicar aquello que se desconoce.

✓ **Gestión de las comunicaciones externas:**

Así mismo, toda institución debe darse a conocer a sí misma y a su accionariado. Esto se logra a través de la vinculación con otras instituciones, tanto industriales como financieras, gubernamentales y medios de Comunicación.

En tal sentido no puede haber una empresa o institución sin gestión en las Relaciones públicas porque de ello depende, la buena gestión desde la participación del Comunicador en las Relaciones Públicas.

### **6.13 Tipos de Gestión en la Comunicación (GC) en las Organizaciones y empresas**

#### **✓ Comunicación Organizacional**

Además, la Comunicación organizacional es un elemento primordial desde la gestión dentro de ella, y de cualquier institución, empresa de este modo cuidar la reputación de ellas es base firme para la buena captación de su público.

Según Alegría et al., (2009): Dentro de las organizaciones hay conjuntos de personas con un nivel jerárquico, el mensaje que pasa de uno a otro de estos individuos va formando una conexión a la que se le denomina red de comunicaciones; la comunicación ha sido tradicionalmente dividida en Comunicaciones ascendentes, descendentes y horizontales, dependiendo del receptor y el emisor. En un sistema ciertas partes se ven afectadas por otras, a esto se le llama interdependencia. La conexión que existe entre los individuos que transmiten el mensaje forma una relación; estas relaciones también le conciernen a la Comunicación organizacional.

#### **✓ Comunicación empresarial en la gestión**

Es una publicación que se distribuye en medios de prensa y que aborda temas y servicios del interés de los lectores de estos medios, dentro de la Organización para un mejor entendimiento de comunicación entre niveles más altos y subordinados. (p.21)

En efecto ambas Comunicación son tan necesarias para el buen, funcionamiento en una organización o empresa de la cual se debe gestionar para su buen funcionamiento, ya que, sin ellas, no se conocería de cómo se está desarrollando de manera interna y como está funcionando

externamente desde su reputación sin una gestión de un Comunicador se iría a un declive inevitable.

#### **6.14 Desarrollo de las Relaciones Públicas y la Gestión de la Comunicación**

Por lo tanto, se conoce del buen desarrollo que ha tenido efectividad tanto en las Relaciones públicas y desde la gestión que implica la integración de hacer una excelente labor, desde el profesionalismo del Comunicador para el Desarrollo, así como las estrategias de planificación que dan esa proporción de buen manejo sobre la reputación de una empresa o institución.

De este modo, tal como hace referencia al tema en cuestión, respecto a esto, Wilcox et al, (2006), afirman que “una función directiva independiente, que permite establecer y mantener las líneas de comunicación, comprensión y aceptación y cooperación mutua entre una organización y sus públicos; implica la resolución de problemas; ayuda a los directivos a estar informados y poder reaccionar ante la opinión pública; define y destaca la responsabilidad de los directivos que deben servir al interés público; ayuda a la dirección a mantenerse al día y utilizar los cambios de forma efectiva, sirviendo como un sistema de alerta para ayudar a anticipar las tendencias; utilizar las técnicas de Comunicación éticas como principal herramientas. (p.7).

#### **6.15 Las Relaciones Públicas y el Marketing**

En continuidad para hacer Relaciones públicas se debe de hacer gestión y para ello está conectado en ellos el Marketing elaborado desde la Comunicación externa hacia los públicos objetivo.

En tal sentido según Trejos y Márquez (2017): Las Relaciones Públicas son una función directiva, de carácter continuo y organizado, por medio del cual organizaciones e instituciones públicas y privadas, tratan de conquistar y

mantener la comprensión, la simpatía y el apoyo de aquellos públicos con los que están o deberán estar vinculados, a través de la evaluación de la opinión pública sobre la obra propia, a fin de concordar en todo lo posible las orientaciones y procedimientos propios y obtener, por medio de una información amplia y difundida, una cooperación productiva y una realización más eficaz de los intereses comunes. (p.46)

Sin embargo, la gestión en las empresas e instituciones es una de las necesidades dispensables que requieren de un Comunicador para el desarrollo, a lo interno y externo de una empresa u organización, sin embargo, la relación del Marketing con la gestión y las Relaciones Públicas están vinculadas entre ambas.

Al respecto, según Losada (2004, explica que la (GC) gestión en la Comunicación es “una función esencial, al igual que otras áreas directivas de la organización, y que someterla a una planificación sistemática”. Esta perspectiva estratégica obliga a ir más allá de la mera emisión de mensajes, a fin de generar una mayor retroalimentación con los públicos de interés” (p.3).

Por lo tanto, el Marketing se trata de una actitud que muestra la destreza, habilidad de cómo vender un producto o servicio, que luego ira hacer comercializado para atraer futuros clientes potenciales; hasta satisfacer las necesidades del público a quien va dirigido y de otra forma satisfacer y llegar a los objetivos de la empresa u organización el éxito va a depender de cómo se usan todas y cada una de las estrategias derivadas de las Relaciones Públicas.

Además, según Kotler y Armstrong (2008) “son las conexiones directas con consumidores individuales seleccionados cuidadosamente, para obtener una respuesta inmediata y cultivar relaciones duraderas con el cliente, es decir, el uso del teléfono, el correo, el fax, el correo electrónico, internet y otras herramientas para comunicarse de forma directa con consumidores específicos” (p.14).

Ahora bien, la Relaciones es la Dupla perfecta del Marketing ya que ambos persiguen intereses y fines iguales, el Marketing se dirige al espectador que va a diferenciar su producto o servicio de las de los otros, y en cambio las Relaciones Públicas tiene de finalidad posicionar la marca como tal, siendo así una alianza perfecta entre ambas, igualmente el Marketing tiene sus características que lo definen y son parte de las estrategias para alcanzar los objetivos tale como:

### **6.15.1 Características y Finalidades del Marketing**

Estas características, son las que hacen que tanto las Relaciones Públicas como el Marketing, logren una amistad eterna. Ya que son, necesarias en base a buenas relaciones a su público y la otra al servicio o producto que ofrece a continuación sus características:

- ✓ Fomentan nuevos clientes potenciales para nuevos mercados
- ✓ Proporcionan promociones a terceros, a través de periódicos, revistas, radio y televisión, mediante los comunicados de prensa sobre los productos o servicios de una empresa, la participación en la comunidad, los inventos y los nuevos planes
- ✓ Crean estímulos de ventas, mediante artículos en la prensa especializada sobre nuevos productos o servicios
- ✓ Allanan el camino a las ventas
- ✓ Proporcionan una literatura de ventas gratuita (apoyo a servicio al cliente)

### **6.16 Importancia del rol del Comunicador desde la gestión de las Relaciones públicas**

El rol de Comunicador para el Desarrollo, es una labor muy importante ya que, si se pone en análisis ambos tanto la Comunicación como las Relaciones públicas, han existido persistido y se han desarrollado a lo largo de los años hasta en la actualidad para llegar; a

correlacionarlos entre si desde el punto de vista que son utilizadas para fines de intereses de las empresas y organizaciones interna y externa.

Sin embargo, según Bobadilla (2004), (como se citó Strauck y Guillén, 2014) plantea que, En la actualidad, las organizaciones están tomando en cuenta la Gestión de la Comunicación (GC), como herramienta para el logro de sus objetivos empresariales, así como también el fortalecimiento de las relaciones institucionales y el mantenimiento de un adecuado clima laboral. Es así que Strike y Guillén (2014: 153) afirman que la concepción estratégica de la Comunicación es un planteamiento en constante evolución, que de acuerdo al tipo de organización adquiere matices particulares. Ya que no podemos hablar de un solo modelo de comunicación para todas las organizaciones, hay que reconocer las características y alcances de cada una. (p.2)

De lo anterior antes expuesto, las Relaciones Públicas muestran ese grado de relevancia e importancia tanto a nivel nacional como internacional, desde la integración y de la incidencia en desde este perfil del Comunicador para el Desarrollo de las Relaciones públicas en tal sentido.

“La Comisión sobre Educación Relaciones Públicas Estadounidense considera que las prácticas internas son tan importantes que constituyen una de las siete materias básicas que recomienda para cualquier programa de Relaciones Públicas de calidad de una universidad o instituto de formación profesional” (Grunig y Hunt, 2007, p.9).

### **6.17 Características de un Comunicador para el Desarrollo en habilidades y destrezas**

Por lo tanto, un buen Comunicador para el Desarrollo debe de constar con algunas de las características primordiales que los aproximen a ese perfil, desde su labor o rol en las Relaciones Públicas.

Según Estopiñan (2014), “un Comunicador debe ser y tener estas cualidades siendo las necesarias y primordiales para lograr encajar dentro del espacio Comunicativo y así también ganar el éxito" (P.24).

- ✓ Tener un buen sentido del humor
- ✓ Ser positivo y optimista
- ✓ Tener buena apariencia, ofrecer una imagen profesional
- ✓ Poseer buena oratoria
- ✓ Saber escuchar
- ✓ Adquirir destrezas en el trato con la gente
- ✓ Resistir la tensión

## **6.18 Rol empresarial del Comunicador para el Desarrollo desde las Relaciones Públicas**

Continuando con el tema de las habilidades y destrezas, que debe de tener un Comunicador para el Desarrollo en su rol como profesional tal, como lo describe desde el análisis de estudio de las empresas.

Por consiguiente, según Estopiñan (2014), “para concluir, ante la principal división, que engloba los diferentes roles empresariales relativos a la Comunicación, (Técnico- director) se identifica más con el rol de técnico, ya que su tarea principal es la elaboración y producción de la Comunicación” (P.26).

En tal sentido son muchos los ámbitos laborales en los que se puede, desempeñar un Comunicador para el Desarrollo desde las Relaciones públicas, convirtiéndose así en una profesión versátil de la cual se puede desempeñar de manera beneficiosa para ambas partes y generando un aporte para las empresas, organizaciones e instituciones públicas para la gestión que se utiliza hoy en día. Considerándose como un rol ejercido desde el conocimiento empeño y proyección.

Lo que según Pineda afirma: El rol de director de Comunicación en estos tiempos ha ido cambiando, para bien seguro y el cambio ha venido, además. No solo para el papel, en la organización sino el lugar que este ocupado; la Comunicación en la Sociedad, también por las nuevas tecnologías y la velocidad la oleada esta inmediatez; aumenta el riesgo aumenta la visibilidad aumenta exponencialmente la conversación. Y creo que casi nosotros somos capaces de gestionar esto. (Comunicar es Conversar, 2015, minuto 26:20/10:48, LL & Cuenca.

## VII. Diseño Metodológico

### Tipo de estudio

Según el alcance de esta investigación es de tipo descriptiva porque interesa determinar el efecto del Comunicador para el Desarrollo en la asignatura de Relaciones Públicas, desde el plan de estudio de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas, con base a la importancia desde el desarrollo profesional para las y los estudiantes de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-Managua).

Así mismo esta investigación, retoma uno de los tres paradigmas en el cual está relacionado este tema, se identificó en la dimensión del paradigma socio constructivista. Por lo tanto, en conceptualización a este paradigma se define que el conocimiento viene de una idea tan clara, que el propio pensamiento está localizado dentro de los entornos Sociales, así como físicos; no propiamente de la mente del mismo individuo el Socioconstructivismo se da junto al ambiente o al contexto en el que se da el propio conocimiento (Piaget, 2017).

Por lo tanto, en cuanto a las características en los estudios de carácter descriptivo según Hernández, Fernández y Batista (2014) es investigación descriptiva, no experimental, transversal y retrospectiva.

El tipo de investigación descriptiva comprende desde el análisis, interpretación y desde el estudio del fenómeno del cual se pretende en la investigación describir las variables extraídas y desarrolladas para conocer la vinculación en cada una de ella, es transversal porque, se recolectan datos específicos en tiempo y forma, el diseño no es experimental ya que se divide a partir del tiempo en que se hace la recolección de los datos (p.4).

Además, la investigación tiene un enfoque mixto es decir cualitativo y cuantitativo ya que se utilizó la recolección de información a través de la técnica de la (encuesta y entrevista) para obtener la percepción de los estudiantes y la de los informantes claves, de la carrera de

Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, con el apoyo del enfoque cuantitativo ya que proporcionara resultados estadísticos desde la realidad intersubjetividad y desde lo mixto de tal forma lograr una comprensión plena y exacta del problema en la investigación.

### **Área de estudio**

En cuanto al área de estudio es de suma importancia ya que, con él, se pretende conocer el objeto de estudio a investigar, de tal modo que el presente estudio se realizará con los estudiantes de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo en el Recinto Universitario Rubén Darío (RURD) de la UNAN-Managua.

### **Unidad de estudio**

Efecto del Comunicador para el Desarrollo como profesional en la Gestión de las Relaciones públicas desde la percepción de los estudiantes de VI y V año, de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, durante el II semestre de 2022.

### **Universo y Muestra**

Según Hernández, Fernández y Batista (2014) “la población o universo es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p.174). Por consiguiente, se determinó que en el análisis solo se incluirán a estudiantes activos para el estudio de esta investigación de los cuales dentro del universo se encuentran 340 estudiantes matriculados y divididos en los diferentes turnos matutino y vespertino.

Ahora bien, el tipo de muestreo que se utilizará será por conveniencia y no probabilístico, tomando en cuenta el tipo de población con sus características los cuales serán aplicado a un total de personas: 66 distribuidos en 42 estudiantes de cuarto año turno matutino, así como 10 estudiantes quinto año turno matutino, 12 estudiantes del quinto año del turno vespertino de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo.

Dando como resultado final 64 estudiantes encuestados también se seleccionó a dos informantes claves para ser entrevistados que corresponden a 2 Docentes de Comunicación para el Desarrollo, dando un total de 66 personas, con el propósito de tener percepciones acerca del tema de investigación sobre el efecto del Comunicador para el Desarrollo en el ámbito profesional de las Relaciones Públicas.

## **Métodos y técnicas**

Por cada uno de los métodos y técnicas se elaboró un protocolo y se diseñaron los instrumentos a implementar, el enfoque cualitativo es el que evalúa el desarrollo natural de los acontecimientos, es decir, no habrá manipulación ni estimulación con respecto a la realidad (Corbetta 2003).

De igual forma, la encuesta para el enfoque cuantitativo, según Hernández, Fernández y Baptista, (2014), utilizar la recolección para análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar las preguntas de interrogantes en el proceso de interpretación. Del método cualitativo también estudia al sujeto en si su entorno, sus cualidades por lo que con sus técnicas se demostrara un alcance al propósito buscado. Ahora bien, con el apoyo del método cuantitativo se aplicarán al mismo universo de objeto de estudio basado en el tema, se utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías. Lo que definirá que la unión de ambos enfoques daría el surgimiento de un enfoque mixto siendo este intersubjetivo (p. 23, 24).

