



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

**2023: "Seguiremos Avanzando en Victorias Educativas"**

**Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas, UNAN Managua**

**Departamento de Ciencias de la Información y Comunicación**

**Sistematización de experiencias de los egresados de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua vinculados a su desempeño de prácticas profesionales en el campo de acción de las Relaciones Públicas durante el período 2019-2022**

**Trabajo Monográfico para optar al grado de**

Licenciado en Comunicación para el Desarrollo

**Autores**

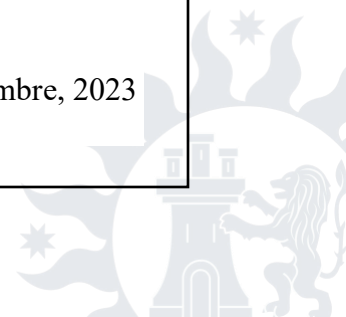
Alexander Enrique Acosta Pérez

Carlos Roberto Sánchez Flores

**Tutor**

Dr. Walter Calderón Ramírez

Managua, 13, diciembre, 2023



## **Dedicatoria**

**Carlos Roberto Sánchez**

Este trabajo investigativo primeramente se lo dedico a Dios, nuestro supremo dador de la vida, fortaleza y de los triunfos que ubica en nuestras vidas que nos llenan de felicidad y orgullo porque es un regalo después de tantos esfuerzos y sacrificios, creer y confiar en sus promesas me han llenado de amor, ya que desde el primer día de clases ubiqué este proyecto en sus manos, y ahora estoy en el último proceso de la carrera para ser un licenciado de Comunicación para el Desarrollo.

También, hago mención honorífica al esfuerzo de mi madre Raquel María Flores que, desde los inicios de mis procesos educativos, me ha demostrado que luchando puede sacar adelante a sus hijos sin importar las limitaciones, su fuerza de trabajar desde un taller de tortillas, despertarse y levantarse siempre de madrugada me llenaba de nostalgia y me comprometía a siempre ser una buena persona y luchar por sacar excelentes notas que recompensaran tantos esfuerzos en darme lo mejor. Mi padre Carlos José Sánchez ha contribuido en el apoyo económico para sostenerme residiendo en otro departamento externo de mi hogar.

Finalmente, y no menos importante, a toda mi familia, mi abuelita Ramona Lúquez, tías, primas, hermano, quienes me han apoyado tanto emocionalmente como económicamente, a mi tía Gloria Sánchez quien me acogió durante cuatro años y medio en su hogar apoyándome con la estadía en Managua. Las amistades que me llenaron de entusiasmo cada día y que en los últimos años cuando mi vida enfrentaba un desorden emocional muchos estuvieron para mí, en especial a Alejandro Mejía Sequeira, que agradezco de todo corazón por apoyarme en este proceso formativo y personal siendo una de las mejores personas en mi vida.

## **Alexander Enrique Acosta Pérez**

Dedico mi trabajo por completo a mi Padre Santo que está en los cielos porque me ha regalado la vida y su protección, que con el pasar de los años he crecido tanto personal como académicamente, dotándome de habilidades y destrezas que me han forjado al punto de culminar una primera gran aventura al optar al título de licenciado en la carrera de Comunicación para el Desarrollo.

También, debo mencionar a mi madre Esmeralda Pérez, quien desde sus posibilidades me ha apoyado, guiado y principalmente motivado para no desistir en los momentos complicados e impulsarme siempre a fijar mirada en el camino hacia la meta y no quedarme al pie del monte, todo por completo se lo debo a ella y sin lugar a dudas no sería ni un poco el joven que soy hoy sin sus sabios consejos, llamados de atención y largas platicas.

En última instancia, pero no menos importante dedico este trabajo y doy reconocimiento a cada uno de los docentes que me acompañaron y compartieron sin medida sus experiencias y conocimientos a lo largo de 5 años para prepararme como un profesional de la comunicación altamente capacitado.

## **Agradecimientos**

*Los resultados que consigues serán directamente proporcionales al esfuerzo que aplicas.*

***Denis Waitley***

Este proyecto de grado es gracias al creador de todo el universo, Dios, por darnos la oportunidad de trabajar juntos en este reto formativo que llevó consigo mucho esfuerzo y dedicación para lograr con éxito la culminación de esta monografía que esperamos sea de utilidad para nuestra casa de estudio.

Agradecemos a la mejor y más grande universidad de Nicaragua UNAN Managua, por permitirnos profesionalizarnos con ética y valores que sean de utilidad para el sector social del país y que nos formó como agentes de valores primordiales para explorar la necesidad de profesionales comprometidos para el desarrollo y extensión en la economía que va de ascenso para potencializar a la nación que nos brindó una educación superior gratuita y de calidad.

Al MSc. Milán Prado, quien estuvo como docente de la asignatura de Investigación Aplicada y que gracias a él construimos el protocolo de investigación, pacientemente dedicó tiempo para dicha corrección. También al Dr. Walter Calderón tutor de nuestra monografía, quien con su enorme experiencia nos orientó en las indicaciones de mejoras del proyecto final, asimismo, desde el aula de clases nos enamoró del área de las Relaciones Públicas llevándola como un área de desempeño y responsabilidad como comunicadores para el Desarrollo.

Finalmente, a todos los docentes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo por formarnos como excelentes profesionales capaces de trabajar en cualquier área laboral que demanda nuestra profesional y que con ese amor de compartir sus conocimientos llevarán por siempre grandes y fabulosos recuerdos en nuestros corazones. No se nos pueden olvidar nuestros amigos más cercanos de la carrera como lo son Daysi Medrano, Jasleydis García y Alejandra Meléndez porque su apoyo, amistad y cariño lo guardamos por siempre y nunca olvidaremos sus porras, risas y sugerencias para entregar trabajos de calidad.

## **Carta aval del Tutor**

## Resumen

La presente sistematización se elaboró a partir del interés de contextualizar las experiencias de los egresados de la carrera de Comunicación para el Desarrollo que intervienen en el campo de acción de las Relaciones Públicas, esto como parte de realzar la formación que desarrolla la mejor casa de estudio a través, de la carrera, la enorme importancia que presenta esta área para el sector institucional y empresarial desde el conocimiento de la comunicación estratégica, esto le trae a la Universidad el compromiso de formar profesionales competentes y que estará siempre vigente. Por esta razón la sistematización está fundamentada en las experiencias que han tenido egresados que fueron ubicados en institución o empresas en el área de comunicación estratégica, dichos resultados permitirán retroalimentar la formación del plan de estudio de la carrera para ver las mejoras que se tienen que hacer, así como la excelente formación que han recibido.

**Palabras claves:** Sistematización, Experiencia, egresados, desempeño laboral, campo de acción.

## Abstract

The present systematization was developed from the interest of contextualizing the experiences of the graduates of the Communication for Development career who intervene in the field of action of Public Relations, this as part of enhancing the training developed by the best study house. Through the degree, the enormous importance that this area presents for the institutional and business sector from the knowledge of strategic communication, this brings to the University the commitment to train competent professionals and that will always be current. For this reason, the systematization is based on the experiences that graduates have had and who occupy a space in this area of work. These results will allow feedback on the formation of the career study plan to see the improvements that have to be made, as well as the excellent training they have received.

**Keywords:** Systematization, Experience, graduates, work performance, field of action.

## Tabla de contenido

### Capítulo I

Introducción	1
Planteamiento del problema	3
Justificación	5
Objetivos de investigación: General y específicos	7

### Capítulo II

Marco referencial: Antecedentes	8
Marco Teórico:	
I.    Sistematización de experiencias	
Concepto:	10
II.   ¿Qué son los campos de acción?	12
III.  Competencias del comunicador para el desarrollo	
3.2- Competencias esperadas de la Comunicación Estratégica	13
3.3- Aprendizaje centrado en el desarrollo de competencias	16
3.4- Formación para el desarrollo de competencias	17
3.5- Currículo para el desarrollo de competencias	18
IV.   Oportunidades laborales	18
4.2- Expectativas	20
4.3- Dificultades	20
V.    Desempeño laboral	23
Definición y características	
5.2- Perfil Profesional	24



5.3- Mercado de trabajo	25
VI. Comunicación estratégica	25
6.2- Relaciones Públicas	26
6.3- Imagen e identidad	28
6.4- Áreas de las Relaciones Públicas	30

Marco Legal	31
-------------	----

### **Capítulo III**

Diseño Metodológico	31
3.1- Propósitos de la sistematización	32
3.2- Experiencias de sistematizar	
3.3- Puntos de experiencia que más llama la atención	32
3.4- Fuentes de información	32
3.5- Apuesta metodológica	32
3.6- Enfoque metodológico	33
3.7- Contexto de sistematización	33
3.8- Interpretación crítica	34
3.9- Socialización de la enseñanza cosechada	35
3.10- Plan de análisis:	35
3.10.1- Recolección de información	36
3.10.2- Organización de la información	36
3.10.3- Manipulación de la información	36
3.10.4- Interpretación de la información	37



## **Capítulo IV**

Análisis y discusión de resultados	38
------------------------------------	----

## **Capítulo V**

5.1- Conclusiones	71
5.2- Recomendaciones	74
5.3- Referencias y bibliografía	75
5.4- Anexos:	
Instrumentos:	
5.4.1- Instrumento de aplicación a profesional en RRPP	81
5.4.1.2- Instrumento de aplicación a egresados	83
Tablas de información:	
5.4.2.1- Tabla de información de egresados	85
5.4.2.2- Tabla de información de profesionales	86
Entrevistas:	
5.4.3.1- Entrevistas de egresados	87
5.4.3.2- Entrevistas a profesionales de Relaciones Públicas	120
Matrices de análisis:	
5.4.4.1- Matrices de análisis de resultados de egresados	129
5.4.4.2- Matrices de análisis de resultados de profesionales de RRPP	182
5.4.4.3- Fotografías de entrevistas a egresados	204

## Capítulo 1

### 1. Introducción:

La presente investigación es una sistematización de experiencia de egresados de la carrera de Comunicación para el Desarrollo que desde el periodo de 2019 a 2022 realizaron sus prácticas profesionales en las instituciones o empresas que tienen convenios con la UNAN Managua, en el área de estudio de las relaciones públicas, enfocada en la comunicación estratégica y la formación que realiza la carrera de Comunicación para el Desarrollo desde el área de las Relaciones Públicas.

Actualmente la comunicación estratégica es indudablemente la que busca el crecimiento y posicionamiento de organizaciones para enfrentarse directamente a las competencias nacionales, puesto a esto, el área genera estrategias comunicacionales funcionales para dicho sector, ubicando a los excelentes logros que desde las estrategias se pueden lograr.

La sistematización de experiencias de egresados de la carrera, ha sido de gran utilidad, ya que realza una vez más, de acuerdo al contexto vigente la exigencia de formar profesionales capaces de brindar un trabajo competente y de calidad, a su vez, la universidad por medio de la carrera se enfocará en seguir cultivando destacados comunicadores para el desarrollo, en esta sistematización se identificó los aprendizajes, retos y oportunidades con las que cuentan los egresados al momento de buscar una plaza laboral.

Es importante destacar, que la sistematización de experiencia ya que se había sistematizado, pero en otros campos de acción que en su mayoría fueron los medios de comunicación tradicionales. El interés surge de validar los estudios recibidos en la casa de educación superior desde las RRPP que se han enfocado en generar un aporte que va ascendiendo de manera de como un comunicador de la mano con un equipo puede aplicar estrategias comunicacionales en el centro de labor.

Los resultados esperados demostraron que la base fundamental del éxito ha sido la excelente preparación que se les brinda la mejor universidad del país, como una mención para la preparación de profesionales capaces de aplicar a esta área de la comunicación. Por ende, los egresados se mostraron estar preparados al momento de aportar sus conocimientos desde esta área. Los egresados después de sus prácticas profesionales tuvieron en su mayoría la

oportunidad laboral, esto enmarca las destrezas, habilidades y compromisos que desde un inicio tuvieron.

El campo de práctica es el comprobante que en la universidad la teoría funciona y se da de manera profesional, pero que en el campo de aplicación se nutren de grandes aprendizajes y experiencias para su formación profesional que sin duda alguna tuvieron que enfrentar una serie de retos o limitantes pero que resultaron demostrar los comunicadores están preparados para aportar desde cualquier área de trabajo.

Otro de los resultados es la integración de las asignaturas de RRPP que desde tercer año el estudiante inicia a conocer el área que se ha convertido en el eslabón de una serie de cambios y estrategias, las bases cimentadas están relacionadas en el plan de estudio por competencia y que en la mejora del componente curricular (transformación) que desde el 2021 la carrera ha aplicado, mejorando con el conocimiento de la comunicación organizacional.

El documento se construyó en cinco (5) capítulos, las cuales cuentan de:

- a) Planteamiento del problema, justificación, objetivo general y objetivos específicos.
- b) Marco referencial: antecedentes, supuestos de investigación, marco teórico y marco legal.
- c) Diseño metodológico: tipo de investigación, área de estudio, población y muestra, operacionalización de variables, métodos y técnicas e instrumento de recopilación de datos, etapas de investigación.
- d) Análisis y discusión de resultados.
- e) Conclusiones, recomendaciones, referencias y anexos.

## 2. Planteamiento del problema

Ante la modernización de la comunicación y cambios constantes en las formas de publicidad. Los canales de comunicación tradicionales, cuya existencia lleva más de un siglo, han tomado provecho de los medios digitales, surgiendo así el requerimiento de cederle a la comunicación organizacional un valor agregado que aporte un carácter más estratégico dentro de cualquier entidad.

Así como menciona Losada (2004) el dominio de las Relaciones Públicas es una función esencial al igual que otras áreas de un medio de comunicación u organización y había que someterla a una planificación sistemática.

En este tiempo la definición de las Relaciones Públicas ha tomado un gran alcance en el campo de las organizaciones públicas, son llamadas a ser las gestoras de los diferentes procesos de comunicación, ya sea para mejorar la imagen de la instancia, generar mayor identidad en sus colaboradores o para fortalecer la calidad de las relaciones de la organización con su público.

En la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua dentro de la carrera de Comunicación para el Desarrollo existen asignaturas continuas que abordan de lo micro a lo macro el campo de las Relaciones Públicas desde varias perspectivas como la social, empresarial y organizacional.

Esto se debe a que muchos estudiantes se sienten atraídos por los medios masivos privándose de oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional con un alto rango de ventajas en comparación a otros espacios laborales.

Cabe mencionar, que desde el año 2019 la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua entró en un proceso de transformación curricular del plan académico, se inició la minuciosa revisión y aprobación de las asignaturas que requiere la sociedad, teniendo presente las demandas, necesidades e intereses que solicita el país, añadiendo nuevas metodologías de estudios que se inclinan más a otras ramas de la comunicación.

Integrando, pero hasta en tercero, cuarto y quinto año una clase dedicada por completo a las Relaciones Públicas lo que establece límites para impartir conocimientos, assimilarlos y ponerlos en prácticas para los estudiantes. Se cuenta con 3 curriculum, uno por objetivo y dos por competencia. Por tal razón ya no se llaman asignaturas, sino componentes porque es transversal y vertical.

Sumando que en nuestro país aún existe desconocimiento de la relevancia de las Relaciones Públicas y del rol del profesional dentro de un organismo, ya que se tiene la idea preconcebida de que un publirrelacionista solo debe trabajar y poner todo su esfuerzo en la publicidad y marketing.

Un comunicador que domine en toda la extensión de la palabra las Relaciones Públicas se convertirá en una pieza fundamental para el crecimiento, permanencia y desarrollo de una institución.

Por lo que nos llegamos a plantear la siguiente pregunta principal del presente estudio: *¿Cuáles han sido las experiencias de intervención de las Relaciones Públicas de egresados en el ámbito de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo, de acuerdo a la práctica profesional en instituciones y medios públicos, proceso desarrollo en el período 2019-2022?*

A partir del planteamiento del problema y pregunta principal antes expuestas se presentan las siguientes preguntas de sistematización que validarán y corroborarán la información recolectada:

*¿Cómo se contextualiza la experiencia de intervención de las Relaciones Públicas de egresados en el ámbito de la Carrera Comunicación para el Desarrollo, desarrollado en la práctica profesional en instituciones y medios públicos?*

*¿Cuáles fueron los aprendizajes, limitaciones, oportunidades, retos y exigencias que se presentaron en la experiencia de la práctica profesional de Relaciones Públicas en el proceso vivido?*

*¿Cuáles son los elementos de reflexión y proyección de la Comunicación para el Desarrollo en el ámbito de las Relaciones Públicas?*

*¿Cuál es la importancia que tiene el área de las Relaciones Públicas en el perfil profesional de los egresados de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua durante el período 2019-2022?*

### **3. Justificación**

La elección del tema de investigación pretende consolidar el papel y rol del área de las Relaciones Públicas en la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua, aportando al fortalecimiento del plan de estudio y en materia del desempeño de los profesionales en el campo laboral, de esta forma el comunicador podrá enfrentar los retos que se le presenten en el camino, sumándole que dominará conocimientos y habilidades que lo posicionarán como un individuo integral, que cuenta con múltiples técnicas de Relaciones Públicas, que no han sido consideradas importantes en años anteriores.

En la actualidad las empresas se encuentran en constantes transformaciones, lo que genera la búsqueda de profesionales con capacidades amplias y principalmente moldeables, que aparte de saber editar, manejo de cámaras y locutar tengan en su haber cómo crear un plan de Relaciones Públicas y mejorar el posicionamiento de la marca en un mercado tan competitivo.

A partir del nuevo modelo curricular por competencia que ha tomado la universidad con el fin de brindarles clases a estudiantes con las herramientas idóneas para que se adapten en los distintos puestos de empleos con un alto nivel de rendimiento, lo que ha generado que las universidades implementen espacios de educación que apunten a la comunicación estratégica.

El trabajo aportará a la educación de comunicadores que se acoplen a las modificaciones de la sociedad, captar las nuevas tendencias, no se trata de quedarse en lo simple y los temas conocidos que brinda el alma mater, sino contar con una amplia cartera de información que los premie de oportunidades en empresas.

El publirrelacionista es un profesional destacado, valioso e imprescindible en este tiempo, los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo que se inclinen por esta rama, serán piezas claves en el desarrollo de las organizaciones.

El tema de investigación está integrado en la línea de investigación 3 “Población, globalización y comunicación”, en la sub línea 3.2 “Globalización, generación de conocimientos y cambio social”. Puesto que el trabajo apunta a proyectar mejoras en los perfiles profesionales de los estudiantes, que no se queden en lo fundamental y por el contrario se dirijan a crecer y marcar un precedente en sus propios entornos. Siendo el objeto de estudio los egresados de la carrera de Comunicación para el Desarrollo que laboran en alguna área de las Relaciones Públicas.

Por lo antes mencionado la viabilidad para acceder a las fuentes de información no fue limitada, encontramos un sin número de artículos, monografías y tesis que fueron los puntos de inicios para encontrar una respuesta sólida a las preguntas de investigación, cuyos autores son profesionales de las Relaciones Públicas, estudiantes que realizaron sus prácticas profesionales en esta área e investigadores, lo que facilitó el análisis y comprensión de los datos recolectados.

Luego, llevamos a cabo entrevistas a personas egresadas de la carrera de Comunicación para el Desarrollo que se desempeñan en puestos específicos de las Relaciones Públicas en empresas e instituciones, con el objetivo claro de conocer a profundidad y de voz de quienes han vivido experiencias en dicho campo, además, porque es el instrumento único que admite la sistematización de experiencias. Cabe mencionar que ellos nos darán la pauta para comprobar la vigencia y trascendencia del problema.

La premisa de ofrecer al país a comunicadores cargados de audacia y versatilidad, se reconocieron los factores y pautas que dan espacio al problema planteado. Este esfuerzo investigativo se relaciona con los avances en la carrera, ya que la creciente demanda fuerza a los comunicadores a hacerse de nuevas técnicas y herramientas para tratar temas y la divulgación de la información. De este modo, se tiene como aspiración dejar un hito para las futuras generaciones de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua.

#### **4. Objetivos de investigación**

##### **Objetivo general**

Sistematizar la experiencia de intervención de las Relaciones Públicas de egresados en el ámbito de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo, de acuerdo con la práctica profesional en instituciones y medios públicos, proceso desarrollo en el período 2019-2022

##### **Objetivos específicos**

- Contextualizar la experiencia de intervención de las Relaciones Públicas de egresados en el ámbito de la Carrera Comunicación para el Desarrollo, desarrollado en la práctica profesional en instituciones y medios públicos.
- Identificar aprendizajes, limitaciones, oportunidades y retos que se presentaron en la experiencia de la práctica profesional de Relaciones Públicas en el proceso vivido.
- Facilitar elementos de reflexión y proyección de la Comunicación para el Desarrollo en el ámbito de las Relaciones Públicas.
- Destacar la importancia que tiene el área de las Relaciones Públicas en el perfil profesional de los egresados de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua.



## Capítulo 2

### 5. Marco Referencial

#### Antecedentes

Para la realización de la presente investigación se consultaron diversas fuentes de información que fueron de gran ayuda para encontrar las bases del nacimiento de nuestro planteamiento del problema y para dirigir el rumbo del trabajo, con el fin de obtener resultados precisos y demostrar a través de antiguas investigaciones la notoriedad de darle salida a una necesidad vigente.

Se consultó en el repositorio en línea de la UNAN-Managua y el Centro de Difusión de las Humanidades (CEDIHUM) sobre aquellos estudios relacionados con nuestro tema de investigación, encontrándose los siguientes antecedentes.

Una investigación realizada por Bobadilla (2016) en Perú expone el protagonismo que están tomando las Relaciones Públicas en la escena de las organizaciones, además, establece la relación que existe entre las R.R.P.P. y la gestión de la comunicación.

Explica de manera clara y concisa la importancia del área de las Relaciones Públicas para una entidad y su influencia en el cumplimiento de sus objetivos planteados. De acuerdo con el análisis manifiesta otros factores como el requerimiento latente de contar con profesionales de la comunicación que dominen en su totalidad un carácter estratégico que solamente pueden abarcar si estudian el campo de las Relaciones Públicas de forma amplia y desde el inicio de sus planes de estudios.

Un segundo aporte crucial fueron los expuestos por Trejos y Márquez (2017). Según los hallazgos obtenidos en este trabajo las Relaciones Públicas como herramienta promocional para el desarrollo de un producto, debido a que permite a la compañía; alcanzar sus objetivos publicitarios y de marketing, la sincronización de acciones y la forma en que estas son percibidas por audiencias segmentadas, seleccionando los programas y estrategias de promoción dirigidos a comunicar e interactuar con los públicos objetivo.

Las Relaciones Públicas elaboran estrategias para lograr la adhesión y participación de los públicos. Se pudo consolidar que los elementos de las Relaciones Públicas permiten a la

compañía transmitir información de una entidad a otra, no es más que un proceso de comunicación donde las interacciones son mediadas por los signos al menos por dos agentes que comparten un mismo repertorio y tienen unas reglas semióticas comunes.

El tercer trabajo que se tomó como referente fue Carballo (2016). Sus resultados de dicha investigación arrojaron que, en el área de las Relaciones Públicas, la honestidad va más allá del compromiso con la institución ya que como portadores de un mensaje, la transparencia con el público meta es uno de los vitales principios en el mundo de las R.R. P.P.

El estudio de Carballo (2016) realiza varias recomendaciones a los estudiantes a prepararse como comunicadoras integrales capaces de resolver cualquier actividad en el mundo de la comunicación. Esto implica estar dispuestos a nuevos aprendizajes proporcionados en los diversos campos de trabajo profesional. Sin olvidar que insta a las casas de estudios a practicar constantemente la actualización curricular, ya que, en la nueva era, los conocimientos cambian sistemáticamente y hace hincapié en que muchos de los conocimientos que se imparten no se llevan a la práctica en el contexto laboral.

En última estancia se tomaron los aportes convergidos de Zúniga (2010) en Nicaragua. Hace referencia a que no es lo mismo hacer que decir, no es lo mismo decir que escribir. Expone que la investigación en Relaciones Públicas debe hacerse con rigor metodológico, criterios éticos y de credibilidad, pues es la reputación del publirrelacionista lo que está en juego.

Asimismo, realizó un señalamiento que deja claro que la comunicación organizacional en las empresas o instituciones debe ser vista como parte de la institución y dirección de la misma. La comunicación está presente en cada uno de los procesos vividos. Cuando las instituciones no cuentan con funciones y acciones de Relaciones Públicas, el cumplimiento de sus objetivos se aleja de su misión y visión.

## **Marco Teórico**

### **I. Sistematización de experiencias**

#### **Concepto:**

Surge de la idea de sistema, orden o clasificación de diversos elementos regidos por un criterio único, permitiendo conocer y atraer información del aspecto relevante de las vivencias y enseñanzas de los individuos en estudio y de esta manera se conoce cómo repercute en la sociedad. Siendo un proceso colectivo en el cual se reconstruye una determinada práctica social para ser interpretada en diferentes dimensiones.

Jara (2018) plantea que la sistematización “es aquella interpretación crítica de una o varias experiencias que, a partir de su ordenamiento y reconstrucción, descubre o explicita la lógica del proceso vivido, los factores que han intervenido en dicho proceso, cómo se han relacionado entre sí, y por qué lo han hecho de ese modo” (p.10).

De igual manera considera que “la sistematización de experiencias es menos común y más compleja: se trata de ir más allá, se trata de mirar las experiencias como procesos históricos, procesos complejos en los que intervienen diferentes actores, que se realizan en un contexto económico-social determinado y en un momento institucional del que se forma parte” (p.18).

El concepto de sistematización se ha abordado como proceso y resultado, de este se tienen en cuenta diferentes miradas o puntos de vista, así por ejemplo el autor Sergio Martinic (2017), la considera como la construcción ordenada de la experiencia, cuando plantea, “que es un proceso de reflexión que comprende ordenar u organizar lo que ha sido la marcha, los procesos, los resultados de un proyecto, buscando en tal dinámica las dimensiones que pueden explicar el curso que asumió el trabajo realizado”(p.13).

Desde otra perspectiva Infante (2015) representa la sistematización como una articulación entre teoría y práctica, definiendo que, "uno de los propósitos principales de la sistematización es la conceptualización de la práctica, para poner en orden todos los elementos que intervienen en ella, no un orden cualquiera, sino aquel que organice el quehacer, que lo articule en un todo, en la que cada una de sus partes ubique su razón de ser, sus potencialidades y sus limitaciones, en la búsqueda de coherencia entre lo que se pretende y lo que se hace” (p.3).

Por otra parte, Iovanovich (2014) plantea que la sistematización es “meterse por dentro de los procesos sociales vivos y complejos, circulando por entre sus elementos, palpando las relaciones entre ellos, recorriendo sus diferentes etapas, localizando sus contradicciones, tensiones, marchas y contramarchas, llegando así a entender los procesos desde su propia lógica, extrayendo de allí enseñanzas que puedan aportar al enriquecimiento tanto de la práctica como de la teoría” (p.6).

En esta última línea de pensamiento, Isaac (2013), interpreta la sistematización como elemento constitutivo tanto del conocimiento científico, como del conocimiento empírico espontáneo; ya que ambos son sistematizaciones de la práctica. No obstante, el primero se diferencia del segundo en que está orientado por el registro riguroso de la información, así como los análisis y explicaciones que conforman sistemas teóricos que pueden tener confirmaciones en la práctica y que contribuyen a transformar la propia práctica (p.120).

Desde la posición de Rodríguez (2015), se considera que la sistematización se diferencia de otros métodos en los aspectos de que trata de un proceso de reflexión crítica. Tiene el propósito de provocar procesos de aprendizaje. Estas lecciones pueden estar destinadas a que las mismas personas o grupos que han hecho la sistematización, puedan mejorar su práctica en el futuro, o también pueden estar destinadas a que otras personas y equipos, en otros lugares y momentos, puedan apoyarse en la experiencia vivida para planificar y ejecutar sus propios proyectos.

Continúa señalando que a toda sistematización le antecede una práctica. Sin que exista la vivencia de una experiencia no es posible realizar un proceso de sistematización. Una vez acontecida la práctica, la sistematización es considerada como un proceso participativo ordenado que permite recuperar la memoria histórica, interpretarla, aprender nuevos conocimientos y compartirlos con otras personas.

El principal beneficio que produce el ejercicio de la sistematización de resultados científicos es el aprendizaje y la incorporación de nuevos conocimientos. El conocimiento que se adquiere se obtiene de la propia experiencia práctica, por lo que la utilidad del aprendizaje es mayor. Una de las finalidades de la adquisición de estos conocimientos es la incorporación de los mismos a las prácticas para poder continuar el trabajo de transformación social (p.110).

## II. ¿Qué son los campos de acción?

El campo de acción es donde el comunicador para el desarrollo pondrá en práctica cada uno de los conocimientos adquiridos a lo largo de su formación académica en sus años de estudio.

De acuerdo a la definición planteada por el profesor Ramsey (2014) de la Southern New Hampshire University el campo laboral consiste en las posibilidades de trabajo a las que puede acceder determinado profesional, es decir, abarca las áreas y actividades que puede desempeñar en el futuro un graduado de una carrera.

También refiere que, tener noción acerca del campo laboral de una carrera resulta de gran importancia para los estudiantes universitarios. Al explorarlo, descubren más acerca de las actividades que pueden llegar a realizar en el futuro y los espacios en los cuales se podrían desempeñar una vez graduados.

Es decir, sirve para ampliar un poco más el panorama y aspirar a sobrepasar los límites de lo habitual estipulado para una profesión. Ejemplo de ello es el campo de las Relaciones Públicas, en el que se no se ejerce habitualmente como lo es con el periodismo, presentador de tv y locutores.

El campo laboral es un aspecto que debe ser analizado con la misma consideración que el plan de estudios o la duración de la carrera. De hecho, suele suceder en muchos casos que, por desconocer esta información, los estudiantes terminan abandonando el cursado o no ejerciendo una vez recibidos.

Se puede mencionar que el sitio, oficina, institución o empresa donde se llegue a desenvolver de acuerdo a sus habilidades y destrezas es el campo de acción para cualquier individuo egresado de su formación de grado.

### **III. Competencias del comunicador para el desarrollo**

Se toma como referencia a la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-Managua), ha hecho cambios sustanciales a través de diferentes estrategias metodológicas que le permitan la mejora del currículo en busca de un mejor desarrollo del proceso de enseñanza y aprendizaje. Entre estos cambios sustanciales está al emigrar a un modelo basado por competencias procurando una lógica correspondiente con las demandas sociales del país.

El cambio de modelo curricular ha implicado repensar en el desarrollo de competencias profesionales. Por ello, en las líneas siguientes se interioriza el significado de competencia.

El término competencia puede interpretarse desde distintos ámbitos, en adelante se hace alusión a la competencia educativa, entendiéndose esta, según Ortiz (2016), como actuaciones integrales para identificar, interpretar, argumentar y resolver problemas del contexto con idoneidad y ética, integrando el saber ser, el saber hacer y el saber conocer.

Abonado a ello, Tobón (2017) define las competencias como, “todo aquello que aporta a la construcción y transformación de la realidad a través de la integración del saber ser que se refiere a la automotivación, iniciativa, valores y trabajo colaborativo con otros. Es preciso, además integrar el saber conocer que es conceptualizar, interpretar y argumentar, y no menos importante el saber hacer entendido como aplicar procedimientos y estrategias” (p.43).

Extendiendo la disertación del mismo autor relata que, “fomenta la construcción del aprendizaje autónomo; orienta la formación y el afianzamiento del proyecto ético de vida; busca el desarrollo del espíritu emprendedor, como base del crecimiento personal y del desarrollo socioeconómico; y fundamenta la organización curricular con base en proyectos y problemas, trascendiendo de esta manera el currículo basado en asignaturas compartimentadas, dando pie a la construcción de un nuevo modelo conceptual integrador de las competencias” ( p.91).

Como lo plantea De Faria (2016) “se consideran competencias fundamentales, las competencias imprescindibles que necesitan todos los seres humanos para hacer frente a las exigencias de los distintos contextos de su vida como ciudadanos” (p.16).

La universidad es el mejor referente para conocer si la sociedad está demandando profesionales con competencias de acuerdo a las necesidades, de ahí que debe existir una estrecha relación entre la educación universitaria y la sociedad.

A lo que Trujillo (2014) demuestra que, “el desarrollo de las competencias a través de la educación formal es pertinente en la medida en que los conocimientos adquiridos en la escuela son una posibilidad de usarse en condiciones de desempeño”. Es decir, en la actualidad, el mundo laboral demanda profesionales competentes para el desempeño de funciones, con un perfil que permita insertarse a la vida laboral y social.

Por lo anterior, y en correspondencia con Trujillo (2014) identifica que, la educación formal, en concreto la universidad, tiene el compromiso de crear condiciones para que los profesionales estén en la posibilidad de encontrar un empleo de acuerdo con su formación.

Esto concuerda con Tobón (2017), quien expresa que las exigencias actuales de la sociedad y con los replanteamientos en un cambio curricular, la escolaridad busca responder a las presiones de índole social, económica y disciplinar.

En lo social pretende replantear una educación para la vida y para el trabajo con calidad; en lo económico busca responder a las demandas que las empresas hacen a las instituciones de educación en lo que se refiere a la formación de profesionales que les permita competir con otras empresas; y en lo disciplinar implica la movilización de saberes a través de la búsqueda de información, procesamiento, análisis y aplicación del saber de manera pertinente.

En busca de una correspondencia entre sociedad y universidad, la UNAN-Managua inicia un proceso de transformación curricular, aplicando un modelo basado en competencias que permita la formación profesional competente e integral contribuyendo al desarrollo social a través de la práctica disciplinar.

La aplicación del diseño por competencias inicia con el proceso de armonización de las carreras de educación en el que participan las universidades públicas del país y miembros del Consejo Nacional de Universidades (CNU): (UNAN-Managua, UNAN-León, BICU y URACCAN).

Es un profesional de la comunicación que aplica su formación, conocimiento y experiencia al diseño, gestión, ejecución y evaluación de la comunicación en organizaciones. Es quien, junto con la directiva de la organización, define la política de comunicación que se expresará en un plan estratégico. Es una persona que conoce en profundidad los objetivos de la organización y orienta la comunicación a la estrategia general de la misma, aportando a la concreción de los mismos.

Barquero (2017), expresa que el comunicador debe, tener fuerte arraigo con el contexto general en el cual desarrolla su labor y complementa su experticia técnica con una formación constante en los aspectos críticos del rubro al cual pertenece u opera la organización donde trabaja. También es imprescindible que el comunicador tenga facilidad y disposición para integrarse en equipos multidisciplinarios y sea capaz de hacer sinergia con otros colegas. La gestión estratégica de la imagen corporativa también es parte de su trabajo diario.

Sigue explicando el mismo autor que quien cumpla tareas asociadas a la comunicación organizacional debe saber que la imagen no solo se construye en públicos externos, sino también en los internos; debe manejar la relación entre imagen, identidad y cultura organizacional.