La técnica que se utilizó para la recolección de información fue la entrevista y encuesta, en el que se pretende obtener la opinión e información de informantes claves, para conocer su perspectiva de cada uno de ellos y el enfoque cualitativo en la recolección de datos estadísticos en lo referente al Efecto del Comunicador para el Desarrollo en ámbito laboral en la gestión de las Relaciones Públicas de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua.

Nombre	Ocupación	Experiencia en Relaciones Públicas	Sexo
<b>MSc. Aníbal Joel Alemán López</b>	Docente	13 años	Masculino
<b>MSc. Milán Agustín Prado Cuarezma</b>	Docente	8 años	Masculino

Tabla No.2. Información demográfica de los entrevistados

La tabla No. 2. Hace referencia a la ocupación, tiempo de laborar de los Maestros en la universidad UNAN-Managua, así como hace referencia al sexo de las personas encuestadas en esta investigación, en la cual ésta refleja que la mayoría de los entrevistados son del género Masculino.

**Los encuestados y entrevistados cumplieron con los siguientes criterios de inclusión**

**Para los Especialistas:**

- ✓ Docentes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo
- ✓ Tener grado de Licenciatura, Especialista, Máster o Doctor
- ✓ Tener conocimientos o haber impartido las asignaturas en base a la investigación

**Para los Estudiantes:**

- ✓ Estudiantes activos de la carrera Comunicación para el Desarrollo

- ✓ Que estén cursando o hayan cursado las asignaturas: Técnicas de las Relaciones Públicas, Relaciones Públicas y Legitimidad o Imagen e Identidad Institucional.

### **Plan de tabulación y análisis de la información**

A partir de la información recolectada en el proceso de investigación se diseñaron bases para respaldar la información obtenida utilizando el software Microsoft Word para Windows, una vez obtenido los datos, se procederá a la verificación de la información recolectada a los análisis de los resultados arrojados. Por cada una de las variables de esta investigación se realizó desde un análisis descriptivo para entender con claridad los aportes y percepciones de los entrevistados y encuestados.

### **Herramientas para el proceso de información**

Ahora bien, en el proceso de investigación se utilizó diferentes tipos de herramientas para lograr un mejor funcionamiento y efectividad desde la ejecución y procesamiento de la información. Todo esto para tener dicha información de manera ordenada durante el proceso en la gestión desde la información como lo son:

- ✓ Dispositivo móvil inteligente
- ✓ Libreta
- ✓ Lápiz
- ✓ Computadora (con todos los programas de Microsoft Office)
- ✓ Instrumento de la entrevista
- ✓ Instrumento de la encuesta
- ✓ Google Forms

## 7.1 Matriz de Operacionalización de Variables (MOVI)

Objetivos específicos	Conceptualización de las variables	Indicadores	Instrumento a utilizar
<p>Identificar las habilidades y destrezas derivadas de la formación académica de las asignaturas vinculadas a las Relaciones Públicas en los estudiantes de IV y V año, de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua durante el II semestre 2022.</p>	<p><b>Habilidades y destrezas:</b> capacidad, disposición y destreza en un ámbito específico a desarrollar. Según Estopiñán (2014) “un Comunicador debe de ser y tener estas cualidades siendo las necesarias y primordiales para logra encajar dentro del espacio Comunicativo, y así también ganar el éxito” (p.24).</p> <p>Las <b>Relaciones Públicas</b> se han definido como el establecimiento de canales de Comunicación en dos sentidos, sirviendo de vehículo para que el público sepa quiénes</p>	<p>Las Habilidades y Destrezas de los estudiantes de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo en materia de Relaciones Públicas</p>	<p>Los instrumentos que se han utilizado para la recolección de información ha sido la <b>ENTREVISTA</b> Desde el enfoque cualitativo y desde el tipo de método de investigación para llegar a los objetivos propuestos.</p> <p><b>ENCUESTA</b> Desde este enfoque y desde el método de investigación.</p>

Objetivos específicos	Conceptualización de las variables	Indicadores	Instrumento a utilizar
	<p>somos, que hacemos y que le ofrecemos y en última instancia que perciba la imagen de nuestra empresa” (Mercado, 2000, p.14).</p>		
<p>Describir la importancia del rol del Comunicador para el Desarrollo desde su formación académica para su inserción al ámbito laboral, a partir del conocimiento de la gestión en las Relaciones públicas durante su proceso de formación profesional en los estudiantes de IV y V año de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, durante el II semestre del 2022.</p>	<p><b>Importancia:</b> valor o interés de una cosa, asunto o persona.  <b>Rol del Comunicador</b> Stikler y Guillen (2014:153) citado por Bobadilla (2014), afirman: “La concepción estratégica de la Comunicación es un planteamiento, en constante evolución que de acuerdo al tipo de organización adquiere matices particulares” ya que no podemos hablar de un solo modelo de Comunicación para todas las organizaciones hay que reconocer las características y alcances de cada una. (p.2)</p>	<p>La importancia de la Gestión de la Relaciones Públicas para el profesional de la Comunicación para el Desarrollo.</p>	<p>Los instrumentos que se han utilizado para la recolección de información ha sido la ENTREVISTA Desde el enfoque cualitativo y desde el tipo de método de investigación para llegar a los objetivos propuestos.</p> <p>ENCUESTA</p> <p>Desde este enfoque y desde el método de investigación.</p>

Objetivos específicos	Conceptualización de las variables	Indicadores	Instrumento a utilizar
	<p><b>Ámbito laboral:</b> se refiere al espacio o ambiente, en donde las personas realizan diferentes laborales. “Así mismo, dado que la persona que está trabajando en Relaciones Públicas en general busca llegar a grandes grupos de personas, la palabra impresa representa un instrumento muy importante para crear crónicas, informes, boletines de la organización y a los grupos externos” (Lattimore et al., 2008, p.34).</p> <p><b>Gestión:</b> acción o trámite que, junto con otros, se lleva a cabo para conseguir o resolver una cosa. Al respecto, según Losada (2004, explica que la (GC) gestión en la Comunicación es “una función esencial,</p>		<p>Los instrumentos que se han utilizado para la recolección de información han sido:</p> <p><b>ENTREVISTA</b></p> <p>Desde el enfoque cualitativo y desde el tipo de método de investigación para llegar a los objetivos propuestos.</p> <p><b>ENCUESTA</b></p> <p>Desde este enfoque y desde el método de investigación.</p>

Objetivos específicos	Conceptualización de las variables	Indicadores	Instrumento a utilizar
	<p>al igual que otras áreas directivas de la organización, y que someterla a una planificación sistemática”. Esta perspectiva estratégica obliga a ir más allá de la mera emisión de mensajes, a fin de generar una mayor retroalimentación con los públicos de interés” (p.3).</p>		
<p>Valorar la percepción de los estudiantes de IV y V año, de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, sobre las oportunidades laborales en el área de las Relaciones públicas para su desempeño profesional en los estudiantes de IV y V año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua</p>	<p><b>Percepción:</b> según: Codorniu, (2012), “si la imagen que tiene un individuo la comparten muchos, esto pasa a hacer una percepción, Social y es entonces cuando se le llama percepción” (p.1). Sin embargo, se puede decir que es parte de un proceso cognitivo que a través del cual las personas son capaces de captar y entender el objeto desde la mirada</p>	<p>Conocimiento de los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo sobre la Gestión de las Relaciones públicas en su ámbito laboral.</p>	<p>Los instrumentos que se han utilizado para la recolección de datos ha sido la <b>ENCUESTA</b> desde el enfoque cuantitativo desde el tipo y método de investigación para llegar a los objetivos propuestos.</p> <p><b>ENCUESTA</b> Desde este enfoque y desde el método de investigación.</p>

Objetivos específicos	Conceptualización de las variables	Indicadores	Instrumento a utilizar
durante el II semestre 2022.	<p>óptica a su criterio y entendimiento.</p> <p><b>Oportunidades laborales:</b> Estopiñan (2014), la condición de becario supone una situación de beneficio bidireccional. En el caso del estudiante aparte de obtener los créditos necesarios para su graduación le permiten adquirir un valioso conocimiento de primera mano sobre el trabajo que se realiza en el mundo de la Comunicación. (p.10)</p>		

Tabla No. 1: Operacionalización de Variables Independientes.

## **VIII. Análisis y Discusión de los Resultados**

Aplicados los instrumentos para la recolección de la información para los estudiantes y docentes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua durante el II semestre del 2022, se realizó el tratamiento de la información correspondiente para alcanzar los objetivos específicos, en el cual el objetivo principal es Análisis del efecto del Comunicador para el Desarrollo como profesional en la Gestión de las Relaciones Públicas desde la percepción de los estudiantes de IV y V año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo.

A continuación, se describirán los principales resultados obtenidos por medio de las entrevistas realizadas a los dos docentes y encuestas aplicadas a los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua. Ahora bien, el análisis que se utilizó es mixto por medio de las entrevistas a los dos docentes expertos en el tema se utilizó el programa de procesador software Microsoft Word 2019 para Windows y cuantitativo por medio de datos arrojados desde la opinión e interpretación de los encuestados, la encuesta a un número de estudiantes considerable de 64 persona

## **IX. Conclusión**

Luego de haberse desarrollado esta investigación en la cual sirvió de gran utilidad desde las inquietudes e interrogantes existidas en base, al tema de investigación sobre, el efecto del Comunicador para el Desarrollo como profesional, en la gestión de las Relaciones Públicas desde la percepción de los estudiantes de IV y V año, de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, durante el semestre 2022. A continuación, se expondrá las conclusiones como paso final de la investigación:

1. Los estudiante y futuros Comunicadores, deben saber y conocer las habilidades y destrezas derivadas desde su formación académica, que la carrera de Comunicación para el Desarrollo les proporciona a través de la asignatura de Relaciones Públicas y Legitimidad y sus derivas en IV y V año que es donde se ven más a fondo y de manera, que el estudiante conozca otro perfil que un Comunicador para el Desarrollo está, dotado de mucho conocimiento y que en la actualidad les serviría como una iniciación para lo que él, requiera defenderse en base, a sus conocimientos en el ámbito laboral desde ese rol de tantos que posee un Comunicador en la actualidad.

2. Un futuro Comunicador para el Desarrollo, conoce en la actualidad la importancia de las Relaciones Públicas y lo beneficiosa que puede llegar hacer desde el ámbito laboral, siendo así que muchos han considerado y expresado en la encuesta realiza con un porcentaje alto, que si les interesaría o se dedicarían a las Relaciones Públicas como especialidad, ya que se conoce que es una disciplina de la cual, todos los conocimientos adquiridos desde la formación académica que la carrera de Comunicación para el Desarrollo les brinda al estudiante, como parte de su desarrollo pleno y capacitarlos para que ese perfil de un Comunicador sea autentico, pleno que el estudiante sepa y conozca que no solo en los perfiles tradicionales como la Radio, la Tv y el periódico en el que puedan

ejercerse y desempeñarse, sino que también en un perfil muy conocido por los estudiantes de la carrera y que les llama la atención pero, que se debería tener mayor énfasis e incidencia plena de captar el interés del estudiante, desde su preparación en las aulas por medio de las asignaturas derivadas de las Relaciones Públicas, los proyectos que el estudiante realiza. Así como lo expresaron los docentes entrevistados sobre que el pensum ha mejorado debido a las necesidades y desarrollo de la actualidad en que se vive y más en respecto a la gestión que realiza un Comunicador para el Desarrollo en las empresas privadas en las Instituciones y organizaciones, los docentes juegan un papel muy importante en la formación integral de los estudiantes.

3. El estudiante en la actualidad tiene muy claro el concepto de Relaciones Públicas, su función donde se ejerce desde el ámbito profesional las herramientas que debe de utilizar. A través de la formación el estudiante de la carrera de Comunicación para el Desarrollo sabe todo lo referente a las funciones de las Relaciones Públicas y más, aún sabe, que un Comunicador para el Desarrollo, proporciona esta habilidad desde sus conocimientos desde sus habilidades auténticas y de las cuales es una especialidad las Relaciones Públicas y muy beneficiosa en el ámbito laboral.
4. Las habilidades y destrezas que debe de poseer un estudiantes de Comunicación para el Desarrollo, es aquella que sin duda alguna y de gran beneficio adquieren y aprenden en los cinco años de su formación académica y es aquella que ponen que se pretenden que pongan el practicas los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo en su ámbito laboral ya que son de gran importancia desde sus habilidades adquiridas y desarrolladas como una forma de oportunidades laborales a futuro.

## **Recomendaciones**

En el caso de las recomendaciones para los docentes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, desde el análisis adquirido a través de las entrevistas empleadas a ellos, y desde la encuesta realizada a los estudiantes de Comunicación.

Sería, poder a través de las practicas I y II aproximar al estudiante de Comunicación, de los años IV y V año que esté interesados en desarrollarse en las Relaciones Públicas, desde una institución, empresa u organización; que se considere de una manera incidente en los estudiantes que aún están estudiando, a brindarles más oportunidades en los diferentes lugares a través de sus prácticas en el que pueda el, emplear sus conocimientos adquiridos por los docentes que imparten estas asignaturas que son clave para un perfil.

El rol que tiene un Comunicador para el Desarrollo y poder darle ese empujón y que el estudiante necesite y que no, tenga que buscar esas oportunidades de prácticas por sí solo, sino tener el apoyo e interés y reconocimiento que hay estudiantes de Comunicación para el Desarrollo, que les gusta les atrae el mundo de las Relaciones Públicas en la actualidad como, un perfil nuevo que se podría definir y se podrá reconocer con más presencia en las nuevas generaciones de estudiantes, y en la cual, el efecto del Comunicador para el Desarrollo en la gestión de las Relaciones Públicas.

### **Recomendación #2**

Se considera que los estudiantes deben de tener, más captación desde su empeño e interés propio hacia las asignaturas vinculadas a las Relaciones Públicas, y las que son derivadas de ella. Ya que, desde el análisis y objetivos desarrollados en el proceso de la investigación se determinó que al hacerles la interrogante de si considerarían en dedicarse

a la especialidad de Relaciones Públicas ellos contestaron con un 89.5% que sí, desde otro perfil del cual los estudiantes conocen y aprenden desde su interés.

Por lo tanto, el estudiante debe de saber explotar las herramientas que se les proporciona en la carrera de Comunicación para el Desarrollo y desde la formación académica que se les brinda para su futuro y desde ese perfil.