Por lo tanto, el comunicador organizacional intervendrá sobre aspectos tangibles (producción de material impreso y audiovisual, gestión de contenidos en redes sociales y sitios web, entre otros) como en la generación de rasgos y acciones con repercusión intangible, asociadas al clima y comportamiento organizacional (manejo coherente de la imagen organizacional, por ejemplo).

Barbero (2016), propone la idea de comunicador mediador en tanto es quien debe asumir este rol para convertirse en una figura que disuelva “esa barrera social y simbólica entre creadores y consumidores. En otras palabras, un profesional que desde la cultura desarrolle mayor apropiación de lo que esta significa y construya espacios donde se viva, se experimente esa cultura y se recree la identidad” (p.32).

### 3.2 Competencias esperadas de la Comunicación Estratégica

Martínez (2018) plantea como proceso participativo “la comunicación estratégica es un proceso participativo que requiere de una adecuada planificación desde la que fijar los



objetivos a corto y largo plazo que garanticen el análisis del entorno en el que se desarrolla y el consenso entre quienes participan en la comunicación para definir expectativas y aspiraciones de los grupos e individuos que intervienen en el proceso” (p.17).

Continúa agregando que para implantar una estrategia corporativa eficaz hay que sentar la primera parte de la estrategia de comunicación corporativa, que tiene que ver con la organización en sí misma y con el desarrollo de las siguientes fases: determinar los objetivos perseguidos de cada comunicación, definir cuáles son los recursos disponibles para alcanzar los objetivos: dinero, recursos humanos, y tiempo, realizar un diagnóstico previo para conocer cómo es la reputación corporativa.

### **3.3 Aprendizaje centrado en el desarrollo de competencias**

El modelo de competencias intenta desarrollar un aprendizaje vinculado con el ejercicio de la profesión y, por tanto, con un cierto carácter profesionalizador, aunque siempre desde la consideración que los estudiantes están en un periodo formativo académico, y es aquí donde se evalúan las competencias y su aprendizaje.

Por consiguiente, Poblete (2007) refieren que, “el aprendizaje basado en competencias, consiste en desarrollar las competencias genéricas o transversales (instrumentales, interpersonales y sistémicas) necesarias y las competencias específicas (propias de cada profesión), con el propósito de formar a las personas sobre los conocimientos científicos y técnicos, su capacidad de aplicarlos en contextos diversos y complejos, integrándolos con sus propias actitudes y valores en un modo propio de actuar desde el punto de vista personal y profesional” (p.32).

Por ello, no se trata solo de mejorar la preparación profesional de los estudiantes para ocupar un puesto laboral determinado, sino, principalmente, ofrecer una formación más sólida, más firme, más acorde con el enfoque de lo que debe ser una buena educación universitaria, que ayude a los estudiantes a saber, a saber, hacer, a convivir y a ser.

Ello requiere el desarrollo de competencias que van más allá del mero conocimiento, y pone el énfasis en una integración entre el contenido de lo que se aprende con su integración en la

estructura mental de cada estudiante, logrando que ese aprendizaje sea más duradero y significativo.

Sarramona (2020), menciona “existe un cierto debate que plantea que el enfoque de competencias es dependiente de la empresa y, por tanto, se critica que la universidad pueda mantener un aprendizaje mercantilista. Sin embargo, este argumento se vincula directamente con el modelo de aprendizaje basado en competencias, y éste no conlleva necesariamente esta orientación, lo que no significa que no haya que estar atento a la hora de definir y establecer los perfiles académico-profesionales en las distintas titulaciones”.

Reitera el mismo autor que, “el aprendizaje basado en competencias pretende una formación integral del universitario, de ahí que las competencias se definan, en primer lugar, como competencias académico-profesionales y no meramente profesionales, es decir, lo que podría entenderse como cualificación profesional. Contrariamente, el enfoque de competencias pretende un desarrollo integral de los estudiantes basado en la adquisición y desarrolla sus habilidades, actitudes y valores, como también un conocimiento que pueda ser transferible a las diversas situaciones laborales, profesionales y sociales en las que puede verse inmerso” (p.43).

### **3.4 Formación para el desarrollo de competencias**

Vásquez (2018), interfiere que, “existe una necesaria integración entre los diversos elementos que la deben configurar: motivos, actitudes y valores, conocimientos y habilidades intelectuales, técnicas, normas y procedimientos que diferencian la actuación o el comportamiento en el desempeño académico-profesional. La competencia es un concepto integrador difícil de definir y evaluar, que busca el sentido global y ontológico de la acción y de la tarea profesional”.

Dicho autor comenta que, “un profesional no solo desempeña bien su trabajo, sino que también lo hace demostrando su actitud y sus valores de modo coherente. Los valores como prioridades vitales de las personas ofrecen la orientación de las acciones y de los comportamientos, que, para ser eficaces, deben basarse en la adquisición de conocimientos y habilidades que se demuestran en el desempeño en contextos reales o simulados” (p.23).

### **3.5 Currículo para el desarrollo de competencias**

Mora (2017), menciona que, “el curriculum profesional recoge las competencias que se exigen a un profesional para desempeñar adecuadamente las tareas laborales en un ámbito determinado. Requiere la adquisición y el desarrollo del conocimiento aplicado, es decir, desarrollar la capacidad de resolver problemas, de experimentar, de diseñar, de las diferentes competencias que permiten transferir los conocimientos teóricos a la praxis laboral. Es importante, desde el punto de vista de formación en esta área, la adecuación de experiencias profesionales vividas por los estudiantes mediante prácticas, prácticum o estancias en organizaciones que permitan conocer y experimentar las situaciones laborales, tanto a través de vivencias reales como vicarias” (p.45).

#### **IV. Oportunidades laborales**

Una oportunidad laboral es el conjunto de habilidades, momentos precisos y las mejores herramientas que producen la ventaja de conseguir un trabajo. Entre sus implicaciones, este significado supone que tener oportunidades laborales es lo mismo que acumular todas las disposiciones para que cuando ocurra una oferta de trabajo la persona se encuentre entre las primeras opciones.

No obstante, otra implicación es que estas oportunidades no son lo mismo que tener un trabajo asegurado, hay muchos factores que escapan a las cualidades y tiempos. Más bien es la técnica e inteligencia del pescador experto, que luego solo hace falta de paciencia para tener éxito en un mar infinito de empleos.

Se recurrió a Ducci (1997), quien relaciona a las oportunidades laborales son la construcción social de aprendizajes significativos y útiles para el desempeño productivo en una situación real de trabajo que se obtiene, no solo a través de la instrucción, sino también y en gran medida mediante el aprendizaje por experiencia en situaciones concretas de trabajo.

Lo que lleva a la reflexión de que a medida de los estudios que construyamos encontraremos un universo con oportunidades de empleos y se ve influenciada por las experiencias previas,

ya se ha demostrado que no se aprende todo en un salón de clases y por el contrario es al momento del ejercicio de esos conocimientos los que convierten a un profesional apto para desarrollarse en diversas áreas.

Por otro punto desde la perspectiva de Kochanski (2018) las competencias u oportunidades son las técnicas, las habilidades, los conocimientos y las características que distinguen a un trabajador destacado, por su rendimiento, sobre un trabajador normal dentro de una misma función o categoría laboral.

Por supuesto que esto conducirá el rumbo de las oportunidades que se tope en su andar porque un profesional que si cuenta con las habilidades y destrezas no padecerá en el amargo mundo del desempleo.

Tomando como referencia a Miranda (2013) de un modo genérico se suele entender que las oportunidades laborales son efectos de las actitudes, los conocimientos y las destrezas que permiten desarrollar exitosamente un conjunto integrado de funciones y tareas de acuerdo a criterios de desempeño considerados idóneos en el medio laboral.

No se puede olvidar que las oportunidades dependen en gran manera del perfil del egresado como menciona Bunk (2014) posee competencia profesional quien dispone de los conocimientos, destrezas y aptitudes necesarios para ejercer una profesión, puede resolver los problemas profesionales de forma autónoma y flexible, está capacitado para colaborar en su entorno profesional y en la organización del trabajo.

Y es que no solo se puede conseguir una buena oportunidad laboral sin la cooperación o apoyo de técnicas de persuasión o como resultado de las relaciones que hemos consolidado a lo largo de los años.

Mertens (2017) aporta una interesante diferenciación entre los conceptos de calificación y competencia. Mientras por calificación se entiende el conjunto de conocimientos y habilidades que los individuos adquieren durante los procesos de socialización y formación, la competencia se refiere únicamente a ciertos aspectos del acervo de conocimientos y habilidades: los necesarios para llegar a ciertos resultados exigidos en una circunstancia determinada; la capacidad real para lograr un objetivo o resultado en un contexto dado, como lo es obtener una vacante laboral.

## **4.2 Expectativas**

Para delimitar las expectativas laborales es fundamental conocerse a sí mismo, tener las ideas claras y saber qué buscas. Así, lograrás que este proceso sea mucho más sencillo, evitando la confusión y tomar la ruta equivocada hacia el regocijo personal.

Según la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD), las expectativas laborales son los objetivos que cada persona define con el fin de acercarse al punto en el que se sentirá satisfecho consigo mismo en el ámbito profesional. Buscar un puesto u ocupación con una buena expectativa laboral puede ayudar a garantizar seguridad en el trabajo y la oportunidad de avanzar en la carrera profesional que estudiaron. Cuanto mayor sea la expectativa para ese puesto, más probable es que encuentren y mantengan un trabajo en ese campo.

Por ello Molina (2000) refiere que las expectativas laborales son la visión de lo que deseas que pase en tu vida laboral. Establecerlo es un ejercicio de autoconocimiento: saber qué quieres y qué te motiva. De esta reflexión surgirán tus objetivos y el plazo en que deseas conquistarlos. Luego debes comprometerte a hacer lo necesario para escalar en tu carrera. Por ejemplo, aprender una segunda lengua.

Tus expectativas en el trabajo deben estar dirigidas a los logros que deseas obtener como profesional. Por ejemplo, trabajar en una empresa reconocida, tener un área de la empresa a tu cargo, liderar un equipo de trabajadores, etc. Siempre y cuando la preparación profesional y personal como individuo capaz de asumir mayores responsabilidades y tener un excelente manejo de ideas y saber tomar el control de diversas situaciones, acompañado por el liderazgo te impulsen a no quedarte a mitad de la colina pudiendo ascender hasta la cumbre.

Las expectativas laborales son uno de los puntos que hay que priorizar a la hora de desarrollarse profesionalmente. Es lo que hace que una persona se sienta realizada y a gusto con su trabajo. Lo que nunca puede perderse es la visión de establecerse y consolidarse en una empresa que otorgue estabilidad laboral, aplicar experiencias y conocimientos, y desarrollarse profesionalmente para el buen desempeño de las funciones asignadas.

## **4.3 Dificultades**

Los problemas para encontrar trabajo de acuerdo a la investigación Escasez de Oportunidades Laborales para los Jóvenes de ManpowerGroup en colaboración con Junior Achievement

Americas encuestó a más de 2.500 jóvenes de entre 18 y 29 años en 14 países de América Latina, y a más de 300 empleadores de la región si han tenido problemas para contratar colaboradores de esa franja etaria. El estudio indica que el 86% de los jóvenes encuestados tienen problemas para encontrar trabajo.

Según los jóvenes encuestados, los obstáculos que enfrentan durante la búsqueda de empleo son: la falta de experiencia, encontrar un salario adecuado para sus expectativas económicas, la distancia al trabajo, el manejo de idioma, la edad y el nivel de escolaridad o conocimientos.

Barragán (2019), presidenta para ManpowerGroup LATAM, expone que, “la pandemia modificó las expectativas de los jóvenes sobre el mundo del trabajo. Aun así, la experiencia sigue siendo el factor determinante para encontrar un empleo formal independientemente del grado de formación con el que cuentan. Mientras más rápido adquieran práctica, más fácil les será emplearse” (p.12).

Otro estudio de la consultora Adecco, estima que conseguir un trabajo puede tardar entre 6 meses y un año, e incluso más en algunos casos. En tanto que 8 de cada 10 jóvenes coinciden en que buscar trabajo es una tarea difícil. La remuneración económica se ha convertido en un fuerte factor determinante para que el joven talento aplique y permanezca en un empleo.

En promedio, el sueldo que pretenden los jóvenes oscila entre 1 y 3 salarios mínimos. A su vez, esperan encontrar un empleo formal, ya que el 97% desearía formar parte de una organización, buscando que se les ofrezcan: seguridad social y prestaciones de ley; flexibilidad para seguir estudiando y alguna clase de seguro.

También un estudio de la consultora Randstad revela que el 84% de los trabajadores considera fundamental la posibilidad de desarrollo profesional en su trabajo. Y, aunque el crecimiento profesional es considerado importante por todas las personas, resulta especialmente más importante para quienes tienen entre 25 y 34 años (88%) y para las personas con estudios universitarios o superiores (87%).

Sin embargo, no se evidencian diferencias entre quienes se desempeñan en posiciones de liderazgo o de línea, ni entre áreas administrativas, comerciales, operativas o de back office. Al ser consultados puntualmente sobre este tema, el 88% de los trabajadores considera muy importante que su empleador le ofrezca posibilidades de reskilling y upskilling. Asimismo,

la mayor parte de ellos cree que es importante que se les brinde la oportunidad de actualizar y perfeccionar sus conocimientos, independientemente de la edad, el género o el nivel de educación.

Por su parte, los empleadores de la región señalaron en el informe de Manpower que más del 90% ha contratado a jóvenes durante los últimos 12 meses: 87% fueron contratados como empleados formales y, entre ellos, 72% ofreció un contrato por tiempo indeterminado, mientras que 28% cubrió posiciones temporales. Las compañías en Latinoamérica afirmaron que más del 80% buscan contratar a más jóvenes. Sin embargo, se enfrentan a la falta de experiencia, así como de conocimientos y habilidades entre los principales factores que les impiden encontrar el talento adecuado.

Tanto jóvenes que buscan empleo como empleadores han optado por alternativas para combatir la brecha de experiencia, habilidades y salario: el talento joven acepta trabajos eventuales, continua con sus estudios y toma capacitaciones, mientras que los empleadores se concentran en políticas enfocadas en sueldo y beneficios; desarrollo y flexibilidad laboral.

El portal de empleos Bumeran habló con más de 600 especialistas en recursos humanos de la región sobre el mundo del trabajo en la pospandemia. El 67% cree que es más difícil encontrar talentos en la nueva era y el 85% observa que hay una mayor rotación de las personas trabajadoras entre diferentes puestos y empresas.

El estudio Escasez de Oportunidades Laborales de ManpowerGroup en colaboración con Junior Achievement Americas detectó que 81% de los jóvenes está buscando trabajo; casi la mitad de ellos (40%) inició con esta meta hace más de seis meses. Las áreas a las que más aplican son: Administrativas Financieras; Comercial, Marketing y Ventas y Tecnologías de la Información y Sistemas.

Los empleadores ofrecen vacantes para jóvenes en Administrativas Financieras (46%); Comercial, Marketing y Ventas (16%) y Producción y Manufactura (14%). A lo que Guastini (2019), director general de ManpowerGroup Argentina, declara que, “para mejorar su empleabilidad, recomendamos que los jóvenes comiencen a trabajar antes de terminar sus estudios, realizando prácticas profesionales o pasantías para adquirir experiencia. También

es importante que aprendan inglés y tomen cursos complementarios para adquirir las habilidades más demandadas por los empleadores” (p.23).

## **V. Desempeño laboral**

### **Definición y características**

Al definir la terminología del desempeño laboral para Valandía (2011), “es la actuación de personas cuando aplican aptitudes, inclinaciones y necesidades en función de los objetivos de la empresa, sitio de estudio, hogar o en general, la sociedad en la que se desenvuelven con el propósito de obtener un resultado en específico” (p.34).

Se tiene como referencia a Matas (2006) afirma que, “el desempeño se refiere a la efectividad de acuerdo con criterios sistemáticos por lo cual se mide en función de la capacidad de la administración para adaptarse, mantenerse y crecer, así como con el fin de renovarse de manera constante o, mejor aún, convertirse en una organización que aprende e incide en los fenómenos de supervivencia, adaptación y crecimiento” (p.36).

Sin embargo, según Chiavenato (2007) “el desempeño laboral comprende el cumplimiento del empleado conforme a los requisitos de su trabajo, demostrando sus habilidades en el ejercicio de su cargo, acorde con los objetivos de las organizaciones” (p. 236).

En el mismo orden de ideas, Dessler (2007) lo define como el grado de cumplimiento de todas las tareas o decisiones de los empleados de una organización o empresa, con miras establecidas por esta. Por tanto, el desempeño laboral es una variable que se encuentra en función de los resultados obtenidos en la realización de las funciones inherentes al cargo. De esta manera, es importante estudiar el desempeño en el ámbito laboral, para el cual, es necesario que este se evalúe de manera objetiva y precisa.

Las características del desempeño laboral están sumergidas en los conocimientos, las habilidades y las capacidades para que puedan cumplir de una manera exhaustiva los roles y comportamientos que desempeñan estrategias del diario vivir, para enfocarnos más en las características se definen a ciencia propia los conceptos.



Para Ivarez (1999) define la habilidad como las dimensiones del contenido que muestra el comportamiento del hombre en una rama del saber propio de la cultura de la humanidad, es desde el punto de vista psicológico el sistema de acciones y operaciones dominados por el sujeto que responde al objetivo.

El mismo autor señala que, “esta definición considera la habilidad como parte del contenido y analiza, desde el punto de vista psicológico en correspondencia con el modo de actuación del sujeto, la autora de adscribe a la definición por entender que es más completa para el trabajo” (p. 71).

## **5.2 Perfil Profesional**

El perfil profesional resume las habilidades, conocimientos, experiencias y objetivos de una persona en relación a su carrera. Es utilizado comúnmente en las búsquedas de empleo, pero también puede ser utilizado por los profesionales de la gestión del talento y la formación para evaluar el potencial de un candidato o para desarrollar planes de capacitación.

Además, ayuda a la búsqueda de empleo, un perfil profesional puede ser una herramienta valiosa para la promoción personal y profesional. Puede ayudar a conectarte con otros profesionales en las industrias. Aumentar la visibilidad en línea y mostrar la experiencia y habilidades a potenciales clientes o socios de negocios. Tener un perfil profesional bien elaborado y actualizado puede ayudar a construir una red de contactos y desarrollar tu carrera en un largo plazo.

Para Ibarrola (2018) afirma que la práctica profesional incluye la determinación de las actividades propias de las carreras, que se imparten en el nivel universitario. La práctica profesional se constituye de dos dimensiones: una se refiere por la actividad a desarrollar e implica la delimitación de un campo de acciones, y la otra se refiere al nivel de comportamiento que alcanza el universitario.

El perfil profesional es importante para conocer las propias capacidades y limitaciones, pero fundamentalmente para instalar la búsqueda de empleo. Al intentar buscar empleo es importante transmitir que uno se encuentra cualificado para el puesto al que se postula, que posee los conocimientos y las experiencias necesarias para que la persona encargada de entrevistarlo para el puesto sienta que realmente que es su mejor opción.

### **5.3 Mercado de trabajo**

Arranz (2022) describe el mercado de trabajo como la unión de la oferta y la demanda de empleo en un país o región, es decir, el punto de encuentro entre el empleo disponible y las personas en búsqueda de trabajo; su equilibrio marca el nivel de empleo y de paro de dicha región.

En otras palabras, es el espacio donde las empresas ofrecen empleo, y refleja las oportunidades existentes tanto para actividades privadas como para públicas. Su funcionamiento es similar al de un mercado en el que empleadores y trabajadores tienen que negociar para llegar a un acuerdo. En este ámbito, conocemos como salario al precio que se fija (lo que cobrará el trabajador). La empresa y el trabajador deben llegar a un acuerdo, haciendo confluir sus intereses para que lleguen a un consenso que compense a ambas partes.

En las economías occidentales como la española, los mercados de trabajo están intervenidos, esto quiere decir que se controlan aspectos como el bienestar de los trabajadores, la prevención de riesgos o la cobertura a personas especiales.

Para encontrar un empleo es importante estar al día sobre qué sectores son los que demandan más trabajadores en cada momento. De esta manera, se multiplican las oportunidades para encontrar una vacante que se ajuste al perfil profesional de los egresados.

## **VI. Comunicación estratégica**

En la actualidad es la comunicación por excelencia que conducirá por la dirección correcta el éxito dentro de cualquier entidad o grupo de individuos, aunque sin el uso idóneo de esta las consecuencias pueden ser perjudiciales para cada una de las partes involucradas.

Pérez (2011) pionero en la definición del concepto de estrategia en el ámbito de la comunicación, plantea que la comunicación estratégica es un activo de vital importancia. El mismo autor confiesa recientemente que la emergencia de la comunicación estratégica es, sin duda, una buena noticia. Sin embargo, el éxito nunca viene solo y creo observar ciertas disfuncionalidades en la forma en que se está manejando dicha expresión.

A lo que Saroka (2015), manifiesta que, “la comunicación debe ser articulada de manera inteligente a través de una gestión global con la aplicación de una lógica eminentemente

estratégica, llevándola a cabo desde el único territorio que lo posibilita, el territorio de la alta dirección” (p. 154), de modo que la comunicación estratégica engloba a la comunicación de marketing, pero no se limita solo a ella.

En continuidad, Beck (2015) aporta que la comunicación estratégica es la comunicación alineada con la estrategia global de la compañía, para resaltar y fortalecer su posicionamiento estratégico.

En la misma línea, también Carvalho (2011) hablando de la comunicación estratégica señala que, en el ámbito corporativo, las oportunidades se encuentran hoy en el campo de la imagen y no en el de la producción, lo que confirma aún más, la vinculación de la comunicación estratégica al servicio de la gestión de los activos intangibles.

Con lo antes expuesto queda definido que la comunicación estratégica es el proceso por el cual se planifica, desarrolla y regula el mensaje que se difunde con los diversos públicos de una empresa con la meta de cumplir sus objetivos.

## **6.2 Relaciones Públicas**

Son la herramienta indispensable para el crecimiento y mantenimiento de la identidad de un organismo por cualquiera que sea su razón de ser, con el fin de generar y fortalecer la fidelidad con la audiencia existente de la marca y atraer a nuevos clientes.

Marston (2010) comenta que, “las Relaciones Públicas constituyen la función administrativa que evalúa las actitudes del público, identifica las políticas y los procedimientos de una organización con el interés público y ejecuta un programa de acción y comunicación para ganar la comprensión y la aceptación del público” (p.12).

Poner en práctica las Relaciones Públicas es un arte y una ciencia a la misma vez porque analiza las tendencias, construye un plan para predecir sus efectos, brinda asesoría a líderes y ayuda a realizar programas de acción que servirán a los intereses de la organización.

Harlow (2012) concluyó que, “las Relaciones Públicas son una función distintiva de la dirección que ayuda a establecer y mantener líneas mutuas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación entre una organización y sus públicos; implica la dirección de problemas o asuntos; ayuda a mantenerse informada y a responder ante la opinión pública;

define y resalta la responsabilidad para servir al interés del público; a mantenerse al tanto de los cambios efectivos; sirviendo como un sistema inicial de aviso para ayudar a anticipar tendencias, y utiliza la investigación y técnicas sanas de comunicación como instrumentos principales”( p. 36).

Otro aparte es el de Black (2014) define las Relaciones Públicas como “el arte y la ciencia de conseguir la armonía con el entorno por medio de la comprensión mutua, basada en la verdad y en una información completa” (p.54).

Asimismo, se destaca la definición de Center (2014) en su obra *Effective Public Relations* las Relaciones Públicas son el esfuerzo planeado para influenciar la opinión mediante el buen carácter y la ejecución responsable, basados en una comunicación de dos direcciones mutuamente satisfactorias.

Este concepto describe el proceso como un esfuerzo planificado con anticipación esmerada, que utiliza la comunicación en dos direcciones para producir el resultado final de influir en la opinión pública, consolidando al buen carácter y a la ejecución como los elementos esenciales.

En resumen, aunque las definiciones citadas difieren en su énfasis sobre ciertos elementos, todas ellas son coincidentes en cuanto a que las Relaciones Públicas constituyen un proceso planificado, dinámico y continuo, por tanto las características más resaltantes que se observan son: planificadas, bidireccionales, mutuo entendimiento entre la organización y sus públicos; con beneficios para ambos, conocimiento de institución y públicos; transparencia, diálogo; comprensión; investigación; evalúan la actitud y la opinión del público; respeto, confianza y la armonía; promoción de simpatía y buena voluntad, con un fin social y no meramente comercial.

De igual manera coinciden en que sus principales objetivos son edificar prestigio, reputación, identidad de empresas o entidades; individuos; exhibiendo sus principales atributos; incrementar el reconocimiento de la organización y su favorable imagen en los públicos, sus productos o servicios que ofrece; reforzar la credibilidad del posicionamiento de la empresa en sus públicos y organizar campañas para alcanzar objetivos concretos.

### 6.3 Imagen e identidad

La imagen corporativa es una categoría del diseño y de las artes visuales. Costa (2008) en particular la define como la comprensión, valor, juicio y creencia y por consecuencia de estos, actitud, opinión y comportamiento que, como respuesta, una persona o conjunto de ellas tiene sobre un ente, sea este una institución persona o cosa.

La imagen como la considera Riel (2013) es el conjunto de significados por los que un objeto se conoce y a través del cual la gente lo describe, recuerda y relaciona.

Otro estudioso Costa (2015) comenta que la imagen es la representación mental de una empresa capaz de condicionar y determinar, incluso, las actitudes de un grupo social en relación con ella.

Mientras que, Sanz (2016) considera a la imagen corporativa como el resultado neto de la interacción de todas las experiencias, impresiones, creencias, sentimientos y conocimientos que la gente alberga respecto a la empresa.

López (2017) ratifica que la imagen corporativa se conforma en la mente de las audiencias mediante la acumulación de los mensajes que la empresa emite. La imagen es el conjunto de significados por los que se llega a conocer un objeto y a través de los cuales las personas lo describen, recuerdan y relacionan. La imagen es el perfil aceptado por la personalidad de una organización.

Al respecto Fernández (2018) apunta que la misión describe la naturaleza y el negocio al cual se dedica la empresa para el logro de su visión. La imagen corporativa es la percepción que el público, tanto interno como externo tiene de una organización a partir del comportamiento de la misma, su cultura y su personalidad organizacional.

Salazar (2018) señala que la imagen es el resultado de todos los mensajes formales o informales, voluntarios o involuntarios que divulga una empresa u organización hacia sus múltiples públicos. Toda organización genera un conjunto de elementos significativos como mensajes que representan su identidad, los cuales son sintetizados mentalmente por el receptor.

Se elaboran con base en comunicaciones explícitas, implícitas, voluntarias o no, pero que influyen en todo el público, no solo a los potenciales clientes de la empresa, también a los empleados o público interno, por lo tanto, se debe poner especial cuidado en la coherencia y efecto positivo que se desee despertar.

La identidad es la manifestación de sus atributos, que parte de la filosofía organizacional y que involucra todas las formas de expresión comunicacional.

En cuanto a los componentes que constituyen la identidad, son tres: simbología, comunicación y comportamiento, formulación que no concuerda con la visión Rojas (2014) quien alega que los principios básicos organizacionales (misión, visión, valores, políticas y estrategias, lo que muchos de ellos denominan filosofía organizacional, clima organizacional o cultura corporativa, no está por fuera, sino que constituye su cuarto componente.

El autor sigue mencionando que los componentes son: misión, visión, valores, políticas, objetivos, estrategias, comportamiento y simbolismo. Desde otro punto la identidad es la personalidad de una institución en unión a los elementos externos que la componen y que le otorgan un valor distinto en comparación a sus competidores. Se tiene la creencia errónea de que cuando se menciona identidad corporativa está directamente vinculada al logo, sin embargo, abarca más allá desde lo que se pretende comunicar hasta generar confianza en el público.

Engloba los siguientes elementos:

- Visuales: desde el mismo logo, pasando por las tarjetas de visita, el uniforme de quien atiende en la tienda o aquella imagen que dan a conocer sus trabajadores.
- Auditivos: la música que emite el centro comercial, negocio o supermercado al que vas a realizar tus compras.
- Olfativos: el aroma del pan caliente, de los zapatos, del perfume, de algún juguete que estamos cercanos para adquirirlo o a punto de decidir su compra.
- Gustativos: se representa en las degustaciones de los supermercados con algunos dulces, comida salada o embutidos.
- Táctiles: la ropa que se toca, analizar su textura, volumen, entre otros elementos.

## 6.4 Áreas de las Relaciones Públicas

La imagen que transmite un negocio es esencial para su éxito. Una imagen cercana, profesional, fiable y transparente puede atraer a nuevos clientes y fidelizar a los existentes facilitando la diferenciación. El encargado de las Relaciones Públicas se encarga precisamente de comunicar los valores de la marca al público, dando a conocer los productos y servicios de la empresa para que los consumidores sepan qué puede ofrecerles.

Por esa razón, Ramírez (2019), plantea que, “el perfil del responsable de Relaciones Públicas es vital en todos los negocios. Las R.R.P.P. son un proceso de comunicación estratégica enfocado en construir relaciones ventajosas entre las organizaciones y su público. Por tanto, el publirrelacionista se encarga de construir y gestionar la imagen de la empresa o institución de cara al público, desde los empleados, clientes y accionistas hasta la comunidad, los medios de comunicación y la sociedad en general” (p.16).

Ruano (2016) expone que, “la tendencia es que los profesionales del sector de las Relaciones Públicas extiendan su campo de acción. Sus actividades se engloban dentro de un plan de marketing planificado por la empresa para conseguir alcanzar sus objetivos. Un relacionista público puede especializarse en diferentes campos, pero con independencia de su especialización, suele realizar actividades como:

- Consultoría en estrategias y campañas de comunicación. Consiste en construir la mejor estrategia global que se llevará a cabo para estar en contacto con el público objetivo de la empresa.
- Relaciones con los medios de comunicación. Engloba las actividades integradas genéricamente en un gabinete de prensa, en el que se preparan ruedas de prensa y se gestionan publicaciones y entrevistas en los medios de comunicación.
- Comunicación interna. Participan en las actividades dedicadas a gestionar la comunicación interna de las empresas, se ocupan de aspectos como la revista interna, las convenciones o la intranet.
- Comunicación integral de marketing. Ocasionalmente, el profesional de Relaciones Públicas se dedica a gestionar la comunicación en el momento en que se lanza un

producto o servicio. Con la contratación de influencers o celebrities, convocatorias de prensa, etc.

- Comunicación en línea. Las Relaciones Públicas se han ido adaptando al creciente uso de las nuevas tecnologías de la comunicación, por lo que han aprovechado al máximo el canal digital para comunicarse con el público objetivo de la empresa. Por ejemplo, a través de páginas web, salas de prensa en línea o blogs.
- Lobby y relaciones institucionales. Los R.R.P.P. también tratan de crear y preservar las relaciones institucionales, manteniéndose al corriente de las iniciativas legislativas y reglamentarias pertinentes que afectan a la actividad de la empresa y a sus públicos.
- Diseño, gestión y realización de eventos. Es uno de los campos a los que más se suelen dedicar los profesionales de las Relaciones Públicas. Es relevante este campo, puesto que pretende crear la imagen de marca que después repercutirá en el éxito o fracaso de la empresa” (p.46).

### **Marco legal**

El Gobierno de Nicaragua desde sus funciones ante la sociedad realiza la participación ciudadana desde los medios de comunicación y destaca el poder que tienen de informar con responsabilidad y humanismo, es por ello, que el estado promueve, facilita y regula este servicio a través, del Instituto Nicaragüense de Telecomunicaciones y Correos (TELCOR). Recientemente en el mes de junio del año 2023, el presidente de la República por medio de la Asamblea General de la República reformó los artículos de la ley N0. 1156, ley de la reforma del decreto Ley N0. 1053, ley Orgánica del Instituto Nicaragüense de Telecomunicaciones y Correos (TELCOR).

Asimismo, se reformó los artículos 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 12, 15 y 16, estableciendo sus funciones, objetos, administración, patrimonio y régimen financiero. Esto hace mención al enorme interés que representan para la sociedad los servicios de comunicación y la facilidad que se llevaría a cada hogar de la nación.



En 2020, también Nicaragua apostó en crecer en educación tecnológica basándose en la responsabilidad que llevaría hacer actos ilícitos de ciberdelitos, esto para dar seguridad, bienestar y crecer en facilidad tecnológica de información y comunicación, Ley N0. 1042, ley especial de ciberdelitos, donde se mencionan la protección y a su vez las sanciones que recaerían sobre dichas acciones.

### **Capítulo III**

#### **6. Diseño Metodológico**

En efecto como apuntan autores como Carvajal, Cifuentes, Jara, y entre otros, la sistematización de experiencias requiere un proceso teórico y metodológico para la interpretación y reflexión que permite la construcción de conocimientos desde diversas intervenciones, con el fin de aportar a un ámbito específico. Por consiguiente, para la construcción del presente trabajo se tuvo como referencia los cinco pasos que aporta Oscar Jara O. (2012), ya que esta metodología permite reconstruir la experiencia de manera ordenada y sus pasos son determinados en cada momento.

#### **¿Cuáles son los propósitos de la sistematización?**

Como de estudiantes que se encuentran finalizando la carrera de Comunicación para el Desarrollo en pleno 2023, tenemos la certeza de marcar un precedente a nivel de proyección de los espacios que podemos acaparar durante la formación que recibimos en los 5 años de estudios.

Esto se puede lograr precisamente sistematizando las distintas y enriquecedoras experiencias vividas por una serie de estudiantes y egresados de la carrera en los últimos años, con la finalidad de tomar de los procesos de cada uno junto a la intervención de los conocimientos recolectados del área de las Relaciones Públicas desde el quehacer profesional.

Es decir, identificar las nuevas habilidades y datos que se obtuvieron posterior a las experiencias y determinar cuáles fueron aquellas oportunidades, los retos, las exigencias, aprendizajes y las limitaciones que se toparon como profesionales de la comunicación.

Asimismo, desde las experiencias poder mostrar con pruebas la solidez del pènsun por objetivos, además, las exigencias, y requerimientos de la sociedad y por con consecuencia la

relevancia del nuevo plan de estudios por competencias y mostrarle al estudiantado una rama de la comunicación, lo que genera tener una metodología de organizar, reflexionar y teorizar la experiencia, para visualizar el rol del comunicador para el desarrollo en el ámbito de las Relaciones Públicas.

### **¿Qué experiencia visualizamos sintetizar?**

Deseamos con seguridad sintetizar el perfil del comunicador en el área de las Relaciones Públicas, resultante de las experiencias de los egresados de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua vinculados a su desempeño de prácticas profesionales durante el período 2019-2022, a raíz de su formación del plan de estudios.

### **¿Cuáles son los puntos de esta experiencia que más llaman nuestra atención?**

Los aspectos medulares que nos interesan sistematizar de la experiencia son los elementos claves del quehacer profesional del comunicador en el ámbito de las Relaciones Públicas, a través de los conocimientos que lograron almacenar en su formación académica, a partir de ello, identificar elementos que permiten dar cuenta de los aprendizajes, desafíos y aportes que se cosecharon luego de dicha experiencia.

### **¿A cuáles fuentes de información recurrimos?**

Son los egresados de la carrera de Comunicación para el Desarrollo que hicieron sus prácticas profesionales en el área de las Relaciones Públicas dentro de instituciones y medios que tienen convenio con la universidad. Además, aportan a la fundamentación los profesionales de la comunicación que laboran o han tenido acercamientos con dicho campo.

**¿Qué apuesta metodológica seguiremos? ¿Cómo?** Cifuentes R. M. (1999) plantea que la apuesta metodológica apunta las siguientes etapas, que brindan elementos para la edificación de la sistematización.

**Enfoque metodológico:** menciona Cifuentes (1999), el enfoque es histórico-dialéctico con perspectiva crítica, teniendo en cuenta que permite detallar las experiencias como elemento clave de la práctica social e histórica, de forma dinámica, compleja y contradictoria que pueden ser leídas y comprendidas, de manera dialéctica, entendiéndose como una unidad de elementos constitutivos que se hallan en movimiento propio y constante. Esto desde las

relaciones entre estructura y coyuntura para el análisis de experiencias, con una intencionalidad política transformadora de la práctica, con un trabajo comprometido a una reflexión crítica sobre la experiencia.

En palabras de Sánchez (2010), el enfoque histórico-dialéctico entiende las experiencias como unidades ricas y contradictorias, teniendo a los actores como elementos esenciales de la participación, así mismo, mediante una perspectiva crítica, se generan reflexiones que permiten organizar un conjunto de elementos (conocimientos, prácticas, datos, etc.), que están desarticulados, dispersos o poco visibles.

**Contexto de la sistematización:** se determinan los factores que permiten describir la realidad donde se llevaron a cabo las experiencias y los elementos significativos del porqué sistematizarlas.

- Realidades:

- a. Resumen descriptivo: se realizará la identificación de las experiencias (sitios y actores), dónde se desarrolló (ubicación, caracterización, dificultades y ventajas), descripción de la experiencia (pasos ejecutados, líneas de acción, servicios prestados, rol de los participantes, tipo de relación de los practicantes y la institución) y campos temáticos (Comunicación para el Desarrollo en las Relaciones Públicas).
- b. Recuperación de la experiencia: permite tener una síntesis de lo realizado a lo largo de la experiencia ordenada de manera cronológicamente, determinando los momentos significativos y etapas que permiten ver continuidades y discontinuidades, desde el análisis de los diferentes aspectos por separado.

Objetivo: realizar una síntesis de lo realizado a lo largo de la experiencia ordenada de manera cronológicamente, identificando los momentos significativos y etapas que permiten ver continuidades y discontinuidades, desde el análisis de los diferentes aspectos por separado. La revisión y análisis documental tiene en cuenta actas de asesorías e informes.

**Interpretación crítica:** coincide en identificar ciertos ejes que guían las prácticas profesionales en consideración a los factores más representativos del proceso, allí se plantean aspectos a indagar que se traducen en la formulación de preguntas.

Técnica: tres tipos de entrevistas dirigidas a practicantes, docentes y egresados que tuvieron la oportunidad y actualmente se desempeñan en el campo de las Relaciones Públicas.

Contiene una base de preguntas críticas: aquí se interroga el proceso de la experiencia para identificar los factores esenciales que han intervenido a lo largo del proceso y explican el sentido de la experiencia.

Algunas de esas preguntas para los egresados fueron: ¿cómo fue tu experiencia durante tus prácticas profesionales en el campo de acción de las RRPP?, ¿cuáles fueron tus aprendizajes, oportunidades o limitaciones al estar en el área de las RRPP?, desde su perspectiva, ¿piensa que es adecuado a las necesidades y exigencias actuales el pensum de asignaturas que ofrece la universidad para desempeñarse como relacionista público, ¿cómo reflexiona acerca de la importancia que tiene el área de las Relaciones Públicas para el perfil profesional del comunicador para el desarrollo?.

Realizamos una entrevista específica para un docente de RRPP, a quien le cuestionamos las siguientes interrogantes: según su evaluación crítica del plan de estudio 2021 mejorado de la carrera de Comunicación para Desarrollo, ¿considera pertinente las asignaturas integradas para preparar profesionalmente a los estudiantes en el área de RRPP?, ¿cómo ha sido el seguimiento de parte de los docentes a los estudiantes que van a su proceso de prácticas profesionales?, ¿considera que las prácticas profesionales son un espacio de aprendizaje y grandes oportunidades para el estudiante?, ¿cuál es el mayor reto que enfrenta un estudiante de Comunicación para el Desarrollo en sus procesos de pasantías en el área de RRPP?.

Y en última instancia se abordó a profesionales, cuyas preguntas abarcaron: ¿cómo la carrera se ha proyectado a lo largo de los años en formar a estudiantes que a un futuro laboren en el área de RRPP?, ¿por qué la Comunicación para el Desarrollo es importante en este siglo en el que vivimos?, ¿cómo un profesional de Comunicación para el Desarrollo puede ocupar espacios de comunicación estratégica actualmente?, ¿cuáles son las funciones de un publlirrelacionista?

Objetivo: realizar síntesis colectiva que permita conocer las distintas perspectivas desde las experiencias durante el desempeño de prácticas profesionales en el campo de las Relaciones Públicas.

Participantes: estudiantes, egresados y profesionales que realizaron prácticas en el área de las Relaciones Públicas y se desempeñan en la misma durante el período 2019-2022.

Duración: 30 minutos aproximadamente.

**Socialización de las enseñanzas cosechadas:** se darán a conocer los resultados de la sistematización de experiencia a los practicantes involucrados, en las áreas donde se desarrollan y en los diferentes espacios académicos.

Técnica: nos referimos a la socialización, que es una estrategia de comunicación que permite compartir y divulgar los resultados con todas las personas involucradas y con otros interesados, siendo parte de un proceso de retroalimentación más amplio.

Instrumento: charlas

## **Plan de análisis**

### **Recolección de la información**

Para la recaudación de la información se presenta la metodología de Cifuentes (1999), donde se tiene en cuenta el enfoque histórico-dialéctico, que permitió identificar las experiencias como un elemento clave para la confrontación de argumentos que pueden generar contradicciones entre lo histórico, el análisis de la experiencia y la coyuntura actual de la situación que se presenta en este caso frente al tema de las Relaciones Públicas en las prácticas profesionales.

Así mismo, se llevaron a cabo entrevistas con guías semiestructurada a los profesionales, egresados y estudiantes de Comunicación para el Desarrollo, a través de preguntas temáticas se obtuvo información que permitió establecer fortalezas y debilidades relacionadas con la experiencia en sus prácticas profesionales y proceso de formación en el campo de las Relaciones Públicas desde el año 2019-2022, esto para tener en cuenta en la presente sistematización y recomendaciones para la construcción de una próxima.

Por medio de las charlas los participantes plasmaron el desarrollo y aspectos centrales en las prácticas y período de formación que permitió evidenciar las transformaciones del rol del comunicador en el área de las Relaciones Públicas.

### **Organización de la información:**

Para el proceso de análisis de la información es preciso mencionar los planteamientos de Coffey (2003), “todos los investigadores han de ser capaces de organizar, manipular y recuperar los segmentos más significativos de los datos” (p.31). A partir de ello la presente sistematización desarrolla cada uno de los elementos en mención.

Por consiguiente, la información recolectada se organizó y codificó en los gráficos de Microsoft Excel, a los cuales se les asignó un color, para relacionar la información que se obtuvo a través de fichas documentales y transcripciones de entrevistas.

### **Manipulación de la información:**

De acuerdo a Coffey (2003), la manipulación de la información o codificación vincula todos los fragmentos de los datos a una idea o concepto particular en el que se incluyen los códigos, las categorías de los datos y los conceptos, con el fin de relacionarlos entre sí.

Así mismo los autores retoman los planteamientos de Seidel (1995), quienes mencionan que los códigos representan el vínculo decisivo entre los “datos 37 brutos”, o sea, la materia textual tal como transcripciones, entrevistas o notas de campo, por un lado, y los conceptos teóricos del investigador por el otro.

A partir de la recolección y organización de la información se procede a hacer una manipulación de esta; en primer lugar, se realiza una lectura general de todos los documentos ya sistematizados y de acuerdo a esa sistematización nos dirigimos a dividirlos y estructurarlos en gráficos para mayor identificación, demostración y comprobación de resultados.

### **Interpretación de la información:**

Posteriormente a la manipulación de la información y en coherencia con los objetivos propuestos, empezamos a interpretar la información, la cual definida por Torres (2011), busca la construcción de nuevas lecturas explicativas y comprensivas de las experiencias que hicieran evidentes los factores.

Por ello se dio inicio, redactando los resultados a partir de la triangulación de la información es decir, relacionando los elementos teóricos, los resultados de los instrumentos y nuestra

interpretación, que se ven expresado de acuerdo a los objetivos específicos propuestos para la sistematización; el primero es; contextualizar la experiencia de intervención de las Relaciones Públicas de egresados en el ámbito de la Carrera Comunicación para el Desarrollo, desarrollado en la práctica profesional en instituciones públicas y privadas, el segundo es identificar aprendizajes, limitaciones, oportunidades, retos y exigencias que se presentaron en la experiencia de la práctica profesional de Relaciones Públicas en el proceso vivido, el tercero engloba facilitar elementos de reflexión y proyección de la Comunicación para el Desarrollo en el ámbito de las Relaciones Públicas y el cuarto procura destacar la importancia que tiene el área de las Relaciones Públicas en el perfil profesional de los egresados de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua.

Esto se pudo realizar a través de una serie de matrices de información que creamos, agrupando en cuatro columnas: la entrevista textual, análisis, hallazgos y observaciones por ser un enfoque cualitativo, con el propósito de poder obtener resultados precisos y relevantes para nuestra investigación.

## **Capítulo IV**

### **Análisis y discusiones de resultados**

Previo a adentrar en el análisis de los objetivos es menester mencionar que fueron 6 instituciones, centros y ministerios del Estado entre los que se encuentran: canal 6, Centro de Innovación Abierta Carlos Martínez Rivas, Lotería Nacional, Juventud Presidente, Ministerio de Transporte e Infraestructura (MTI) y Policía Nacional. Los entrevistados fueron 8 practicantes y 2 profesionales.

### **Contextualización de la experiencia de intervención de las Relaciones Públicas de egresados en el ámbito de la carrera Comunicación para el Desarrollo**

El convenio establecido entre la universidad y los medios de comunicación del poder ciudadano brindan oportunidades de crecimiento y desarrollo a estudiantes, dotándolos de experiencias fructíferas que les serán de provecho para encontrar una plaza laboral.

Desde un primer encuentro se plantean los requerimientos para realizar las prácticas profesionales y la forma de trabajar del medio, con el fin de que el joven se incorpore rápidamente y no tenga contratiempos en poner en acción sus conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera. Como menciona una de las entrevistadas:

“Mi proceso de inducción fue bastante agradable y ágil porque me sentí respaldada y cobijada por los miembros encargados de las prácticas, que en mi caso fue la doctora Ledyth López, ella me llevó a las instalaciones del canal 6, me recibió gratamente el jefe de prensa, me plantearon la metodología de trabajo y reglas”. (Informante 1)

Las instituciones públicas donde se llevaron las prácticas están a total disposición y colaboración para la formación personal y profesional del estudiante, ya que el valor que le otorga la universidad a las prácticas es incontable, al punto de disponer de sus equipos de educadores para facilitar el proceso.

“Los dos profesores encargos de las prácticas en mi época me llevaron en un bus directo de la universidad hacia las oficinas de la Lotería Nacional, yo me sentía sumamente privilegiada y gozosa. Al llegar los profesores me brindaron recomendaciones y consejos para actuar y hablar, entramos y nos recibió el directo de la Lotería Nacional, me saludó cordialmente, luego pasamos a su oficina para dejar por escrito mi horario y plan de trabajo. Al finalizar me llevó a conocer las instalaciones y a presentarme a los demás colaboradores”. (Informante 2)

El proceso de inducción en cada centro de práctica, es dirigido por las personas responsables que han establecido en el convenio de colaboración con la UNAN-Managua. El encargado del área de RRPP de la Lotería Nacional, destacó, el compromiso que significa el estar dentro de las instalaciones, así como, la normativa, horarios de entrada y salidas. A lo que uno de los egresados fundamenta:

“Durante mi proceso de prácticas profesionales II, fui ubicado por medio de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua en la Lotería Nacional, dando acompañamiento desde el primer día, también se mencionó por parte del responsable de área lo que se iba a trabajar”. (Informante 3)



Al estar en contacto directo con campos de la carrera el estudiante desarrolla múltiples habilidades.

Un caso particular es de la estudiante que participó de un casting que le dio el puesto para realizar las prácticas profesionales durante los meses que estuvo en el área de RRPP.

“Entré a realizar mis prácticas por medio de una información que me brindó la docente Sandy Uriarte que fue un casting y quedé seleccionada, fui la única que se seleccionó ese año, para hacer las prácticas en JP. (Informante 4)

Las prácticas se realizan en el tiempo idóneo, en el cual el estudiante cuenta con conocimientos vigentes para la fácil adquisición de nuevas experiencias, corroborar ideas y reforzar su formación profesional.

Se establecen los horarios de trabajos y la normativa que regula la convivencia entre todos los miembros del equipo. Al igual se pauta la metodología de seguimiento y las responsabilidades que debían asumir la universidad y el centro de prácticas. Tal es el caso de la siguiente egresada:

“En mi caso me llevaron el ex coordinador de la carrera y el profesor encargado de las prácticas profesionales en el año 2019, realicé un tour por todas las instalaciones del sitio y la jefa inmediata me señaló las normas a seguir y el plan de trabajo”. (Informante 5)

La oportunidad que brinda la universidad en poder educar profesionales que estén listos para asumir trabajo después de sus prácticas.

En el año 2020 la universidad tenía un programa de coordinaciones académicas, esto consistía en reclutar a estudiantes de mejores promedios para darles esa oportunidad.

“Para ese tiempo, yo fui ubicado por la coordinación académica, que en ese momento era para ese estudiante que tuviera acceso a un futuro empleo, entonces es oportuno ya que los maestros estaban de la mano, para ver esa cercanía y como es el desempeño de prácticas profesionales del estudiante con destrezas y habilidades sobresalientes”. (Informante 6)

La organización es el primer y más relevante paso para evitar contratiempos en las prácticas.

“Mi proceso de inducción fue bastante ágil y desde el primer momento conté con la protección y el apoyo de mis docentes guías al llegar juntos al medio de comunicación, me recibió el jefe de prensa, nos reunimos en una de las salas para estipular el cronograma de trabajo, horario y mis funciones dentro del área que fui colocado, en verdad que no tengo queja del excelente trato del jefe y colaboradores del canal”. (Informante 7)

Hay otras perspectivas al llegar a realizar prácticas a una institución, como es el caso de la siguiente estudiante que refiere: “Entré por mi propia cuenta, ya que soy policía y quería trabajar en el área de comunicación, iniciando como asistente para luego entrar en RRPP, el primer día se orientó acerca del trabajo que realizaría, así como el horario y el compromiso que me llevaría estar en el área”. (Informante 8)

Las instituciones no escatiman en prestar sus espacios para las prácticas, por supuesto se marca la ruta a seguir para mantener y concluir con resultados favorables la formación del estudiante.

“En principio se le recibe a los estudiantes con una calorosa bienvenida, pautando las normas a seguir dentro de la instancia, horario de trabajo que le corresponderá y una visita a su área”. (Informante 8- responsable de Relaciones Públicas del Ministerio de Transporte e Infraestructura (MTI))

El acompañamiento de los docentes es indispensable para fijar el procedimiento a seguir en las prácticas profesionales y concluir las en tiempo y forma. Como cita la siguiente egresada:

“Sin lugar a dudas el acompañamiento que me brindó la universidad, en especial la docente Ledyth fue paulatino y constante, me llamaba, escribía y seguidamente se presentaba al medio”. (Informante 1)

Las instituciones que abren espacios a estudiantes para el área RRPP siempre ven el potencial y preparación que tienen por ser provenientes de la UNAN.

La carrera de Comunicación para el Desarrollo en su etapa de prácticas profesionales es eficiente con los estudiantes con gran potencial que se desarrollaran de una manera excelente, siempre poniendo en alto al alma mater y manteniendo un acompañamiento cercano. Como

dice: “El docente que me ubicó en las prácticas fue la MSc. Sandy Uriarte, ella fue el primer día a hacer mi entrega, ese día, me presentó con buenas referencias, posteriormente la encargada de Relaciones Públicas de la Lotería Nacional me da el seguimiento a diario conforme a lo solicitado”. (Informante 2)

El acompañamiento que se le da al estudiante es con el fin de que este siempre tenga la confianza de preguntar sobre un aspecto que no esté correcto, así como una duda que tenga de las limitantes que vayan surgiendo.

“Mi docente guiador fue la MSc. Sandy Uriarte, ella siempre estuvo disponible a las dudas y consultas, si se me estaba tratando de la manera en que era y si estaba desarrollándome, si estaba utilizando lo que la universidad me estaba formando”. (Informante 3)

Existe evidencia clara y contundente de que a los estudiantes se les guía y conduce hacia el camino del éxito.

Las prácticas son un período de formación en conjunto que involucra el compromiso del estudiante e intervención del docente.

El docente encargado de las prácticas al colaborar con el estudiante en sus prácticas se convierte en el respaldo principal del joven para seguir esforzándose y entregando lo mejor de sí mismo.

La comunicación efectiva no puede faltar en ninguno de los agentes que forman parte del escenario de las prácticas.

El acatamiento de las normas establecidas por la universidad de mano de los estudiantes y profesores es preciso.

Los convenios no terminan en una firma, por ello que la presencia de los docentes en el centro de prácticas y el jefe inmediato al brindar un informe acerca del desempeño conducirá las enseñanzas de los estudiantes. A esto interviene el siguiente egresado:

“El acompañamiento fue uno de los puntos que más destaco porque un profesor de la universidad estuvo todo momento conmigo, me escribía, llamaba y ante cualquier imprevisto recurría a su persona. También, debo reconocer que visitaba el medio en reiteradas ocasiones

para validar mi cumplimiento con las actividades asignadas. La comunicación fue importantísima”. (Informante 6)

La profesional responsable de Relaciones Públicas del Ministerio de Transporte e Infraestructura (MTI) entrevistada alude que como testigo de las prácticas de estudiantes reconoce que el trabajo recae en su totalidad en el joven, sin embargo, el profesor ha tomado mayor participación realizando visitas programadas y consultas al jefe inmediato. Es un equipo que cuenta con tres ejes: el estudiante, docente y guías en los centros de prácticas.

El jefe inmediato es un punto relevante en las prácticas, ya que es de quien depende el progreso y rendimiento del pasante.

La estrecha y compaginada relación de dos de las tres más importantes durante las pasantías, que en este caso es el estudiante y la universidad debe estar fundamentada bajo la entrega de informes, asimismo, hace entrever que los convenios están dando resultados y que el estudiante está aprovechando el tiempo.

El continuo seguimiento de parte de las autoridades guías de las prácticas es primordial.

La entrega de evidencias cada semana garantiza el avance y nivel de aprendizaje del estudiante. Trayendo a colación al siguiente entrevistado:

“Mi proceso como pasante en este caso de canal 6 fue bastante completo porque el seguimiento que nos daba la carrera era constante en este caso mi docente la doctora Ledyth López, ella siempre nos estaba monitoreando de manera semanal y no solamente como docente a practicante, sino también que ella lo hacía con los responsables del medio donde al final nosotros terminamos entregando un folleto, en el cual hablábamos de nuestra experiencia de las cosas que realizamos como practicantes, fue una experiencia bastante bonita porque el seguimiento que nos dieron fue completo”. (Informante 1)

El seguimiento no termina únicamente en visitas y mensajes, sino que por medio de notas redactadas por los propios estudiantes fundamentan semana a semana las labores que desempeñaban.

El apoyo moral no puede olvidarse porque de este dependerá la continuidad y finalización de las prácticas de cada estudiante.

“Tenía al Dr. Walter Calderón y la MSc. Sandy Uriarte, ellos nos daban su apoyo, nos motivaban, o sea siento que fue una gran oportunidad, en el momento te hacían despertar, ya había vivido otras experiencias de prácticas profesionales, por ejemplo, me gustó muchísimo estar en la televisión e igual la radio me gustó mucho, sin embargo, el seguimiento que me brindaron durante mi estancia en la lotería fue evidenciado por un informe semanal”. (Informante 2)

En otro punto de vista uno de los egresados menciona:“Los docentes deberían de dar un seguimiento más continuo más enfocado, para que los estudiantes se mantengan motivados porque al final no estamos hablando de consentir a los estudiantes, estamos hablando de formar a estudiantes con muy buenas capacidades y con el acompañamiento que se debe de hacer como tal, entonces considero que es necesario que los docentes de la carrera mantengan mayor comunicación y mayor seguimiento con las instituciones y medios donde los estudiantes hacen prácticas”. (Informante 3)

El seguimiento que se les dan a los estudiantes es de manera interna desde la institución y el área en específico.

“La docente encargada era la responsable de recibir mi bitácora semanal de las responsabilidades que se me daban, así como la supervisión si en verdad estaba haciendo labores enfocadas a la comunicación. Además, la jefa de mi área monitoreaba todo lo que se me indicaba desde el primer día hasta el último, así como las mejoras que debía hacer”. (Informante 4)

No basta solo con la atención, sino los valores que poseen los estudiantes son importantes porque están representando la universidad y a sus compañeros.

“Fue muy gratificante ya que por segunda vez estuve en un medio, a decisión propia, los maestros sí estuvieron al pendiente con los 4 que estábamos en el canal, también, esa confianza que nos tenían era bonita porque sabían y conocían nuestro potencial”. (Informante 6)

En el seguimiento se notó el interés que tenía el jefe de área para que las cosas se hicieran de la mejor manera y también para el aprendizaje del egresado.

“El seguimiento que recibí fue de parte de mi jefe de área, este era el responsable de darme las orientaciones de lo que iba a hacer, asimismo, cada semana teníamos una reunión para ver los avances que se habían tenido”. (Informante 7)

El pénsum de la universidad permite que sin ningún problema el estudiante se desempeñe en una de las muchas áreas de la comunicación.

El estudiante que asume la responsabilidad de realizar prácticas está preparado para actuar y responder de forma capacitada ante cualquier escenario.

Al estar practicando en el campo laboral el joven debe saber que sus funciones no solo serán destinadas a un objetivo dentro del medio.

“Mi experiencia fue bastante enriquecedora y retadora al mismo tiempo, pues logré compaginar mis responsabilidades en el medio como un publirrelacionista, puedo decir que estable relaciones favorables para el canal y aporté a la creación de rutas de objetivos comunicacionales”. (Informante 1)

El papel del publirrelacionista es imprescindible, inicia a adquirir conocimientos en la carrera y los lleva a la acción en sus horas como practicante.

Las funciones del practicante en el campo de las Relaciones Públicas engloban la organización, dirección y recolección de información en eventos concurrenciosos.

Hacer parte del equipo al estudiante que está realizando sus prácticas concluirá en aprendizajes que perduran para toda su vida profesional. Tomando como referencia al siguiente informante:

“En el lugar donde desempeñé mis prácticas contaba con un buen ambiente laboral, el área de Relaciones Públicas es un campo muy atractivo y en mi caso me interesaba bastante en aprender y aprovechar la oportunidad que se me brindó. Aprendí que desde el área de instituciones es más que mejorar la imagen y aumentar las ganancias”. (Informante 3)

La buena experiencia también se refleja en el tipo de ambiente en el que se trabaje, ya que estando en paz, tranquilidad y prevalezca la comunicación asertiva la experiencia se vuelve provechosa.

Así el estudiante ejecuta sus habilidades y aptitudes al poner en acción cada conocimiento recibido en el transcurso de sus estudios hasta el momento de insertarse a la vida laboral.

El área de comunicación estratégica de RRPP trabaja de la mano del marketing y publicidad por tal razón esta juega un papel importante en el desarrollo de las instituciones.

Al ubicar en el centro pertinente de prácticas a los estudiantes de acuerdo a su perfil profesional generará mayor proyección de la carrera e inserción en el campo laboral.

La adaptación del estudiante al salir de lo tradicional es una experiencia que va de la mano con los retos y desafíos.

Con lo antes mencionado el siguiente entrevistado alude: “Mi experiencia de prácticas fue en el Centro de Innovación Carlos Martínez Rivas, ahí éramos los encargados de administración de las redes sociales, la investigación en giras de campos, por innovación abierta, y esto involucra las relaciones interpersonales con las demás personas y eso me ayudó a relacionarme con los servidores en diferentes rubros, comúnmente un buen comunicador desde mi experiencia me sirvió para tener una información verídica, es decir no solo estar en la universidad”. (Informante 6)

Las experiencias son el refuerzo de las clases y un examen diario para comprobar el nivel de aprendizaje con el que cuenta el estudiante sobre las distintas ramas de la comunicación y conocer cuáles son las oportunidades de crecimiento a las que puede apostar.

“Esta segunda experiencia fue más enriquecedora porque pude organizar algunos eventos, dirigir y organizar con ayuda de mis mayores ruedas de prensa y coordinar las relaciones con otros agentes que trabajan de la mano con el canal. Aparte mis ideas fueron tomadas en cuenta para las estrategias comunicacionales”. (Informante 7)

Al estudiante se le permite expandir sus conocimientos e influir en las decisiones dentro la comunicación organizacional del medio.

Las asignaciones del estudiante giraban en torno a las Relaciones Públicas, una puerta hacia la recolección de nueva información para formar a un comunicador completo y que domine diferentes áreas. A lo que expresa el entrevistado:

“Puedo alegar que fue muy gratificante ya que en esta área las personas que estaban a cargo se comportaron bastante accesibles y colaborativos para apoyarme, y así pudiese tener el conocimiento necesario de lo que es las Relaciones Públicas de una institución”. (Informante 8)

Como parte de las pruebas de los resultados exitosos del convenio de la universidad con distintas instituciones los estudiantes practicantes muestran informes finales de su proceso y una carta firmada por el director como respaldo del mismo.

Al concluir las prácticas los estudiantes entregan toda la documentación a sus responsables de la FHCJ para que confirme su progreso en el medio.

“Al ir finalizando mi proceso de prácticas iba recopilando en un informe cada una de las tareas y funciones que se me encomendaron durante mi temporada en el canal, entregué a mi jefe inmediato la constancia para su validación y la rúbrica evaluativa”. (Informante 1)

Los informes finales son la prueba latente de la efectividad de los convenios.

Como son estudiantes asignados a instituciones que tienen convenios con la universidad los profesores responsables de las prácticas son los encargados de evaluar su rendimiento.

Ningún practicante aprueba las prácticas profesionales sin tener en su haber la carta aval.

“Concluyendo mi tiempo de prácticas agrupé todos los informes redactados en cada semana para unirlos en el final, posteriormente se lo entregué a mis tutores, sin olvidar que ellos llevaron directamente a mi jefe inmediato la rúbrica evaluativa y firma de la constancia”. (Informante 2)

La carta de acreditación que brinda la institución es de suma importancia para el CV ya que es una experiencia laboral que ha tenido durante su formación académica superior.

Las prácticas profesionales están destinada a 180 horas que se pueden completar en 3 meses según el horario que se tenga en el centro. El estudiante realiza un informe semanal donde refleja lo que realizó, esto acredita sus prácticas en la carrera.

“Al finalizar mi proceso de prácticas en la institución de Lotería Nacional me brindaron una carta donde me hace constar los meses que estuve de practicante en el área de RRPP,



posteriormente, hice un informe que era más que completar porque cada semana se llenaba una bitácora de las cosas que realizaba”. (Informante 3)

Para seguir manteniendo y cultivando mejores y más relaciones con otras instituciones es menester presentar instrumentos de evaluación y comprobación de la práctica del estudiante.

El estudiante se encuentra listo y preparado dotado con educación de calidad y vivencias enriquecedoras para integrarse fácilmente a un trabajo formal.

“Al culminar mi tiempo de prácticas los docentes a cargo me entregaron una rúbrica de evaluación para comprobar mi esfuerzo y dedicación, además, entregué una constancia como prueba de la experiencia a mi jefe inmediato, así mismo realizaba mis informes semanales y entregué al final un informe junto a las bitácoras de la clase”. (Informante 5)

Las prácticas son un tiempo destinado a la validación del saber y entendimiento de los datos recolectados en la universidad en concordancia con las funciones desempeñadas en puestos de trabajos.

Los informes son el examen final que constata todo el aprendizaje del estudiante. Así como hubo una apertura el cierre de las prácticas concluye con la constancia del jefe inmediato.

“Para concluir mis prácticas entregamos un informe final que evidenciaba cada una de las tareas que realizamos, una carta firmada y sellada por el jefe de prensa. Dicho informe incluía fotografías que comprobaban todo lo que hicimos y aportamos. Cada momento valió la pena y aprendí con cada nota y cobertura que realicé”. (Informante 7)

Con otro punto, el entrevistado que se ubica por su cuenta propia para realizar sus prácticas, refiere:

“Pasé en el área de RRPP de practicante durante 3 meses en el que aprendí, también al finalizar mi lapso de tiempo se me entregó una carta sellada por la Policía Nacional para que la llevase a la universidad y convalidara esta práctica profesional”. (Informante 8)

## **Identificar aprendizajes, limitaciones, oportunidades y retos que se presentaron en la experiencia de la práctica profesional de Relaciones Públicas en el proceso vivido**

La universidad ofrece al país comunicadores altamente calificados, con las herramientas y conocimientos que se requieren para trabajar estrechamente en el área que lo ubiquen.

Cada una de las asignaturas del plan de estudio es tratada de la mano a la situación actual de la comunicación.

Cuando el plan de estudio se adecua de forma pertinente a las necesidades y demandas de la sociedad la aplicación de los conocimientos en todos los ámbitos de la comunicación, ya sea en un medio televisivo, radial y en una empresa será efectivo.

“El mayor aprendizaje que hasta la fecha lo llevo conmigo y lo veo como una oportunidad es que cuando las Relaciones Públicas son aplicadas de manera correcta en un medio, una empresa o ya sea una institución, el colaborador siempre estará actualizado con respecto a las novedades que surgen, esto es muy importante en la televisión, también en una institución para lograr el objetivo de toda Relación Pública, el cual es crear y mantener la imagen deseada de la institución o medio, en este caso ante nuestro target que son los televidentes”.  
(Informante 1)

La universidad siembra en los estudiantes las semillas del conocimiento, sin embargo, es en la práctica cuando realmente florecen.

El ser publirrelacionista es una rama de la comunicación que acoge muchas de las habilidades y destrezas que privan a un profesional de la comunicación que solo se aferra a un medio televisivo.

El que lleva la batuta de las Relaciones Públicas es un profesional con un alto grado de manejo de relaciones interpersonales.

El pasante se abre camino a descubrir campos poco explorados de la carrera. Es un período determinante de aprendizaje para el estudiante, ya que estará preparado al momento de buscar empleo formal y no enfocarse en una sola rama de la comunicación.

“Los aprendizajes que te puedo mencionar son en el marco de las Relaciones Públicas, sin temor a equivocarme, aprendí que el publirrelacionista no se queda únicamente en dedicarse

a grabar y publicar en plataformas digitales, tiene otras muchas más funciones como la organización y consolidación de poder de convocatoria para un evento, conectar con la gente porque hoy en día los medios y empresas buscan incansablemente formas y tácticas para fortalecer esa comunicación con sus distintos públicos en base a la empatía y el sentido humano”. (Informante 2)

El estudiante adquiere un aprendizaje de poder sociabilizar con compañeros internos del área, pero también con los que son de otros medios o instituciones, llevando una comunicación fluida y transversal.

La importancia que tiene el enviar a estudiante a instituciones donde realmente trabajen las RRPP es importante, debido que, acá el estudiante pone en práctica lo aprendido desde la universidad. A lo que aporta el entrevistado:

“Mi mayor aprendizaje, la capacidad de poder interactuar con los compañeros productores, con los compañeros jefes de prensa de los medios de comunicación y sobre todo cómo relacionarte y conquistar a la misma vez a potenciales clientes desde un tipo de comunicación que combina aquellas técnicas de mercadeo.” (Informante 3)

La asignatura que ofrece la carrera de Relaciones Públicas, está ligadas al área como tal, desde la planificación hasta la redacción y ejecución de estrategias comunicacionales.

La enorme ventaja de aportar en el área de Relaciones Públicas permite que el estudiante por medio de la práctica aprenda desde como planificar o desarrollar estrategias comunicacionales.

Los estudiantes aprenden lo que es el manejo de una comunicación interna desde la elaboración de planes de trabajo y proyectos.

“La lección más importante que tengo que decirte de Relaciones Públicas es que todo comunica, todo lo que se haga desde la institución hacia al exterior, o la motivación interna, ya sea para vender un proyecto, entonces es importante sentarse, planificar y empezar a trabajar con orden, todo tiene que ir lineado más si estás desarrollando estrategias internas o externas”. (Informante 4)

Las funciones que desempeñaba el estudiante en su centro de prácticas son propias de un publicirrelacionista, fortaleciendo por consecuente su perfil profesional. De acuerdo al siguiente entrevistado:

“Establecer planes estratégicos para transmitir mejor el mensaje e imagen de la empresa/institución, realizar los comunicados de prensa, participar en la creación de discursos para cada proyecto sobre las actividades de la institución, también en la organización de eventos, ya sea reuniones de todo el personal en auditorios o en la celebración de cumpleaños. En la comunidad externa se trabaja con la presentación de proyectos para futuros inversionistas. En el caso de la institución se manejan relaciones que puedan potenciar al financiamiento de proyectos y demás”. (Informante 5)

En otra perspectiva, el entrevistado interfiere:

“Dentro de la carrera a nosotros nos enseñaron a realizar planes de monitoreo, como lo realiza una empresa, trabajo en equipo, atención al cliente, entre otras cosas que hasta el día de hoy han sido de mi utilidad”. (Informante 6)

Las Relaciones Públicas son mucho más que andar en reuniones y eventos, además, el publicirrelacionista sabe redactar, editar y tiene una gran capacidad de organización.

“Mis mayores aprendizajes fueron en términos de horarios porque yo no era una persona muy disciplinada y cumplida con los horarios que digamos, me enseñaron a organizarme y estipular una hora y fecha para cada cometido. Asimismo, afilé mis habilidades en oratoria, grabación, redacción y ser empático”. (Informante 7)

En las prácticas no solo se aprende, sino también se forma al estudiante integralmente como profesional y persona para marcar un precedente en sus labores.