## X. Referencias

Alegría, J., Andrade, M., y Pla, F. (2009). *Las Relaciones públicas como factor clave de la gestión empresarial*. [Tesis para optar al grado de Técnico en Relaciones públicas, Universidad Tecnológica del San Salvador]

Alegría, J., Andrade., M., y Pla. F. (2009). *Las Relaciones públicas como factor clave de la gestión empresarial. (Origen de las Relaciones Públicas.)* [Tesis para optar al grado de Técnico en Relaciones públicas, Universidad Tecnológica del San Salvador]  
<https://biblioteca.ute.edu.sv.com>.

Arauz, M. (2015). *Comunicar- conversar: La reputación en la sociedad de hoy. (El papel del Comunicador para el Desarrollo en las Organizaciones actual.)* Brand Film LLORENTE & CUENCA. [Video]. YouTube <https://www.comunicar-conversar.com>.

Bobadilla, P., (2016). *Las Relaciones Públicas y la gestión de la Comunicación. Caso del Instituto del Mar del Perú (IMARPE)*. [Caso del Instituto del Mar en Perú (IMARPE)]  
<https://www.correspondenciasy analisis.com>.

Bernays, E. L. (1990). *Los años últimos: radiografías de las Relaciones Públicas (1956-1986), ESRP-PPU, Barcelona*. (Las primeras teorizaciones de las RRPP por Edward Bernays).  
<https://www.uma.es.libropr.com>.

Boiry, P. A. (1998). *Relaciones Públicas o La estrategia de la confianza, Gestión 2000, Barcelona*. (Principales teóricos de las Relaciones públicas)  
<https://www.uma.es.libropr.com>.

Codorniu, M. (2012). *Plan Estratégico en las Relaciones Públicas*. FREELANCE COMUNICACIÓN. [martacodorniu.@.com](mailto:martacodorniu.@.com). <https://www.martacodorniu.com>.

- Castillo, E. A. (2010). *Introducción a las Relaciones públicas. Instituto de investigación en Relaciones públicas (IIRP)*. (Funciones de las Relaciones públicas). <https://www.uma.es.libropr.com>.
- Estopiñan, M (2014). *El perfil del Comunicador Especializado en las Relaciones Públicas en la Organización y la Empresa actual*. (Funciones de los profesionales de las Relaciones públicas). ([Trabajo de fin de grado, En publicidad y Relaciones públicas, Universidad Rey Juan Carlos] <https://burjcdigital.urjc.es>.
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.ADE C.V. México.
- Llorente, J. (2015). Comunicar- conversar: La reputación en la sociedad de hoy. (El papel del Comunicador para el Desarrollo en las Organizaciones actual.) Brand Film LLORENTE & CUENCA. [Video]. YouTube <https://www.comunicar-conversar.com>.
- Kotler, p., y Armstrong, G. (2008). *Marketing versión para Latinoamérica*. (Décimo primera ed.). [México: Pearson Educación de México, S.A de C.V] <https://core.acuK.com>.
- Kotler, P., A. G. (2007). *Marketing versión para Latinoamérica*. (Decimoprimer ed.). [México: Pearson Educación de México, S.A de C.V.] <https://core.acuK.com>.
- Losada, J., (2004). *Gestión de la Comunicación en las organizaciones*. Barcelona: Ariel. <https://www.correspondenciasy analisis.com>.
- Lattimore Dan., Baskin., Otis., Heiman., Suzette., T. Toth., Elizabeth, L. (2008): *Relaciones públicas. Profesión y práctica*. México DF., México. <https://burjcdigital.urjc.es>.
- Mercado, H: S (200). *Mercadotecnia programada*. (Orígenes de las Relaciones Públicas). [México: Pearson Educación de México, S: A de C: V]. <https://core.acuK.com>.

- Mercado, H.S. (2000). Mercadotecnia programada. [México: Limusa, S.A.] <https://core.acuK.com>.
- Piaget, (207) Concepto de Socioconstructivismo. Enfoques socio constructivistas en la enseñanza <https://psikipedia.com.educacion>
- Strauck, M. y Guillén, C. (2014). “La gestión de la comunicación en los gobiernos locales, una mirada desde la perspectiva estratégica: análisis del caso peruano”. Revista internacional de Relaciones Públicas. Vol. IV, núm. 7, pp.153-176. <https://www.correspondenciasy analisis.com>.
- Serrano, G. J. y Pons, P. R. (2011). Concepto de Constructivismo. Revista electrónica de investigación educativa versión on-line ISSN16074041-REDIE Vol. 13no-| Ensenada enero 2011. [serrano@um-es,vmpons@um.es](mailto:serrano@um-es,vmpons@um.es).
- Trejos, A., y Márquez, J. (2017). Comunicaciones integradas de Marketing. Evolución de las Relaciones Públicas (edad media). [Seminario de Graduación para optar al título de Licenciatura de Mercadotecnia, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua] <https://core.acuK.com>.
- Trejos, A., y Márquez, J. (2017). Comunicaciones integradas de Marketing. Importancia de las Relaciones Públicas. [Seminario de Graduación para optar al título de Licenciatura de Mercadotecnia, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua] <https://core.acuK.com>.
- Tarrés, M. (2015). Comunicar- conversar: La reputación en la Sociedad de hoy. (El rol de un Comunicador, como director de Comunicación). Brand Film LLORENTE & CUENCA. [Video]. YouTube <https://www.comunicar-conversar.com>.
- Wilcox, D., Cameron, G. y Xifra, J. (2006). Relaciones públicas, estrategias y tácticas. [Madrid: Pearson.] <https://www.correspondenciasy analisis.com>.

# ANEXOS



## **FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURÍDICAS**

### **Carrera de Comunicación para el Desarrollo**

La encuesta a realizar tiene como objetivo la recolección en el tema: El efecto del Comunicador para el Desarrollo como profesional en la gestión de las Relaciones Públicas desde la percepción de los estudiantes de IV y V año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua.

Para contribuir al desarrollo profesional de las y los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo durante el II semestre del 2022, por lo cual se pretenderá, conocer las percepciones de los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo sobre la gestión en las Relaciones Públicas.

### **Formato de entrevista para un experto en Relaciones Públicas**

#### **Tipo de entrevista**

Entrevista cualitativa informativa de tipo singular

#### **Forma de Comunicación**

La presentación de las preguntas a la entrevista fue de carácter oral

#### **Medio de Comunicación en la entrevista**

La entrevista se de manera personal con el entrevistado

#### **Estilo de Comunicación**

Experto en el tema es docente de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, por lo cual conoce sobre el tema de investigación y aportará a los objetivos centrada en las Relaciones Públicas

**Fecha:** 12/10/2022

**Duración:** propuestos.

**Modo:** Entrevista

**Técnica:** 15:51mnts

**Lugar:** UNAN-Managua

**Contexto:** MSc. Milán Agustín Prado Cuarezma

**Criterio:** UNAN-Managua, Oficina del Docente de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo

**Nombre de la estudiante quien realizó la entrevista:** Estrella Grissellia García

**Pregunta de apertura:**

1. ¿Qué son las Relaciones públicas en la actualidad desde la perspectiva del Comunicador para el Desarrollo?

**Preguntas de contenido**

2. ¿Cuál es rol de los Comunicadores para el Desarrollo en la actualidad?
3. ¿Cuál es la importancia de la asignatura de Relaciones Públicas para estudiantes de Comunicación para el Desarrollo en la actualidad?
4. ¿Cuáles son las habilidades y destrezas que debe poseer un Comunicador para el Desarrollo para enfrentarse al mundo actual?
5. ¿Cuáles son los elementos claves de las Relaciones Públicas que debe manejar un Comunicador para aplicarlo en su campo laboral?

6. ¿Considera usted que las asignaturas de Relaciones Públicas están estrechamente vinculadas a la gestión de la Comunicación desde las asignaturas Imagen e Identidad Institucional?
7. ¿No puede haber Relaciones Humanas no puede haber Relaciones públicas sin Comunicación?

8. **Pregunta de cierre**

¿Hay algo que usted quisiera agregar que considere importante al tema?



## **FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURÍDICAS**

### **COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

La encuesta a realizar tiene como objetivo, la recolección en el tema: El efecto del Comunicador para el Desarrollo como profesional en la gestión de las Relaciones Públicas desde la percepción de los estudiantes de IV y V año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua.

#### **Formato de entrevista para un experto en Relaciones Públicas**

##### **Tipo de entrevista**

Entrevista cualitativa informativa de tipo singular

##### **Forma de Comunicación**

La presentación de las preguntas a la entrevista fue de carácter oral

##### **Medio de Comunicación en la entrevista**

La entrevista de manera personal con el entrevistado

##### **Estilo de Comunicación**

Experto en el tema es docente de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, por lo cual conoce sobre el tema de investigación y aportará a los objetivos propuestos.

##### **Referencia Técnica, Contextual y Demográfica**

**Modo:** Entrevista

**Técnica:** Imagen e Identidad Institucional

**Fecha:** 19/10/2022

**Duración:** 15:16 minutos

**Lugar:** UNAN-Managua

**Contexto:** MSc. Aníbal Joel Alemán López

**Criterio:** Criterio: UNAN- Managua, Oficina del Docente de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo

**Nombre de la estudiante quien realizó la entrevista:** Estrella Grissellia García

**Pregunta de apertura:**

1. ¿Qué es la gestión en la Comunicación desde la reputación organizacional?

**Preguntas de contenido:**

2. ¿Cuál es el objetivo de integrar las asignaturas de Imagen e Identidad, así como Relaciones públicas y Legitimidad como parte del plan de estudio en la carrera de Comunicación para el Desarrollo?
3. ¿Qué es la gestión en la Comunicación desde la técnica de las Relaciones públicas?
4. ¿Por qué se dice que la Comunicación juega un papel muy importante en la gestión de la Comunicación desde la reputación de una empresa u organización?
5. ¿Qué tan importante es para los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo las asignaturas a las Relaciones Públicas e Imagen de Identidad desde su ámbito laboral como profesional?
6. ¿Qué experiencia y aprendizaje se puede llevar un estudiante de Comunicación para el Desarrollo sobre la gestión en la Comunicación desde las Relaciones Públicas en la que usted me pueda comentar?
7. ¿Considera usted que, estas asignaturas Imagen e Identidad y Relaciones Públicas son unas aproximaciones para un Comunicador para el Desarrollo para defenderse en el ámbito laboral como una alternativa?

8. ¿Qué tanto es incidente el efecto de un Comunicador para el Desarrollo en la actualidad desde las Relaciones Públicas como gestor de la Comunicación?

**Pregunta de cierre**

9. ¿Hay algo que usted quisiera agregar que considere importante al tema?

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA

UNAN-MANAGUA

RECINTO UNIVERSITARIO RUBÉN DARÍO (RURD)

COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

### **PROTOCOLO DE ENTREVISTA**

Buenas tardes Maestro entrevistado, el propósito de la siguiente entrevista desde el objetivo de la recolección de información en el tema de investigación: El efecto del Comunicador para el Desarrollo como profesional en la gestión de las Relaciones Públicas desde la percepción de los estudiantes de IV Y V año, de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas durante el II semestre 2022.

En donde se pretenderá, analizar las percepciones de los estudiantes sobre la gestión en las Relaciones Públicas desde, el ámbito laboral en el rol del Comunicador para el Desarrollo y el efecto que, a través de su aprendizaje, logra percibirse en los estudiantes.

**Tipo de entrevista:** Entrevista Cualitativa informativa de tipo singular

**Nombre del entrevistado:** Milán Agustín Prado Cuarezma

**Nombre de la entrevistadora:** Estrella García

#### **Pregunta de apertura**

- 1) ¿Que son las Relaciones públicas en la actualidad desde la perspectiva del Comunicador para el Desarrollo?

Bueno gracias por la entrevista y decirte que las Relaciones Publicas en la actualidad Desde la perspectiva del Comunicador para el Desarrollo. Es el vínculo que debe mantenerse de cualquier institución u organismo tanto Público o privado, para sus públicos y colaboradores

entiéndase Públicos como todo aquel. Digamos aquella persona o aquel, colectivo de personas tanto interno como externos y cuando hablamos de colaboradores personas muy cercanas a esa institución u organismo que trabajan de la mano para, poder ejercer digamos estrategias o vender o proporcionar cualquier servicio oh, ya sea Social o tradicional en beneficio de la colectividad o Comunidad o de públicos específicos.

### **Preguntas de contenido**

2) ¿Cuál es el rol de los Comunicadores para el Desarrollo en la actualidad?

Bueno el rol es integral, un Comunicador para el Desarrollo está dotado de muchas herramientas que pueden ayudarlo, para poder desarrollar cualquier tipo de trabajo es por eso que la Comunicación para el Desarrollo, se ha diversificado y así es que encontramos que un Comunicador, puede ejercer cualquier campo de acción y en cualquier ámbito de actuación. Estamos hablando de periodismo, estamos hablando de digamos proyectos de intervención en Comunidades, de proyecto de Comunicación Social y también en la Comunicación estratégica que es una de salidas que se le da a través de las Relaciones públicas en el Comunicador para el Desarrollo. Es por eso que la formación de ellos es integral y esa es hoy en día digamos el perfil que tiene el profesional de la Comunicación para el Desarrollo.

3) ¿Cuál importancia de las asignaturas de Relaciones públicas para los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo en la actualidad?

Bueno, es parte de formación de competencias el Comunicador como te dije en la respuesta anterior debe de ser integral, y estas asignaturas que tienen que ver con Comunicación Estratégica, Relaciones Públicas, Publicidad, digamos mercadeo Social, también, Estrategias de Comunicación participativa son todas las que forman en el estudiante y en el profesional, y les otorgan aquellos recursos y herramientas que pueden ellos luego poner en práctica para desarrollar cualquier tipo de proyecto enfocado siempre en la Comunicación estratégica,

pueden ser con fines económicos Sociales o pueden ser digamos también proyectos de índole digamos estructurales y de todo ese tipo.

- 4) ¿Cuáles son las habilidades y destrezas que debe poseer un Comunicador para el Desarrollo para enfrentarse al mundo actual?

Habilidades, Comunicaciones, estamos hablando de buenas relaciones estamos hablando de ética profesional estamos hablando de todos esos aparatos deontológicos que debe de tener cualquier profesional pero en el caso de un Comunicador para el Desarrollo recordemos que estamos hablando de un profesional que trabaja de cerca muy de cerca, con las personas tanto individuales como en como en Sociedad entonces esto es muy importante, otro tipo de habilidades que debe de tener son las Relaciones humanas debe de entender los problemas Sociales, debe de asimilar lo, debe de enfrentarlo para de este manera poder pensar en soluciones a mediano o corto plazo en beneficio de solución de esos problemas es un proceso bastante significativo no te voy a negar que a lo mejor en el grado.

Estoy hablando de la formación estoy hablando de la universidad lo puedan conseguir, pero, dentro de la carrera se trata a través de las asignaturas formar esos valores que debe de tener el Comunicador para ejercer su, trabajo.

- 5) ¿Cuáles son los elementos claves de las Relaciones Públicas que debe de manejar un Comunicador para aplicarlo en su campo laboral?

Elementos claves, las Relaciones Humanas el conocimiento acerca de digamos la imagen e identidad de las instituciones debe de tener también. Conocimiento acerca de la misión y visión de las instituciones o los organismos donde va, a trabajar y debe conocer y debe de ser bien sensible ante los fenómenos y los elementos que forman parte del FODA. Estoy hablando de las fortalezas de las oportunidades las debilidades y las amenazas que puede tener, cualquier organismo, empresa e institución para desarrollar cualquier tipo de trabajo o cualquier tipo de proyecto.

- 6) ¿Considera usted que las asignaturas de Relaciones Públicas están estrechamente vinculadas a la gestión de la Comunicación desde las asignaturas Imagen e Identidad Institucional?

Bueno, se trata de dar el mayor acercamiento posible el grado no te lo da todo, cuando te hablo de grado estoy hablando desde la formación que tiene aquí en la Universidad verdad para eso, existe una formación posgraduada es una continuación para profundizar los conocimientos que deben tener los Comunicadores para el Desarrollo, en muchas áreas, pero si estamos hablando específicamente de las Relaciones públicas el grado no te lo va a dar todo.

Yo, en lo personal te digo estas asignaturas que vos, me mencionaste y que son parte, de ese corpus de estudio que vos estas incluyendo en tu investigación, tratan de dar un acercamiento a los que son las Relaciones Humanas la Imagen la Identidad de las instituciones que el estudiante o el profesional por lo menos tenga, un conocimiento básico de cuales esos aspectos importantes los cuales se construyen los palanes de Relaciones públicas

por ejemplo: también todo esto que tiene que ver con la imagen e identidad, con las instituciones que muchas veces vos sabes el manejo de las crisis todo, todo esto que tiene que ver digo, con los planes tiene mucho que ver con las herramientas; que los estudiantes adquieren en la formación de grado ya, luego pues si el sector laboral o el lugar de trabajo donde él está aplicándole exige más pues, es, responsabilidad tanto del medio o de la institución como del profesional pues, digamos continuar profundizando más acerca de las Relaciones públicas y todos los ejes sobre los cuales trabaja.

- 7) ¿No puede haber Relaciones Humanas no puede haber Relaciones públicas sin Comunicación?

Bueno, definitivamente vos lo has dicho has mencionado un aspecto muy importante la gestión. El Comunicador para el Desarrollo también debe de ser un buen gestor, un gestor, de propuesta

un gestor de planes de iniciativas porque son las que generan a mediano plazo, esas intervenciones no, si por ejemplo que te digo una empresa (X) de telecomunicaciones quiere lanzar una campaña verdad, el Relacionista Público juega un papel muy importante junto con un montón de gente de otras áreas, de la empresa pero el Relacionista Público se va a encargar de conquistar, de atraer difundir, diciéndolo en modo coloquial, de enamorar a públicos específicos que son de interés para la empresa de telecomunicaciones para que funcione la campaña entonces.

Un caso con nombre y apellido bueno, si claro quiere lanzar ahorita sus promociones navideñas para fin de año, el Relacionista Público tendrá que moverse primero para gestar ideas, luego llevar las a la práctica a través de las estrategias o sea ¿qué voy hacer?

¿Voy hacer un plan de medios? Voy a visitar tal cosa, voy a poner rótulos espectaculares en las carreteras, voy a poner a chicas en los quioscos de las gasolineras, para... millones de cosas o sea esas son las ideas esas son las estrategias, luego caen las tácticas luego, pero, ¿Quién diseña todo eso? Obviamente el Relacionista Público es el que trabaja de la mano y con una idea desde cero, que nace me entiendes. A mí, como mi Relacionista Público me dice mi empresa mira, viene la época navideña necesitamos vender millones de córdobas yo no sé, como vas hacer, pero lo vas hacer ahí entonces desde ahí es ponerse a trabajar para pensar analizar los públicos, analizar las plazas donde vas hacer tus promociones ¿Qué tipo de promociones vas hacer? Y eso es parte de la Publicidad que es una herramienta de las Relaciones públicas tampoco podemos perder de vista eso, no, todas las herramientas que la Comunicación le genera a las Relaciones públicas van a dar poder a llevar a cabo no, estoy hablando de Publicidad estoy hablando de Marketing estoy hablando de Periodismo. Porque si voy hacer un comunicado voy hacer una gira de medios obviamente debo de tener un conocimiento o a ¿quién voy a mandar? El Relacionista Público no puede hacer todo, sino que va a signar a una persona con habilidades Comunicativas que va andar de medio en medio promocionando, voy

agarrar a las chavalas más bonitas o a las más locuaces o a las más fluidas para que también vayan y hablen todo ese tramado esa, construcción tiene que hacerla.

El Relacionista Público y ahí, te estoy respondiendo la pregunta con ejemplos claros... de cómo es el trabajo, como de debe hacerse qué es lo que debe hacerse y te puse un ejemplo por ponerte uno pero todo va a depender de la naturaleza de la institución o del organismo te puse el ejemplo de una empresa que vende un servicio como lo son de las telecomunicaciones, pero igual te puedo hablar de una ONG, que lo que vende no es un servicio sino lo que vende es, bueno, claro vende un producto las ONG venden un servicio. No, porque trabajan con la gente etc., etc.

Entonces he ahí todo este asunto de las Relaciones Públicas son muy importante actualmente osea hoy en día.

#### **Pregunta de cierre**

8. ¿Hay algo que considera importante y que quisiera agregar al tema?



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA

UNAN-MANAGUA

RECINTO UNIVERSITARIO RUBÉN DARÍO (RURD)

COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

### **PROTOCOLO DE ENTREVISTA**

Buenas tardes Profesor entrevistado, el propósito de la siguiente entrevista desde el objetivo de la recolección de información en el tema de investigación: El efecto del Comunicador para el Desarrollo como profesional en la gestión de las Relaciones Públicas desde la percepción de los estudiantes de IV Y V año, de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas durante el II semestre 2022. En donde se pretenderá, analizar las percepciones de los estudiantes sobre la gestión en las Relaciones Públicas desde, el ámbito laboral en el rol del Comunicador para el Desarrollo y el efecto que, a través de su aprendizaje, logra percibirse en los estudiantes.

**Tipo de entrevista:** Cualitativa informativa de tipo singular

**Nombre del entrevistado:** MSc. Aníbal Alemán

**Nombre de la entrevistadora:** Estrella García

#### **Pregunta de apertura**

- 1) ¿Qué es la gestión en la Comunicación desde la reputación organizacional?

Bueno la gestión diseñar los planes para luego ejecutarlos pero, el proceso de ejecución se debe de preparar o se debe de planificar antes puntos estratégicos o comisiones estratégicas es decir, desde la gestión se puede ver lo que es la Publicidad se puede ver, lo que es Relaciones públicas

se puede ver la relación de la Comunicación digital es decir hay varias comisiones o áreas de trabajo que se trabaja desde la gestión empresarial o corporativa que son lo que te da esa conexión con el público meta que tiene la institución o la empresa.

### **Preguntas de contenido**

- 2) ¿Cuál es el objetivo de integrar las asignaturas de Imagen e Identidad, así como Relaciones públicas y Legitimidad como parte del plan de estudio en la carrera de Comunicación para el Desarrollo?

Bueno, el objetivo de estas dos clases Imagen e Identidad y Relaciones Publicas es precisamente por el nombre de nuestra carrera, se llama Comunicación para el Desarrollo. Entonces no es como que estudias periodismo o no, es como que estudies Comunicación de manera general, es decir, nosotros el objetivo de tener estas dos asignaturas es apuntar a ejercer habilidades y competencias en nuestros estudiantes en la parte o la ramificación de la Comunicación estratégica, es decir, la Comunicación estratégica vista como, un valor agregado de un Periodistas o de un Comunicador.

He, esas habilidades y competencia que van a tener nuestros estudiantes al momento del ámbito laboral ya no solo es ir a poner el micrófono, no solamente ir a redactar una nota, no solamente a estar frente a una cámara, sino más bien poder trabajar en el ámbito organizacional, en el ámbito de las Relaciones Públicas y eso pues les da un valor agregado a nuestros estudiantes en el ámbito laboral.

- 3) ¿Qué es la gestión en la Comunicación desde la técnica de las Relaciones públicas?

Bueno, la gestión de la Comunicación desde las Relaciones Públicas, acordémonos que el Relacionista Público es el, que tiene el vínculo con los altos directivos de una organización o los altos directivos de una empresa, entonces eh, en ese sentido el de Relaciones Públicas gestiona la Comunicación no como Relaciones o no como una persona individual sino, que las tomas de decisiones sino que la gestión de la Comunicación es en relación con los altos cargos

directivos con áreas muy específicas que hay dentro de las instituciones entonces, por ejemplo él, le gestiona un aspecto un escenario de crisis es decir como accionar ante una crisis que mi institución está siendo señalada de corrupción entonces ahí, son decisiones que se deben de tomar o gestionar ya los Relacionistas Públicos a nivel macro, ya hay ya tienen trabajados comunicados, circulares he, Comunicaciones ya es esquemática ante esta eventualidades pero.. ¿Cómo se hace esto? A través de esa gestión que tiene el Relacionista Público con los altos directivos y con otro sector que se llama medios de Comunicación o con otro sector que se llama comunidad o Público ese es como las tres vertientes de gestión que tiene el Relacionista Público altos directivos, y con otro sector que se llama, medios de Comunicación, o con otro sector que se llama comunidad o público, esas son como las tres vertientes de gestión que tiene el Relacionista público. Altos directivos medios de Comunicación y público o comunidad.

- 4) ¿Por qué se dice que la Comunicación juega un papel muy importante en la gestión de la Comunicación desde la reputación de una empresa u organización?

Acordémonos para poder entender esta pregunta hay que, comprender el concepto de Comunicación y el concepto de reputación acordémonos que Comunicación es esa trasmisión de mensaje esa ida y venida, donde hay un emisor y un receptor eh, recibiendo cierta información y ya cuando hablamos Comunicación la gestión desde las Relaciones Públicas desde lo estratégico es poder visibilizar es poder, acordémonos que la reputación.

Son todos aquellos valores organizacionales la reputación es todo lo que hace la institucionales la reputación es todo lo que hace la institución o la empresa entonces la Comunicación es como el vehículo es el medio por el cual la empresa o la institución o el Relacionista Público da a conocer cuáles son esos valores institucionales

¿Cuáles son esos principios?

Entonces, porque se dice en la parte publicitaria que el que no se da a conocer en el mercado pues, es un desconocido es o pasa a nivel personal con nosotros si queremos generar cierta

reputación o posicionamiento que no conozca tenemos que accionar entonces, la Comunicación te ayuda en ese sentido a tener una buena reputación y referencia.

- 5) ¿Qué tan importante es para los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo las asignaturas a las Relaciones Públicas e Imagen de Identidad desde su ámbito laboral como profesional

Bueno importante, porque son importante recordémonos ustedes que son estudiantes y lo vemos en las prácticas, de profesionalización I Y II algunos estudiantes están en instituciones Públicas o privadas, no necesariamente ejerciendo la Comunicación pura, como lo puede hacer alguien como, o no la Comunicación pura sino el Periodismo por qué no, es como alguien que se vaya a un canal o a una radio que va air, a reportear que va air, a redactar una nota.

Mientras que a nivel organizacional he, es distinto el trabajo el mecanismo entonces creo que la importancia, radica en eso poder generar ese abanico de oportunidades en el ámbito laboral, y no, solamente enfocarse en el área del Periodismo como lo decíamos anteriormente, entonces la importancia es poder generar esas competencias y habilidades para que el estudiante pueda trabajar en organizaciones puedan trabajar en empresas.

Entonces como un Comunicador va air a dar una capacitación a veces lo miran como que está fuera del lugar, pero, por ejemplo, a nivel organizacional muchas veces te piden capacitación o talleres sobre la Comunicación asertiva, sobre protagonismo sobre algún eje temático que trabaja la institución de niñez de mujer etc. Entonces allí, el estudiante de Comunicación puede entrar, puede trabajar estrategias muy comunitarias enfocadas en el ámbito social.

- 6) ¿Qué experiencia y aprendizaje se puede llevar un estudiante de Comunicación para el Desarrollo sobre la gestión en la Comunicación desde las Relaciones Públicas en la que usted me pueda comentar?

Bueno, una experiencia que se pueden llevar desde la clase Imagen y Relaciones Públicas que la he impartido los muchachos hacen un trabajo de curso va a una institución y conocen desde la filosofía institucional hasta cómo se gestiona toda esa filosofía. Entonces la mayor experiencia que se pueden llevar los muchachos es, el aprendizaje, pero más allá de ese aprendizaje es que muchos de ellos, se enamoran de las Relaciones Públicas o del trabajo organizacional a nivel general; es decir a veces nosotros escuchamos a los estudiantes que fueron hacer un trabajo a una institución y dicen me gusta.

Como se trabaja como es el mecanismo eh, como es la atención que hay que dar ahí. Entonces creo que se meten en ese campo y ese es el mayor aprendizaje y el mayor logro que se lleven los estudiantes es decir primer acercamiento en las instituciones y lo otro es que muchos de nuestros estudiantes ya egresados están en ONG están ejerciendo Comunicación organizacional; les digo porque a mí me han contactado diciéndome ¿Cómo está este plan de Comunicación?

¿Qué me puede orientar? Entonces he ahí uno les dice bueno, en ese momento ustedes vieron una clase tal vez no le pusieron tanta mente hasta cual momento están en el ejercicio ahh esto es lo que me daba tal Profesor voy a contactarlo, entonces ese es un aprendizaje o algo que se llevan los estudiantes ese vínculo ese acercamiento al ámbito organizacional y ya no tanto aun medio de Comunicación.

- 7) ¿Considera usted que, estas asignaturas Imagen e Identidad y Relaciones Publicas son unas aproximaciones para un Comunicador para el Desarrollo para defenderse en el ámbito laboral como una alternativa?