“Uno de los aprendizajes que encontré estando en el área de Relaciones Públicas fue a saber comportarme como un relacionista público porque sabemos que la comunicación nos está preparando para desempeñarnos en un medio de comunicación mientras que las Relaciones Públicas es la contraparte de los medios de comunicación y abocarme por ser una profesional multifacética”. (Informante 8)

La profesional responsable de Relaciones Públicas del Ministerio de Transporte e Infraestructura (MTI), manifiesta: “La práctica es muy necesaria, les ha permitido saber en qué campo de acción desarrollarse, el que más le guste, el que más se pueda manejar, con esta puerta que se les permite abrir y el mundo que crear, muchos la han aprovechado de la mejor forma, asumiendo un rol de aprendizaje de todo lo se realiza desde las RRPP”. (Informante 9)

Con cada tarea que realiza el estudiante aprende, se enriquece, fortalece y así surge un profesional apto para desempeñarse en cualquier área de la carrera.

No cabe la menor duda que las prácticas son un escalón hacia el cumplimiento de un primer objetivo profesional en la vida de un estudiante, puesto que se convierten en el contacto directo con el mundo real luego de estar en clases regulares para concluir en que rama de la comunicación se inclinara.

Por su parte, el docente del Departamento de Ciencias de la Información y Comunicación aclara: “El mayor aprendizaje que un estudiante desarrolla es la relación entre la publicidad y las Relaciones Públicas entonces podría decirse que es aquel que va a generar estrategias de comunicación para exactamente entablar ese proceso de entendimiento con nuestros públicos de una manera pudiéramos decir creativa porque estamos hablando que como la publicidad también incide al momento de generar esas relaciones positivas con nuestros públicos entonces yo creo que más o menos por ahí podría haberse la incidencia de un relacionista público”. (Informante 10)

Los estudiantes aprenden a aportar en esta área de las RRPP que es un campo de acción donde se planifica y organiza para todo aspecto. Ha generado que el estudiante aprenda a través de las experiencias vividas.

Las relaciones de la universidad con las instituciones donde los estudiantes realizan sus prácticas son cercanas y dan como resultado la aplicación de cada conocimiento brindado durante las clases.

Si el estudiante asume el compromiso de realizar sus prácticas con disciplina y constancia ninguna limitación se convertirá en tropiezo para alcanzar la meta.

“Creo que limitaciones yo no tuve porque me rodeé siempre de grandes profesionales dispuestos a darnos de sus conocimientos, aunque debo reconocer que me costó un poco adecuarme a los horarios y exigencias del canal, puesto que las Relaciones Públicas son llevadas con minucioso cuidado porque de ellas depende la comunicación con su audiencia, mantener una buena relación con sus colaboradores, organizar reuniones y eventos de carácter formal”. (Informante 1)

La dirección del canal permite que los estudiantes practicantes apliquen todos los conocimientos aprendidos en la universidad a la vida real de un comunicador en el campo laboral.

Aquel estudiante que no es capaz de reconocer en las limitaciones oportunidades de desarrollo y crecimiento no aprenderá ni se fortalecerá como profesional.

Mientras transcurren las prácticas los estudiantes reciben constantes retos, sin embargo, tras su preparación académica no se hacen a un lado y sobresalen al final. Realmente no son limitaciones, sino vías para el desarrollo personal.

“Las limitaciones fueron más en el aspecto de movilizarme a la calle, salir de mi zona de confort, yo creía que pasaría en una oficina redactando y editando, por el contrario, me atreví, llenándome de fuerza y coraje a estar al frente de actos masivos. Por otro lado, fui responsable de la redacción de informes de las mismas visitas y darlos a conocer a mis superiores”. (Informante 2)

El joven que se atreve a vivir nuevas experiencias se empapara de conocimientos que le serán de utilidad para el resto de su camino profesional. Las limitaciones solo encarcelan el aprendizaje. La redacción es la pieza de las recompensas que une la ruta de trabajo del publrrelacionista.

Brindar un excelente acompañamiento genera la seguridad del estudiante en el trabajo que está desarrollando, considerando que si hay más atención se pueden hacer mejores las cosas.

“Mi limitación giró en torno al acompañamiento cercano de los docentes y hablo esto desde el punto de vista de que los docentes pueden monitorear a la institución para corroborar como es el desempeño de los estudiantes, sin embargo, siento que les hizo falta para saber en

realidad como uno está trabajando en el área y bueno también dar reporte de cómo vas desarrollándote”. (Informante 3)

Los estudiantes practicantes dentro de una institución tienen la limitación de un seguimiento a profundidad, ya que tienden a ser grupos considerables de estudiantes y la falta de tiempo por sus otras responsabilidades con la universidad.

En otro orden de ideas el p<sup>é</sup>nsum de la carrera debe dotar desde los primeros años al estudiante las primeras herramientas para partir fuera de la universidad. Además, el orden y sitio para realizar las prácticas se deberían elegir por las destrezas, aptitudes y preparación académica del joven. Tal como indica la entrevistada:

“Realicé mis prácticas de profesionalización II en el 2019 apenas llevaba aprobado el tercer año de la carrera. Aún no había visto la clase de RRPP, si de políticas públicas que ya me había dejado cierto indicio de lo que eran las Relaciones Públicas”. (Informante 5)

La falta de dominio de la profesión y toda la gama de tareas que conlleva puede generar la poca o nula objetividad en el cumplimiento de las responsabilidades del estudiante en el centro de prácticas.

El tiempo exacto es un factor determinante para el éxito de las prácticas, ya que si un estudiante no está completamente preparado no dará resultados favorables.

Cambiando de página, la siguiente fuente interpreta:

“No me limité porque en el ámbito de las Relaciones Públicas un buen comunicador también hace Relaciones Públicas, así como está estipulado en cada lugar de trabajo, en este campo de acción debemos de tener en cuenta cómo vas a tratar a una persona, cómo puedes desempeñarte”. (Informante 6)

En la vida profesional se deben cumplir etapas y durante las prácticas el estudiante es un apoyo porque asumen responsabilidades de acuerdo a su nivel de conocimientos.

“Pues como limitación podría decir que yo tuve, es que estaba como estudiante y no podía hacer muchas tareas porque obviamente me miraban como un estudiante no como un trabajador o un profesional”. (Informante 7)

Durante las prácticas tampoco se puede pasar por arriba de la experiencia y cargos de los otros colaboradores, sin embargo, el estudiante en circunstancias se hace parte como un miembro más cuando ya se tiene la seguridad de que domina las funciones de su área.

Sería de vital importancia que desde la universidad se lleve a la práctica la asignatura específica de RRPP para que el estudiante aprenda a través de la experiencia.

Por lo que la fuente a continuación interpreta:

“Desempeñándome en un área de Relaciones Públicas es bastante complicado, acoplarte al trabajo de ellos prácticamente fue lo que sentí un poco más difícil, pero lo logré superar en cuestión de tiempo”. (Informante 8)

La falta de dominio de llevar los conocimientos a la práctica hace que el estudiante le cueste acoplarse de lo que se tiene que hacer desde esta área.

El tiempo exacto es un factor determinante para el éxito de las prácticas, ya que si un estudiante no está completamente preparado no dará resultados favorables.

Las instituciones que tienen convenios con la universidad están anuentes y reciben con las puertas abiertas a los practicantes, con la finalidad de que vivan la realidad de todo lo que absorbieron en los salones de clases.

Los medios incorporan a sus agendas a los practicantes para moldearlos a sus métodos de trabajo y posiblemente otorgarles una plaza fija.

“Gracias al canal por las oportunidades que me brindaron, una de ellas fue organizar una rueda de prensa desde cero prácticamente, otra fue tratar directamente con las instituciones y empresas con las que el medio tiene una relación constante con el fin de comunicarles el progreso en los objetivos planteados y el más complicado fue reunir a todos los trabajadores del canal y redactar una agenda para llevar a cabo una celebración del medio”. (Informante 1)

El estudiante se enfrenta a escenarios para los cuales se ha venido preparando arduamente y recibiendo información oportuna y valiosa por parte de sus docentes.



Las organizaciones están anuentes a contratar a algunos estudiantes que hayan realizado excelentes prácticas y tengan en su haber una hoja de vida destacada.

El no obtener el puesto laboral solo abre las alas para encontrar el trabajo soñado, puesto que las prácticas solo son el primer arranque.

“La oportunidad que miré fue de crecimiento porque a pesar de que no quedé fija, ya que en ese momento al parecer no había ninguna vacante laboral de trabajo, siento que me llevé una bonita experiencia”. (Informante 2)

Desde el primer segundo que los estudiantes reciben una bienvenida en el centro de prácticas están optando a una oportunidad única e irrepetible.

Una vacante no es la meta final, ni debería ser lo más importante, sino los aprendizajes y retroalimentación que pueda incorporar a su vida el estudiante.

La universidad prepara a los estudiantes en su ética profesional, que desde las diferentes asignaturas donde el estudiante aprende a acoplarse a cada política.

“Más que todo en oportunidades fue tener el acceso en aportar en los juegos de azares y tener la confiabilidad desde el área de RRPP, oportunidad de conocer a entidades de diferentes empresas y medios tradicionales”. (Informante 3)

El estudiante crece en la confianza de la institución, la confiabilidad hace que se convierta en la oportunidad para obtener un puesto de trabajo.

El desempeño del estudiante durante sus prácticas profesionales determinará no solo la oportunidad laboral, sino el espacio de aprendizaje.

“Siempre hay oportunidades de obtener mayor visualización, en un proyecto de tener más clientes, más donantes, y todo eso desde las Relaciones Públicas y las limitaciones, cuando estás recién egresado o estás haciendo tus prácticas y te dan responsabilidades, un ejemplo claro es cuando no tienes una cartera de contactos de donantes, clientes, que puedan ayudar, mediante estás conociendo, más preguntando es que vos vas llenando tu agenda de contactos”. (Informante 4)

La oportunidad de estar en un área no tan común en la carrera ofrece la ventaja de experimentar el ambiente de trabajo con amplias posibilidades.

El conocer y relacionarse con clientes es sumamente importantes para hacer agendas de contactos.

Los convenios entre las instancias y la universidad tienen como una de sus finalidades marcar el rumbo del porvenir de los estudiantes con su primer trabajo formal.

“Después de finalizar mis prácticas, logré trabajar 5 meses en el Ministerio de Transporte e Infraestructura (MTI)”. (Informante 5)

El desempeño del estudiante durante sus prácticas profesionales determinará las oportunidades de crecimiento laboral.

El estudiante se desarrolla para resolver cualquier incidente en el centro de práctica.

“Oportunidades, tener acceso al ámbito laboral, ya que como profesional tenemos que saber que las Relaciones Públicas nos vienen a abrir puertas para hacer bien el trabajo y que tenemos que resolver ante cualquier necesidad”. (Informante 6)

Un relacionista público debe saber cómo conectar y que decir en el momento justo, recurrir a las palabras correctas para no caer en la redundancia o erróneas interpretaciones.

“La oportunidad fue conocer la manera de cómo hablar con las personas porque no todos somos iguales y primeramente analizar a la persona con la que vamos a conversar y así poder prepararme, la manera correcta de cómo poderle transmitir mi idea a esa persona”.

Al salir de la universidad a prestar las horas a una empresa el estudiante se enfrenta a los que considera puntos débiles y realmente son oportunidades para ser mejor y abrirse caminos a retos que lo formarán como un comunicador apto que pueda entablar relaciones y conversaciones fructíferas.

El esfuerzo y las ganas de superación hace que el estudiante le cueste lo que realmente desea obtener.

“Inicié como patrullero de los que andan en la calle asoleándose después pasé al área de secretaría ejecutiva que es relacionado a la comunicación, pero un poco más institucional,

después de eso me pasaron a un área operativa en ese lapso estuve 3 años y de ahí a mi cuarto año que ya estoy aquí, ya presente, yo logré hacer el contacto con la jefa de Relaciones Públicas y estoy ahora desempeñándome en esa área”. (Informante 7)

La entrevistada responsable de Relaciones Públicas del Ministerio de Transporte e Infraestructura (MTI), manifiesta:

“También es un área de oportunidades, ya que les permite poder quedar laborando, y no solo eso, sino de ser una experiencia dentro de su perfil profesional y aprender desde una logística de una rueda de prensa”. (Informante 8)

Como en las Relaciones Públicas existe una cantidad considerable de funciones el estudiante tiene a su alcance la oportunidad de desarrollarse a grandes escalas.

Según la instancia a la cual se envíe el estudiante este podrá extender sus habilidades y destrezas.

Las prácticas son el distintivo que separa de los mediocres a la excelencia.

El entrevistado docente del Departamento de Ciencias de la Información y Comunicación, hace hincapié:

“El estudiante que no ponga en práctica su aprendizaje en ese espacio que se les está brindando va a tener consecuencias, oportunidad única y sabemos que hay muchos estudiantes queriendo ocupar ese espacio para poder desarrollar sus habilidades y sus competencias. Donde el aprendizaje es lo principal que viene desde la experiencia, luego, se le puede dar la oportunidad de laborar”. (Informante 9)

El aprendizaje y la experiencia son las primeras oportunidades que se les da al practicante, basadas en la confianza de poder acceder a la información del grupo.

Como en las Relaciones Públicas existe una cantidad considerable de funciones el estudiante tiene a su alcance la oportunidad de desarrollarse a grandes escalas.

La universidad prepara a estudiantes para atreverse a aventurarse a realizar actividades propias de la instancia o medio donde se encuentra realizando sus prácticas, ya que se ha venido formando a lo largo de los años.

El medio involucra sin temor ni dudas a los estudiantes a sus funciones diarias, pues sabe y reconoce que detrás de ellos hay un p nsun y formación para la vida profesional de calidad.

“Bueno mis mayores retos solamente fueron dos, gracias a Dios no tuve tantos retos en Relaciones Públicas, los retos los vi en el área externa al no saber cómo enfrentarme fuera del medio, me daba un poco de temor cuando se trataba de ruedas de prensa de las cuales fui encargada a cubrir como periodista del medio donde dice prácticas y también en algunas coordinaciones de entrevistas de las que fui parte, pero eso al pasar del tiempo lo manej  cada vez mejor porque la práctica hace al maestro”. (Informante 1)

Cada día al estudiante se le presentan retos, los cuales no puede hacer a un lado o ignorarlos, puesto que serán parte de la jornada laboral en un futuro cercano.

“Los retos que se me presentaron fueron adaptarme a nueva forma de trabajo y área porque en mis antiguas prácticas solo abarcaba lo básico del comunicador como la edición y redacción, sin embargo, al estar en la Lotería Nacional se apuesta por una metódica y preestablecida ruta de funciones, al mismo tiempo charlar y estar con contacto seguido con el pueblo capitalino, son tareas que apelaban más a mi capacidad de análisis e ingenio”. (Informante 2)

La adaptabilidad es el principio para conducir hacia el triunfo las prácticas.

Nadie nace aprendido, a algunos les es más fácil las entrevistas y a otros la producción, es por ello que en esta carrera existe un amplio abanico de campos de acción de un comunicador.

Los convenios con las instituciones son otra aula de clases en la que el estudiante aprende día con día y al mismo tiempo práctica lo que va escuchando y viendo.

En los espacios de prácticas el estudiante no únicamente utiliza sus fortalezas, asimismo, activa otras capacidades.

“Es vincular mi carrera de Comunicación para el Desarrollo con este tipo de comunicación que hay en las Relaciones Públicas que est n ligadas a mantener, a resguardar la identidad de la institución, esa identidad que debe reflejarse en las relaciones que uno tiene tanto con nuestros públicos, como con otro ente de comunicación”. (Informante 3)

A los estudiantes se les presenta el reto de la vinculación de la Comunicación para el Desarrollo enfocado área de las Relaciones Públicas.

La identidad de la empresa influye mucho en la toma de decisiones cuando el estudiante se desarrolla.

No toda empresa respeta la manera de pensar del profesional, ya que rigen sus propias reglas y normas.

“El reto más grande que tuve fue hacer el trabajo de Relaciones Públicas y llevar a la práctica lo que se nos enseñaba en la universidad por ejemplo la planificación que conllevó organizar mejor las cosas”. (Informante 4)

Uno de los grandes retos que pasan los estudiantes es aprender bien el área de las RRPP, su lenguaje, su forma de comunicar, entre otros.

Dominar un nuevo idioma es un plus para los estudiantes y será la llave para alcanzar nuevas metas.

“Añadiendo que sería una buena opción que se le agregara el idioma inglés porque existen varias terminologías que se deben de utilizar, en mi caso, en el área que estaba se utilizaban bastante, considero que un estudiante bien formado estará inmerso en todos los aspectos relacionados al área de comunicación”. (Informante 5)

La universidad tiene cursos de idiomas, los cuales son un reto porque se trata de compaginar y llevar de la mano las clases de la carrera y a la vez aprender a hablar otra lengua.

Otro entrevistado complementa añadiendo:

“Uno de los mayores retos es que desde el área de la comunicación nosotros tenemos que estar en los diferentes procesos, entonces la comunicación es inherente y de los retos fue adaptarme a la problemática que tenían los autores, un ejemplo cuando mencionaban un proyecto con terminologías diferentes, tenía que investigar bien acerca de eso, en que aportaba y como podés llegar a ese nivel léxico de esta área, este reto lo tenemos todos cuando estamos agarrando la experiencia. Un ejemplo en las coberturas, adaptarte al vocabulario técnico”. (Informante 6)

El ser estudiante no es un limitante ni significa que no está al nivel de las circunstancias, al contrario, es la ocasión para refrescar el ambiente de trabajo con ideas innovadoras.

“El reto más grande fue en los primeros días al poder aportar mis ideas, ya que no me miraban como un profesional, sino como un estudiante, entonces prácticamente no me ponían mucha atención, aunque una vez sí lo hicieron porque sabían de que yo tenía la razón para poder llegar a un acuerdo, recuerdo que fue con relación a unos de los programas de la revista que realizaban pues les di una observación que al fin y al cabo la terminaron aceptando”.

(Informante 7)

El reto de ser escuchado se puede superar al demostrar que te has ganado con trabajo duro y teniendo las competencias para el puesto.

Buscar las oportunidades para aportar al equipo y no guardarse nada porque esa opinión puede ser crucial.

La entrevistada responsable de Relaciones Públicas del Ministerio de Transporte e Infraestructura (MTI), atañe:

“El mayor reto lo vas creando desde tu experiencia, si tienes el talento y el don de estar en esta área tendrás un reto de hacer bien tu trabajo, hacer las cosas con amor y dedicación te permitirá que cada día asumas el reto de mejorar en las cosas que aún te cuesta, como experiencia he visto que su mayor reto será hacer las cosas mejor que ayer y asumirlas con responsabilidad y gentileza, recordamos que somos agentes de cambios desde nuestros hogares hasta el mundo exterior”. (Informante 9)

Los estudiantes superan los retos día con día aplicando los conocimientos que han venido recogiendo en su formación.

El reto número uno es realizar cada asignación regida por los valores y principios que identifican a un comunicador para el desarrollo.

En el campo de las Relaciones Públicas ha quedado demostrado que el comunicador tiene una ardua labor que genera cambios en su entorno y a la larga en la sociedad.

El profesional entrevistado docente del Departamento de Ciencias de la Información y Comunicación explica:

“Los estudiantes asumen el reto de generar estrategias de comunicación desligándose de lo tradicional y de la cercanía que se tiene de un medio de comunicación. La incidencia que se da en el área de RRPP, como el lenguaje, modales de comportamientos hacen que el estudiante aprenda a utilizar los conocimientos recolectados en su formación”. (Informante 10)

El proceso de entendimiento genera que se sobrepasen los retos y se conviertan en experiencias que aporten un cambio para la proyección de la comunicación.

### **Facilitar elementos de reflexión y proyección de Comunicación para el Desarrollo en el ámbito de las Relaciones Públicas y privadas.**

#### **Reflexión:**

La carrera de Comunicación para el Desarrollo desde la mejor casa de estudio como lo es la UNAN Managua, permite que los estudiantes se preparen en los diferentes campos de acción en el que se debe de profesionalizar, no solo en el campo de los medios de comunicación tradicionalistas, sino que va más allá de eso, desde el trabajo de la comunicación interna, marketing y publicidad, redacción y estilo, pero hay una sumamente interesante que es las relaciones públicas.

Para el comunicador es un reto muy grande trabajar en esta área ya que es la encargada de manejar la crisis interna de una empresa, sin embargo, es un portal de muchos aprendizajes que van a encaminar al crecimiento sólido de una empresa que permita el balance, algo muy importante es que las relaciones públicas es la cabeza de dirección, donde se evalúan las diferentes estrategias comunicacionales, entre otras.

Desde la mejor universidad del país, la UNAN Managua, al estudiante desde su tercer año del ciclo universitario se les brindan asignaturas propias de las relaciones públicas, iniciando con Relaciones Públicas, acá el estudiante trabaja desde lo interno de una organización u empresa que le permitan acceder a la información y que acepte ayuda especializada de un estudiante, la entrevistada #1 destacó “las prácticas profesionales en pagan las clases de RRPP que son el primer paso para consolidar a profesionales que marquen un precedente en sus realidades y se conviertan en reales impulsores de cambios. Asimismo, el análisis arroja

una serie de datos que se procesan de manera que se les permitan crear estrategias estipuladas para el crecimiento y mejora de la misma.

La informante #1 mencionó “Las relaciones públicas permiten a todo comunicador que no solamente se prepare para ser un colaborador más de una empresa, la verdad es un campo de acción amplio y completo que ofrece las habilidades para que inicien su propia firma de RRPP”. Acá comprobamos cuán importante es reflexionar por medio de la experiencia de una pasante que realizó sus prácticas profesionales en esta área. La cero limitación hace hincapié a expandirnos y crecer de la mano de las estrategias que nos van a enlazar a grandes oportunidades de la vida profesional.

Reflexionar desde esta área es algo sumamente especial y se dice así porque la distinción de ella es la seriedad y lo profesional, esto caracteriza de manera especial al colaborador que se especializa en esta rama, no obstante, los entrevistados nos dan claves específicas desde su experiencia en colaboración y que les permitió conocer más a cerca el rol del publlirrelacionista.

Algo clave por mencionar, es la preparación que reciben los estudiantes desde la objetividad y la veracidad, los egresados trabajaron de la mano de las experiencias vividas y lo fundamental que implica brindar buena información y que estos muy claro está que traerá grandes recompensas como lo es la confianza y seguridad, ser comunicador en esta actualidad simboliza no solo un reto sino una adaptación de vida legítima donde va encaminadas a un futuro de prosperidad y sorpresas.

Hablar de confiabilidad es haber crecido en un ambiente de buena educación de un acercamiento directo con los buenos valores, y llegar a la preparación superior eso te hace único y especial, algo que desde muchos años es la clave del éxito y que por obvias razones un profesional deberá tener esos valores para hacer crecer de una manera genuina a la empresa en la que colabora.

La asertividad, es una pieza fundamental para lograr grandes cosas, ser asertivo y saber manejar un crisis de acción te llevará a lograr grandes avances, ya que el carisma de un comunicador hace que las cosas sean positivas y encontrar siempre la solución, ser pesimista no traerá los resultados esperados, esto desde esta rama nos abre a tener una mente directa



con la objetividad y la importancia que tiene la confiabilidad, si bien es cierto que ser asertivo y tener una mente positiva es lo que las instituciones necesitan en la actualidad, un profesional proactiva que genere los resultados esperados.

El informante # 3, nos describe que desde su experiencia en el centro de prácticas aprendió y esa reflexión que le permitió acercarse más a esta área que sin duda alguna es el motor impulsor de la empresa, “Actualmente la carrera de Comunicación para el Desarrollo se ha enfocado en diferentes áreas de estudios y no solo en la televisión, sino en el aporte de la comunicación organizacional en las empresas”.

La comunicación estratégica en su función en relaciones públicas ha permitido tener todo en orden, y que importante es reflexionar sobre este punto, cada empresa mantiene un estándar protocolario, de aspecto muy detallada, una combinación con lo elegante y llamativo, una etiqueta que es muy común en estos rubros. Hoy en día esto juega un papel impresionante desde la realización de eventos, entrevistas, rondas de prensa y lo cuidadoso que deberá ser, ir trabajando de la mano del jefe y ser el encargado de la organización que influirá tanto de manera positiva, pero si el trabajo no está bien hecho traerá consigo malos resultados.

Desde la carrera el estudiante se prepara de una manera especial al momento que llegan a recibir la segunda continuidad de las asignaturas, acá ellos aprenden desde cómo organizar una rueda de prensa, hasta la manera precisa de convocar a entrevistas, esta conexión hace que el estudiante por medio de su preparación conozca, aprenda de cómo organizar, esta pieza clase hace que muchos de los egresados se desarrollen en sus puestos laboral desde esta área, que sin duda marca diferencia y que da grandes aportes a la comunicación.

Cabe mencionar, que este campo de acción no solo permite que se preparen para ser un agente de cambio para la sociedad actual y que está vinculada a los diferentes espacios de desarrollo donde es de suma importancia que contribuyamos al crecimiento del país, visionando un futuro mejor de todas y todos. El informante #3 afirmó “Este campo de acción de la Comunicación para el Desarrollo permite ser un agente de desarrollo para la sociedad con la que se trabaja y se le brinda una ayuda como un aporte al modelo de gobernanza”.

Ser un agente de cambio implica ser un profesional directo con la sociedad que aporte cada día en estandartes de calidad en donde el principal protagonista es la sociedad, sus

necesidades, sus limitantes, su falta de organización, es por esto que, la universidad por medio de la carrera permite que los futuros comunicadores sean empáticos y tenga la visión de reforzar sus conocimientos por medio de la naturalidad humana.

Para el informante #7 las relaciones públicas en la actualidad “Están siendo indispensables, han pasado de ser tomadas como el protocolo para organizar eventos de carácter formal a planificar estrategias para fortalecer la imagen externa de la empresa y asegurar que todos los colaboradores que están en camino a un objetivo en común. Las relaciones públicas fortalecen el área externa de la empresa y nos preguntamos ¿Qué es lo que la sociedad piensa de nosotros?, en medio de esto todo el reto que significa la planificación es un portal colectivo de tomas de decisiones inmediatas, que regulan la participación y el trabajo en equipo.

El trabajo en equipo es una distinción de las RRPP que es muy útil reflexionar, según la información obtenida el 90% de los entrevistados nos comparten que estar dentro de esta área es estar interno de todo el equipo, de escuchar sus ideas y aportes y sobre todo darle el protagonismo necesario para tomarlos en cuenta, el trabajo en equipo es la base fundamental para obtener grandes y potentes logros. La experiencia que tuvieron los egresados ha simbolizado un aprendizaje y decirles lo fabuloso que le fue, pero que el colectivo se convierte en un solo par de fuerzas de acción, de coraje y de respeto de las ideas dadas.

Hablar de lo que se persigue el único objetivo en común “la excelencia, los logros”, es lo que por medio de estrategias de comunicación se puede dar las salidas, tal claro está que por medio de esto reflexionamos a alcanzar objetivos claves de la vida profesional y eso se convierten en logros imprescindibles que destacan el fortalecimiento genuino de la clave del éxito.

Según el aporte de una especialista que ha estado 17 años laborando en esta área reflexiona acerca de la importancia y nos comenta, “La comunicación para el Desarrollo es importante para las relaciones públicas, puesto que, la redacción, coordinación manejo de redes, mecanismos de publicidad, planificación y afianzar las relaciones con otros, son trascendentes para el cumplimiento de los objetivos organizacionales de las empresas”.

En este análisis, que fue extraído de la persona profesional de experiencia en esta área, menciona 5 puntos a los que debemos de reflexionar, ante esto lo primordial que es la redacción y corrección de estilo, esto es la distinción clave para que el verdadero comunicador reflexione, ¿qué clara está siendo mi redacción?, y como estas limitantes se han convertido en exigencias actualmente, esta magnífica toma de decisión.

La participación colectiva al momento de organizar por ejemplo una ronda de prensa conlleva a la reflexión de ser cuidadosos con lo que hacemos cuando organizamos algo delicado como una ronda de prensa, la carrera también sirven como un proceso de prácticas, un dato interesante es la organización que tiene el movimiento estudiantil de las facultades de la universidad, esto es un práctica esencial por las actividades que realizan y piden colaboración para planificar y ejecutar actividades.

### **Proyección**

En la actualidad queda evidenciado la enorme trascendencia que ha tenido la comunicación para el Desarrollo enfocada a las relaciones pública y en lo que se ha proyectado desde el corazón de cada empresa, esto ha sido generada por medio de todos los que han hecho que este perfil profesional siga de pie, creciendo y aportando de manera ascendente ante todas las necesidades que presenta la sociedad.

En la UNAN Managua, desde el 2015 la carrera de Filología y Comunicación, cambió de nombre y pasó a ser Comunicación para el Desarrollo, cambiando su enfoque directo a la transformación del desarrollo integral primero del estudiante y segundo de la sociedad y nación, debido a esto, cambió sus metodologías pasando a ser integrales, de consciencia y de amplitud a las necesidades.

La carrera de Comunicación instruye a ser profesionales éxitos en todos los campos de acción, la única universidad de Nicaragua con este nombre, muy claro está que durante ocho años se ha visto una gran proyección desde los medios de comunicación hasta las empresas instituciones, dando buenas referencias de la preparación que han tenido los estudiantes que llevan a los centros de prácticas, proactivos, genuinos, profesionales, entre otras.

El periodo establecido de la tesis es 2019 – 2022, en este lapso de tiempo los egresados han conocido la transformación que tuvo el plan de estudio por objetivos, actualmente. Pero desde el año 2021 la universidad en la mayoría de sus carreras se transformó su plan de estudio siendo ahora por competencia, esta mide las habilidades y destrezas de los estudiantes, reformando una vez más la carrera para mejorar las áreas de trabajo, en un 85% de los egresados de la carrera mencionaron que se debería de aplicar nuevas metodologías para reforzar más el área de la comunicación estratégica en general.

2023, ha sido el año de más proyección, de interés social, de transformación y de mejoras para la amplitud que significa afianzar lazos de cercanía con la sociedad, un año donde la carrera ha tomado auge internacionalmente enviando a estudiantes a participar en rally Latinoamérica de innovación y también Hakatón.

La informante #1 destacó “Cada minuto que transcurre queda comprobado que en las empresas de hoy las relaciones públicas son el corazón para mantenerla en crecimiento y que alcancen niveles superiores a competencias, gracias al plus que se le da a la imagen, relación con sus públicos metas, además de una comunicación y posicionamiento en medios digitales y tradicionales”.

Un dato importante, es que por medio de la proyección que ha tenido la carrera es que muchos comunicadores se han estado enfocando en las relaciones públicas, debido a que existían la mayoría de egresados que se privaban en conocer y aplicar en esta área de estudio, actualmente ya laborar en medios de comunicación no es el plus del comunicador sino aportar desde la comunicación estratégica que es el sostén indudable.

Gracias a los convenios que existen en la actualidad de la universidad con diferentes empresas que reciben por 3 meses a estudiantes pasantes, esto ha sido de enorme oportunidad de aprendizajes para todos, esto gracias a la iniciativa del Gobierno de Nicaragua por medio de alianzas de los centros de comunicación y empresas, hace posible que se generen espacios de oportunidades, el entrevistado #3 mencionó, “La carrera de Comunicación ha tomado grandes oportunidades en áreas de comunicación estratégicas en empresas, esto se basa en la extrovertida carrera que busca el sostén y crecimiento de la instancia”.

El manejo interno de la empresa necesita una mano de un publicirrelacionista en la toma de decisión y en la planificación que influye de manera que, sea de utilidad los aportes que dan desde la resolución de una crisis empresarial, la solución seguirá siendo un personal capacitado en esta área, por esta razón es la preocupación de los docentes en formar estudiantes capaces y dar las herramientas necesarias para desarrollarse en este campo de acción que es de utilidad.

“La universidad es una incubación de oportunidades cargados con las mejores herramientas para ubicarse en cualquiera institución y desempeñarse efectivamente sus funciones, demostrando que la comunicación es una pieza fundamental”, destacó la informante #4.

En la conformación de las asignaturas que dan salida a las relaciones públicas algo de interés es que, en la carrera, no solamente es teoría, sino que va de la mano con la práctica, haciendo que el estudiante tenga su primera cercanía en la universidad y que no le cueste al exterior de ella, esto hace que desde la universidad tome la experiencia justa y necesaria para aplicar en diferentes campos de acción.

Se refuerza el área de la comunicación estratégica como una asignación que puedan aportar para el sostén de una empresa, esto ha relucido una enorme y trascendental etapa de madurez en el área estratégica que resumen al ícono de la transformación que generan cambios y un impacto social.

Para finalizar, también “la proyección se ha encaminado en la personalidad y valores de las personas como la honradez y transparencia caracterizan a un profesional que labora en este rubro porque se intercambian ideas y estrategias que pueden favorecer o desprestigiar a las empresas”. Destacó en profesional de la UNAN Managua. Durante estos años han sido de caídas, pero se ascenso, para seguir profesionalizando a expertos en esta área de trabajo que es de grata importancia para el funcionamiento de las empresas que ameritan y creen en los comunicadores capaces de resolver, la UNAN Managua sigue proyectándose la mejor manera.

**Destacar la importancia que tiene el área de las Relaciones Públicas en el perfil profesional de los egresados de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua.**

La UNAN-Managua es el semillero de agentes de cambios con conocimientos y destrezas listos para impulsar y demostrar lo relevante que es contar con un relacionista público en las organizaciones.

Las Relaciones Públicas son un campo que cuenta con infinidad de funciones y áreas de trabajos, que tiende a pensar y reflexionar sobre el porqué y para qué de cada acción.

“Bueno las Relaciones Públicas son esenciales para un comunicador para el desarrollo, ya que nos ayudan en el desempeño en cualquier área de trabajo, ya sea radio, televisión, prensa escrita, instituciones públicas, y privadas y medios digitales. De hecho, no existe ninguna institución que no tenga un relacionista público lo cual hace que el desempeño de un comunicador para el desarrollo en esta área sea de vitalidad para el medio”. (Informante 1)

Muchos estudiantes actualmente siguen sesgados en que la comunicación se basa en ser presentadores de tv, no obstante, este ha sido un enorme reto para las autoridades universitarias.

La universidad es una incubación de profesionales cargados con las mejores herramientas para ubicarse en cualquier institución y desempeñar efectivamente sus funciones demostrando que la comunicación es una pieza fundamental.

“A pesar de todo el comunicador para el desarrollo debe de tener esa habilidad de establecer una comunicación armoniosa asertiva, tanto con futuros clientes por si trabajamos en empresas privadas o empresas que generan alguno servicio, o bien si le trabajamos a instituciones gubernamentales porque al final el comunicador estará siempre en contacto con las personas estará en contacto con entidades, entonces creo que se debe de mantener los estudios en Relaciones Públicas no quitarla del pensum y más bien fortalecerla”. (Informante 3)

La comunicación interna de las empresas ha tomado importancia gracias a una comunicación estratégica que influye de manera positiva en el funcionamiento esencial.

“Las empresas en los últimos años se han dado cuenta que hay que darle mucha importancia de como se ve desde el exterior y como se mantienen, también como lo interno, entonces la comunicación y Relaciones Públicas es algo de sumo valor en que ellos saben de qué si no tiene un buen hilo de eficiencia, está listo para el fracaso”. (Informante 4)

El poco valor que se le otorga a la comunicación por considerarla superficial y tratarla desde la básico, que es publicar y compartir notas en las redes sociales de la empresa, sin embargo, la labor de la comunicación comienza en las conexiones que te permite crear y en el público que puedes atrapar cada día si se toma como una estrategia organizacional.