Bueno, si esta clase es un primer logro, de poder darles a los muchachos las herramientas pero, creo que no son las únicas todavía hace falta y es ahí donde nosotros como docente y como universidad, siempre se hace un análisis en ¿qué es lo que le hace falta en el plan de estudio en los muchachos? y por eso ustedes, han escuchado el modelo por competencia que ya ustedes,

ya no lo lograron pero ese modelo por competencia es ver esos vacíos que he, que hay en los niveles de formación entonces sí, Imagen, Relaciones Públicas miran una clase de publicidad miran una clase de formulación de proyecto ven otra clase de mercadeo social, es decir en lo que es la Comunicación organizacional hay asignaturas que apuntan a eso y les da esa fortaleza a los estudiantes pero, nosotros hemos visto o hemos valorado que hace falta sobre la Comunicación digital en Nicaragua y en el mundo.

En Nicaragua en vías de desarrollo la tecnología es nueva relativamente porque es de los años, noventa, noventa y cinco que vinieron las primeras Computadoras en Nicaragua y ya en Europa ya había pasado décadas entonces que quiero decir con esto que la tecnología en Nicaragua es incipiente y por eso le debemos de al muchacho lo que es la parte de ¿cómo hacer estrategias de mercadeo desde lo digital?

Por ejemplo ¿Cómo hacer publicidad desde lo digital? Utilizar todo lo que es la parte tecnológica como medios alternativos entonces como darle atención al cliente ahora ya no es, del tu a tu sino una atención digital una atención en línea. ¿Cómo medir tu audiencia desde la parte digital? Entonces hay otros logaritmos hay otras formas hay otras estrategias que la tecnología nos dice, aquí está algo que los muchachos deben de aprender para tener más fuerza desde su formación, no estoy diciendo que los van saliendo no tienen esas capacidades y habilidades, pero, lo que estamos nosotros apuntando agarrar mayor fuerza en la parte organizacional.

- 8) ¿Qué tanto es incidente el efecto de un Comunicador para el Desarrollo en la actualidad desde las Relaciones Públicas como gestor de la Comunicación?

La incidencia, a ver, acordémonos hay que ver el origen o el significado de Comunicación para el Desarrollo en nuestra carrera. Y ahí puedo vincular esa pregunta porque Comunicación para el Desarrollo no es solamente desarrollo visto desde una postura desde un paradigma

tecnológico sino un Desarrollo desde lo humano, desde lo comunitario entonces ¿Cuál es la incidencia y la idea que nosotros tenemos es que el estudiante? Venga acá a Managua y si es de los departamentos y regrese a sus localidades y puedan incidir en la Comunicación comunitaria y en las organizaciones, en las alcaldías imagínese en Nicaragua ¿Cuántas alcaldías? Y todas usan la Comunicación.

**Pregunta de cierre**

- 9) ¿Hay algo que usted quisiera agregar que considere importante al tema?



## FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURÍDICAS

### COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

La encuesta a realizar tiene como objetivo la recolección de datos para el tema: El efecto del Comunicador para el Desarrollo como profesional en la gestión de las Relaciones Públicas desde la percepción de los estudiantes de IV y V año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua.

Fecha: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

a) a

#### I. Datos generales

Marque con una "X", o encierre en un círculo. Solo una de las opciones

#### Edad

- a) de 16 a 19 años
- b) de 20 a 23 años
- c) de 24 años a más

#### Sexo

- a) Hombre
- b) Mujer

#### Turno

- a) Matutino
- b) Vespertino

#### Año Académico que Cursa

- a) IV año

b) V año

## II. Pregunta Clave

¿Que son las Relaciones Publicas (RR. PP) en base a sus conocimientos?

- a) Conjunto de acciones de Comunicación estratégica al Marketing
- b) Publicity
- c) Son herramientas para vender un producto o servicio a un público meta
- d) La proyección e imagen que se le da a una empresa u organización o persona de cara a su público

III. Factores que influyen en la percepción y reconocimiento sobre la gestión de un Comunicador para el Desarrollo en las Relaciones Públicas.

Tabla No. 11. Preguntas de encuesta

Pregunta de Investigación	Si	No
¿Tienes conocimiento sobre que son las Relaciones públicas?		
¿Conoces la función que tiene un Comunicador para el Desarrollo dentro del ámbito profesional en las Relaciones públicas actualmente?		
¿Crees que como estudiante y futuro Comunicador para el Desarrollo se debe de tener clara la función de las Relaciones Públicas desde el ámbito profesional?		
¿Has escuchado durante el II semestre 2022 sobre que es las Relaciones Públicas y la Gestión?		
¿Consideras que las asignaturas Imagen e Identidad Institucional y Relaciones Públicas y legitimidad en la Carrera de Comunicación aportan lo necesario para dedicarte a las Relaciones Públicas?		

IV. Encierre en un círculo y marque solo una de las opciones que se dan como respuestas a las siguientes interrogantes.

¿Qué entiendes por Gestión en la Comunicación?

- a) Actividad que ejerce un Comunicador para el Desarrollo en una empresa e Institución
- b) Todo lo referente a la reputación de una Institución o empresa
- c) Son gestiones que facilitan el trabajo de identidad y posicionamiento de una empresa, Organización e institución

**¿Cuál de estos perfiles conoces como una especialidad para un Comunicador para el Desarrollo?**

- a) Locutor en Radio
- b) Presentadora/o de televisión
- c) Relacionista Público en una empresa u organización e institución
- d) Editor de Contenidos de prensa

**¿Qué tanto conoce de las Relaciones públicas en la carrera de Comunicación para el Desarrollo?**

- a) Poco
- b) Nada

**¿Has considerado dedicarte a las Relaciones Públicas después de tu carrera profesional?**

- a) Si, lo he pasado
- b) Puede ser
- c) No, no estoy interesado/a

**V. Marque con una “X”, SOLO UNA DE LAS OPCIONES.**

Las siguientes preguntas contienen respuestas previamente clasificadas en cinco categorías.

**Seleccione la categoría que usted considere más**

Conveniente de los números del 3, 2, 1,

Las preguntas están enfocadas para saber la percepción de los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo en la Gestión de las Relaciones Públicas.

**Los números indican la escala de valor de su opinión, la que usted considere que puede seleccionar de acuerdo a su criterio:**

- 1. En desacuerdo con lo expresado
- 2. Indiferente (ni estoy de acuerdo ni en desacuerdo)
- 3. De acuerdo con lo expresado.

N°	Variables/Atributos	Puntajes		
		1	2	3
1	Se debe tener más incidencia en el tema de las Relaciones Públicas en la Carrera de Comunicador para el Desarrollo			
2	En la actualidad, la percepción que tienen los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo sobre las Relaciones Públicas es minimizada y de poca importancia			
3	¿Consideras que existen más oportunidades en Comunicación para el Desarrollo en los medios tradicionales que desde las empresas privadas e Instituciones Relaciones Públicas			
4	¿Crees que se debe motivar al estudiante desde el aprendizaje en la carrera de Comunicación para el Desarrollo la Gestión en la Comunicación desde las Relaciones Públicas como especialidad			
5	¿Un Comunicador para el Desarrollo debe de tener las habilidades, destrezas y conocimientos para desarrollarse como Relacionista Público a futuro?			
6	Las asignaturas sobre Relaciones Públicas son necesarias en la Carrera de Comunicación para el Desarrollo para el ámbito profesional			

Tabla No. 12. Preguntas de encuesta

## CUADRO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

A continuación, se presentará el análisis de las entrevistas realizadas a los docentes de expertos en el tema de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, de la UNAN-Managua, con el objetivo de obtener información que fundamente esta investigación.

**Capítulo I: Habilidades y destrezas derivadas de la formación académica de asignaturas vinculadas a las Relaciones Públicas en los estudiantes de IV y V año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua durante el II semestre 2022.**

### REFLEXIONES A FONDO

<b>Informante</b>	<b>Las habilidades y destrezas que debe poseer un Comunicador para el Desarrollo para enfrentarse al mundo actual</b>
<b>MSc. Milán Prado</b>	<i>Es el vínculo que debe mantenerse de cualquier institución u organismo tanto público o privado, para sus públicos y colaboradores entiéndase Públicos como todo aquel. [...] cuando hablamos de colaboradores son personas muy cercanas a esa institución u organismo que trabajan de la mano para poder ejercer estrategias, vender o proporcionar cualquier servicio ya sea social o tradicional en beneficio de la colectividad o comunidad o de públicos específicos.</i>

Tabla No. 3. Agrupación de entrevista

Para el MSc. Prado un Comunicador para el Desarrollo debe de tener las habilidades, destrezas y conocimientos para desarrollarse como Relacionista Público a futuro desde lo profesional.

<b>Informante</b>	<b>Las Relaciones públicas en la actualidad desde la perspectiva del Comunicador para el Desarrollo</b>
<b>MSc. Milán Prado</b>	<i>Es el vínculo que debe mantenerse de cualquier institución u organismo tanto público o privado, para sus públicos y colaboradores entiéndase Públicos como todo aquel. [...] cuando hablamos de colaboradores son personas muy cercanas a esa institución u organismo que trabajan de la mano para poder ejercer estrategias, vender o proporcionar cualquier servicio ya sea social o tradicional en beneficio de la colectividad o comunidad o de públicos específicos.</i>

Tabla No. 4. Agrupación de entrevista.

El Maestro MSc. Milán Prado, de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, expresa que debe de existir y mantenerse esa relación de una institución u organismo en lo público como privado, así como a sus copartícipes esto hace referencias a personas que no estando en la

institución pero que son próximas a ellas, y van aportando a las estrategias que se trabajan en base a su beneficio.

**Capítulo II: Importancia del rol del Comunicador para el Desarrollo, desde su formación académica para su inserción al ámbito laboral, a partir del conocimiento de gestión a las Relaciones públicas durante su proceso de formación profesional en los estudiantes de IV y V año de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, durante el II semestre del 2022.**

**REFLEXIONES A FONDO**

Informante	La Comunicación juega un papel muy importante en la gestión de la Comunicación desde la reputación de una empresa u organización
<b>MSc. Aníbal Alemán</b>	<i>Cuando hablamos Comunicación la gestión desde las Relaciones Públicas desde lo estratégico es poder visibilizar es poder, acordémonos que la reputación son todos aquellos valores organizacionales la reputación es todo lo que hace la institucionales la reputación es todo lo que hace la institución o la empresa entonces la Comunicación es como el vehículo es el medio por el cual la empresa o la institución o el Relacionista Público da a conocer cuáles son esos valores institucionales.</i>

Tabla No. 5. Agrupación de entrevista.

Asimismo, se obtuvo por medio del instrumento de la entrevista realizada al Maestro de la asignatura Imagen e Identidad Institucional - MSc. Aníbal Alemán que la Comunicación desde la gestión en las Relaciones Públicas en una institución u organización es fundamental para, crear ese vínculo triangular entre ellos para lograr las estrategias propuestas.

Por consiguiente, en si la Comunicación juega gran protagonismo en los diferentes escenarios desde las acciones tomadas para funcionar de manera efectiva una empresa,

institución u organización desde la imagen que esta proyecte a su público la manera como se Comunica con ellos.

<b>Informante</b>	<b>La importancia de la asignatura de Relaciones públicas para los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo en la actualidad</b>
<b>MSc. Milán Prado</b>	<i>Estas asignaturas que tienen que ver con Comunicación Estratégica, Relaciones Públicas, Publicidad, digamos mercadeo Social, también, Estrategias de Comunicación participativa son todas las que forman en el estudiante y en el profesional, y les otorgan aquellos recursos y herramientas que pueden ellos luego poner en práctica para desarrollar cualquier tipo de proyecto enfocado siempre en la Comunicación estratégica, pueden ser con fines económicos Sociales o pueden ser digamos también proyectos de índole digamos estructurales y de todo ese tipo.</i>

Tabla No. 6. Agrupación de entrevista

. En lo que refirió el docente MSc. Milán Prado de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, estas asignaturas están entrelazadas desde las estrategias que se les enseña a los estudiantes desde su formación enfocado a las Relaciones humanas de cualquier proyecto social, al que vayan hacer partícipes y que pongan en prácticas sus conocimientos aprendidos desde la enseñanza en la carrera de Comunicación para el Desarrollo.

<b>Informante</b>	<b>Desde las asignaturas de Relaciones públicas e Imagen de Identidad para los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo en el ámbito laboral.</b>
-------------------	---

<b>MSc. Aníbal Alemán</b>	<i>Recordémonos ustedes que son estudiantes y lo vemos en las prácticas, de profesionalización I Y II algunos estudiantes están en instituciones Públicas o privadas, no necesariamente ejerciendo la Comunicación pura, [...] Mientras que a nivel organizacional he, es distinto el trabajo el mecanismo entonces creo que la importancia, radica en eso poder generar ese abanico de oportunidades en el ámbito laboral, [...] entonces la importancia es poder generar esas competencias y habilidades para que el estudiante pueda trabajar en organizaciones puedan trabajar en empresas.</i>
---------------------------	---

Tabla No.7. Agrupación de entrevista.

En lo que refiere el MSc. Aníbal Alemán, desde las prácticas de profesionalización que la carrera envía a sus estudiantes. Ellos ya tienen esa base de conocimiento para desarrollarse en la función de gestor en las Relaciones públicas, por lo tanto, son muy importantes en tal sentido que inicia y nutre al estudiante hacia diferentes escenarios desde el ámbito laboral.

<b>Informante</b>	<b>Imagen e Identidad Institucional y Relaciones Publicas son unas aproximaciones para un Comunicador para el Desarrollo para defenderse en el ámbito laboral como una alternativa</b>
<b>MSc. Aníbal Alemán</b>	<i>Bueno, si esta clase es un primer logro, de poder darles a los muchachos las herramientas pero, creo que no son las únicas todavía hace falta y es ahí donde nosotros como docente y como universidad, siempre se hace un análisis en ¿Qué es lo que le hace falta en el plan de estudio en los muchachos? y por eso ustedes, han escuchado el modelo por competencia que ya ustedes, ya no lo lograron pero ese modelo por competencia es ver esos vacíos que he, que hay en los niveles de formación entonces sí, Imagen, Relaciones Públicas miran</i>

	<p><i>una clase de publicidad miran una clase de formulación de proyecto ven otra clase de mercadeo social, es decir en lo que es la Comunicación organizacional hay asignaturas que apuntan a eso y les da esa fortaleza a los estudiantes.</i></p>
--	--

Tabla No. 8. Agrupación de entrevista.

En esta conceptualización que hace el docente expresa que, ambas asignaturas dan un acercamiento una iniciación hacia lo que puede el interés en el estudiante acerca de las Relaciones Públicas, ya que ambas proporcionan capacidades y cualidades que debe de tener un futuro Comunicador para el Desarrollo desde la gestión en la Comunicación desde las Relaciones Públicas.

Informante	Elementos claves de las Relaciones Públicas que debe manejar un Comunicador para aplicarlo en su campo laboral
<b>MSc. Milán Prado</b>	<i>Elementos claves, las Relaciones Humanas el conocimiento acerca de digamos la imagen e identidad de las instituciones debe de tener también. Conocimiento acerca de la misión y visión de las instituciones o los organismos donde va, a trabajar y debe conocer y debe de ser bien sensible ante los fenómenos y los elementos que forman parte del FODA. Estoy hablando de las fortalezas de las oportunidades las debilidades y las amenazas que puede tener, cualquier organismo, empresa e institución para desarrollar cualquier tipo de trabajo o cualquier tipo de proyecto.</i>

Tabla No. 9. Agrupación de entrevista.

El docente MSc. Milán Prado expuso que un Comunicador tiene todos esos conocimientos que lo hacen ser dotado de muchas oportunidades al momento de su inserción al ámbito laboral.

Informante	El rol de los Comunicadores para el Desarrollo en la actualidad
<b>MSc. Milán Prado</b>	<i>MSc. Milán Prado Bueno el rol es integral, un Comunicador para el Desarrollo está dotado de muchas herramientas que pueden ayudarlo, para poder desarrollar cualquier tipo de trabajo es por eso que la Comunicación para el Desarrollo. [ ...] Es por eso que la formación de ellos es integral y esa es hoy en día digamos el perfil que tiene el profesional de la Comunicación para el Desarrollo.</i>

Tabla No. 10. Agrupación de entrevista.

Ante lo expuesto, el docente de la carrera de Comunicación para el Desarrollo Milán Prado detalló que desde su análisis el rol de un comunicador debe ser eficaz, progresivo y necesario en toda institución, empresa u organización de la cual se requieran de él, ya que en base a sus conocimientos adquiridos desde su enseñanza esté apto para desarrollarse en la gestión desde las Relaciones Públicas o cualquier otra especialidad desde su rol.

Informante	La Comunicación desde la reputación organizacional
<b>MSc. Aníbal Alemán</b>	<i>Bueno la gestión de la Comunicación trabajado desde la reputación organizacional es poder eh, hacer planes diseñar los planes para luego ejecutarlos pero, el proceso de ejecución se debe de preparar o se debe de planificar antes puntos estratégicos o comisiones estratégicas es decir, desde la gestión se puede ver lo que es la Publicidad se puede ver, lo que es Relaciones públicas se puede ver la relación de la Comunicación digital es decir hay varias comisiones o áreas de trabajo que se trabaja desde la gestión empresarial o corporativa que son lo que te da esa conexión con el público meta que tiene la institución o la empresa.</i>

Tabla No. 11. Agrupación de entrevista.

Así mismo, el MSc. Aníbal Alemán expuso que, la buena reputación de una empresa u organización es esencial, pero que a la vez es tan difícil de mantener la ya que en el día a día se corren riesgos en los que entra en juego el rol de un Comunicador estratega.

<b>Informante</b>	<b>Las Relaciones Públicas están estrechamente vinculadas a la gestión de la Comunicación desde las asignaturas Imagen e Identidad</b>
<b>MSc. Milán Prado</b>	<i>Bueno, se trata de dar el mayor acercamiento posible el grado no te lo da todo, cuando te hablo de grado estoy hablando desde la formación que tiene aquí en la Universidad verdad para eso, existe una formación posgraduada es una continuación para profundizar los conocimientos que deben tener los Comunicadores para el Desarrollo, en muchas áreas. [...] pero si estamos hablando específicamente de las Relaciones públicas el grado no te lo va a dar todo. Yo, en lo personal te digo estas asignaturas que vos, me mencionaste y que son parte, de ese corpus de estudio que vos estas incluyendo en tu investigación, tratan de dar un acercamiento a los que son las Relaciones Humanas la Imagen la Identidad de las instituciones que el estudiante o el profesional por lo menos tenga, un conocimiento básico de cuales esos aspectos importantes los cuales se construyen los palanes de Relaciones públicas. [...]</i>

Tabla No. 12. Agrupación de entrevista.

En esta conceptualización que hace el docente expresa que, ambas asignaturas dan un acercamiento una iniciación hacia lo que puede ser una toma para un Comunicador ya profesional como una especialidad.

**Capítulo III: Percepción de los estudiantes de IV y V año de la carrera de  
Comunicación para el Desarrollo, sobre las oportunidades laborales en el área de las  
Relaciones públicas para su desempeño profesional en los estudiantes de IV y V año de  
la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua durante el II  
Semestre 2022**

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DEL INSTRUMENTO ENCUESTA**

A continuación, se presentará el análisis de la encuesta realizadas a los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de IV y V año, de la UNAN-Managua, con el objetivo de obtener información que fundamente esta investigación.

¿Tienes conocimiento sobre que son las Relaciones públicas?  
62 respuestas



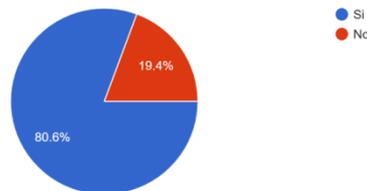
Gráfica No. 1. Conocimientos sobre las Relaciones Públicas

Los estudiantes de IV y V año, fueron encuestados para saber, si ellos tienen conocimiento sobre las Relaciones Públicas, puesto que una de las inquietudes que rondaba la interrogante; era sobre si tenían conocimiento sobre el concepto de Relaciones Públicas a lo que el 98.4% de los estudiantes dijo tener conocimiento y un 1.6% de los estudiantes dijo no conocer del tema.

En este sentido, es similar a la opinión expresada por Prado (2022) ya que el maestro Prado hace referencia del tema: Las Relaciones Publicas en la actualidad Desde la perspectiva del Comunicador para el Desarrollo es el vínculo que debe mantenerse de cualquier institución u organismo tanto Público o privado, para sus públicos y colaboradores entiéndase Públicos como todo aquel. Digamos aquella persona o aquel, colectivo de personas tanto interno como externos y cuando hablamos de colaboradores personas muy cercanas a esa institución u organismo que trabajan de la mano para, poder ejercer digamos estrategias o vender o proporcionar cualquier servicio. (2022)

En lo que también se concluye, que los estudiantes logran captar y entender el concepto de Relaciones Públicas a lo que desde la conceptualización del Maestro y experto en el tema y docente de Comunicación para el Desarrollo expreso antes.

¿Has escuchado durante el II semestre 2022 sobre que es la Gestión en la Comunicación desde las Relaciones Públicas?  
62 respuestas



Gráfica No. 2. Gestión en la Comunicación desde las Relaciones Públicas

En la gráfica No. 2. En donde se refleja que el resultado obtenido del 80.6% afirman que, si han escuchado durante el II semestre del 2022, sobre la gestión en la Comunicación desde las Relaciones Públicas y un 19.4% admitió no haber escuchado aun en este periodo.

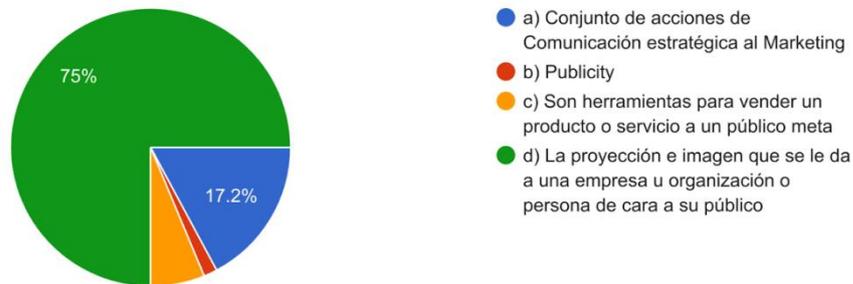
Es de suma importancia conocer si los estudiantes habían tenido una aproximación a las Relaciones Públicas por medio del aprendizaje en la carrera de Comunicación para el Desarrollo. En adición cuando se le preguntó a uno de los expertos entrevistados, sobre el tema de Relaciones Públicas.

Al respecto Prado afirmo: “El Comunicador para el Desarrollo también debe de ser un buen gestor, un gestor, de propuesta un gestor de planes de iniciativas porque son las que generan a mediano plazo, esas intervenciones no, si por ejemplo que te digo una empresa (X)” (2022).

La gráfica No. 3. El resultado obtenido se muestra que de los 64 encuestados que representa un 100% el 17.2% respondió

¿Qué son las Relaciones Públicas (RR.PP) en base a sus conocimientos?

64 respuestas



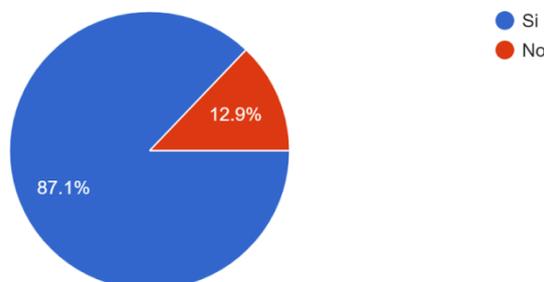
Gráfica No. 3. Las Relaciones Públicas en base a sus conocimientos.

La opción (a) el 1.16% optaron por la opción (b) un 6.3% optaron por responder con la opción (c) y el 75% respondieron con la opción (d) obteniendo la mayor cantidad asertiva al concepto.

Expresando así que, dominan los conceptos de la asignatura de las Relaciones Públicas los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo. Referente a una de las personas entrevistadas que coincide con esta afirmación Prado: “Es el vínculo que debe mantenerse de cualquier institución u organismo tanto Público o privado, para sus públicos y colaboradores entiéndase Públicos como todo aquel” (2022).

¿Ha pensado en dedicarte en algún momento al mundo de las Relaciones públicas como especialidad?

62 respuestas

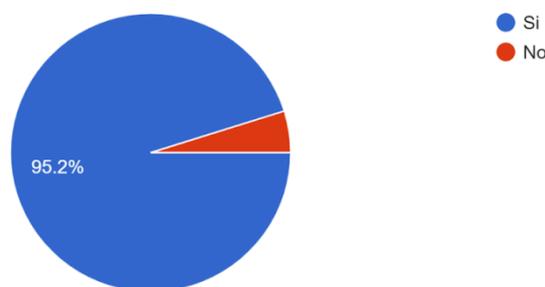


Gráfica No. 4. El mundo de las Relaciones Públicas como especialidad

Con el 87.1% de los estudiantes encuestados manifiesto, que si han pensado en dedicarse al mundo de las Relaciones Públicas como profesional en Comunicación para el Desarrollo mientras el 12.9% considera que no. Cumpliendo así, con uno de los objetivos esperados que era conocer la percepción del estudiante sobre su interés en dedicarse a las Relaciones Públicas como especialidad se obtuvo un resultado asertivo a los objetivos propuestos en la investigación.

¿Conoces la función que tiene un Comunicador para el Desarrollo dentro del ámbito profesional en las Relaciones públicas actualmente?

62 respuestas

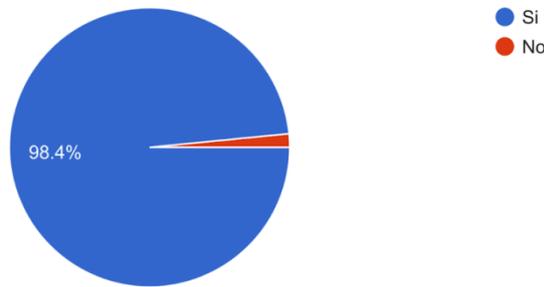


Gráfica No. 5. Función que tiene un Comunicador para el Desarrollo dentro del ámbito profesional.

El 95.2% de los encuestados manifestaron que, si conocen la función de un Comunicador para el Desarrollo desde el ámbito profesional en las Relaciones Públicas mostrando así la importancia para los estudiantes encuestados sobre la pregunta en cuestión, pero el 4.7% admitió no conocer la función.

¿Crees que como estudiante y futuro Comunicador para el Desarrollo debe de tener clara la función de las Relaciones Públicas desde el ámbito profesional?

64 respuestas

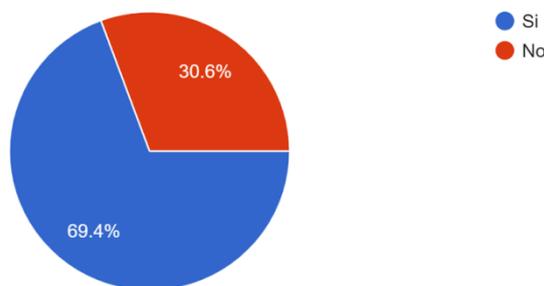


Gráfica No. 6. Se debe de tener clara la función de las Relaciones Públicas desde lo profesional.

En la gráfica No. 6. El resultado obtenido de los estudiantes encuestados con el 98.4% respondieron que sí, creen que un futuro Comunicador para el Desarrollo debe de tener clara su función desde las Relaciones Públicas por lo que se logró el objetivo de conocer percepción sobre la pregunta en cuestión y el 1.6% no lo creen necesario.

¿Consideras que las asignaturas Imagen e Identidad Institucional y Relaciones Públicas y legitimidad en la Carrera de Comunicación aportan...esario para dedicarte a las Relaciones Públicas?

62 respuestas



Gráfica No. 7. Aporte de las asignaturas Imagen e Identidad Institucional y Relaciones Públicas.

La gráfica No. 7 muestra con un 69.4% que los encuestados estudiantes sí, consideran que estas asignaturas Imagen e Identidad Institucional y Relaciones Públicas y Legitimidad en la

carrera de Comunicación para el Desarrollo, estas asignaturas para los estudiantes de IV y V año consideran que aportan para poder dedicarte a las Relaciones Públicas. Referente a uno de los entrevistados el docente de la carrera de Comunicación para el Desarrollo MSc. Aníbal Alemán, coincidió con la pregunta realizada a los estudiantes.