Esto lo fundamenta la siguiente entrevistada:“En mi área de RRPP tristemente estaban dos comunicadores a parte de la jefa, y es muy triste que solo dos personas hicieron todo el trabajo colectivo, sería una buena opción que los estudiantes conozcan esta área que a veces la miramos intimidante, y que desde la universidad te preparan como profesionales multifacéticos”. (Informante 5)

Complementando el apartado anterior.

“Es necesario que la universidad o los docentes que imparten esa área la pongan también en práctica porque uno se va con los conocimientos, pero es necesario estar en acción para poderlos realizar, es cierto de que la mayoría de las prácticas que se realizan en universidad son en canales, en medios de comunicación alternativos, pero también siento como que la parte de las Relaciones Públicas no le ponen interés, entonces es ahí donde solamente recaen como una materia más, que simple y sencillamente la vieron”. (Informante 8)

El entrevistado responsable de Relaciones Públicas del Ministerio de Transporte e Infraestructura (MTI), refiere:“Las Relaciones Públicas son importantes porque nos permiten manejar situaciones que van dentro de lo que es el respeto desde saber manejar las reglas y normativas que tiene cada institución esto como medida de seguridad.

Saber que cada información viene de la autoridad suprema que es la encargada de orientar como quiere el trabajo, es importante mencionar, que esta es un área muy delicada que debes de asumir con eficacia, donde tienes que cuidar tu imagen dentro y fuera de la institución, desde tu forma de vestir hasta la de comportarse todo siguiendo un estándar protocolario.

Y sobre todo es un área que tienes que aprender a ser tolerante y saber relacionarte con toda persona que labora dentro de la institución, dando un buen ejemplo como RRPP”.  
(Informante 9)

Por su parte, el profesional docente del Departamento de Ciencias de la Información y Comunicación, manifiesta:

“Eso parte de la transformación curricular, una de las bases del periodismo es la comunicación social y de la comunicación estratégica, entonces como carrera hemos estado fortaleciendo esto, identificando cuáles son esas necesidades que tienen los estudiantes, o sea, los gustos que tienen actualmente, cuáles son las necesidades de la sociedad, entonces nosotros hemos detectado ahí que podemos fortalecer el área de la comunicación estratégica y es así como lo estamos haciendo a través de la implementación de nuevos componentes curriculares que apunten al área de las Relaciones Públicas”.

## **Capítulo V**

### **Conclusiones:**

A partir del análisis de resultados obtenidos en la sistematización de experiencia de egresados en el campo de acción de las RRPP, obtuvimos las siguientes conclusiones:

Como futuros comunicadores tenemos el enorme reto de ser un agente de cambio para la sociedad y comunicar de manera correcta ante cualquier hallazgo, no obstante, la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN Managua está preparando a sus estudiantes en diferentes campos de acción llevándolos a la práctica profesional desde su IV año de grado.

Contextualizar el proceso de práctica profesional nos conllevó a identificar a egresados de la carrera que en su periodo de práctica lo realizaron en una institución o medios de comunicación, donde nos permitieron conocer desde su experiencia hasta los mayores retos que enfrentaron en el área de las relaciones públicas. Hablar de relaciones públicas es conocer el manejo de la parte interna del lugar, que desde la universidad se han desarrollado distintas asignaturas que sumergen al campo de acción.

Realizar una sistematización de experiencia implicó no solo un proceso de trabajo investigativo, sino de un punto crítico para identificar el proceso desde el seguimiento y



acompañamiento que se les da a los estudiantes desde la universidad hasta la institución. Por medio de esta, en la sistematización se logró obtener los datos correspondido que se plantearon de manera objetivos desde el inicio de la investigación.

Cada egresado que en su proceso de prácticas profesionales en el campo de acción de las RRPP destacaron su experiencia, el seguimiento, retos, debilidades, etc., esto como base de que desde su formación académica superior se les da los verdaderos instrumentos para desarrollarlos en la práctica. Teniendo como muestra una serie de hallazgos que nos llevaron a obtener los resultados esperados:

**Proceso de inducción:** Los egresados detallaron que la UNAN Managua por medio de la carrera de Comunicación para el Desarrollo los ubicó desde su IV año de grado, llevándolos a sus centros de prácticas.

**Acompañamiento y seguimiento:** Desde la carrera se les da un acompañamiento directo con el docente y el encargado de área de la institución, por ende, se les daba un seguimiento semanal por medio de la entrega de rúbrica donde se describe lo realizado durante la semana desde notas periodística hasta las misiones dirigidas a ellos, también un seguimiento diario con el jefe de área.

**Experiencia:** Las experiencias de los egresados fueron positivos, llenos de grandes retos aplicados al campo de acción de las relaciones públicas, ya que en la universidad se les daba la teoría y esto se aplicaba en el campo de acción, cada egresado tiene su historia por contar, experiencias que sin duda son motivos para agradecer las oportunidades brindadas.

**Acreditación:** La acreditación que se les da es una carta por parte de la institución o centro de comunicación, esto se adjunta a los requisitos para aprobar la asignatura de prácticas profesionales, posteriormente, esto te ayudará para reforzar tu cv profesional.

**Aprendizajes:** El egresado desde un conocimiento previo desde la universidad pone en práctica lo indicado del roll de las relaciones públicas como un proceso formativo, por ende, se detallan aspectos relevantes que jamás olvidaran, desde la manera en cómo te explicaban hasta lo indicado, como la parte organizacional de conferencias de prensa entre otras.

**Limitaciones:** En su mayoría una de las limitaciones fue el no aterrizar varias asignaturas directamente a lo que se realiza del aula de clase y otro porcentaje por medio a ser criticado por ser un estudiante en proceso.

**Oportunidades:** Las prácticas profesionales son una enorme oportunidad para el estudiante ya que desde ese instante se evalúa como un candidato futuro para laborar en el centro de comunicación, también se abren brechas de conocimientos que te hacen crecer como un profesional altamente capacitado.

**Retos:** Según los participantes el reto más grande fue la llevar la teoría a la práctica, que desde entonces se debería de reforzar más las asignaturas de relaciones públicas, también de asumir la responsabilidad de estudiar diariamente y luego medio tiempo ir al centro de práctica por 3 meses consecutivos.

**Reflexión:** Cada egresado, valora la importancia que tienen las relaciones públicas en actualidad, que desde la comunicación estratégica asumen en rol interno de la institución para el crecimiento y sostén de la empresa. Asimismo, como hoy en día un profesional de esta carrera puede aportar al futuro venideros.

**Proyección:** En los últimos años la carrera de Comunicación para el Desarrollo se ha proyectado de manera ascendente a nivel nacional, ya que se reconoce, cual es el verdadero rol de comunicador por medio de la importancia que juega para la sociedad.

**Importancia de las RRPP:** La importancia de las Relaciones Públicas es notable en los últimos años, puesto que la comunicación estratégica y profesional ha tomado mayor protagonismo en las instituciones y medios, esto con el fin de mantener una imagen confiable delante de los públicos y proyectar honestidad y seguridad.

Por último, es importante destacar la formación que se brinda desde la mejor universidad de Nicaragua UNAN-Managua, y que está presente en cada proceso del estudiante para que su profesión sea de calidad. La carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN Managua abre brechas de oportunidades a jóvenes soñadores que realzan la importancia de la comunicación en la actualidad.

## **Recomendaciones:**

### **Estudiantes:**

- Aprovechar los espacios de prácticas profesionales donde la UNAN Managua por medio de la carrera de Comunicación para el Desarrollo ubica al estudiante para realizar el periodo de prácticas en el lapso de tiempo correspondiente.
- Tener en cuenta la enorme responsabilidad que significa la ubicación de un periodo de prácticas profesionales, donde asumirás retos y desafíos ya en el campo de acción y dar lo mejor para destacar como un egresado del alma mater.
- Poner en la práctica la teoría aprendida en la universidad para desarrollar un trabajo profesional y de calidad en la práctica.
- Apropiarse y conocer de una manera eficiente el área de acción de las Relaciones Públicas ya que es de vital importancia para el manejo y crecimiento de las empresas e instituciones desde la parte organizacional.

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

- Se sugiere brindar mayor acompañamiento a los futuros procesos de prácticas profesionales, para fortalecer la participación y aprendizaje de los estudiantes en los centros de prácticas.
- Reforzar las visitas a los centros de prácticas con un monitorio semanal presencial, esto para un mejor control de aprendizaje de los estudiantes.
- Conocer los gustos y mayores destrezas que inclinan al estudiante seleccionar un campo de acción de la carrera, esto permitirá que se sientan cómodos para su aprendizaje.
- Reforzar los componentes curriculares en las asignaturas de Relaciones Públicas y llevarlos a la práctica ya que esto será de utilidad para que el estudiante vaya completo a su periodo de prácticas profesionales.
- Potencializar la comunicación estratégica de manera adyacente para la formación de futuros comunicadores en el país.

## Referencias:

- Mayano, R. (2023). ¿Qué es el campo laboral de una carrera? Plan de vida y carrera. <https://es.snhu.edu/noticias/que-es-el-campo-laboral-de-una-carrera>
- Altavoz, C. (2022). ¿Qué es la identidad corporativa? (2022). Taktik. <https://relacionespublicas.pe/que-es-la-identidad-corporativa-nid-12#:~:text=Es%20la%20personalidad%20de%20una,generar%20confianza%20en%20el%20p%C3%ABlico>
- Flores, L. (2023). ¿Qué expectativas tienes de este trabajo?. By Kroe Colombia. <https://villacampestre.com.mx/blog/intereses/que-expectativas-tienes-de-este-trabajo.html>
- Sánchez, R. (2021). ¿Qué hace un responsable de relaciones públicas?. Universidad Europea. Recuperado de: <https://universidadeuropea.com/blog/que-hace-responsable-relaciones-publicas/>
- Acevedo, A., . & Florencia, Alba. (2004). Procesos de la entrevista. Conceptos y entrevistas. <https://concepto.de/entrevista/>
- Arellano, E. (2008). La estrategia de comunicación orientada al desarrollo de la cultura organizacional. Editorial Argenti, P. A. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520741037.pdf>
- Arranz, E. (2022). ¿Qué es el mercado laboral? Blog Fundación Adecco. <https://fundacionadecco.org/blog/que-es-el-mercado-laboral/>
- Artigas W. y Robles M. (2010). Metodología de la investigación: Una discusión necesaria en Universidades Zulianas. Universidad Rafael Belloso Chapín. <https://www.revista.unam.mx/vol.11/num11/art107/art107.pd>
- Berrocali, A. (2000). Estrategia de comunicación en el proceso de reorientación de la cultura organizacional caso Gigante S.A. de C.V.). El poder de la comunicación en las organizaciones. México: Plaza y Valdés. <https://www.flacsoandes.edu.ec/buscador/Record/dcc-2288>

- Black, S. (1994). ABC de las Relaciones Públicas. México: Ediciones Gestión 2000.<https://www.marcialpons.es/libros/abc-de-las-relaciones-publicas/9788480888035/>
- Bunk, G. P. (1994). La transmisión de las competencias en la formación y perfeccionamiento profesionales en la RFA, Revista CEDEFOP N°1. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=131116>
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos. El capital humano en las organizaciones*. México: Editorial McGraw Hill. <https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/550fe4eb12c34ed49b9b0b6760f5a289.pdf>
- Marchet Forum. (2017). Claves para lograr una estrategia de relaciones públicas efectiva. <https://www.martechforum.com/articulo/estrategia-de-relaciones-publicas/#:~:text=Dise%C3%B1ar%20una%20estrategia%20de%20relaciones,mayor%20engagement%20con%20la%20audiencia.>
- Costa, J. (1993). *Identidad Corporativa*. Editorial Trillas. <https://www.zendesk.com.mx/blog/identidad-corporativa/>
- Broom, G.. (2001). *Effective Public Relations*. Englewood Cliffs. Prentice Hall. [https://narratedc.com/?gclid=EAIaIQobChMIvMquu4vjggMVRyRaBR0gdAr\\_EAAYASAAEgKYVvD\\_BwE](https://narratedc.com/?gclid=EAIaIQobChMIvMquu4vjggMVRyRaBR0gdAr_EAAYASAAEgKYVvD_BwE)
- Dessler, G. (2007). *Administración de recursos humanos*. Pearson. <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24802w/Administracion-de-recursos-humanos-5ed-Gary-Dessler-y-Ricardo-Varela.pdf>
- Ducci, M. A. (1997). "El enfoque de competencia laboral en la perspectiva internacional", en: *Formación basada en competencia laboral*, Montevideo, Cinterfor/OIT. [https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/file\\_publicacion/40preg\\_w eb.pdf](https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/file_publicacion/40preg_w eb.pdf)

- Fernández Collado, C. (1999). Comunicación de las Organizaciones. México, D. F. 2da. Edición, Editorial Trillas. Universidad de Guadalupe.  
<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3223/1/Definici%C3%B3n%20y%20alcance%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20organizacional.PDF>
- Ghiso, A. (2011). Sistematización de experiencia. Un pensar el hacer que resiste a perder una Autonomía. Revista Decisido.  
[https://cepalforja.org/sistem/documentos/decisio28\\_saber1.pdf](https://cepalforja.org/sistem/documentos/decisio28_saber1.pdf)
- Harrison, S. (2000). Public Relations, and Introduction, London, Thomson Editores.  
[https://www.uma.es/media/files/libropr\\_1.pdf](https://www.uma.es/media/files/libropr_1.pdf)
- Baptista, P. (2017). Metodología de la investigación. Sexta edición. McGraw Hill Education/ INTERAMERICANA.  
[https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_-\\_roberto\\_hernandez\\_sampieri.pdf](https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf) (2020).
- Jara, O. (2018). La sistematización de experiencia y las corrientes innovadoras del pensamiento Latinoamericano. Una aproximación Histórica.  
<http://beu.extension.unicen.edu.ar/xmlui/handle/123456789/389>
- Kochansky, J. (1998). "El sistema de competencias", en: Training and Development digest, Madrid. <https://www.academia.edu/35689555/Competencias>
- Le Boterf, G., (1998). La ingeniería de las competencias, París, D'organisation.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=2020985>
- López, J. (1996). Tecnologías y redes inteligentes para la comunicación empresarial. Un cambio cualitativo para la imagen corporativa. En: Revista Telos N° 46 p.106-115. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520478017.pdf>

- Losada, J. (2004). *Gestión de la comunicación en las organizaciones*. Barcelona: Ariel. <https://www.redalyc.org/pdf/297/29700523.pdf>
- Marston J. (1988). *Relaciones Públicas Modernas*, México, McGraw-Hill, Pág.12.
- Martín, M. (2023). El engagement laboral: claves para conseguirlo. <https://www.apd.es/engagement-laboral/>
- Salazar, R. (1991). *Diagnóstico de una Empresa Turística de la ciudad de Maracaibo*. Tesis de Maestría, Maracaibo, Venezuela. Universidad Rafael Urdaneta, URU. Universidad Rafael Urdaneta, [https://www.researchgate.net/institution/Universidad\\_Rafael\\_Urdaneta\\_URU](https://www.researchgate.net/institution/Universidad_Rafael_Urdaneta_URU)
- Matas, D. (2006). *Mejorando el desempeño laboral de los trabajadores*. España: Pearson. <https://www.redalyc.org/journal/206/20663246005/html/>
- Miranda, M. (2003). "Transformación de La Educación Media Técnico-Profesional" en *Políticas Educativas en el Cambio de Siglo. La Reforma del Sistema Escolar de Chile*, Santiago de Chile, Universitaria, (Cristian Cox, editor). <http://bibliotecadigital.academia.cl/xmlui/bitstream/handle/123456789/622/Unesco.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Molina, H. (abril-junio de 2000). *Establecimiento de metas, comportamiento y desempeño*. Estudios Gerenciales. <https://www.apd.es/conseguir-tus-expectativas-laborales/>
- Morales, J. (1999). *Salarios estrategia y sistema salarial o de compensaciones*. Bogotá: McGraw Hill. <https://www.casadellibro.com/libro-salarios-estrategia-y-sistema-salarial-o-de-compensaciones/9789584100092/792095>
- Morgan, M. (2007). *El conocimiento desde la práctica y una propuesta de métodos de sistematización de experiencias*. Lima Perú: Universidad Católica. [https://www.cepalforja.org/sistem/documentos/Conocimiento\\_desde\\_practica.pdf](https://www.cepalforja.org/sistem/documentos/Conocimiento_desde_practica.pdf)

- Takeushi, H. (1995). La organización creadora de conocimiento, OXFORD University Press, New York. <https://masteradmon.files.wordpress.com/2013/04/la-organizacic3b3n-creadora-del-conocimiento-pdf.pdf>
- Ortega, M. (2022). Los problemas para encontrar trabajo, la crisis de talento, y los nómades digitales. *Ámbito*. <https://www.ambito.com/negocios/recursos-humanos/los-problemas-encontrar-trabajo-la-crisis-talento-y-los-nomades-digitales-n5525409>
- Perazo, C. (2022).. Más del 80% de los jóvenes tienen problemas para conseguir trabajo: qué recomiendan los expertos. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/mas-del-80-de-los-jovenes-tienen-problemas-para-conseguir-trabajo-que-recomiendan-los-expertos-nid19092022/#:~:text=Los%20encuestados%20respondieron%20que%20los,nivel%20de%20escolaridad%20o%20conocimientos.>
- Pérez, R. A. (2001). Estrategias de Comunicación. Universidad de los Hemisferios. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199518706016.pdf>
- Ramírez, F. y Rojas L. (2004). “El Desarrollo de la Identidad Corporativa: Función Inherente de la Gestión Comunicacional”. *Punto Fijo, Revista científica y ciencias humanas*. <https://www.redalyc.org/pdf/709/70910103.pdf>
- Real Académica Española. (2014). *Universo*, muestra. Séptima edición. <https://del.rae.es/universo>
- Sanz, L. (1994). Integración de la Identidad y de la Imagen de la Empresa. Madrid, España Editorial, Esic. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=175484>
- Tironi E.; Carvallo, A. (2011). *Comunicación estratégica*. Chile: Taurus. ). [https://landings.udd.cl/mcemn/?utm\\_source=google\\_cpc&utm\\_medium=search&utm\\_campaign=com\\_mcemn&utm\\_content=comunicacion%20es trategica&gad\\_source=1&gclid=EA1aIQobChMIp9bj2pnjggMVpq9aBR38Zwb-EAAYASAAEgJulvD\\_BwEc](https://landings.udd.cl/mcemn/?utm_source=google_cpc&utm_medium=search&utm_campaign=com_mcemn&utm_content=comunicacion%20es trategica&gad_source=1&gclid=EA1aIQobChMIp9bj2pnjggMVpq9aBR38Zwb-EAAYASAAEgJulvD_BwEc)



Van Riel, C. (1997). Comunicación Corporativa. Madrid, España. Editorial Prentice Hall Hispanoamérica.

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwibloCqmuOCAxXztYQIHcGjB-8QFnoECA4QAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.marcialpons.es%2Flibros%2Fcomunicacion-corporativa%2F9788489660076%2F&usg=AOvVaw2AqaSy94WEtxTDMVC8Vku4&opi=89978449>

Vassiliaris, S. (2000). “Competing With intellectual capital: Theoretical background”, Institute for information Management and institute for management, University of St. Gallen.

[https://www.frankfurt-university.de/de/studium/bachelor-studiengange/betriebswirtschaft-business-administration-ba/fuer-studieninteressierte/?mtm\\_campaign=Fb3-Kampagne&mtm\\_source=google&mtm\\_content=bw&gclid=EAIaIQobChMIu\\_uE9ZvjggMVjp5aBR0SFAmkEAAAYASAAEgL5XvD\\_BwE](https://www.frankfurt-university.de/de/studium/bachelor-studiengange/betriebswirtschaft-business-administration-ba/fuer-studieninteressierte/?mtm_campaign=Fb3-Kampagne&mtm_source=google&mtm_content=bw&gclid=EAIaIQobChMIu_uE9ZvjggMVjp5aBR0SFAmkEAAAYASAAEgL5XvD_BwE)

**Anexos:**

**Instrumento de entrevista para el profesional**



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

**FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURÍDICAS**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**

**COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

Estimado(a) somos estudiantes de V año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-Managua), actualmente nos encontramos realizando el instrumento de la entrevista para nuestra investigación como modalidad de graduación estamos realizando una monografía con el tema delimitado: **Sistematización de experiencias de los egresados de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua vinculados a su desempeño laboral en el campo de acción de las Relaciones Públicas durante el período 2019-2022**, con el fin de obtener información y datos relacionados a su experiencia al ser un profesional en el campo de las Relaciones Públicas.

**Datos generales**

Nombre del entrevistado(a):

Institución /empresa a la que colabora:

Años de experiencia en el campo de las Relaciones Públicas:

**Pregunta de apertura**

¿Cómo ha sido su proceso formativo para convertirse en un profesional en el área de las Relaciones Públicas?

¿Cuál es la importancia que tiene las Relaciones Públicas en el desarrollo y sector económico de una empresa?

### **Introductoria**

¿Considera fundamental el campo de las Relaciones Públicas para una empresa e institución?

¿Cómo un profesional de Comunicación para el Desarrollo puede ocupar espacios de comunicación estratégica actualmente?

¿En qué aporta un publirrelacionista para el crecimiento diario de una institución?

### **De contenido**

Según su evaluación crítica del plan de estudio 2021 mejorado de la carrera de Comunicación para Desarrollo, ¿Considera pertinente las asignaturas integradas para preparar profesionalmente a los estudiantes?

¿Qué mejoraría de las materias integradoras referente al área de RRPP de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN Managua?

¿Considera que es falta de interés de los estudiantes de la Carrera de comunicación para el Desarrollo de la UNAN Managua? ¿O es falta de interés de los docentes según su planificación de las asignaturas de RRPP?

### **De cierre**

¿Por qué es importante preparar de una manera profesional y de calidad a los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo para el que laboren en el RRPP?

## **Instrumento de entrevista para el egresado**



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

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

### **DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**

### **COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

Estimado(a) somos estudiantes de V año de la carrera de COMDES de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-Managua), actualmente nos encontramos realizando el instrumento de la entrevista para nuestra investigación como modalidad de graduación, con el fin de obtener información y datos relacionados a sus experiencias al ser egresado de la carrera vinculado a su desempeño laboral en el campo de las Relaciones Públicas.

#### **I. Datos generales**

1. Nombre del entrevistado(a)
2. Año de egreso
3. Años de experiencia en el campo de las Relaciones Públicas

#### **Preguntas de apertura**

1. ¿Cómo ha sido su camino profesional para llegar al puesto que se encuentra desempeñando actualmente?
2. ¿Encontró la oportunidad laboral en el área de las Relaciones Públicas luego de finalizar su carrera o laboró en otros campos de la comunicación? ¿Cuáles fueron esas oportunidades y retos que logró superar para alcanzar su meta?

#### **Introducctoria**

1. ¿Cuál es su parecer sobre si los conocimientos impartidos en la UNAN-Managua le fueron de utilidad para fortalecer su profesión como relacionista público o se abocó a otros medios?

#### De transición

1. ¿Cuál es su opinión en cuanto al perfil profesional que brinda la universidad a los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo dirigido a las Relaciones Públicas?
2. Desde su perspectiva, ¿piensa que es adecuado a las necesidades y exigencias actuales el pensum de asignaturas que ofrece la universidad para desempeñarse como relacionista público?
3. ¿Cuál es su percepción en cuanto a los cambios en el plan de estudio?
4. ¿Cómo ha sido su transición de los conocimientos recibidos a lo largo de la carrera llevados a la práctica en el campo profesional?

#### De contenido

1. ¿Cómo reflexiona acerca de la importancia que tiene el área de las Relaciones Públicas para el perfil profesional del comunicador para el desarrollo?
2. ¿Cuál es su valoración si se le toma un alto grado de valor a la comunicación en las empresas de Relaciones Públicas?
3. ¿Cómo se abordó el área de las Relaciones Públicas durante la formación académica que recibió en la UNAN-Managua? ¿Compagino adecuadamente su preparación académica a su vida laboral?
4. ¿Cuál es el mérito que se le atañe a las Relaciones Públicas en la carrera y en el perfil profesional del comunicador de hoy en día?
5. ¿Cuáles son los requerimientos que se les solicita en la práctica a un comunicador que labora en RRPP?

#### De cierre

1. ¿Hay algo que le faltó agregar o debe mencionar para enriquecer la entrevista?

**Tabla de información de egresados**

<b>Nombres y apellidos</b>	<b>sexo</b>	<b>Edad</b>	<b>Nombre de la institución donde labora</b>	<b>Institución donde realizó pasantías</b>	<b>Pública o privada</b>	<b>Tiempo de experiencia</b>	<b>Duración de horas</b>
Lic. Iris Lucía Briceño	Femenino	23	Canal 6 Nicaragua	Canal 6 Nicaragua	Pública	3 meses	180 horas
Lic. Jader Antonio Dormuz	Masculino	24	Universidad Multidisciplinaria Ricardo Morales Aviléz	Centro de Innovación Abierta Carlos Martínez Rivas	Pública	3 meses	180 horas
Lic. María Fernanda Leiva Tapia	Femenino	24	-	Lotería Nacional	Privada	3 meses	180 horas
Lic. Cristhian Namoyure	Masculino	24	-	Lotería Nacional	Privada	3 meses	180 horas
Lic. Carmen Junieth Meléndez	Femenino	24	Actualmente no desempeña la carrera y está en el exterior del país	Juventud Presidente	Pública	3 meses	180 horas
Josselinne Anielka Grijalva Arriola	Femenino	24	Está en su último proceso universitario	Ministerio de Transporte e Infraestructura (MTI)	Pública	3 meses	180 horas
Lic. Jafet Eli Sirias Pérez	Masculino	30	Universidad Nacional Agraria, área de comunicación institucional	Canal 6 Nicaragua	Pública	4 meses	180 horas
Linda Junieth Guillen Rosales	Femenino	25	Policia Nacional área de comunicación	Policía Nacional	Pública	3 meses	180 horas

**Tabla de información de Profesionales**

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Sexo</b>	<b>Institución en la que colabora</b>	<b>Años de experiencia</b>
Lic. Karla López	Femenino	Ministerio de Transporte e Infraestructura	16 años en Relaciones Publicas
MSc. José Ramiro Castillo	Masculino	UNAN Managua, Departamento de Ciencias de la Información y Comunicación	7 años

**Instrumento aplicado Egresados de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, periodo de 2019- 2022.**

**Total, de egresados: 08**

**Total, de profesionales: 02**

### **Entrevista 1**

#### **Datos generales:**

Iris Lucía Briceño, egresada del año 2022, realizó sus prácticas profesionales en canal 6.

#### **Pregunta 1**

**¿Por qué la comunicación para el Desarrollo es importante en este siglo en el que vivimos?**

Bueno sabemos que la comunicación al paso del tiempo ha venido evolucionando positivamente, estamos en un tiempo donde la importancia de la comunicación radica en la fluidez de las relaciones sociales, principalmente hablándolo desde el punto de vista profesional la comunicación ha venido a globalizar la información logrando así el acceso a una información libre y de calidad.

#### **Pregunta 2**

**¿Cómo fue tu experiencia durante tus prácticas profesionales en el campo de acción de las RRPP?**

Las relaciones públicas es una rama de la comunicación a mí me tocó aplicarlas de la mano a la televisión, donde puse en prácticas estrategias comunicacionales como la creación de vínculos con otros canales la creación de notas informativas la programación de entrevista que en este caso se aplicaron relaciones públicas en televisión.

#### **Pregunta 3**

**¿Cuáles fueron tus aprendizajes, oportunidades o limitaciones al estar en el área de RRPP?**



Mayor aprendizaje que hasta la fecha lo llevo conmigo y lo veo como una oportunidad es que para que las relaciones públicas sean aplicadas de manera correcta en un medio una empresa o ya sea una institución, es que el colaborador siempre esté actualizado con respecto a las novedades que surgen esto es muy importante en la televisión, también en una institución para lograr el objetivo de toda relación pública el cual es crear y mantener la imagen deseada de la institución o medio en este en este caso ante nuestro Target que son los televidentes creo que limitaciones yo no tuve porque me rodeé siempre de grandes profesionales dispuestos a darnos de sus conocimientos.

#### **Pregunta 4**

**Importante saber, ¿Cuáles fueron tus mayores retos que enfrentaste al desempeñarte en este campo de acción?**

Bueno mis mayores retos solamente fueron dos, gracias a Dios no tuve tantos retos en relaciones públicas la vi reflejadas en el área externa no sabía cómo enfrentarme fuera del medio me da un poco de temor cuando se trataba de ruedas de prensa de las cuales fui encargada a cubrir como periodista del medio donde dice prácticas y también en algunas coordinaciones de entrevistas de las que fui parte pero eso al pasar del tiempo lo fui manejando cada vez mejor porque la práctica hace al maestro.

#### **Pregunta 5**

**¿Cómo se abordó el área de las Relaciones Públicas durante tu formación académica que recibió en la UNAN Managua? ¿Compaginó adecuadamente su preparación académica a la práctica?**

Aún recuerdo que la clase de relaciones públicas fue muy completa de hecho no solamente me ha ayudado para el ámbito laboral sino también personal porque si algún día yo decido tener mi propia empresa, mi propio emprendimiento, sé cómo enfrentarme a estrategias comunicacionales totalmente compaginó a mi preparación académica a la práctica porque vi herramientas comunicacionales que me prepararon no solamente para una práctica sino también para enfrentarme a la vida profesional.

#### **Pregunta 6**

**Desde su perspectiva, ¿Piensa que es adecuado a las necesidades y exigencias actuales el pensum de asignaturas que ofrece la universidad para desempeñarte como relacionista público?**

Totalmente hablándolo desde la perspectiva profesional y también como estudiante de la carrera de comunicación para el desarrollo no solamente es adecuado sino importante para enfrentarnos ya sea a la vida profesional como un buen relacionista público y desempeñar cada una de las características de las asignaturas que van de la mano con esta rama de la comunicación como es la relación pública.

#### **Pregunta 7**

**¿Cómo fue el seguimiento que tuviste de parte de la carrera durante tu proceso de pasantías? ¿tuviste un docente guiador?**

Mi proceso como pasante en este caso de Canal 6 fue bastante completo porque el seguimiento que nos daba la carrera era constante en este caso mi docente y ahorro fue la doctora Ledyth López, ella siempre nos está monitoreando de manera semanal y no solamente como docente a pasante sino también que ella lo hacía con los responsables del medio donde estábamos al final nosotros terminamos entregando un folleto, donde hablábamos de nuestra experiencia de las cosas que realizamos como pasantes fue una experiencia bastante bonita porque el seguimiento que nos dieron fue bastante completo Gracias fue en este caso nuestro docente fue la doctora Ledyth López.

#### **Pregunta 8**

**¿Cómo reflexiona acerca de la importancia que tiene el área de las Relaciones Públicas para el Perfil profesional del comunicador para el Desarrollo?**

Bueno las relaciones públicas son esenciales para un comunicador para el desarrollo ya que pues este no ayuda en el desempeño en cualquier área de trabajo ya sea radio televisión prensa escrita instituciones públicas y privadas y medios digitales.

#### **Pregunta 9**

**¿Cuál es su valoración si se le toma un alto grado de valor a la comunicación en las empresas de Relaciones Públicas?**

Públicas totalmente de hecho no existe ninguna institución que no tenga un relacionista público lo cual hace que el desempeño de un comunicador para el desarrollo en esta área sea de vitalidad para el medio.

**Pregunta 10**

**¿Encontró oportunidad laboral en el área de RRPP luego de finalizar sus prácticas o en otros campos de la comunicación?**

Gracias a Dios a las prácticas y a la carrera sí tengo la oportunidad hoy en día de un puesto laboral no precisamente en relaciones públicas, mi desempeño laboral consiste en presentadora de televisión pero que también van de la mano pues con las relaciones públicas soy presentadora de la revista también presento un programa juvenil por la tarde en canal 6.

**Entrevista 2**

**Datos generales:** María Fernanda Alvarado Tapia, año de egreso 2021, realizó sus prácticas en Lotería Nacional.

**Pregunta 1**

**¿Por qué la comunicación para el Desarrollo es importante en este siglo en el que vivimos?**

La comunicación para el desarrollo en la actualidad, nos ofrece un campo muy amplio por descubrir en las diferentes áreas que se nos presenta realizarle, nos educamos respecto a como ejercer comunicación desde la Televisión, producción audiovisual, radio, guiones, prensa escrita, a como ejecutarla desde el diseño gráfico para ofrecer diferentes tipos de publicidad, para cualquier empresa.

**Pregunta 2**

### **¿Cómo fue tu experiencia durante tus prácticas profesionales en el campo de acción de las RRPP?**

La asistencia hacia el gerente, llevándole sus cosas, atendiéndole desde la anotación al momento que se presentaban en un medio de comunicación. De esta forma habían muchas actividades también anduvimos en la calle que la lotería se presentaba con concursos en la calle, para llamar la atención que su público, un ejemplo fue la actividad en el mayoreo ahí anduvimos esperándote a que terminara igual asistencia ayudando llevando cosas ya entonces estábamos ahí siempre pendiente el grupo de trabajo de relaciones públicas de la lotería nacional.

Otra experiencia, es que este tiene un sistema generalmente casi todito lo tenemos que la gente el público llamada y nosotros atendíamos no las quejas si no es que el sistema tenía como digitar los código del vigésimo, más de movimientos en días de pago.

### **Pregunta 3**

#### **¿Cuáles fueron tus aprendizajes, oportunidades o limitaciones al estar en el área de RRPP?**

La oportunidad que miré fue de crecimiento, porque a pesar de que no quedé fija ya que en ese momento al parecer no había ninguna vacante laboral de trabajo, siento que me llevé una bonita experiencia, también cuando hacían premios también a los a un centro deportivos como el ejemplo de este lugar, se le ayudaba con las utilidades y algunas instituciones para ayudar a los jóvenes deportista.

### **Pregunta 4**

#### **Importante saber, ¿Cuáles fueron tus mayores retos que enfrentaste al desempeñarte en este campo de acción?**

Respecto a mi mayor reto ya hablando del plano de mi etapa de la práctica en las relaciones públicas fue en el sentido de la rapidez en hacer nota de anuncios sobre los diferentes sorteos de la lotería nacional.

Dentro de lo que tenía que hacer eran guiones que enmarcaran o mejor dicho que dieran a conocer los diferentes tipos de premios que se estaban realizando en el mes ya entonces, por

ejemplo está el gordo millonario de los diferentes nombres que utiliza lotería nacional pero en esa etapa fue el retumbo navideño tenía que investigar desde la parte que significa retumbo, crear su propia nota de voz para lanzarla directamente por llamada en las radios este creo que una de las radios en las que salía creo que era en la en la romántica si mal no me equivoco entonces salíamos al aire y ahí se escuchaba en vivo y en directo porque esa es la idea o sea tienes que estar concentrado sin errores.

Al final pues me pusieron hacerlo porque pues sabían el registro que un registro pues que que poco común de una manera efectiva esa fue la parte que más me costó que desde la parte administrativa porque también teníamos la parte administrativa no miraba las cosas de las redes las redes sociales.

### **Pregunta 5**

**¿Cómo se abordó el área de las Relaciones Públicas durante tu formación académica que recibió en la UNAN Managua? ¿Compaginó adecuadamente su preparación académica a la práctica?**

La universidad y las prácticas son cosas muy diferentes, porque cuando vos estudias y conoces la vida laboral, compaginar te diría que un 20% es decir que solo descubriste ciertas partes de la teoría pero las pasantías son otras acciones.

### **Pregunta 6**

**Desde su perspectiva, ¿Piensa que es adecuado a las necesidades y exigencias actuales el pensum de asignaturas que ofrece la universidad para desempeñarte como relacionista público?**

No es lo mismo, que te sientes en un aula de clases a escuchar la teoría o como ejecutar un brief de diseño o un plan de mercadeo de a qué público quieres llegar, o a qué edad de personas según un análisis de mercado. Así el ejemplo de la Lotería ellos necesitan vender realizando la mejor propaganda analizando su target, entonces no solo se necesita teoría sino una mente más abierta, estar fuerte para recibir los retos y soportar el estrés.

Pienso que el pensum de la carrera si está bien, pero sería bueno, como que más a llevar a los chavalos a la práctica, tener la oportunidad de hacer tus prácticas según lo que vos te gusta

o lo que te gustaría conocer, pienso que eso sería espectacular porque una cosa que no te la televisión, y a mí me manden hacer una práctica de radio sí o sea un aprendizaje súper genial, ya que cuenta como experiencia en mi currículum.

#### **Pregunta 7**

**¿Cómo fue el seguimiento que tuviste de parte de la carrera durante tu proceso de pasantías? ¿tuviste un docente guiador?**

Tenía al Dr. Walter Calderón y la Msc. Sandy Uriarte, ellos nos daban su apoyo nos motivaban o sea siento que fue una oportunidad que era como que en el momento que te hacían despertar, ya había vivido otras experiencias desde práctica profesionales pero práctica que fueron presentadas como oportunidades en el momento como por ejemplo en la televisión me gustó muchísimo estar en la televisión, la radio me gustó mucho.

#### **Pregunta 8**

**¿Cómo reflexiona acerca de la importancia que tiene el área de las Relaciones Públicas para el Perfil profesional del comunicador para el Desarrollo?**

Actualmente, las RRPP han jugado un papel importante para el comunicador que desarrolla comunicación estratégica, debido a que, es un área de planificación al 100% esto nos enmarca a qué se desarrollen estrategias para que se desenvuelva una institución a lo largo de los años.

#### **Pregunta 9**

**¿Cuál es su valoración si se le toma un alto grado de valor a la comunicación en las empresas de Relaciones Públicas?**

Considero que aún falta y es un reto para la sociedad actual, de poder recibir a profesionales en cada área.

#### **Pregunta 10**

**¿Encontró oportunidad laboral en el área de RRPP luego de finalizar sus prácticas o en otros campos de la comunicación?**

Actualmente no es eso la carrera, estoy laborando desde un plano administrativo porque estoy trabajando en el área de atención al cliente, de alguna manera pues sí te ha servido tus estudios

y todo lo que te han enseñado la carrera de comunicación para el Desarrollo desde la UNAN Managua.

### **Entrevista 3**

**Datos generales:** Lic. Cristhian Namoyure, egresado del año 2021, en el área de RRPP de Lotería Nacional.

#### **Pregunta 1**

**¿Por qué la comunicación para el Desarrollo es importante en este siglo en el que vivimos?**

Es importante retomar el término siglo, puesto que la comunicación para el desarrollo es una rama no de lo que es la comunicación general, por así decirlo y que se generó ese concepto desde el siglo XX con los primeros estudiosos verdad en materia.

Este tipo de comunicación que pasa de la comunicación tradicional vertical que genera información, que está vinculada a los hechos de actualidad, hacer un tipo de comunicación ligada a dar voz a la ciudadanía específicamente generar procesos de comunicación y que lo vinculamos con la asertividad que debería de generar una comunicación objetiva, una comunicación dedicada a dar esas pautas para formular y gestionar a la misma vez proyectos de desarrollo iniciativas para la participación ciudadana entonces desde el modelo de gobernanza que tenemos en Nicaragua un modelo de ciudadanía de comunidad la comunicación para el desarrollo ocupa un lugar de suma importancia para generar ese entendimiento de las verdaderas necesidades que tienen nuestras comunidades nuestros grupos sociales y que el deber del comunicador para el desarrollo ya sea en cualquier instancia en la que esté o donde esté ofreciendo su servicio.

No olvidar como tal los conceptos que hacen ser a la comunicación para el desarrollo un puente para el asertividad entre podríamos decirlo entre la sociedad los grupos las comunidades con los espacios políticos de integración, por ende, vemos la importancia y el auge que la comunicación para el desarrollo tiene en la actualidad.

#### **Pregunta 2**

### **¿Cómo fue tu experiencia durante tus prácticas profesionales en el campo de acción de las RRPP?**

Fue una experiencia muy buena y satisfactoria, debido, que generalmente los estudiantes de la carrera de comunicación para el desarrollo pueden tener por el hecho de que no fue un espacio común en el aspecto de medios de comunicación tradicional por lo general se hacen prácticas en medios de comunicación tradicional, pero por eso me llamó la atención en lo personal es saber que podríamos aprender desde el campo de las relaciones públicas y en particular desde la comunicación en instituciones.

### **Pregunta 3**

### **¿Cuáles fueron tus aprendizajes, oportunidades o limitaciones al estar en el área de RRPP?**

Los principales aprendizajes fueron vincular mi carrera de comunicación para el desarrollo con este tipo de comunicación que hay en las relaciones públicas que están ligadas a mantener a resguardar la identidad de la institución, esa identidad que debe reflejarse en las relaciones que uno tiene tanto con nuestros públicos, como con otro ente de comunicación.

Quiero recalcar que lotería nacional como una empresa, por así decirlo, que tiene un vínculo cercano a la población y unos de sus principios es guardar lo que es la confianza de cada uno de sus sorteos desde su accionar como empresa y como la rectora de juegos de azares en Nicaragua. Entonces fue una experiencia bastante enriquecedora de cómo el desde la una oficina que forma parte de todo lo que es una estructura un organigrama de una empresa, cuál es la función verdadera cuánto es el valor que se le da a esa oficina porque es la que resguarda esa imagen es la que está directamente con nuestros públicos con nuestros consumidores y por ende, nosotros tenemos la tarea de tratar al público de una forma armoniosa igual con nuestros padres que en este caso son nuestros medios de comunicación tradicional que son los que llevan la información de todos los procesos que nosotros generamos como una empresa de juegos de azares.

Ese fue mi mayor aprendizaje, la capacidad de poder interactuar con esos con los compañeros productores, con los compañeros jefes de prensa de los medios de comunicación y sobre todo



cómo relacionarte y conquistar a la misma vez a potenciales clientes desde un tipo de comunicación que combina estas técnicas de mercadeo.

Mi limitación es que se debe garantizar el acompañamiento de los docentes y hablo esto desde el punto de vista de que los docentes pueden monitorear a la institución como es el desempeño de los estudiantes, sin embargo, siento que eso fue la única para limitación para saber verdad como uno está trabajando en el área y bueno también dar reporte de cómo vas desarrollándose en tu desempeño.

#### **Pregunta 4**

**Importante saber, ¿Cuáles fueron tus mayores retos que enfrentaste al desempeñarte en este campo de acción?**

El principal reto era interactuar con los colegas de los medios de comunicación, ellos tienen una forma específica y especial de transmitir la noticia y uno como estudiante de comunicación y en este caso nos ubicamos como relacionista público buscamos la manera más sutil de manera más asertiva en ocasiones de transmitir nuestra noticia con la información para que nosotros nunca perdamos a lo que hace ser a la institución que son los consumidores.

Mis retos a veces era poder establecer una comunicación fluida con los compañeros de prensa de los medios de comunicación tradicional ya que ellos siempre pues se movilizan bastante agilizado por el tema de que tiene que hacer otras coberturas sin embargo pues hicimos el mayor de los esfuerzos y pues no tenemos ninguna falla al respecto.

#### **Pregunta 5**

**¿Cómo se abordó el área de las Relaciones Públicas durante tu formación académica que recibió en la UNAN Managua? ¿Compaginó adecuadamente su preparación académica a la práctica?**

Bueno todo lo que tiene que ver con los aspectos de básicos o lo que denominamos de cajón como la redacción la forma en que interactúas con las personas y con tus superiores porque uno se convierte más allá de pasantes se convierte como un colaborador de la institución pues eso de cajón no hay ningún problema.

Sin embargo pienso, que las clases en particular las que son como técnica de relaciones públicas como tal deberían de estar más aterrizada a la realidad de las empresas nicaragüenses, creo que debe de existir mayor estudio por parte de los docentes crear ellos mismos investigaciones de cómo las relaciones públicas se desarrollan en Nicaragua y en particular en la empresa en la empresa y en las instituciones hacer ese balance poder brindarle a los estudiantes un conocimiento más objetivo y contextualizado creo que ese es el término adecuado un conocimiento más contextualizado que permita al estudiante generar ese interés por que personalmente pienso que los que estudian la carrera de comunicación en una Managua.

Lo primero que piensan es que comunicación es medios de medios de comunicación tradicionales valga la redundancia sin embargo considero que hizo falta hizo mucha falta ajustar lo que es la verdadera comunicación en relaciones públicas en Nicaragua.

Los docentes deben de tener, tener la tarea y deberían de generar ellos encabezar investigaciones al respecto.

## **Pregunta 6**

**Desde su perspectiva, ¿Piensa que es adecuado a las necesidades y exigencias actuales el pensum de asignaturas que ofrece la universidad para desempeñarte como relacionista público?**

Mantengo mi postura que es necesario que los estudiantes tengan conocimiento al respecto de cómo es el mundo de las relaciones públicas porque al final lo que los estudiantes que se gradúan de la UNAN Managua, son estudiantes con una formación integral, con capacidades para desarrollarse en cualquier ambiente laboral y esto lo digo con mucha seguridad porque es parte de la experiencia que han tenido varios estudiantes de la carrera de comunicación para el desarrollo que con éxito han logrado posicionarse en labores y el trabajo que están vinculados a la comunicación tradicional, pero van más allá, entonces como desde organizar, llevar a cabo estrategias por así decirlo acompañar proceso y entonces es necesario que se

mantenga siempre un espacio para el fomento verdad de la de la disciplina de relaciones públicas.

### **Pregunta 7**

**¿Cómo fue el seguimiento que tuviste de parte de la carrera durante tu proceso de pasantías? ¿tuviste un docente guiador?**

Si tuve un docente guiador de las pasantías, pero igual creo que los docentes deberían de dar un seguimiento más continuo más enfocado, para que los estudiantes se mantengan motivados, por qué al final no estamos hablando de consentir a los estudiantes, estamos hablando de formar a estudiantes con muy buenas capacidades y con el acompañamiento que se debe de hacer como tal, entonces considero que es necesario que los docentes de la carrera mantengan mayor comunicación y mayor seguimiento con las instituciones y empresas donde los estudiantes hacen pasantías.

“El docente que me ubicó en las pasantías fue la MSc. Sandy Uriarte, ella fue el primer día a hacer mi entrega, ese día, me presentó con buenas referencias, posteriormente la encargada de Relaciones Públicas de la Lotería Nacional me da el seguimiento a diario conforme a lo solicitado.

### **Pregunta 8**

**¿Cómo reflexiona acerca de la importancia que tiene el área de las Relaciones Públicas para el Perfil profesional del comunicador para el Desarrollo?**

A pesar de todo el comunicador para el desarrollo debe de tener esa habilidad de establecer una comunicación armoniosa asertiva, tanto con futuros clientes por si trabajamos en empresas privadas empresas que generan alguno servicio, o bien si le trabajamos a instituciones gubernamentales porque al final el comunicador estará siempre en contacto con las personas estará en contacto con entidades entonces creo que se debe de mantener los estudios en relaciones públicas no quitarla del pensum y más bien fortalecerla.

### **Pregunta 9**

### **¿Cuál es su valoración si se le toma un alto grado de valor a la comunicación en las empresas de Relaciones Públicas?**

Considero que, la teoría lo explica, lo indica las empresas e instituciones deben de darle un lugar prioritario, un lugar de relevancia para las oficinas y las direcciones de relaciones públicas al final es la tarea de las personas que laboran en su oficina mantener la imagen resguardar y orientar al personal de esas instituciones, la forma en que uno representa a la empresa o entidad privada esto va desde los mínimos detalles en la que forman que uno puede hablar con las personas o hablar con los medios de comunicación entonces creo que para la empresa debería de mejorar no equipar a las personas encargadas de comunicación en conocimiento capacitarla porque al final el éxito de un relacionista público es estar en constante formación.

#### **Pregunta 10**

### **¿Encontró oportunidad laboral en el área de RRPP luego de finalizar sus prácticas o en otros campos de la comunicación?**

Actualmente laboro y mi trabajo me permite desempeñar mi carrera desde los diferentes puntos, hago fotografía, prensa y a la misma vez relaciones públicas ya que interactúo con otras instituciones, tengo la capacidad de poder llevar y transmitir los mensajes de la institución que represento y esto me ha permitido también mejorar lo que es mi comunicación este en cuanto a la forma de interactuar en espacios libres en oficinas en sala y entonces pues yo considero que es un logro un logro alcanzado gracias a la experiencia y gracias a los estudios que realicé en la UNAN Managua.

#### **Entrevista 4**

**Datos generales:** Lic. Carmen Junieth Meléndez, egresó en el año 2021 y realizó prácticas profesionales en Juventud Presidente.

#### **Pregunta 1**

**¿Por qué la comunicación para el Desarrollo es importante en este siglo en el que vivimos?**

Realmente la comunicación es muy importante en todo ámbito y más en las relaciones públicas porque a partir de ahí nosotros demostramos lo que estamos haciendo dentro de la organización dentro de un proyecto y por ende, es importante darle el momento investigación para hacer un currículum donde se pueda como demostrar que la organización están cumpliendo con las normas y alcanzando oportunidades.

## **Pregunta 2**

### **¿Cómo fue tu experiencia durante tus prácticas profesionales en el campo de acción de las RRPP?**

Bueno hablando de mi experiencia fue motivador ya que nosotros recibíamos clases como relaciones públicas, la identidad de las empresas, la comunicación, pero ya llevarlo a un plano de lo que aprendiste fue realmente motivador y eso me llevó a darme cuenta que podía trabajar y es así como luego conseguí diferentes trabajos como de relaciones públicas y marketing que ciertamente van de la mano.

## **Pregunta 3**

### **¿Cuáles fueron tus aprendizajes, oportunidades o limitaciones al estar en el área de RRPP?**

La lección más importante que tengo que decirte de relaciones públicas es que todo comunica todo lo que se haga desde la empresa hacia al exterior, o la motivación interna que tiene que ver, o ya sea para vender un proyecto a la empresa es que todo comunica, entonces es importante sentarse, planificar y empezar a trabajar con orden, todo tiene que ir lineado a un orden más si estás desarrollando estrategias internas o externas de la empresa.

Siempre hay oportunidades de obtener mayor visualización un ejemplo en un proyecto de tener más clientes, más donantes, y todo eso desde las relaciones públicas y las limitaciones, cuando estás recién egresado o estás haciendo tus pasantías y te dan responsabilidades un ejemplo claro es cuando no tienes una cartera de contactos de donantes, clientes, que puedan ayudar mediante estás conociendo, más preguntando es que vos vas llenando tu agenda de contactos.

El reto más grande que tuve fue hacer el trabajo de relaciones pública y llevar a la práctica lo que se nos enseñaba en la universidad por ejemplo la planificación que conllevó organizar mejor las cosas.

#### **Pregunta 4**

**Importante saber, ¿Cuáles fueron tus mayores retos que enfrentaste al desempeñarte en este campo de acción?**

Es más difícil manejar las relaciones internas porque cuando estás siendo pasante y estás en esa área tienes que demostrar liderazgo sobre todo el equipo y eso es algo que no se consigue de la noche a la mañana, la universidad realmente te da las herramientas pero no te enseña a hacer un líder nato, claro que enseña estrategias como el Lobin de andar buscando las personas que te van a apoyar, pero ya las relaciones públicas internas ya que se le da una carga al equipo en tus hombros, tienes que hacer estrategias.

#### **Pregunta 5**

**¿Cómo se abordó el área de las Relaciones Públicas durante tu formación académica que recibió en la UNAN Managua? ¿Compaginó adecuadamente su preparación académica a la práctica?**

Realmente, mi carrera de Comunicación para el Desarrollo si nos brindaron pbastantes materias relacionadas al ámbito de las relaciones públicas, por ejemplo, las clases con el maestro Walter Calderón sobre la identidad de empresas, sus culturas, de cómo abordar sus aspectos, aprendimos lo referente a proyectos, el marketing también, y el área de relaciones públicas como lo íbamos a manejar internamente, destacando el famoso y conocido Target. Siento que la carrera tiene una gran fortaleza porque te prepara no solo con teoría sino con la práctica desde el momento que te indican realizar un proyecto social.

#### **Pregunta 6**

**Desde su perspectiva, ¿Piensa que es adecuado a las necesidades y exigencias actuales el pensum de asignaturas que ofrece la universidad para desempeñarte como relacionista público?**

El relacionista público debe de conocer todas estas áreas hablándolo desde locución, si en algún momento te corresponde hacer un discurso o preparar un proyecto auditivo, y si nos referimos a la comunicación escrita desde la redacción de manuales y comportamientos de la empresa, al mismo tiempo, la identidad de la empresa eso es lo que recibimos desde el pensum de la carrera son cosas que necesitas para posicionarse en el campo laboral.

Este pensum fue muy pensando hasta mi último año en la formación académica.

### **Pregunta 7**

**¿Cómo fue el seguimiento que tuviste de parte de la carrera durante tu proceso de pasantías? ¿tuviste un docente guiador?**

Mi docente guiador fue la Msc. Sandy Uriarte, fue la que me consiguió el casting y quedé seleccionada, fui la única que se seleccionó ese año, para hacer las pasantías en JP y ella siempre estuvo disponible a las dudas y consultas, si se me estaba tratando de la manera en que era y si estaba desarrollando, si estaba utilizando lo que la universidad me estaba formando. Además, la jefa de mi área monitoreaba todo lo que se e indicaba desde el primer día hasta el último, así como las mejoras que debía hacer.

Para la comprobación de los meses que estuve haciendo mis prácticas me brindaron una carta desde JP, esto para acreditar me desempeño

### **Pregunta 8**

**¿Cómo reflexiona acerca de la importancia que tiene el área de las Relaciones Públicas para el Perfil profesional del comunicador para el Desarrollo?**

El comunicador para el Desarrollo se tiene que dar cuenta que somos más que periodistas, podemos trabajar en RRPP, en marketing, como directores y en muchos ámbitos, y los único que necesitamos es conocer las herramientas, establecer estrategias para nosotros mismos y siento que abordar las relaciones públicas es algo que te edifica como un profesional, porque la universidad si da las herramientas y el campo laboral termina de afinar. En periodismo le

dicen en que línea vas a trabajar, que es lo que mejor para la empresa, cuál es su aprobación, por eso, la universidad te enseña la teoría.

### **Pregunta 9**

**¿Cuál es su valoración si se le toma un alto grado de valor a la comunicación en las empresas de Relaciones Públicas?**

Las empresas en los últimos años se han dado cuenta que hay que darle mucha importancia de como se ve desde el exterior y como se mantienen, también como lo interno, entonces la comunicación y relaciones públicas es algo de sumo valor en que ellos saben de qué si no tiene un buen hilo de eficiencia, está listo para el fracaso.

### **Pregunta 10**

**¿Encontró oportunidad laboral en el área de RRPP luego de finalizar sus prácticas o en otros campos de la comunicación?**

Después de egresar de la carrera tuve la oportunidad de laboral como directora de una ONG pero era multifacética, aplicaba en todos los campos de la comunicación, desde el marketing hasta estrategias de comunicación.

### **Entrevista 5**

**Datos generales:** Josselinne Anielka Grijalva Ariola, y realizó sus pasantías en el año 2019 en el Ministerio de Transporte e Infraestructura (MTI).

### **Pregunta 1**

**¿Por qué la comunicación para el Desarrollo es importante en este siglo en el que vivimos?**

Porque el mundo se encuentra en constante movimiento, llamémosle actualizaciones. Y un comunicador para el desarrollo entiéndase que únicamente en la UNAN Managua es que se le conoce como tal a la carrera es quién forma a esos comunicólogos. Hombres y mujeres



capaces y competentes a contribuir con el desarrollo de su país en diversas áreas. Y la visión de nombrar a la carrera comunicación para el desarrollo parte de esa idea, lograr ser competentes laborando en cualquier área. Dejando atrás los estereotipos de estar en cámaras por verse bien o locutar por tener una voz grave, entre otros.

## **Pregunta 2**

### **¿Cómo fue tu experiencia durante tus prácticas profesionales en el campo de acción de las RRPP?**

Definiría esa etapa de mi vida como aprendizaje, desafíos, trabajo en equipo y aptitudes (poder demostrar mis aptitudes),

## **Pregunta 3**

### **¿Cuáles fueron tus aprendizajes, oportunidades o limitaciones al estar en el área de RRPP?**

En el lugar dónde desempeñé mis prácticas contaba con un buen ambiente laboral, el área de relaciones públicas es un campo muy atrayente y en mi caso me interesaba bastante en aprender y aprovechar la oportunidad que se brindó. Aprendí que desde el área de instituciones es más que mejorar la imagen y aumentar las ganancias.

El establecer planes estratégicos para transmitir mejor el mensaje e imagen de la empresa/institución. (En reuniones semanales los días lunes). Reuniones con el equipo de trabajo. El gerente de comunicaciones es la pieza clave es quién centraliza las diferentes demandas de comunicación y las resuelve de la mejor manera posible. Karla López, mi jefa es egresada de la universidad Casimiro Sotelo, es quién tiene ese roll en la institución.

La agenda del relacionista público, entiéndase que en base a estás problemáticas comuniones es que se crea la agenda para solventar por medio de los medios una buena imagen.

Giras de medios, se convoca a los canales como canal 8, 4, 6, 13 entre otros, equipo de Comunicaciones de la institución.

Diseñador, 2 periodistas una de prensa y otra de cámara. Como parte de una comunicación interna se nos orientaba en la sala de reuniones el trabajo por hacer y en grupo resolvíamos para cumplir con los objetivos.

Realicé los comunicados de prensa, participé en la creación de discursos para cada proyecto sobre las actividades de la institución, también en la organización de eventos sea reuniones de todo el personal en auditorios, en la celebración de cumpleaños.

En la comunidad externa se trabaja con la presentación de proyectos para futuros inversionistas. En el caso de la institución se manejan relaciones que puedan potenciar al financiamiento de proyectos y demás.

Dentro de las oportunidades destaca la oportunidad que se les da a los trabajadores de el RRPP en seguir formándose con cursos, proyectos en la cinemática y demás oportunidades.

#### **Pregunta 4**

**Importante saber, ¿Cuáles fueron tus mayores retos que enfrentaste al desempeñarte en este campo de acción?**

En mi caso realicé mis prácticas de profesionalización II en el 2019 apenas llevaba aprobado el tercer año de la carrera. Aún no había visto la clase de RRPP, si de políticas públicas q ya me había dejado cierto indicio de lo que eran las relaciones públicas.

#### **Pregunta 5**

**¿Cómo se abordó el área de las Relaciones Públicas durante tu formación académica que recibió en la UNAN Managua? ¿Compaginó adecuadamente su preparación académica a la práctica?**

Diría que si, a lo largo de la carrera se nos dan clases de teoría de la comunicación que es un buen antecedente, comunicación organizacional y los diferentes proyectos que se trabajan además de Políticas públicas, relaciones públicas entre otras. Lo que si me gustaría es que este tipo de clases se pudieran dar en los primeros tres años de la carrera y no en los últimos.

#### **Pregunta 6**

**Desde su perspectiva, ¿Piensa que es adecuado a las necesidades y exigencias actuales el pensum de asignaturas que ofrece la universidad para desempeñarte como relacionista público?**

El pensum lleva una desventaja ya que inician con clases que no llevan relación con las RRPP, pero que si es una buena referencia, añadiendo que sería una buena opción que se le agarrara el idioma ingles porque existen varias terminologías que se deben de utilizar, en mi caso, en el área que estaba se utilizaba bastante, considero que un estudiante bien formado estará inmerso en todos los aspectos relacionados al área de comunicación.

#### **Pregunta 7**

**¿Cómo fue el seguimiento que tuviste de parte de la carrera durante tu proceso de pasantías? ¿tuviste un docente guiador?**

En mi caso el maestro que me ayudó fue el ex coordinador de la carrera el Dr. Walter Calderón y me llevo el primer día junto al Msc. Milán Prado, entonces se tiene lo que es protocolo, dónde nos dan a conocer la instalación del área de pasantía, ellos estuvieron muy atentos y fue una experiencia muy bonita, agradeciendo por su noble compromiso. Tanto así que después de mis prácticas logré estar contratada 5 meses.

#### **Pregunta 8**

**¿Cómo reflexiona acerca de la importancia que tiene el área de las Relaciones Públicas para el Perfil profesional del comunicador para el Desarrollo?**

Considero que estaría bastante bien si vos cómo comunicador te enfocas en esta área sería bueno que vayas investigando y potenciar ciertas cosas ya que el RRPP tiene que manejar de todo desde la mercadotecnia hasta la redacción, creo que el venir uno y ser auditada para poder formarse como un profesional.

#### **Pregunta 9**

**¿Cuál es su valoración si se le toma un alto grado de valor a la comunicación en las empresas de Relaciones Públicas?**

Diría un 50%, en mi área de RRPP tristemente estaban dos comunicadores a parte de la jefa, y es muy triste que solo dos personas hicieron todo el trabajo colectivo, sería una buena opción abrir más este mundo y más a los estudiantes para que conozcan esta área que a veces la miramos intimidante, y que desde la universidad te preparan para esta área estratégica muy buena dónde desempeñas muchas cosas, ya que nos conocemos como profesionales multifacéticos.

### **Pregunta 10**

**¿Encontró oportunidad laboral en el área de RRPP luego de finalizar sus prácticas o en otros campos de la comunicación?**

Sí, gracias a Dios, después de finalizar mis pasantías, logré trabajar 5 meses en el Ministerio de Transporte e Infraestructura (MTI).

### **Entrevista 6**

**Datos generales:** Lic. Jader Antonio Dormuz, egresado del año 2021, actualmente labora en el área de comunicación institucional de la Universidad Multidisciplinaria Ricardo Morales Avilés.

### **Pregunta 1**

**¿Por qué la comunicación para el Desarrollo es importante en este siglo en el que vivimos?**

Sabemos que la carrera de comunicación es hacer comunicación y desarrollo en ese sentido de qué aportar a la comunidad aportar a los diferentes sectores y aportar también a lo que viene siendo la academia. Un comunicador tiene que responder a las necesidades que tengan en el país y estar alineado a las políticas de nuestro gobierno nacional, no solo a eso, sino que, también a la investigación, extensión, innovación y a todos los procesos que se necesite la comunicación, dentro de esos mismos sabemos la comunicación siempre va a estar presente y como futuros comunicadores nosotros tenemos que aportar fortalecimiento institucional o cualquier medio de comunicación.

## **Pregunta 2**

### **¿Cómo fue tu experiencia durante tus prácticas profesionales en el campo de acción de las RRPP?**

Mi experiencia de pasantías fue el Centro de Innovación Carlos Martínez Rivas, ahí éramos los encargados de administración las redes sociales, la investigación en giras de campos, por innovación abierta, y esto involucra las relaciones interpersonales con las demás personas y eso me ayudó a relacionarme con los servidores en diferentes rubros, comúnmente un buen comunicador desde mi experiencia a mí me sirvió para tener una información verídica, es decir no solo estar en la universidad al campo.

Actualmente, yo ejerzo porque estoy en altos niveles académicos, en procesos con el sector rural y eso nos viene a fortalecer las competencias, las pasantías son una oportunidad para conocer el ámbito laboral.

## **Pregunta 3**

### **¿Cuáles fueron tus aprendizajes, oportunidades o limitaciones al estar en el área de RRPP?**

No me limité, porque en el ámbito de las relaciones públicas un buen comunicador también hace relaciones públicas, así como está estipulado en casa lugar debe de trabajar de manera articulada con este campo de acción que bebemos de tener en cuenta cómo vas a tratar a una persona, como puedes desempeñarte, como te van conociendo, entonces es un ámbito ancho dónde la comunicación es asertiva, precisa y clara. Dentro de la carrera a nosotros nos enseñaron a realizar planes de monitoreo, como realizar una empresa, trabajo en equipo, atención al cliente, entre otras cosas que hasta el día de hoy han sido de mi utilidad.

Oportunidades, tener acceso al ámbito laboral ya que como profesional tenemos que saber que las relaciones públicas nos vienen a abrir puerta para hacer bien el trabajo y que tenemos que resolver ante cualquier necesidad o eje.

## **Pregunta 4**

### **Importante saber, ¿Cuáles fueron tus mayores retos que enfrentaste al desempeñarte en este campo de acción?**

Uno de los mayores retos es que desde el área de la comunicación nosotros tenemos que estar en los diferentes procesos, entonces la comunicación es inherente y de los retos fue adaptarme a la problemática que tenían los autores, un ejemplo cuando mencionaban un proyecto con terminologías diferentes, tenía que investigar bien acerca de eso, en que aportaba y como podés llegar a ese nivel léxico de esta área, este reto lo tenemos todos cuando estamos agarrando la experiencia. Un ejemplo en las coberturas, adaptarte al vocabulario técnico.

### **Pregunta 5**

**¿Cómo se abordó el área de las Relaciones Públicas durante tu formación académica que recibió en la UNAN Managua? ¿Compaginó adecuadamente su preparación académica a la práctica?**

Claro, desde el primer año que ingresamos a la carrera uno ya trae esa visión, pero el ámbito de la comunicación es amplio por lo que la formación integral por parte de los docentes es guiarte y sacarte de esa burbuja que se le conoce y darnos ese giro con las relaciones públicas, como compaginas con las personas, desde que haces relaciones internacionales, esto nos da la formación completa, como dirigirte a este sector, entonces la carrera viene a formar, a enseñar, entonces las relaciones públicas no solo se da en la universidad sino que lo aplicas en el ámbito laboral en el quehacer a diario.

### **Pregunta 6**

**Desde su perspectiva, ¿Piensa que es adecuado a las necesidades y exigencias actuales el pensum de asignaturas que ofrece la universidad para desempeñarte como relacionista público?**

En el momento de la transformación curricular ahora se trabaja por competencias, así como te decía el ser comunicador no solo aportar a un solo sector, sino que está inmerso en todos los ámbitos necesarios, el currículum que tienen actualmente que es 50% teoría y 50% prácticas que al final esto es a lo que se da pauta para desempeñarte en cada proceso porque ayuda en los diferentes limitantes que tener, da salida a lo que te enseñan los maestros, desde leer y ser autodidacta eso nos hace tener competencias.

### **Pregunta 7**

**¿Cómo fue el seguimiento que tuviste de parte de la carrera durante tu proceso de pasantías? ¿tuviste un docente guiador?**

Para ese tiempo, yo fui ubicado por la coordinación académica, que en ese momento era para que ese estudiante tuviera la oportunidad de tener acceso y a futuro un empleo, entonces es oportuno ya que los maestros estaban de la mano, para ver esa cercanía y como es el desempeño de prácticas profesionales del estudiante con capacidades integrantes.

#### **Pregunta 8**

**¿Cómo reflexiona acerca de la importancia que tiene el área de las Relaciones Públicas para el Perfil profesional del comunicador para el Desarrollo?**

Pienso que las relaciones públicas deben de estar siempre presente para el área de la comunicación porque al final, es un eje transversal que está en todos los procesos y hacer rrpp en cualquier lugar es un pilar fundamental desde lo que viene a hacer la imagen institucional así que la formación que está desde la carrera debe de estar presente para que el estudiante vea lo importante que es esta área.

#### **Pregunta 9**

**¿Cuál es su valoración si se le toma un alto grado de valor a la comunicación en las empresas de Relaciones Públicas?**

Desde mi punto de vista, considero que se tiene que subir un poco más al área de RRPP puesto que, mucha gente está confundida que es ser un relacionista o cuando salga hay que pulirlo más para que sepan bien que un comunicador como tal tiene que hacer relaciones públicas.

#### **Pregunta 10**

**¿Encontró oportunidad laboral en el área de RRPP luego de finalizar sus prácticas o en otros campos de la comunicación?**

Después que egresé de la carrera, si, actualmente me desempeño como en el área de comunicación institucional de la Universidad Multidisciplinaria Ricardo Morales Avilés.

## **Entrevista 7**

**Datos generales:** Lic. Jafet Eli Sirias Pérez, egresó hace 10 meses, realizó sus pasantías en canal 6 Nicaragua.

### **Pregunta 1**

**¿Por qué la comunicación para el Desarrollo es importante en este siglo en el que vivimos?**

Para mí la comunicación para el Desarrollo es el medio en el cual, uno puede transmitir sus ideales, transmitir sus pensamientos y tratar de darle una perspectiva nueva verdad dependiendo de la situación o el contexto en el que nos encontremos, por ejemplo mi caso fue dar mi punto de vista de la comunicación en el ambiente laboral en el que estuve.

### **Pregunta 2**

**¿Cómo fue tu experiencia durante tus prácticas profesionales en el campo de acción de las RRPP?**

Desde que e entré a la carrera es algo que quería, por eso fue que estudié yo comunicación para el desarrollo porque quería hacer una complementariedad de mi primera carrera que fue diplomacia y ciencias política, esto para ponerla en práctica en el ambiente de las este de las relaciones públicas.

### **Pregunta 3**

**¿Cuáles fueron tus aprendizajes, oportunidades o limitaciones al estar en el área de RRPP?**

Pues los mayores retos es de que saber de que cada una de las instituciones tienen diferentes convenios como con otras empresas o con otras mismas instituciones, pero me di cuenta de que esos retos es poder llegar a un acuerdo con esas personas que no todas son iguales, no todas buscan el mismo fin, es tratar de convencer a la persona de ser persuasivo de que ella



acepte lo que uno le está dando, por ejemplo para el aniversario del Canal 6 del año pasado fue un problema poder hacerlo en Masaya en el parque central ya que faltaba la logística este de parte de la de las cosas que tenían que realizar, en ese momento verdad que la que coordinadora de esa área me dijo de que no todo eran iguales y es cierto porque dice que tuvieron otra experiencia en Granada que fue algo más fácil más sencillo pero estaban en otro departamento.