Ustedes, han escuchado el modelo por competencia que ya ustedes, ya no lo lograron, pero ese modelo por competencia es ver esos vacíos, que hay en los niveles de formación entonces sí, Imagen, Relaciones Públicas miran una clase de publicidad miran una clase de formulación de proyecto ven otra clase de mercadeo social, es decir en lo que es la Comunicación organizacional hay asignaturas que apuntan a eso y les da esa fortaleza a los estudiantes. (Alemán, 2022)

¿Cuál de estos perfiles conoces como una especialidad para un Comunicador para el Desarrollo?  
62 respuestas

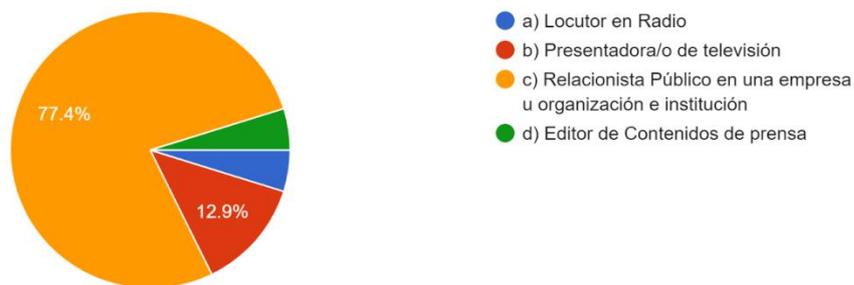
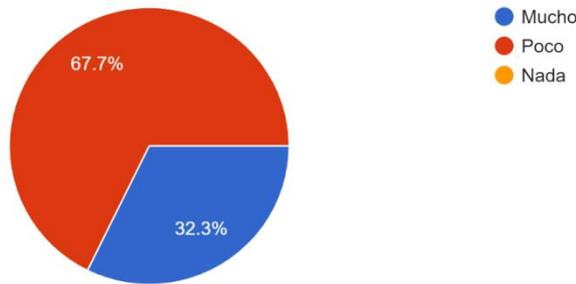


Gráfico No.8. Gestión en la Comunicación desde las Relaciones Públicas.

En esta parte de la gráfica No. 8, surgió como interrogante en el interés de conocer cuáles de estos perfiles conocían o se sentían identificados los estudiantes encuestados, para optar a una especialidad a futuro. Las respuestas fueron en selección de breves conceptos la respuesta (a) locutor de radio con el 4.7% la respuesta (b) con el 12.7% la respuesta (c) con el 77.4% y la respuesta (d) con el 4.7%

¿Qué tanto conoce de las Relaciones públicas en la carrera de Comunicación para el Desarrollo?

62 respuestas

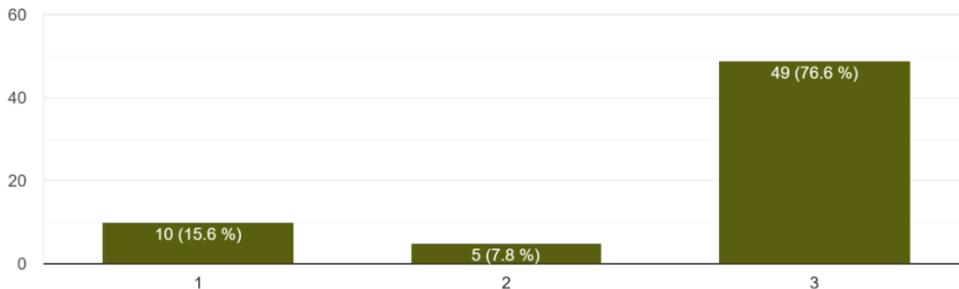


Gráfica No. 9. Conocimiento acerca de las Relaciones Públicas.

Consecuente esta gráfica muestra que el 32.3% selecciono con el color azul (mucho) el 67.7% con el color rojo (poco) y el 0% con el color amarillo (nada) Siendo así, que uno de los objetivos que era conocer si los estudiantes encuestados conocían en lleno, acerca de las Relaciones Públicas en la carrera determinando así que un 67.7% de los encuestados refirió que conocen poco.

Los números indican la escala de valor de su opinión, la que usted considere que puede seleccionar de acuerdo a su criterio: ¿Considera...n desacuerdo) 3. De acuerdo con lo expresado

64 respuestas

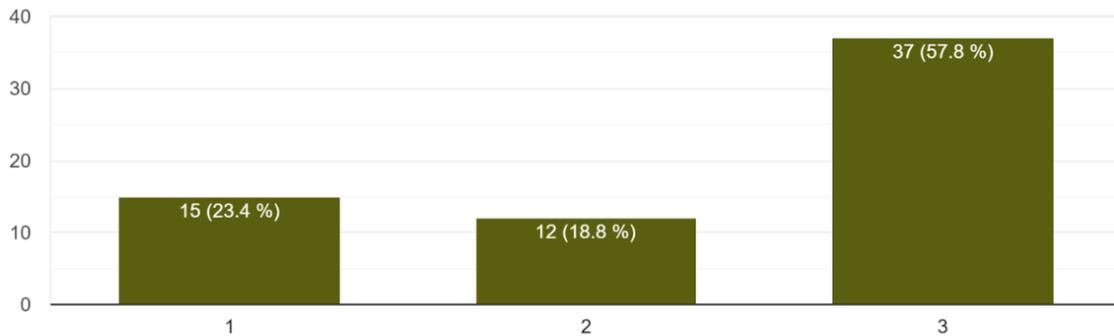


Gráfica No. 10. ¿Consideras que se debe de tener más incidencia en el tema de las Relaciones Públicas en la Carrera de Comunicador para el Desarrollo?

Cuando se les pregunto a los estudiantes encuestados sobre, la consideración de que si se debe de tener más incidencia en el tema de las Relaciones Públicas respondieron a tres

clasificaciones: 1. En desacuerdo con lo expresado con un 15.6% 2. Indiferente (ni estoy de acuerdo ni en desacuerdo) con un 7.8% 3. De acuerdo con lo expresado con 76.6%

Los números indican la escala de valor de su opinión, la que usted considere que puede seleccionar de acuerdo a su criterio: ¿Crees que ...n desacuerdo) 3. De acuerdo con lo expresado  
64 respuestas

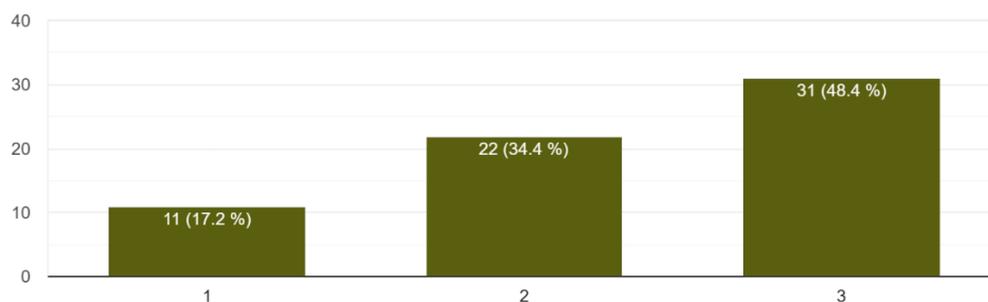


Gráfica No. 11. ¿Crees que, en la actualidad, la percepción que tienen los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo sobre las Relaciones Públicas es minimizada y de poca importancia?

Ahora bien, respondiendo a la interrogante hacia los estudiantes encuestados sobre la percepción que tienen los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo, acerca de las Relaciones Públicas es sin importancia o de poca importancia.

Seleccionando tres casillas respondieron con la 1. En desacuerdo con lo expresado con 23.4% 2. Indiferente (ni estoy de acuerdo ni en desacuerdo) con un 18.8% y la 3. De acuerdo con lo expresado con un 57.8%

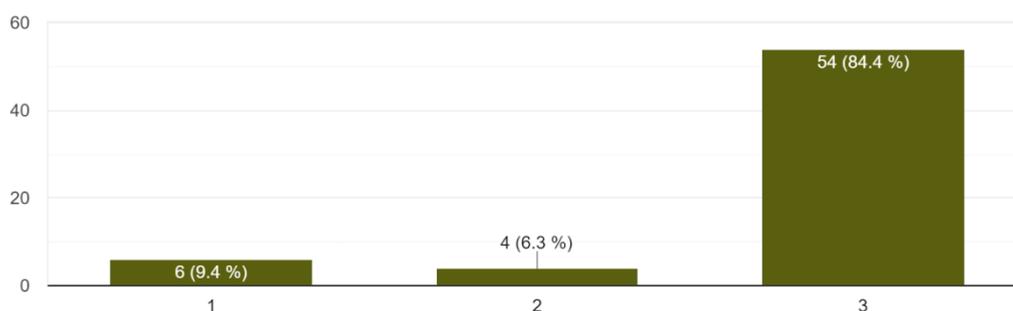
Los números indican la escala de valor de su opinión, la que usted considere que puede seleccionar de acuerdo a su criterio: ¿Consideras...n desacuerdo) 3. De acuerdo con lo expresado  
64 respuestas



Gráfica Np. 12. ¿Consideras que existen más oportunidades laborales en la carrera Comunicación para el Desarrollo en los medios tradicionales que desde las empresas privadas e Instituciones en Relaciones Públicas?

En consideración al preguntarles a los estudiantes encuestados, si consideraban que existen oportunidades laborales en las empresas privadas e instituciones en Relaciones Públicas ellos respondieron a tres secciones 1. En desacuerdo con lo expresado con un 17.2% 2. Indiferente (ni de acuerdo ni desacuerdo) con un 34.4% 3. De acuerdo con lo expresado con un 48.4%

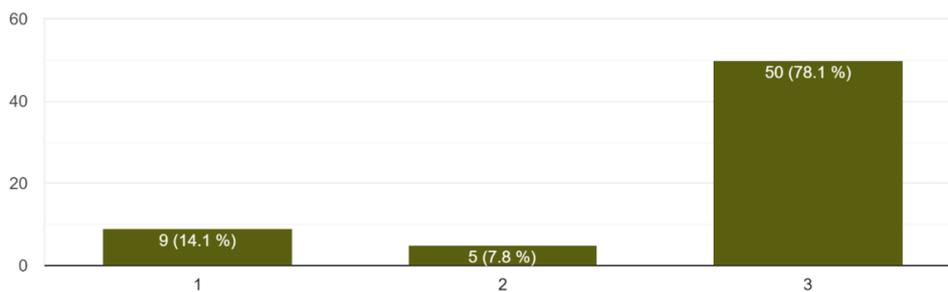
Los números indican la escala de valor de su opinión, la que usted considere que puede seleccionar de acuerdo a su criterio: Un Comunic...n desacuerdo) 3. De acuerdo con lo expresado  
64 respuestas



Gráfica No. 13. ¿Crees que se debe motivar al estudiante desde el aprendizaje en la carrera de Comunicación para el Desarrollo la Gestión en la Comunicación en las Relaciones Públicas como especialidad?

En interrogante, donde se les pregunto a los encuestados desde la interrogante que si se debe de motivar al estudiante desde la enseñanza en la carrera, sobre las gestión en la Comunicación en las Relaciones Públicas como una especialidad a futuro ellos respondieron de manera categórica con la selección de preguntas que ellos tuvieron para decidir con un 914.1% en desacuerdo con lo expresado, así mismo con un 7.8% selecciono indiferente (ni de acuerdo ni en desacuerdo) y en la sección del 78.1% definió estar de acuerdo con lo expresado. Logrando de nuevo conocer la percepción del encuestado en este caso los estudiantes de la carrera que les gustaría que se deba de tener más incidencia desde el aprendizaje en el tema en cuestión.

Los números indican la escala de valor de su opinión, la que usted considere que puede seleccionar de acuerdo a su criterio: ¿Crees que ...n desacuerdo) 3. De acuerdo con lo expresado  
64 respuestas



Gráfica No. 14. ¿Un Comunicador para el Desarrollo debe de tener las habilidades, destrezas y conocimientos para desarrollarse como Relacionista Público a futuro?

Ahora bien, cuando se les pregunto a los encuestados sobre si un Comunicador para el Desarrollo debe tener las habilidades, destrezas y conocimiento para desempeñarse como Relacionista Público. Respondiendo al interrogante expuesto en la calilla 1. En desacuerdo con lo expresado con un el 9.4 % y de la casilla 2. Con un 6.3% y en la casilla tres, con el 84.4% seleccionó que está de acuerdo con lo expresado a la interrogante. Al respecto a esto, uno de los docentes de la carrera entrevistados coincide en la pregunta de la encuesta que fue realizada hacia los estudiantes encuestados.

Al respecto, Prado (2022) afirma: Habilidades, Comunicaciones, estamos hablando de buenas relaciones estamos hablando de ética profesional estamos hablando de todos esos aparatos deontológicos que debe de tener cualquier profesional pero en el caso de un Comunicador para el Desarrollo recordemos que estamos hablando de un profesional que trabaja de cerca muy de cerca, con las personas tanto individuales como en como en Sociedad entonces esto es muy importante, otro tipo de habilidades que debe de tener son las Relaciones humanas debe de entender los problemas Sociales.

### Fotografías de entrevistas

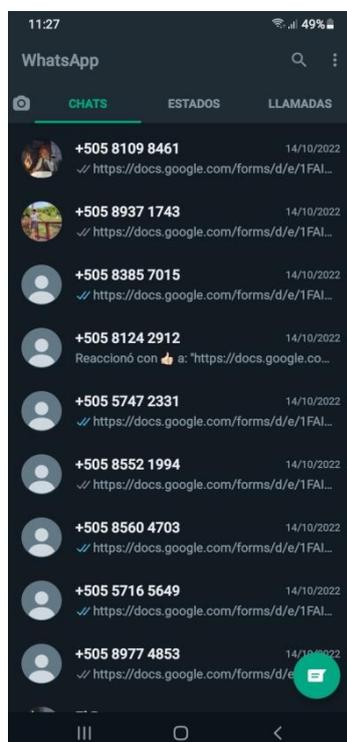


*Imagen No.1:* MSc. Aníbal Alemán docente de la carrera de Comunicación para el Desarrollo  
Siendo entrevistado por la investigadora.