La oportunidad fue conocer la manera de como hablar con las persona, porque no todos somos iguales a como decía y primeramente analizar a la persona que vamos a hablar con ellos verdad para poder hacer un trato para poder llegar a un acuerdo entonces la manera correcta de cómo poderle transmitir mi idea a esa persona.

Limitaciones pues como limitación podría decir que yo tuve es que estaba como estudiante y no podía hacer muchos aspectos porque obviamente me miraban como un estudiante no como a ver cómo sería como un como un trabajador o un profesional.

#### **Pregunta 4**

**Importante saber, ¿Cuáles fueron tus mayores retos que enfrentaste al desempeñarte en este campo de acción?**

Pues, el reto más grande fue poder aportar mi idea ya que no me miraban como un profesional sino como un estudiante, entonces prácticamente no me ponían mucha atención, aunqu una vez sí lo hicieron porque sabían de que yo sí tenía la razón para poder llegar a un acuerdo, en el me acuerdo que fue con relación a unos de los programas de la revista que realizaban pues le dio una observación que al fin al cabo la terminaron aceptando.

#### **Pregunta 5**

**¿Cómo se abordó el área de las Relaciones Públicas durante tu formación académica que recibió en la UNAN Managua? ¿Compaginó adecuadamente su preparación académica a la práctica?**

Pues sinceramente no, porque lo que se aprende en la universidad no es lo mismo de ponerlo en práctica, siento de que es necesario que la universidad o los docentes que imparten esa área pongan también en práctica, porque uno se va con los conocimientos pero no es

necesario eso sino que ponerlo en práctica, estar en acción para poderlos realizar es cierto de que la mayoría de las prácticas que se realizan en universidad son en canales, en medios de comunicación alternativos, pero también siento como que la parte de las relaciones públicas no le ponen interés, entonces es ahí donde solamente recaen como una materia más que simple y sencillamente la vieron pero como que no la van a poner en práctica.

### **Pregunta 6**

**Desde su perspectiva, ¿Piensa que es adecuado a las necesidades y exigencias actuales el pensum de asignaturas que ofrece la universidad para desempeñarte como relacionista público?**

De hecho que sí porque como nuestra carrera es comunicación para el desarrollo tenemos que estar listos en todas las ramas, no solamente en una porque después dicen que es comunicación es periodista va a ir una radio, va a estar de presentador, no es así, que sepan que eso va más allá todavía saber de qué podrás estar en diferentes campos tenemos que estar preparados, por ejemplo fíjate que la parte de edición yo lo aprendí con YouTube también en una de las prácticas que estuve haciendo pero de que en la universidad me digan tienes que estar preparado pues darle mayor interés a este tipo de clases porque sabemos de qué nos podemos desempeñar en un futuro en ese campo.

### **Pregunta 7**

**¿Cómo fue el seguimiento que tuviste de parte de la carrera durante tu proceso de pasantías? ¿tuviste un docente guiador?**

Fue muy gratificante ya que por segunda vez estuve en un medio, a decisión propia, los maestros si estuvieron al pendiente con los 4 que estábamos en el medio, también, esa confianza que nos tenían era bonita porque sabían y conocían nuestro potencial.

Posterior a eso, en Centro de Innovación validó con una carta de que había culminado con éxitos las prácticas profesionales, donde entregaba un informe semanal tipo rúbrica y al terminar un informe general.

### **Pregunta 8**

### **¿Cómo reflexiona acerca de la importancia que tiene el área de las Relaciones Públicas para el Perfil profesional del comunicador para el Desarrollo?**

Las relaciones públicas como área es necesario practicarlos no solamente hacer como un simulacro de una empresa, el cual uno tiene que relacionarse para que nosotros podamos observar, cómo es el movimiento en el campo de las relaciones públicas o incluso pienso que podría ser verdad, por ejemplo, así como hacen giras a los medios televisivos o a las radios que miren, cómo es su funcionamiento

Considero que, toda institución o empresa tiene un área de comunicación y el área de comunicación va aparte con el área de relaciones públicas, pienso que es necesario que se enfoquen en ese espacio para que los chavalos conozcan que es las relaciones públicas y no solamente estar ahí ser una cara bonita y poder hablar con nosotros, sino que este tienen que saber que es bastante trabajo organizativo.

#### **Pregunta 9**

### **¿Cuál es su valoración si se le toma un alto grado de valor a la comunicación en las empresas de Relaciones Públicas?**

Sí, bastante, porque no somos solo un comunicador sino comunicador para el desarrollo, es importante tener tu propia perspectiva de lo que desea la empresa según su perfil, porque no todos son iguales dependiendo del perfil que tenga la empresa, si vos deseas mantener ese perfil o realizar un cambio y que ese cambio se note y que digan él es parte de uno de los chavalos que se formó en la UNAN Managua.

La realidad es que todos los conocimientos son complementarios con nuestros pensamientos qu ya sabemos lo que queremos hacer, pero el conocimiento que recibimos de la universidad sea complementario a esa idea que nosotros que cada uno de nosotros podemos aportar a una institución y que sepan que en realidad nuestros conocimientos si cuentan.

#### **Pregunta 10**

### **¿Encontró oportunidad laboral en el área de RRPP luego de finalizar sus prácticas o en otros campos de la comunicación?**

Si, pero no en el lugar que realicé las pasantías, tuve la oportunidad en el Ministerio de Economía Familiar, ya que por medio de las prácticas y el aprendizaje me abrieron más puertas en esa institución.

## **Entrevista 8**

**Datos generales:** Linda Junieth Guillén Rosales, Policía Nacional

### **Pregunta 1**

**¿Por qué la comunicación para el Desarrollo es importante en este siglo en el que vivimos?**

Es importante debido a que, el comunicador es un difusor de información y conocimiento, hoy en día hemos observado un sin número de organismos de desinformación y es allí donde ingresa el papel del comunicador para el desarrollo pues este se encarga de informar y trabajar en pro de un bienestar colectivo o de informar lo que es la veracidad de los hechos, describo tres palabras las RRPP dentro de la institución como valiosa, importante y bastante activa.

### **Pregunta 2**

**¿Cómo fue tu experiencia durante tus prácticas profesionales en el campo de acción de las RRPP?**

Puedo alegar que fue muy gratificante ya que en esta área las personas que estaban a cargo se comportaron de una manera bastante accesibles y colaborativo para apoyar a que yo como era bastante pudiese tener el conocimiento necesario de lo que es las relaciones públicas de una institución.

### **Pregunta 3**

**¿Cuáles fueron tus aprendizajes, oportunidades o limitaciones al estar en el área de RRPP?**

Uno de los aprendizajes que encontré estando en el área de relaciones públicas fue a saber comportarme como un relacionista público porque sabemos que sabemos que la comunicación nos está preparando para desempeñarnos en medio de comunicación está

preparando para desempeñar los medios de comunicación mientras que las relaciones públicas es la contraparte de los medios de comunicación entonces tuve lo más lo que aprendí fue a comportarme como lo que es un relacionista público y algo que sí me marcó bastante o que sí pude decir que fue bastante se me hizo de dificultad fue también este acoplarme al trabajo de ellos porque venir de un conocimiento esporádico de las relaciones públicas a estar desempeñándome una en un área de relaciones públicas es bastante complicado acoplarte al trabajo de ellos prácticamente fue lo que sentí un poco más difícil pero lo logré superar en cuestión de tiempo no fue tanto el tiempo que pasé si lo logré superar bastante rápido

En lo personal fue difícil llegar al área de relaciones públicas fue difícil porque tuve que pasar 4 años 4 años de lucha metiendo papeles intentando tocando puertas para lograr llegar a relaciones públicas yo inicié en la institución primeramente en las filas policiales para ver si lograba llegar hasta relaciones públicas inicié como patrullero como oficial de los que andan en la calle soleándose después pase al área de secretaría ejecutiva que es relacionado a la comunicación pero un poco más más institucional después de eso me pasaron a un área operativa en ese lapso estuve 3 años y de ahí a mi cuarto año que ya estoy aquí ya presente yo logré este hacer el contacto con la jefa de relaciones públicas y estoy ahora en desempeñándome en esa área.

#### **Pregunta 4**

**Importante saber, ¿Cuáles fueron tus mayores retos que enfrentaste al desempeñarte en este campo de acción?**

En lo personal fue difícil llegar al área de relaciones públicas porque tuve que pasar 4 años de lucha metiendo papeles, tocando puertas para lograr llegar a relaciones públicas, yo inicié en la institución primeramente en las filas policiales para ver si lograba llegar hasta relaciones públicas inicié como patrullero como oficial de los que andan en la calle, asoleándose, después pasé al área de secretaría ejecutiva que es relacionado a la comunicación pero un poco más más institucional, después de eso me pasaron a un área operativa en ese lapso

estuve 3 años y de ahí a mi cuarto año que ya estoy aquí ya presente yo logré este hacer el contacto con la jefa de relaciones públicas y estoy ahora en desempeñándome en esa área.

#### **Pregunta 5**

**¿Cómo se abordó el área de las Relaciones Públicas durante tu formación académica que recibió en la UNAN Managua? ¿Compaginó adecuadamente su preparación académica a la práctica?**

El conocimiento que nos impartieron en la universidad fue de valiosa importancia porque es algo que como comunicador solamente como comunicador no tenés ese conocimiento, y al venir y presentarte cómo se desempeña el área de las relaciones públicas yo tuve una brújula para poder estar en esa área y sí se compaginó bastante hablándolo directamente sí el área de relaciones públicas con lo que me impartieron en la clase si tuvo bastante relación, algunas cosas cambiaron porque obviamente es una institución gubernamental que está regida por norma y sus mecanismos de trabajo son es que está bastante cerrado podría decírsele cambiaron algunas cosas pero no fue exuberante el cambio sí se compaginó bastantes.

Primer lugar fue la elaboración de una nota de prensa fue lo primordial porque como policía nacional y relaciones públicas nos encargamos de brindar al público de presentar al público todo lo que son los comunicados de prensa rueda de prensa notas de prensa inclusive conferencia de prensa que también fue otro de los conocimientos que me han logrado servir de la universidad para el área donde me estoy desempeñando a como te mencionaba el lograr planear una conferencia de prensa hacer la planeación de una conferencia de prensa y otra cosa hacer la planeación de un evento de una magnitud nacional cómo lo es el aniversario de la institución como relacionista público nosotros nos encargamos de planear lo que es el evento de la universidad desde las personas que haga lo que va a decir el primer comisionado hasta lo que se va a orientar lo que van a hacer quiénes van a estar a cargo de cada de cada área de desempeño de una actividad

#### **Pregunta 6**

**Desde su perspectiva, ¿Piensa que es adecuado a las necesidades y exigencias actuales el pensum de asignaturas que ofrece la universidad para desempeñarte como relacionista público?**

El pensum está bastante allegado a lo que es las relaciones públicas, porque te están dentro de la dentro de la carrera se van incluyendo si no estoy mal, son dos o tres semestres los que te incluyen las relaciones públicas desde relaciones públicas mercado y ya como tal este relaciones públicas ya adentrado a lo que es la el área considero que sí es de mucha importancia pero algo que podría algo que podría agregar es que sería de bastante importancia que no solamente lo tomaran como una clase de tres semestres sino que se le viniese instruyendo al estudiante desde que inicia su carrera hasta que la finaliza en el área de las relaciones públicas, porque hay que tomar en cuenta que un comunicador no es solamente para estar tras cámaras no es solamente para andar con un micrófono en la calle un comunicador para el desarrollo también se puede desempeñar en el área de relaciones públicas como lo estoy haciendo yo actualmente.

### **Pregunta 7**

**¿Cómo fue el seguimiento que tuviste de parte de la carrera durante tu proceso de pasantías? ¿tuviste un docente guiador?**

Durante mi proceso de pasantía que debo recalcar, que no tuve un seguimiento de parte de un docente no hubo un docente como tal que estuviera yendo semanal al área o a la institución a preguntar que cómo era mi desempeño, lo único fue que yo llegué a la institución solicité mis pasantías me las aceptaron y presenté mi informe final de práctica y eso fue todo nadie más que solita me prácticamente yo solita salí.

Entré por mi propia cuenta, ya que soy policía y quería trabajar en el área de comunicación, iniciando como asistente para luego entrar en RRPP, el primer día se orientó acerca del trabajo que realizaría, así como el horario y el compromiso que me llevaría estar en el área.

El seguimiento que recibí fue de parte de mi jefe de área, este era el responsable de darme las orientaciones de lo que iba a hacer, asimismo, cada semana teníamos una reunión para ver los avances que se habían tenido

### **Pregunta 8**

**¿Cómo reflexiona acerca de la importancia que tiene el área de las Relaciones Públicas para el Perfil profesional del comunicador para el Desarrollo?**

Hoy en día la comunicación para el desarrollo o el comunicador para el desarrollo está siendo visto únicamente como los que están detrás de cámara los que andan con el micrófono los que andan con las pantallas o los que están presentando en un medio televisión, cuál es la reflexión aquí el comunicador para el desarrollo no solamente sirve para eso el comunicador para el desarrollo pueda desempeñarse en un sinnúmero de área que no lo hemos descubierto. Nos hemos englobado que la comunicación es nada más cerrada para el periodismo que no lo es el periodismo es una rama de la comunicación al igual que las relaciones públicas.

Las relaciones públicas tienen que ser más más allegadas al comunicador para el desarrollo porque recordemos que un relacionista público es el que se encarga de crear la imagen de una institución si es una institución se está viendo empañada el relacionista público viene y te limpia la imagen de esa institución entonces al nosotros tener tanto conocimiento de publicidad de mercadeo de relaciones públicas estamos a nivel de poder ejercer este trabajo no solamente como te decía como periodista sino como relacionistas públicos que podemos dar un buen un excelente trabajo desde lo que es publicidad mercadeo y relacionista pública como estábamos hablando de la importancia de las relaciones públicas dentro de la comunicación.

### **Pregunta 9**

**¿Cuál es su valoración si se le toma un alto grado de valor a la comunicación en las empresas de Relaciones Públicas?**

Para ser sincera la comunicación para el desarrollo dentro de las relaciones públicas al menos en mi área es de mucha importancia porque a esa área no no permiten personas que no sean estudiadas del área de comunicación que tengan conocimiento de lo que es periodismo le dan el valor que se merece a la carrera no como algo otras instituciones fuera que te contratan a cualquier persona con otra carrera que no sea la comunicación y está ejerciendo el papel del comunicador dentro de las relaciones públicas no la policía nacional se engloba que el comunicador el policía que es periodista el policía que es comunicador para el desarrollo tenga la oportunidad de desempeñarse de desarrollarse en el área de las relaciones públicas llámese los tres este los tres escalones que tiene las relaciones públicas llámese visión policial en este caso tiene que ser comunicador para el desarrollo.



## **Pregunta 10**

**¿Encontró oportunidad laboral en el área de RRPP luego de finalizar sus prácticas o en otros campos de la comunicación?**

Después de mis prácticas de profesionales en la Policía Nacional, se me brindó la oportunidad de laborar en el área de divulgación y prensa, ahí mismo en la Policía nacional.

**Instrumento aplicado a Profesional que recibió a estudiantes pasantes de COMDES 2019.**

## **Entrevista 9**

### **Profesional del Ministerio de Transporte e Infraestructura**

**Datos:** Karla López, Responsable de Relaciones Públicas del Ministerio de Transporte e Infraestructura (MTI), 16 años en el puesto de experiencia.

## **Pregunta 1**

**¿Por qué la comunicación para el Desarrollo es importante en este siglo en el que vivimos?**

La comunicación para el Desarrollo es de suma importancia porque no cambia, también es importante porque establece buenas relaciones con las personas que a diario comparten contigo informaciones, teniendo una buena comunicación y saberla llevar, siendo claros y acatando los principios y valores. En estos tiempos la tecnología ha hecho cambiar el verdadero concepto de comunicarnos y destaco que las redes sociales son muy útiles si las sabemos utilizar.

## **Pregunta 2**

**¿Cómo un profesional de Comunicación para el Desarrollo puede ocupar espacios de comunicación estratégica actualmente?**

Primeramente, retomando la parte filosofía, es importante mencionar que la conectividad de la persona en hacer bien su trabajo va desde su cerebro al corazón, esto como todo profesional te dará un avance para lograr lo que vas a alcanzar mediante tu profesión, no obstante desde mi experiencia primeramente desarrollo la televisión y luego me hicieron una llamada para

laborar desde al área de relaciones públicas que es un trabajo muy directo con el ministro del MTI. En la actualidad los comunicadores han hecho que todo se genere a través de un trabajo impecable desde la comunicación estratégica y organizativa que demanda esta área de trabajo.

### **Pregunta 3**

#### **¿Cuáles son las funciones de un publirrelacionista en el área interna de la institución?**

Dentro de las principales funciones de un publirrelacionista está la elaboración de notas informativas, las entrevistas y la planificación de un comunicado de prensa esta que la organiza el encargado de RRPP que trabaja directamente con su jefe en mi caso es el ministro, con esto se realiza la logística para el local y la convocatoria y bienvenida de los medios de comunicación, esto se realiza a través de una invitación que se les hace llegar.

Las ruedas de prensas, comunicados de prensa, esto cuando siguen informaciones de interés que se tienen que hacer público, y cubrir las principales actividades en la que asiste el ministro.

También es importante, conocer el funcionamiento de la institución, en mi caso, manejar bien las diferentes áreas en la que distribuye el MTI.

### **Pregunta 4**

#### **¿Cómo ha sido el desempeño de los estudiantes en su proceso de prácticas profesionales en esta institución?**

Tristemente ha venido algunos estudiantes que hacen el trabajo por hacer, no se les ve la motivación por hacer las cosas, pero que en su desempeño lo realizan bien, esto no es todo, hemos tenido a estudiantes de calidad que han dado lo mejor por ellos para desenvolverse muy bien en su proceso de pasantías, retomando un ejemplo del 2019 como lo es la estudiante Joseline Grijalva, una estudiante muy completa con grandes visiones y hagan talento en esta área, quien demostró las ganas y amabilidad de aprender de lo que es la comunicación organizacional.

### **Pregunta 5**

**¿Cómo ha sido el seguimiento de parte de los docentes a los estudiantes que van a su proceso de prácticas profesionales?**

Los docentes no sé involucran en este proceso ya que permiten que el estudiante asuman su responsabilidad como un futuro profesional que es, y dejan que realice su trabajo guiado con el mentor dentro de la instancia.

**Pregunta 6**

**¿Considera que las prácticas profesionales son un espacio de aprendizaje y grandes oportunidades para el estudiante de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN Managua?**

La práctica es muy necesaria, la prácticas les ha permitido saber en qué campo de acción desarrollarse, el que más le guste, el que más se pueda manejar, con esta puerta que se les permite abrir y el mundo que crear muchos la han aprovechado de la mejor forma, asumiendo un rol de aprendizaje de todo lo se realiza desde las RRPP . También es un área de oportunidades ya que les permite poder quedar laborando, y no solo eso, sino de ser una experiencia dentro de su perfil profesional y aprender desde una logística de una rueda de prensa.

**Pregunta 7**

**¿Cuál es el mayor reto que enfrenta un estudiante de Comunicación para el Desarrollo en sus procesos de pasantías en el área de RRPP?**

El mayor reto lo vas creando desde tu experiencia, si tienes el talento y el don de estar en esta área tendrás un reto de hacer bien tu trabajo, hacer las cosas con amor y dedicación te permitirá que cada día asumas el reto de mejorar en las cosas que aún te cuesta, como experiencia he visto que su mayor reto será hacer las cosas mejor que ayer y asumirlas con responsabilidad y gentileza, recordamos que somos agentes de cambios desde nuestros hogares hasta el mundo exterior.

**Pregunta 8**

**Reflexione: ¿Cuál es la importancia que tiene el área de las Relaciones Públicas?**

Las relaciones públicas son importantes porque nos permiten manejar situaciones que van dentro de lo que es el respeto desde saber manejar las reglas y normativas que tiene cada institución esto como medida de seguridad. Saber que cada información viene de la autoridad suprema que es la encargada de orientar como quiere el trabajo, es importante mencionar, que está es un área muy delicada que debes de asumir con delicadeza y eficacia, dónde tienes que cuidar tu imagen dentro y fuera de la institución, desde tu forma de vestir hasta la de comportarse todo siguiendo un estándar protocolario.

Y sobre todo es un área que tienes que aprender a ser tolerante y saber relacionarte con toda persona que labora dentro de la institución, dando un buen ejemplo como RRPP.

### **Instrumento aplicado a Profesional UNAN Managua**

#### **Entrevista 10**

#### **Profesional de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de UNAN Managua.**

**Datos:** MSc. José Ramiro Castillo, máster en Comunicación corporativa, docente del departamento de Ciencias de la Información y Comunicación y coordinador de la Radio UNAN Managua.

#### **Pregunta 1**

**¿Por qué la comunicación para el desarrollo es importante en este siglo en el que vivimos?**

Debemos entender el paradigma del desarrollo, entonces yo creo que es importante traer a colación una frase que recientemente me mencionaban en la clase respecto a Gabriel García Márquez que decía que antes de ser periodista tenemos que ser humanos tenemos que ser personas por eso hago la asociación no el paradigma del desarrollo, te habla que nosotros en nuestra formación como comunicadores pasamos por un proceso endógeno que quiere decir eso cómo estamos nosotros individual o sea cómo el ser humano genera cambios individualmente para luego generar cambio de forma grupal, la importancia que tiene la comunicación para el desarrollo en estos tiempos que estamos hablando que el paradigma al desarrollo nos pide ser primero nosotros agente de cambio si nosotros no somos agentes de cambio no podemos suponer que dentro de nuestra profesión vayamos a generar un cambio.

## **Pregunta 2**

### **¿Cómo un profesional de Comunicación para el Desarrollo puede ocupar espacios de comunicación estratégica actualmente?**

Entonces partiendo siempre de esa relación con la pregunta anterior si estamos hablando que un profesional de comunicación para el desarrollo debe ser un agente de cambio podemos suponer que para que ellos estos profesionales de la comunicación puedan ocupar un espacio dentro de las instituciones dentro de la empresa entiéndase de la comunicación estratégica se debe comprender a la sociedad por qué porque si nosotros estamos en una institución en una empresa por ejemplo la UNAN Managua.

Por ejemplo una institución nosotros velamos por los estudios o el conocimiento de nuestro actores principales que son los estudiantes pero también conocemos las necesidades que tiene nuestra sociedad sabemos que tenemos estudiantes de diferentes lugares de diferentes culturas de diferentes religiones de diferentes ideologías entonces un comunicador para el desarrollo completo comunicador para el desarrollo pleno conoces las necesidades y por ende puede desempeñarse y cuando hablamos de la comunicación estratégica estamos hablando que es uno se vuelve El vocero de esa institución o de esa empresa y si no conocemos estos lineamientos de nuestro público esos aspectos fundamentales de nuestro público pues no podemos ocupar ese lugar de nuestra sociedad.

## **Pregunta 3**

### **¿Cuáles son las funciones de un publirrelacionista?**

La relación entre la publicidad y las relaciones públicas entonces relacionista podría decirse que es aquel que va a generar estrategias de comunicación para exactamente entablar ese proceso de entendimiento con nuestros público de una manera pudiéramos decir creativa verdad porque estamos hablando que como la publicidad también incide al momento de generar esas relaciones positivas con nuestros públicos entonces yo creo que más o menos por ahí podría haberse la incidencia de un relacionista que son términos digamos ya con cierta temporalidad pero que en nuestros tiempos actuales son prácticas que todavía están tomando ese audio en algunas zonas pues de nuestro planeta.

## **Pregunta 4**

**¿Cuál es el mayor reto que enfrenta un estudiante de Comunicación para el Desarrollo en su proceso de pasantías en el área de las RRPP?**

El reto es el mismo estudiante por qué porque para hacer relacionista público te tiene que gustar y yo creo que muchas veces nuestro profesionales de la comunicación piensan principalmente en medios de comunicación de masas de radio medios digitales y muy pocas veces se piensa en la comunicación estratégica entonces yo el obstáculo lo veo ahí pues que realmente el estudiante quiera realizar o quiera ejercer la comunicación estratégica porque si no te gusta no puedes ir ahí que sea eso va a chocar con tu con tu formación con tu ideología con tu práctica en cambio por ejemplo si alguno de nuestros estudiantes le llama la atención todo lo que tiene que ver con las relaciones públicas por ejemplo lo que tiene que ver con las de prensa cómo atender a nuestros públicos cómo entablar esa comunicación el triángulo, sociedad, empresa, pero que le tiene que gustar.

**Pregunta 5**

**Según su evaluación crítica del plan 2021 mejorado de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, ¿Considera pertinente las asignaturas integradas para preparar profesionalmente a los estudiantes en el área de RRPP?**

Más o menos pero entonces de la transformación curricular si el plan del modelo por objetivo es el caso de ustedes comparte esas asignaturas o qué mejoras hemos logrado en cuanto al modelo por competencia pues sí la verdad es que sí se han hecho cambios más sustanciales, en el plan de ustedes a este contemplaba algunas modificaciones respecto al 2013 y aquí se incluye mucha asignatura que conlleva a entender mejor la comunicación estratégica respecto al modelo por competencia que estamos hablando a 2021 y 2021 A, entonces ahí incluso estamos contemplando esas modificaciones dentro de la comunicación estratégica porque son áreas de formación de nuestra carrera como lo es el periodismo como es la comunicación social y la comunicación estratégica.

Sí estamos brindando en términos de componentes curriculares fortaleciendo ese espacio o ese conocimiento respecto a la comunicación estratégica, eso ya se va a ver por ejemplo en las integraciones con los productos finales conforme se vayan avanzando en los niveles o ya nuestros estudiantes van a ir generando esas prácticas de la comunicación estratégica que tiene que ver cómo construir la identidad de una empresa por ejemplo cómo entender a la misma empresa como generar este todo lo que tiene que ver con las piezas de comunicación para una estrategia publicitaria por ejemplo entonces yo creo que sí respecto a estos dos modelos objetivos que vamos a plantear.

### **Pregunta 6**

**¿Cómo ha sido el seguimiento de parte de los docentes a los estudiantes que van a su proceso de prácticas profesionales?**

Mi rol de coordinador de la radio y ahí por ejemplo a los muchachos es donde uno trata de hacerle entender que por mucho que estés en una radio no quiere decir que solo vas a hacer radio tenéis prácticas de comunicación estratégica también en qué sentido ellos tienen que saber atender a nuestros públicos a nuestros públicos son ustedes mismos los estudiantes ellos son estudiantes entonces tienen que saber entablar esas relaciones esas buenas relaciones nuestro público también es toda la comunidad universitaria o sea maestros administrativos ejecutivos etcétera y con cada uno de ellos.

Es importante que los muchachos que están en la radio realizando esas prácticas entienda que esto es parte de la comunicación estratégica y aparte también tenéis un público externo menos pero tienes un público externo al cual debes entender entonces ahí nosotros tratamos de relacionar o como te digo en mi rol de coordinador de la radio de ver cómo pueden cómo pueden trabajarse verdad lo que tiene que ver con el periodismo pero también entender esa práctica de la comunicación estratégica porque estamos hablando que la radio es un medio de comunicación institucional.

### **Pregunta 7**

**¿Considera que las prácticas profesionales son un espacio de aprendizaje y grandes oportunidades para el estudiante?**

Por supuesto lo que te decía ahorita el estudiante que no ponga en práctica su aprendizaje en ese espacio que se les está brindando va a tener consecuencias, oportunidad única y sabemos que hay muchos estudiantes queriendo ocupar ese espacio para poder este desarrollar su habilidad y sus competencias.

### **Pregunta 8**

**¿Cuál es el mayor reto que enfrenta un estudiante de CD en sus procesos de pasantías en el área de RRPP?**

He escuchado mucho en la carrera y más recientemente a muchos estudiantes que están dejando atrás el agrado solo por el periodismo yéndose también a algo más estratégico por qué porque sí le está llamando la atención en cuanto a relaciones públicas en cuanto a publicidad y en cuanto a identidad a imagen etcétera, los cambios que hemos realizado en el perfeccionamiento curricular en cuanto a componentes puede hacer que estén surtiendo efecto ahorita pero el resto yo insisto parte desde el mismo estudiante si el estudiante quiere desenvolverse en el área de las relaciones públicas lo va a hacer sí solo sí esto le llame la atención.

### **Pregunta 9**

**¿Cómo la carrera se ha proyectado a lo largo de largo de los años en formar a estudiantes que a un futuro laboren en el área de las RRPP?**

Eso parte de la transformación curricular, una de las bases del periodismo la comunicación social y de la comunicación estratégica entonces cómo nosotros primeramente como carrera hemos estado fortaleciendo esto identificando cuáles son esas necesidades que tienen los estudiantes o sea los gustos que tienen actualmente cuáles son las necesidades de la sociedad entonces nosotros hemos detectado ahí que podemos fortalecer el área de la comunicación estratégica y es así como lo estamos haciendo a través de la implementación de nuevos componentes curriculares que apunten al área de las relaciones públicas.

### **Pregunta 10**

**¿Cómo reflexiona acerca de la importancia que tiene el área de las RRPP para el perfil profesional del comunicador para el Desarrollo?**



Hablamos de que un comunicador para el desarrollo al final se vuelve un agente de cambio o eso o esa es la expectativa que nosotros estamos generando entonces si un profesional de la comunicación está al frente de una empresa desde el área de la comunicación bueno yo creo que eso da un gran compromiso no es como que te genere una gracia sino que es una gran responsabilidad porque hablamos de dos públicos un interno y un externo, y mantener un ambiente de trabajo, abajo muy sano con tu equipo de trabajo entero pero también debes conocer a tu público externo para que el flujo.

El desenvolvimiento de tu equipo interno puedes pueda resultar válido decir para que afuera se entienda de que aquí adentro hay un buen ambiente entonces afuera ven esa imagen de la empresa y eso genera confianza eso genera credibilidad en la empresa entonces la persona un comunicador que está al frente de esto tiene una gran responsabilidad no sé si tal vez a eso es que se le huye como cuando hablamos de las relaciones públicas pues o de la comunicación estratégica es una responsabilidad.

## Matrices de análisis de resultados de aplicación de instrumentos.

Lic. Iris Lucía Briceño

Matriz de valoración de la experiencia				
Dimensión	Cita textual	Análisis	Hallazgos	Observaciones
<b>Proceso de inducción</b>	(Entrevista) “Mi proceso de inducción fue bastante agradable y ágil porque me sentí respaldada y cobijada por los miembros encargados de las prácticas, que en mi caso fue la doctora Ledyth López, ella me llevó a las instalaciones del canal 6, me recibió gratamente el jefe de prensa, me plantearon la metodología de trabajo y reglas”.	- Desde un primer encuentro se plantean los requerimientos para realizar las prácticas profesionales y la forma de trabajar del medio, con el fin de que el joven se incorpore rápidamente y no tenga contratiempos en poner en acción sus conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera.	- El convenio establecido entre la universidad y los medios de comunicación del poder ciudadano brindan oportunidades de crecimiento y desarrollo a estudiantes, dotándolos de experiencias fructíferas que les serán de provecho para encontrar una plaza laboral.	
<b>Acompañamiento</b>	“Sin lugar el acompañamiento que me brindó la universidad, en especial la docente Ledyth fue palatino y constante, me llamaba, escribía y seguidamente se presentaba al medio”.	-La constante comunicación augura resultados positivos y evita inconvenientes innecesarios durante el proceso de prácticas.	-La responsabilidad y compromiso de los miembros de la FH CJ está presente en el éxito de las pasantías de cada estudiante que sale del centro de estudios.	
<b>Seguimiento</b>	“Mi proceso como pasante en este caso de Canal 6 fue bastante completo porque el seguimiento que nos daba la carrera era constante en este caso mi	-El continuo acercamiento de parte de las autoridades guías de las prácticas es primordial. -La entrega de evidencias cada semana garantiza el avance y nivel de	-La estrecha y compaginada relación de dos de las tres más importantes durante las pasantías, que en este caso es el estudiante y	

	<p>docente la doctora Ledyth López, ella siempre nos estaba monitoreando de manera semanal y no solamente como docente a pasante, sino también que ella lo hacía con los responsables del medio donde al final nosotros terminamos entregando un folleto, en el cual hablábamos de nuestra experiencia de las cosas que realizamos como pasantes fue una experiencia bastante bonita porque el seguimiento que nos dieron fue completo”</p>	<p>aprendizaje del estudiante.</p>	<p>la universidad debe estar fundamentada bajo la entrega de informes, asimismo, hace entrever que los convenios están dando resultados y que el estudiante está aprovechando el tiempo.</p>	
<b>Experiencias</b>	<p>“Mi experiencia fue bastante enriquecedora y retadora al mismo tiempo, pues logré compaginar mis responsabilidades en el medio como un publicirrelacionista, puedo decir que entablé relaciones favorables para el canal y aporté a la creación de rutas de objetivos comunicacionales”.</p>	<p>-El estudiante que asume la responsabilidad de realizar pasantías está preparado para actuar y responder de forma capacitada ante cualquier escenario. -Al estar practicando en el campo laboral el joven debe saber que sus funciones no solo serán destinadas a un objetivo en la empresa.</p>	<p>-El pénsum de la universidad permite que sin ningún problema el estudiante se desempeñe en una de las muchas áreas de la comunicación. -Hoy en día las empresas buscan profesionales completos.</p>	
<b>Acreditación</b>	<p>“Al ir finalizando mi proceso de prácticas iba</p>	<p>-Al concluir las pasantías los estudiantes entregan</p>	<p>-Como parte de las pruebas de los resultados</p>	

	recopilando en un informe cada una de las tareas y funciones que fungí durante mi temporada en el canal, entregué a mi jefe inmediato la constancia para su validación y la rúbrica evaluativa”.	toda la documentación a sus responsables de área para que confirme su progreso en la empresa.	exitosos del convenio de la universidad con distintas instituciones los estudiantes practicantes muestran informes finales de su proceso y una carta firmada por el director como respaldo del mismo.	
--	--	---	---	--

Matriz de valoración de los aprendizajes, limitaciones, oportunidades, retos y exigencias				
Dimensión	Cita textual	Análisis	Hallazgos	Observaciones
<b>Aprendizajes</b>	(Entrevista) “Mayor aprendizaje que hasta la fecha lo llevo conmigo y lo veo como una oportunidad es que para que las Relaciones Públicas sean aplicadas de manera correcta en un medio, una empresa o ya sea una institución, es que el colaborador siempre esté actualizado con respecto a las novedades que surgen, esto es muy importante en la televisión,	- Cuando el plan de estudio se adecua de forma pertinente a las necesidades y demandas de la sociedad la aplicación de los conocimientos en todos los ámbitos de la comunicación, ya sea en un medio televisivo, radial y en una empresa será efectivo.	-La universidad ofrece al país comunicadores altamente calificados, con las herramientas y conocimientos que se requieren para trabajar estrechamente en el área que lo ubiquen. -Cada una de las asignaturas del plan de estudio es tratada de la mano a la situación actual de la comunicación.	

	también en una institución para lograr el objetivo de toda Relación Pública, el cual es crear y mantener la imagen deseada de la institución o medio, en este caso ante nuestro target que son los televidentes”.			
<b>Limitaciones</b>	<p>“Creo que limitaciones yo no tuve porque me rodeé siempre de grandes profesionales dispuestos a darnos de sus conocimientos, aunque debo reconocer que me costó un poco adecuarme a los horarios y exigencias del canal, puesto que las Relaciones Públicas son llevadas con minucioso cuidado porque de ellas depende la comunicación con su audiencia, mantener una buena relación con sus colaboradores, organizar reuniones y eventos de carácter formal”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La dirección del canal permite que los estudiantes pasantes apliquen todos los conocimientos aprendidos en la universidad a la vida real de un comunicador en el campo laboral.</li> <li>- Aquel estudiante que no es capaz de reconocer en las limitaciones oportunidades de desarrollo y crecimiento no aprenderá ni se fortalecerá como profesional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las relaciones de la universidad con las instituciones y empresas donde los estudiantes realizan sus prácticas son cercanas y dan como resultado la aplicación de cada conocimiento brindado durante las clases.</li> <li>- Si el estudiante asume el compromiso de realizar sus prácticas con disciplina y constancia ninguna limitación se convertirá en</li> </ul>	

			tropiezo para alcanzar la meta.	
<b>Oportunidades</b>	<p>“Gracias al canal por las oportunidades que me brindaron, una de ellas fue organizar una rueda de prensa desde cero prácticamente, otra fue tratar directamente con las instituciones y empresas con las que el medio tiene una relación constante con el fin de comunicarles el progreso en los objetivos planteados y el más complicado fue reunir a todos los trabajadores del canal y redactar una agenda para llevar a cabo una celebración del medio”.</p>	<p>- El estudiante se enfrenta a escenarios para los cuales se ha venido preparando arduamente y recibiendo información oportuna y valiosa por parte de sus docentes.</p>	<p>-Las empresas están anuentes y reciben con las puertas abiertas a los practicantes, con la finalidad de que vivan la realidad de todo lo que absorbieron en los salones de clases.</p> <p>- Los medios incorporan a sus agendas a los pasantes para moldearlos a sus métodos de trabajo y posiblemente otorgarles una plaza fija.</p>	
<b>Retos</b>	<p>“Bueno mis mayores retos solamente fueron dos, gracias a Dios no tuve tantos retos en Relaciones Públicas, los retos los vi en el</p>	<p>- Cada día al estudiante se le presentan retos, los cuales no puede hacer a un lado o ignorarlos, puesto que serán parte de la jornada laboral en un futuro cercano.</p>	<p>-. La universidad prepara a estudiantes para atreverse a aventurarse a realizar actividades propias de la empresa o medio donde se encuentra realizando sus prácticas, ya que</p>	

	<p>área externa al no saber cómo enfrentarme fuera del medio, me daba un poco de temor cuando se trataba de ruedas de prensa de las cuales fui encargada a cubrir como periodista del medio donde dice prácticas y también en algunas coordinaciones de entrevistas de las que fui parte, pero eso al pasar del tiempo lo manejé cada vez mejor porque la práctica hace al maestro”.</p>		<p>se ha venido formando a lo largo de los años. -El medio involucra sin temor ni dudas a los estudiantes a sus funciones diarias, pues sabe y reconoce que detrás de ellos hay un pénsun y formación para la vida profesional de calidad.</p>	
--	--	--	--	--

Matriz de valoración de la reflexión y proyección de la Comunicación para el Desarrollo en el ámbito de las Relaciones Públicas.