*Imagen No. 2.* MSc. Milán Prado docente de la carrera de Comunicación para el Desarrollo  
Siendo entrevistado por la investigadora

**La encuesta en imagen de Screenshot aplicada a estudiantes de IV y V año, de la  
carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua.**



*Imagen No.3:* Entrevista realizada a los estudiantes de IV y V año  
De la carrera de Comunicación para el Desarrollo a través de la  
aplicación de WhatsApp



Imagen No.4: Entrevista realizada a los estudiantes de IV y V año De la carrera de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de WhatsApp

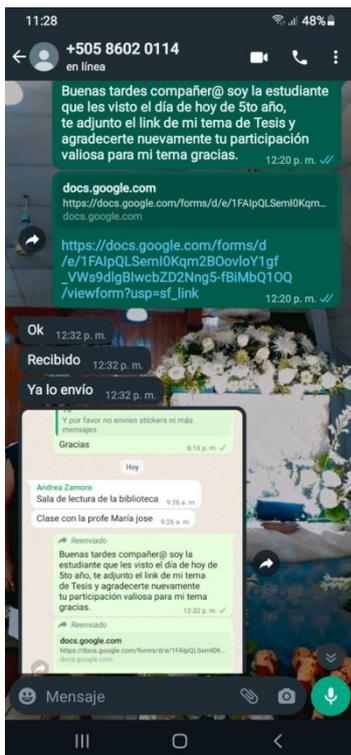


Imagen No.5: Entrevista realizada a los estudiantes de IV y V año De la carrera de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de WhatsApp



Imagen No.6: Entrevista realizada a los estudiantes de IV y V año De la carrera de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de WhatsApp



Imagen No.7: Entrevista realizada a los estudiantes de IV y V año De la carrera de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de WhatsApp



Imagen No.8: Entrevista realizada a los estudiantes de IV y V año De la carrera de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de WhatsApp

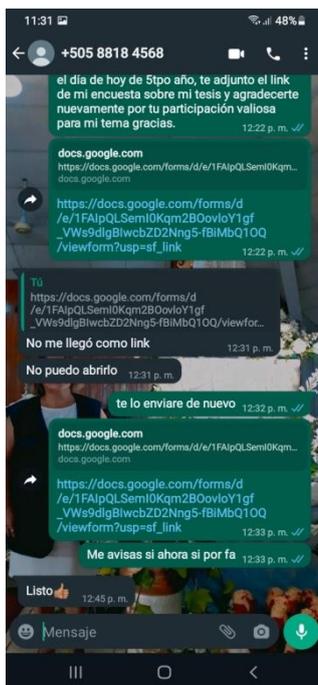
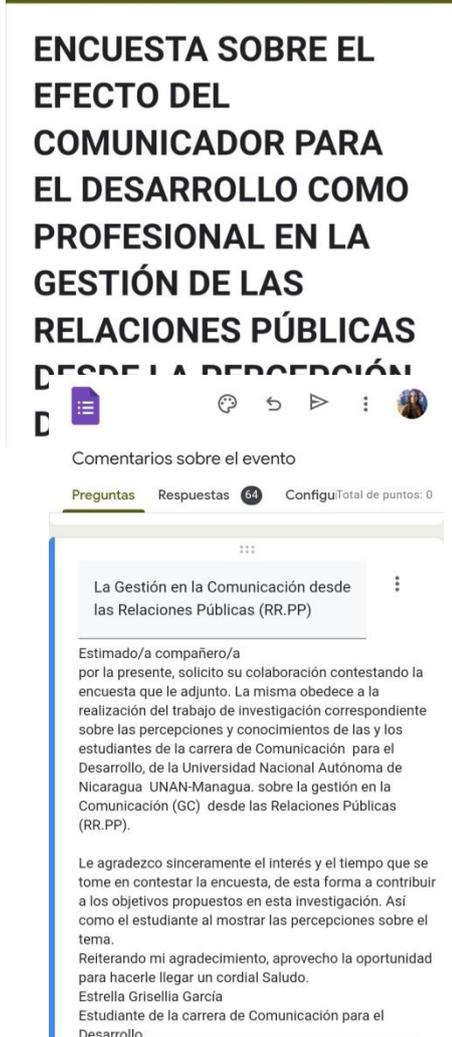


Imagen No.9: Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms.



*Imagen No.10:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms.



*Imagen No.10:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms.

Imagen No.12: Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms.

Comentarios sobre el evento

Preguntas Respuestas **64** ConfiguTotal de puntos: 0

Edad \*

16 a 19

20 a 23

de 24 años a mas ...



Comentarios sobre el evento

Preguntas Respuestas 64 Configu Total de puntos: 0

Sexo \*



Hombre

*Imagen No.13:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de google forms.

Comentarios sobre el evento

Preguntas Respuestas 64 Configu Total de puntos: 0

Turno \*



Matutino  
 Vespertino

*Imagen No.14:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms.

*Imagen No.15:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms.

Comentarios sobre el evento

Preguntas Respuestas 64 Configu Total de puntos: 0

Año académico que cursa \*



IV AÑO  
 V AÑO

*Imagen No.16:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms.

Comentarios sobre el evento

Preguntas Respuestas **64** Configu Total de puntos: 0

¿Tienes conocimiento sobre que son las Relaciones públicas? \*

**B** *I* U ↻ ✕



Si

No

*Imagen No.17:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms

Comentarios sobre el evento

Preguntas Respuestas 64 Configurar Total de puntos: 0

¿Has escuchado durante el II semestre 2022 sobre que es la Gestión en la Comunicación desde las Relaciones Públicas?

B I U ↻ ✖



Sí

No

*Imagen No.18:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms

Comentarios sobre el evento

Preguntas Respuestas 64 Configurar Total de puntos: 0

¿Qué son las Relaciones Publicas (RR.PP) en base a sus conocimientos?



a) Conjunto de acciones de Comunicación estratégi...

b) Publicity

c) Son herramientas para vender un producto o servi...

d) La proyección e imagen que se le da a una empres...

*Imagen No.19:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms

Comentarios sobre el evento

Preguntas Respuestas 64 Configuración Total de puntos: 0

¿Ha pensado en dedicarte en algún momento al mundo de las Relaciones públicas como especialidad?



Sí

No

*Imagen No.20:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms.

Comentarios sobre el evento

Preguntas Respuestas 64 Configuración Total de puntos: 0

¿Conoces la función que tiene un Comunicador para el Desarrollo dentro del ámbito profesional en las Relaciones públicas actualmente?



Sí

No

*Imagen No.21:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms.

Comentarios sobre el evento

Preguntas Respuestas **64** Configurar Total de puntos: 0

¿Crees que como estudiante y futuro Comunicador para el Desarrollo debe tener clara la función de las Relaciones Públicas desde el ámbito profesional?



Sí

No

*Imagen No.21:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms.

Comentarios sobre el evento

Preguntas Respuestas **64** Configurar Total de puntos: 0

¿Consideras que las asignaturas Imagen e Identidad Institucional y Relaciones Públicas y legitimidad en la Carrera de Comunicación aportan lo necesario para dedicarte a las Relaciones Públicas?



Sí

No

*Imagen No.22:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms.

Comentarios sobre el evento

Preguntas Respuestas **64** Configu Total de puntos: 0

¿Cuál de estos perfiles conoces como una especialidad para un Comunicador para el Desarrollo?



a) Locutor en Radio

b) Presentadora/o de televisión

c) Relacionista Público en una empresa u organizaci...

d) Editor de Contenidos de prensa

*Imagen No.23:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms.

Comentarios sobre el evento

Preguntas Respuestas **64** Configu Total de puntos: 0

¿Qué tanto conoce de las Relaciones públicas en la carrera de Comunicación para el Desarrollo?



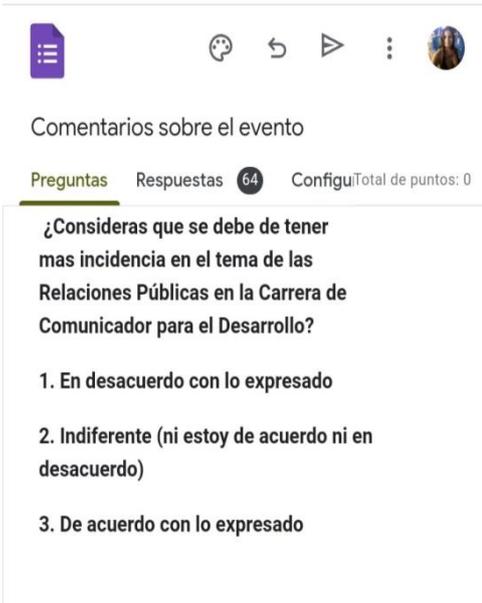
Mucho

Poco

Nada

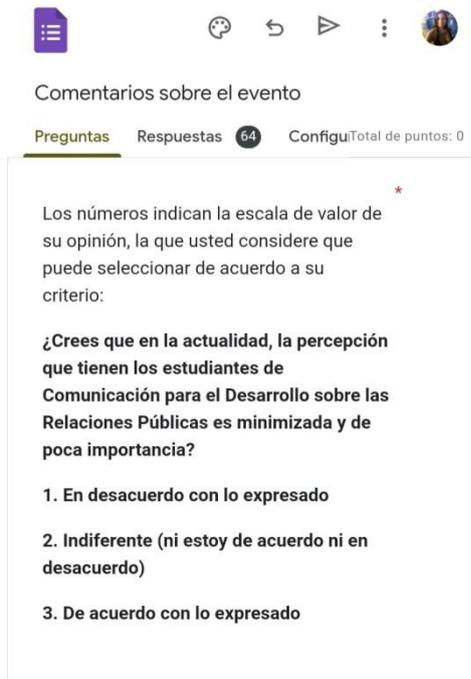
*Imagen No.24:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms.

*Imagen No.26:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms.



*Imagen No.26:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms.





*Imagen No.27: Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms.*



*Imagen No.27: Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms.*



Comentarios sobre el evento

Preguntas Respuestas **64** ConfiguTotal de puntos: 0

Los números indican la escala de valor de su opinión, la que usted considere que puede seleccionar de acuerdo a su criterio:

**¿Consideras que existen más oportunidades laborales en la carrera Comunicación para el Desarrollo en los medios tradicionales que desde las empresas privadas e Instituciones en Relaciones Públicas?**

1. En desacuerdo con lo expresado
2. Indiferente (ni estoy de acuerdo ni en desacuerdo)
3. De acuerdo con lo expresado

*Imagen No.28:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms.



Comentarios sobre el evento

Preguntas Respuestas **64** ConfiguTotal de puntos: 0



- 1
- 2
- 3

*Imagen No.28:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms.

Comentarios sobre el evento

Preguntas Respuestas **64** Configu Total de puntos: 0

Los números indican la escala de valor de su opinión, la que usted considere que puede seleccionar de acuerdo a su criterio:

**¿Crees que se debe motivar al estudiante desde el aprendizaje en la carrera de Comunicación para el Desarrollo la Gestión en la Comunicación en las Relaciones Públicas como especialidad?**

1. En desacuerdo con lo expresado
2. Indiferente (ni estoy de acuerdo ni en desacuerdo)
3. De acuerdo con lo expresado

*Imagen No.29:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms

Comentarios sobre el evento

Preguntas Respuestas **64** Configu Total de puntos: 0



- 1
- 2
- 3

*Imagen No.29:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms

Comentarios sobre el evento

Preguntas Respuestas **64** Configu Total de puntos: 0

Los números indican la escala de valor de su opinión, la que usted considere que puede seleccionar de acuerdo a su criterio:

**Un Comunicador para el Desarrollo debe de tener las habilidades, destrezas y conocimientos para desarrollarse como Relacionista Público a futuro?**

1. En desacuerdo con lo expresado
2. Indiferente (ni estoy de acuerdo ni en desacuerdo)
3. De acuerdo con lo expresado

*Imagen No.30: Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms*

Comentarios sobre el evento

Preguntas Respuestas **64** Configu Total de puntos: 0

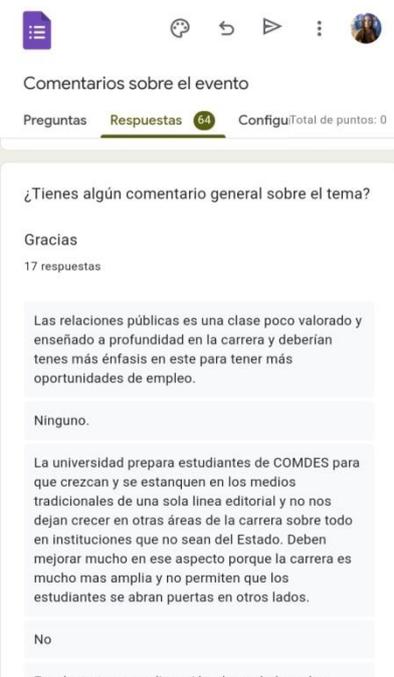


- 1
- 2
- 3

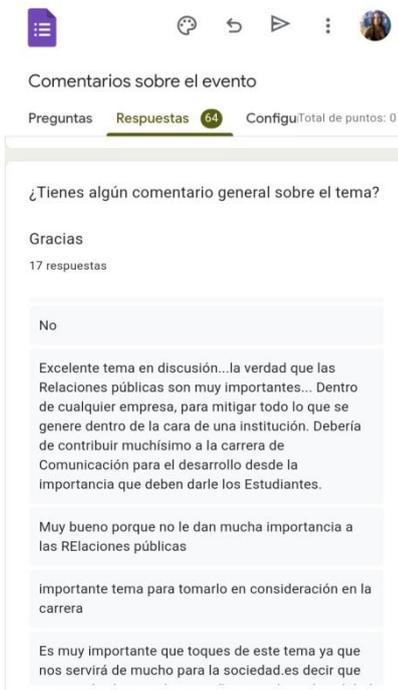
*Imagen No.30: Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms*



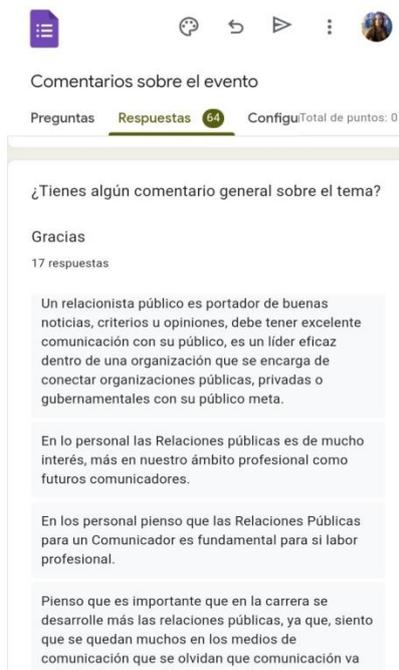
*Imagen No.31:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms (comentarios).



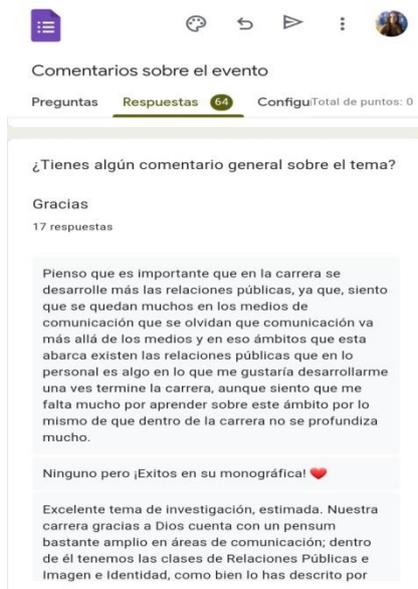
*Imagen No.32:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms (comentarios).



*Imagen No.33:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms (comentarios).



*Imagen No.34:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms (comentarios).



*Imagen No.36:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms (comentarios).



*Imagen No.36:* Encuesta realizada a estudiantes de IV y V año de Comunicación para el Desarrollo a través de la aplicación de Google Forms (comentarios).