<b>Dimensión</b>	<b>Cita textual</b>	<b>Análisis</b>	<b>Hallazgos</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Reflexión</b>	(Entrevista) “Aún recuerdo que la clase de Relaciones Públicas fue muy completa de hecho no solamente me ha ayudado para el ámbito laboral, sino también personal porque si	- Las Relaciones Públicas permiten a todo comunicador que no solamente se prepare para ser un colaborador más de una empresa, en realidad es una asignatura amplia y completa que ofrece las habilidades para que	- Las prácticas profesionales compaginadas con la clase de Relaciones Públicas son el primer paso para consolidar a profesionales que marquen un precedente en	

	algún día yo decido tener mi propia empresa, mi propio emprendimiento, sé cómo enfrentarme a estrategias comunicacionales, totalmente la compagino a mi preparación académica a la práctica porque vi herramientas comunicacionales que me prepararon no solamente para una pasantía, sino también para enfrentarme a la vida profesional”.	inicien su propia firma de RRPP.	sus realidades y se conviertan en los principales impulsores de cambios, con el propósito de que aumente el valor de la comunicación.	
<b>Proyección</b>	“Bueno las Relaciones Públicas son esenciales para un comunicador para el desarrollo, ya que nos ayudan en el desempeño en cualquier área de trabajo, ya sea radio, televisión prensa escrita, instituciones públicas, y privadas y medios digitales. De hecho, no existe ninguna institución que no tenga un relacionista público lo cual hace que el desempeño de un	- Cada minuto que transcurre queda comprobado que en las empresas de hoy en día las Relaciones Públicas son el corazón para mantenerla en crecimiento y que alcance niveles superiores a su competencia, gracias al plus que le da a su imagen, relación con sus públicos metas, además, de su comunicación y posicionamiento en los medios digitales y tradicionales. -Para el comunicador que no domine ni conozca un poco de las Relaciones Públicas está navegando contra	- La UNAN-Managua es el semillero de agentes de cambios con conocimientos y destrezas listos para impulsar y demostrar lo relevante que es contar con un relacionista público en las organizaciones. -Las Relaciones Públicas son un campo que cuenta con infinidad de funciones y áreas de trabajos, que tiende a pensar y reflexionar	-.



	comunicador para el desarrollo en esta área sea de vitalidad para el medio”.	la corriente y privándose de oportunidades de crecimiento profesional.	sobre el porqué y para qué de cada acción.	
--	--	--	--	--

María Fernanda Alvarado Tapia

Matriz de valoración de la experiencia				
Dimensión	Cita textual	Análisis	Hallazgos	Observaciones
<b>Proceso de inducción</b>	(Entrevista) “Los dos profesores encargos de las prácticas en mi época me llevaron en un bus directo de la universidad hacia las oficinas de la lotería nacional, yo me sentía sumamente privilegiada y gozosa. Al llegar los profesores me brindaron recomendaciones y consejos para actuar y hablar, entramos y nos recibió el directo de la lotería nacional, me saludó cordialmente, luego pasamos a su oficina para dejar por escrito mi horario y plan de trabajo. Al finalizar me llevó a conocer las	-La oportunidad de realizar prácticas profesionales en instituciones sumamente importantes y reconocidas en el país. -El valor que le otorga la universidad a las pasantías es incontable, al punto de disponer de sus equipos para facilitar el proceso.	- Determinar desde un primer encuentro la ruta de trabajo y funciones del pasante dentro de la empresa es un paso imperdible. -Las instituciones públicas están a total disposición y colaboración para la formación personal y profesional del estudiante.	.

	instalaciones y a presentarme a los demás colaboradores”.			
<b>Acompañamiento</b>	<p>“Debo admitir que el acompañamiento fue paulatino y cercano porque visitaban regularmente las oficinas, ya sea un profesor u otro, hablaban con mi jefe inmediato para corroborar mi progreso y estar al tanto de cualquier percance. Igual a mí me chateaban o llamaban para saber si estaba todo transcurriendo con normalidad”.</p>	<p>-La FHCJ a través de los docentes a la cabeza de las pasantías son los mentores y responden por los estudiantes.</p> <p>-La constante comunicación es un pilar fundamental antes, durante y al término de las pasantías.</p>	<p>-La universidad junto a las instituciones deben mantener una relación codo a codo con el propósito de seguir paso a paso el proceso de aprendizaje y actuar a tiempo en una situación imprevista.</p> <p>- El dejar a la deriva a un estudiante no es una opción.</p>	
<b>Seguimiento</b>	<p>“Tenía al Dr. Walter Calderón y la MSc. Sandy Uriarte, ellos nos daban su apoyo, nos motivaban, o sea siento que fue una gran oportunidad, en el momento te hacían despertar, ya había vivido otras experiencias de práctica profesionales, por ejemplo, me gustó muchísimo estar en la televisión e igual la radio me gustó</p>	<p>- El seguimiento no quedaba enclaustrado en visitas y mensajes, sino que por medio de notas redactadas por los propios estudiantes fundamentaban semana a semana las labores que desempeñaban.</p> <p>-El apoyo moral no puede olvidarse porque de este dependerá la continuidad y finalización de las pasantías de cada estudiante.</p>	<p>-Los resultados de las prácticas profesionales quedan enmarcados en los informes de los estudiantes.</p> <p>-A partir de los nuevos convenios y fortalecimiento de las relaciones con las instituciones las pasantías son una oportunidad de crecimiento y desarrollo estudiantil.</p>	

	mucho, sin embargo, el seguimiento que me brindaron durante mi estancia en la lotería fue evidenciado por un informe semanal”.			
<b>Experiencias</b>	<p>“La asistencia hacia el gerente, llevándole sus cosas, atendiéndole desde la anotación al momento que se presentaban en un medio de comunicación. También anduvimos en la calle que la lotería se presentaba con concursos para llamar la atención de su público, un ejemplo fue la actividad en el Mayoreo, siempre pendiente al grupo de trabajo de Relaciones Públicas de la lotería nacional. Otra experiencia, es que tienen un sistema generalmente que la gente llama y nosotros atendíamos, no las quejas, sino que el sistema tenía como digitar</p>	<p>-Claramente se puede percibir las funciones del pasante en el campo de las Relaciones Públicas, a través de la organización, dirección y recolección de información de eventos concurridos. -Hacer parte del equipo al pasante concluirá en aprendizajes que perduran para toda su vida profesional.</p>	<p>-Las Relaciones Públicas son fundamentales para toda empresa que tiene como fin aumentar la cercanía y proyección de la imagen de la institución. -El papel del publicirrelacionista es imprescindible, inicia sus conocimientos en la carrera y lo lleva a la acción en sus horas como pasante.</p>	

	los códigos del vigésimo, más de movimientos en días de pago”.			
<b>Acreditación</b>	“Concluyendo mi tiempo de prácticas agrupé todos los informes redactados en cada semana para unirlos en el final, posteriormente se lo entregué a mis tutores, sin olvidar que ellos llevaron directamente a mi jefe inmediato la rúbrica evaluativa y firma de la constancia”.	-Como fue una estudiante asignada a una institución que tiene convenio con la universidad los profesores responsables de las prácticas son los encargados de evaluar su rendimiento laboral. -Ningún pasante aprueba las prácticas profesionales sin tener en su haber la carta aval.	- Los informes finales son la prueba latente de la efectividad de los convenios. -El seguimiento de las prácticas concluye hasta la entrega de la rúbrica evaluativa a los jefes inmediatos de los estudiantes pasantes, procurando la perduración de los espacios.	

Matriz de valoración de los aprendizajes, limitaciones, oportunidades, retos y exigencias				
Dimensión	Cita textual	Análisis	Hallazgos	Observaciones
<b>Aprendizajes</b>	(Entrevista) “Los aprendizajes que te puedo mencionar son en el marco de las Relaciones Públicas, sin temor a equivocarme, aprendí que el publlirrelacionista no se queda únicamente en dedicarse a grabar y publicar en plataformas	-El pasante se abre camino a descubrir campos poco explorados de la carrera. -Es un período determinante de aprendizaje para el estudiante, ya que estará preparado al momento de buscar empleo formal y no enfocarse en una sola rama de la comunicación.	- La universidad siembra en los estudiantes las semillas del conocimiento, sin embargo, es en la práctica cuando realmente florecen. -El publlirrelacionista es una rama de la comunicación que acoge	

	<p>digitales, tiene otras muchas más funciones como la organización y consolidación de poder de convocatoria para un evento, conectar con la gente porque hoy en día los medios y empresas buscan incansablemente formas y tácticas para fortalecer esa comunicación con sus distintos públicos en base a la empatía y el sentido humano”.</p>		<p>muchas de las habilidades y destrezas que privan a un profesional de la comunicación que solo se aferra a un medio televisivo.</p> <p>- El que lleva a la batuta las Relaciones Públicas es un profesional con un alto grado de manejo de relaciones interpersonales.</p>	
<b>Limitaciones</b>	<p>“Las limitaciones fueron más en el aspecto de movilizarme a la calle, salir de mi zona de confort, yo creía que pasaría en una oficina redactando y editando, por el contrario, me atreví, llenándome de fuerza y coraje a estar al frente de actos masivos. Por otro lado, fui responsable de la redacción de informes de las mismas visitas y darlos a conocer a mis superiores”.</p>	<p>-El joven que se atreve a vivir nuevas experiencias se empapara de conocimientos que le serán de utilidad para el resto de su camino profesional.</p> <p>-Las limitaciones solo encarcelan el aprendizaje.</p> <p>-La redacción es la pieza de las recompensas que une la ruta de trabajo del publicirrelacionista.</p>	<p>-Mientras transcurren las prácticas los estudiantes reciben constantes retos, sin embargo, tras su preparación académica no se hacen a un lado y sobresalen al final.</p> <p>- Realmente no son limitaciones, sino vías para el desarrollo personal.</p>	

<p><b>Oportunidades</b></p>	<p>“La oportunidad que miré fue de crecimiento porque a pesar de que no quedé fija, ya que en ese momento al parecer no había ninguna vacante laboral de trabajo, siento que me llevé una bonita experiencia”.</p>	<p>- Desde el primer segundo que los estudiantes reciben una bienvenida en el centro de prácticas están optando a una oportunidad única e irrepetible. -Una vacante no es la meta final, ni debería ser lo más importante, sino los aprendizajes y retroalimentación que pueda incorporar a su vida el estudiante.</p>	<p>- Las organizaciones están anuentes a contratar a algunos estudiantes que hayan realizado excelentes prácticas y tengan en su haber una hoja de vida destacada. - El no obtener el puesto laboral solo abre las alas para encontrar el trabajo soñado, puesto que las prácticas solo son el primer arranque.</p>	
<p><b>Retos</b></p>	<p>“Los retos que se me presentaron fueron adaptarme a nueva forma de trabajo y área porque en mis antiguas pasantías solo abarcaba lo básico del comunicador como la edición y redacción, sin embargo, al estar en la lotería nacional se apuesta por una metódica y preestablecida ruta de funciones, al mismo tiempo charlar y estar con contacto seguido con el pueblo capitalino, son tareas que apelaban más a mi</p>	<p>- La adaptabilidad es el principio para conducir hacia el triunfo las prácticas. -Nadie nace aprendido, a algunos les es más fácil las entrevistas y a otros la producción, es por ello que en esta carrera existe un amplio abanico de campos de acción de un comunicador.</p>	<p>-Los convenios con las instituciones otra aula de clases en la que el estudiante aprende día con día y al mismo tiempo práctica lo que va escuchando y viendo. -En los espacios de prácticas el estudiante no únicamente utiliza sus fortalezas, asimismo, activa otras capacidades.</p>	

	capacidad de análisis e ingenio”.			
--	-----------------------------------	--	--	--

Matriz de valoración de la reflexión y proyección de la Comunicación para el Desarrollo en el ámbito de las Relaciones Públicas.

Dimensión	Cita textual	Análisis	Hallazgos	Observaciones
-----------	--------------	----------	-----------	---------------

**Lic. Cristhian Namoyure**

Matriz de valoración de la experiencia

Dimensión	Cita textual	Análisis	Hallazgos	Observaciones
<b>Proceso de inducción</b>	(Entrevista) “Durante mi proceso de prácticas profesionales II, fui ubicado por medio de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN Managua, por medio del docente de prácticas, ubicada en la Lotería Nacional, dando acompañamiento el primer día pasantías, también se mencionó por parte del responsable de área lo que se iba a trabajar”.	-El proceso de inducción en cada centro de práctica, es dirigido por las personas responsables que han establecido en el convenio de colaboración con la UNAN Managua  -El encargado del área de RRPP de la Lotería Nacional, destacó, el compromiso que significa el estar dentro de las instalaciones, así como, la normativa, horarios de entrada y salidas.	- Los y las estudiantes realizan sus prácticas en sitios convenientes y provechosos por un convenio institucional con empresas aliadas y se encuentran bajo el seguimiento de los encargados de la facultad de FHCJ.	- Es importante mencionar que el proceso de pasantía está normado a través de convenios que ha realizado la UNAN Managua con instituciones del Estado de Nicaragua, esto para que los estudiantes tengan su espacio de prácticas.
<b>Acompañamiento</b>	“El docente que me ubicó en las pasantías fue la MSc.. Sandy	- La carrera de Comunicación en su etapa de prácticas profesionales es	-Las empresas o Instituciones que piden a pasantes de	-

	Uriarte, ella fue el primer día a hacer mi entrega, ese día, me presentó con buenas referencias, posteriormente la encargada de Relaciones Públicas de la Lotería Nacional me da el seguimiento a diario conforme a lo solicitado.	eficiente con los estudiantes con gran potencial que se desarrollaran de una manera excelente, siempre poniendo en alto al alma mater y siguiendo esos roles de acompañamiento.	RRPP siempre ven el potencial y preparación que tiene un estudiante de la UNAN, siempre haciendo un trabajo y dispuesto a aprender.	
<b>Seguimiento</b>	“los docentes deberían de dar un seguimiento más continuo más enfocado, para que los estudiantes se mantengan motivados, por qué al final no estamos hablando de consentir a los estudiantes, estamos hablando de formar a estudiantes con muy buenas capacidades y con el acompañamiento que se debe de	-El seguimiento que se les dan a los estudiantes es de manera interna desde la institución y el área en específico. -El estudiante recibe de manera interna las indicaciones de lo que se realizará en el área. -El crecimiento en la institución hace que los estudiantes desarrollen habilidades de competencias.	-La mayor atención de los docentes hacia los estudiantes debe de ser mejor para establecer una comunicación más fluida.	-Más atención al estudiante implica que se dé un seguimiento más profundo, no para la comodidad sino para comprobar el trabajo que se ha responsabilizado.



	<p>hacer como tal, entonces considero que es necesario que los docentes de la carrera mantengan mayor comunicación y mayor seguimiento con las instituciones y empresas donde los estudiantes hacen pasantías.</p>			
<b>Experiencias</b>	<p>“En el lugar dónde desempeñé mis prácticas contaba con un buen ambiente laboral, el área de Relaciones Públicas es un campo muy atrayente y en mi caso me interesaba bastante en aprender y aprovechar la oportunidad que se me brindó. Aprendí que desde el área de instituciones es más que mejorar</p>	<p>-La buena experiencia también se refleja en el tipo de ambiente con el que se trabaje, ya que estando en paz, comodidad y una buena comunicación la experiencia se vuelve buena con la relación de las personas.</p> <p>-El estudiante ejecuta sus habilidades y aptitudes al poner en acción cada conocimiento recibido en el transcurso de sus estudios hasta el momento de</p>	<p>-La elección del centro correcto de prácticas generará mayor proyección de la carrera y la adecuación del perfil profesional del estudiante en el campo laboral.</p>	

	la imagen y aumentar las ganancias”.	insertarse a la vida laboral.  -Al realizar sus prácticas en lugares adecuados a sus características personales el estudiante aprenderá más y aprovechará al máximo el tiempo.		
<b>Acreditación</b>	“Al finalizar mi proceso de pasantías en la institución de Lotería Nacional me brindaron una carta donde me hace constar los meses que estuve de pasante en el área de RRPP, posteriormente, hice un informe que era más que completar porque cada semana se llenaba una bitácora de las cosas que realizaba”.	-Las prácticas profesionales están destinada a 180 horas que se pueden completar en 3 meses según el horario que se tenga en la empresa.  -Se les da a los estudiantes una carta que les acredita sus prácticas profesionales dentro de la institución.  -El estudiante realiza un informe semanal donde refleja lo que realizó, esto acredita sus pasantías en la carrera.	- La carta de acreditación que brinda la institución es de importante para el CV ya que es una experiencia laboral que ha tenido durante su formación académica superior.	-

Matriz de valoración de los aprendizajes, limitaciones, oportunidades, retos y exigencias				
Dimensión	Cita textual	Análisis	Hallazgos	Observaciones
<b>Aprendizajes</b>	(Entrevista) “Mi mayor aprendizaje, la capacidad de poder interactuar con esos con los	-El estudiante adquiere un aprendizaje de poder sociabilizar con compañeros internos del área, pero también con los que son de otros medios o instituciones, llevando una	-La excelente formación de la UNAN Managua permitió el desempeño del estudiante en esa área, también que sea multifacética.	

	<p>compañeros productores, con los compañeros jefes de prensa de los medios de comunicación y sobre todo cómo relacionarte y conquistar a la misma vez a potenciales clientes desde un tipo de comunicación que combina este aquellas técnicas de mercadeo.”.</p>	<p>comunicación fluida y transversal.</p> <p>La importancia que tiene el enviar a estudiante a instituciones donde realmente trabajen las RRPP es importante, debido que, acá el estudiante pone en práctica lo aprendido desde la universidad.</p>		
<b>Limitaciones</b>	<p>“Mi limitación es que se debe garantizar el acompañamiento de los docentes y hablo esto desde el punto de vista de que los docentes pueden monitorear a la institución como es el desempeño de los estudiantes sin</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los estudiantes pasantes dentro de una institución tienen la limitación de un seguimiento profundo que presenten la confianza de avanzar y crecer.</li> </ul>	<p>-Brindar un excelente acompañamiento genera la seguridad del estudiante en el trabajo que está desarrollando, considero que si hay más atención se pueden hacer mejores las cosas.</p>	-

	<p>embargo, siento que eso fue la única para limitación para saber verdad como uno está trabajando en el área y bueno también dar reporte de cómo vas desarrollándose en tu desempeño.</p>			
<b>Oportunidades</b>	<p>“Más que todo en oportunidades fue tener el acceso en aportar en los juegos de azares y tener la confiabilidad para aportar desde el área de RRPP, oportunidad de conocer a entidades de diferentes empresas y medios tradicionales.”.</p>	<p>-El estudiante crece en la confianza de la institución la confiabilidad hace que convierta en la oportunidad de las nuevas tareas o metas planteadas. -El desempeño del estudiante durante sus prácticas profesionales determinará sino solo la oportunidad laboral, sino que, el espacio de aprendizaje y confiabilidad.</p>	<p>-La universidad prepara a los estudiantes en su ética profesional, que desde las diferentes asignaturas donde el estudiante aprende a acoplarse a cada política. .</p>	
<b>Retos</b>	<p>“Es vincular mi carrera de comunicación para</p>	<p>- A los estudiantes se les presenta el reto de la vinculación de la comunicación para el Desarrollo enfocado</p>	<p>- No toda empresa respeta la manera de pensar del profesional ya</p>	

	<p>el desarrollo con este tipo de comunicación que hay en las relaciones públicas que están ligadas a mantener a resguardar la identidad de la institución, esa identidad que debe reflejarse en las relaciones que uno tiene tanto con nuestros públicos, como con otro ente de comunicación.</p> <p>”.</p>	<p>área de las Relaciones públicas. -La identidad de la empresa influye mucho en la toma de decisiones cuando el estudiante de desarrolla.</p>	<p>que rigen sus propias reglas y normas.</p>	
--	--	--	---	--

Matriz de valoración de la reflexión y proyección de la Comunicación para el Desarrollo en el ámbito de las Relaciones Públicas.

<b>Dimensión</b>	<b>Cita textual</b>	<b>Análisis</b>	<b>Hallazgos</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Reflexión</b>	<p>(Entrevista) “Este tipo de comunicación que pasa de la comunicación tradicional vertical que genera</p>	<p>-La carrera prepara a los estudiantes de manera profesional, para que realicen trabajos objetivos y veraces donde el brindar la información clara, traerá recompensas de confianza y seguridad, al igual de asumir roles vinculados al asertividad y</p>	<p>-Actualmente ya la Carrera de Comunicación se ha enfocado en diferentes áreas de trabajo que tiene, y no solo en la televisión o radio, sino el aporte de la comunicación</p>	

	<p>información, que está vinculada a los hechos de actualidad, hacer un tipo de comunicación ligada a dar voz a la ciudadanía específicamente generar procesos de comunicación y que lo vinculamos con la asertividad que debería de generar una comunicación objetiva, una comunicación dedicada a dar esas pautas para formular y gestionar a la misma vez proyectos de desarrollo iniciativas para la participación ciudadana entonces desde el modelo de</p>	<p>desarrollarse en diferentes campos de acción que tiene esta carrera. -Este campo de acción de la comunicación para el Desarrollo permite ser un agente de desarrollo para la sociedad con la que se trabaja y se le brinda una ayuda como un aporte al modelo de gobernaza.</p>	<p>organizacional en las empresas.</p>	
--	--	--	--	--

	<p>gobernanza que tenemos en Nicaragua un modelo de ciudadanía de comunidad la comunicación para el desarrollo ocupa un lugar de suma importancia para generar ese ese entendimiento de las verdaderas necesidades que tienen nuestras comunidades nuestros grupos sociales y que el deber del comunicador para el desarrollo ya sea en cualquier instancia en la que esté o donde esté ofreciendo su servicio.”.</p>			
--	---	--	--	--

<p><b>Proyección</b></p>	<p>“A pesar de todo el comunicador para el desarrollo debe de tener esa habilidad de establecer una comunicación armoniosa asertiva, tanto con futuros clientes por si trabajamos en empresas privadas empresas que generan alguno servicio, o bien si le trabajamos a instituciones gubernamentales porque al final el comunicador estará siempre en contacto con las personas estará en contacto con entidades entonces creo que se debe de mantener los estudios en relaciones</p>	<p>-La capacidad de generar una comunicación asertiva, clara y fluida permitirá abrir espacios de grandes oportunidades para el profesional.</p> <p>- La carrera de Comunicación ha tomado grandes oportunidades en áreas de comunicación estratégica en empresas, esto se basa en la extrovertida carrera que busca el sostén y crecimiento de la instancia.</p>	<p>-La universidad es una incubación de profesionales cargados con las mejores herramientas para ubicarse en cualquier institución y desempeñar efectivamente sus funciones demostrando que la comunicación es una pieza fundamental.</p>	<p>-Muchos estudiantes actualmente siguen sesgados en que la comunicación se basa en ser presentadores de tv, no obstante, este ha sido un enorme reto para las autoridades universitarias.</p>
--------------------------	---	---	---	---



	públicas no quitarla del pensum y más bien fortalecerla. ”.			
--	---	--	--	--

**Lic. Carmen Junieth Meléndez**

Matriz de valoración de la experiencia				
Dimensión	Cita textual	Análisis	Hallazgos	Observaciones
<b>Proceso de inducción</b>	(Entrevista) “Entré a realizar mis pasantías por medio de una información que me brindó la docente Sandy Uriarte que fue un casting y quedé seleccionada, fui la única que se seleccionó ese año, para hacer las pasantías en JP.	-En este caso la estudiante participó de un casting que le dio el puesto para realizar las pasantías profesionales durante los meses que estuvo en el área de RRPP.	-La habilidad que desarrolla el estudiante es que es multifacético en todas las áreas de tiene la comunicación.	-

<b>Acompañamiento</b>	<p>“Mi docente guiador fue la Msc. Sandy Uriarte, ella siempre estuvo disponible a las dudas y consultas, si se me estaba tratando de la manera en que era y si estaba desarrollando, si estaba utilizando lo que la universidad me estaba formando.</p>	<p>-El acompañamiento que se le da al estudiante es para este siempre tenga la confianza de preguntar sobre un aspecto que no esté correcto, así como una duda que tenga de las limitantes que vayan surgiendo.</p>	<p>-Las empresas o Instituciones que piden a pasantes de RRPP siempre ven el potencial y preparación que tiene un estudiante de la UNAN, siempre haciendo un trabajo y dispuesto a aprender.</p>	<p>-</p>
<b>Seguimiento</b>	<p>“La docente encargada era la responsable de recibir mi bitácora semanal de las responsabilidades que se me daban, así como la supervisión si en verdad estaba haciendo labores de enfocadas a la comunicación.</p>	<p>- El seguimiento que se les dan a los estudiantes es de manera interna desde la institución y el área en específico.</p> <p>-El estudiante recibe de manera interna las indicaciones de lo que se realizará en el área, está especializada en una bitácora de trabajo.</p> <p>-Existe un seguimiento de parte de la carrera.</p>		<p>Es importante que no solo se reciban las bitácoras semanales, sino que el maestro llegue semanalmente a la empresa para ver el desempeño del estudiante durante sus meses de estadía.</p>

	Además, la jefa de mi área monitoreaba todo lo que se e indicaba desde el primer día hasta el último, así como las mejoras que debía hacer.			
<b>Experiencias</b>	“mi experiencia fue motivador ya que nosotros recibíamos clases como relaciones públicas, la identidad de las empresas, la comunicación, pero ya llevarlo a un plano de lo que aprendiste fue realmente motivador y eso me llevó a darme cuenta que podía trabajar y es así como luego conseguí diferentes trabajos como de relaciones públicas y marketing que ciertamente van de la mano.”.	-La motivación de seguir haciendo lo que realmente te gusta se convierte en motivación. -El área de comunicación estratégica de RRPP trabaja de la mano del Marketing y publicidad por tal razón esta juega un papel importante en el desarrollo de la empresa. -La habilidad que desarrolla el estudiante es multifacética regido estilo de comportamiento que se brinda desde la UNAN.	-Esta vivencia genera una oportunidad para laboral desde esta área de las que van de la mano.	-
<b>Acreditación</b>	“Para la comprobación de los meses que estuve haciendo mis prácticas me	-Las prácticas profesionales están destinada a 180 horas que se pueden completar en 3 meses	- La carta de acreditación que brinda la institución es de importante para	-

	brindaron una carta desde JP, esto para acreditar me desempeño.	según el horario que se tenga en la empresa.  - Se les da a los estudiantes una carta que les acredita sus prácticas profesionales dentro de la institución.	el CV ya que es una experiencia laboral que ha tenido durante su formación académica superior.	
--	---	--	--	--

Matriz de valoración de los aprendizajes, limitaciones, oportunidades, retos y exigencias				
Dimensión	Cita textual	Análisis	Hallazgos	Observaciones
<b>Aprendizajes</b>	(Entrevista) “La lección más importante que tengo que decirte de relaciones públicas es que todo comunica todo lo que se haga desde la empresa hacia al exterior, o la motivación interna que tiene que ver, o ya sea para vender un proyecto a la empresa es que todo comunica, entonces es importante sentarse, planificar y empezar a trabajar con orden,	-La enorme ventaja de aportar en el área de Relaciones públicas permite que el estudiante por medio de la práctica aprenda de desde como planificar o desarrollar estrategias comunicacionales.  -Los estudiantes aprende lo que es el manejo de una comunicación interna desde la elaboración de planes de trabajo, proyectos.  -	-La asignatura que ofrece la carrera, están ligadas al área como tal, desde la planificación hasta los aportes de estrategias comunicacionales.	

	<p>todo tiene que ir lineado a un orden más si estás desarrollando estrategias internas o externas de la empresa.”.</p>			
<b>Limitaciones</b>	<p>“Mi limitación es que se debe garantizar el acompañamiento de los docentes y hablo esto desde el punto de vista de que los docentes pueden monitorear a la institución como es el desempeño de los estudiantes sin embargo, siento que eso fue la única para limitación para saber verdad como uno está trabajando en el área y bueno también dar reporte de cómo</p>	<p>-Los estudiantes pasantes dentro de una institución tienen la limitación de un seguimiento profundo que presenten la confianza de avanzar y crecer.</p>	-	

	vas desarrollándose en tu desempeño.			
<b>Oportunidades</b>	Siempre hay oportunidades de obtener mayor visualización un ejemplo en un proyecto de tener más clientes, más donantes, y todo eso desde las relaciones públicas y las limitaciones, cuando estás recién egresado o estás haciendo tus pasantías y te dan responsabilidades un ejemplo claro es cuando no tienes una cartera de contactos de donantes, clientes, que puedan ayudar mediante estás conociendo, más preguntando es que vos vas llenando tu agenda de contactos.	-El desempeño del estudiante durante sus prácticas profesionales determinará sino solo la oportunidad laboral, sino que, el espacio de aprendizaje y confiabilidad. -La oportunidad de estar en un área no tan común en la carrera ofrece la ventaja de experimentar el ambiente donde se desarrollan. -El conocer y relacionarse con clientes es sumamente importantes para hacer agendas de contactos.	-La importancia que tiene el relacionarse con personas de la misma ayuda a generar una tabla de contactos.	

<b>Retos</b>	“El reto más grande que tuve fue hacer el trabajo de relaciones pública y llevar a la práctica lo que se nos enseñaba en la universidad por ejemplo la planificación que conllevó organizar mejor las cosas”.	- La identidad de la empresa influye mucho en la toma de decisiones cuando el estudiante de desarrolla. -Uno de los grandes retos que pasan los estudiantes es aprender bien el área de las RRPP, su lenguaje, su forma de comunicar entre otros.	- No toda empresa respeta la manera de pensar del profesional ya que rigen sus propias reglas y normas.	
--------------	---	--	---	--

Matriz de valoración de la reflexión y proyección de la Comunicación para el Desarrollo en el ámbito de las Relaciones Públicas.

<b>Dimensión</b>	<b>Cita textual</b>	<b>Análisis</b>	<b>Hallazgos</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Reflexión</b>	(Entrevista) Realmente la comunicación es muy importante en todo ámbito y más en las relaciones públicas porque a partir de ahí nosotros demostramos lo que estamos haciendo dentro de la organización dentro de un proyecto y por ende, es	-La carrera prepara a los estudiantes de manera profesional, para que realicen trabajos objetivos y veraces donde el brindar la información clara, traerá recompensas de confianza y seguridad, al igual de asumir roles vinculados al asertividad y desarrollarse en diferentes campos de acción que tiene esta carrera.  -	-Actualmente ya la Carrera de Comunicación se ha enfocado en diferentes áreas de trabajo que tiene, y no solo en la televisión o radio, sino el aporte de la comunicación organizacional en las empresas.	

	<p>importante darle el momento investigación para hacer un currículum donde se pueda como demostrar que la organización están cumpliendo con las normas y alcanzando oportunidades.</p>			
<b>Proyección</b>	<p>Las empresas en los últimos años se han dado cuenta que hay que darle mucha importancia de como se ve desde el exterior y como se mantienen, también como lo interno, entonces la comunicación y relaciones públicas es algo de sumo valor en que ellos saben de qué si no tiene un</p>	<p>La Comunicación interna de las empresas ha tomado importancia gracias a una comunicación estratégica que influye de manera positiva en el funcionamiento esencial.</p>	<p>-La universidad es una incubación de profesionales cargados con las mejores herramientas para ubicarse en cualquier institución y desempeñar efectivamente sus funciones demostrando que la comunicación es una pieza fundamental.</p>	<p>-Muchos estudiantes actualmente siguen sesgados en que la comunicación se basa en ser presentadores de tv, no obstante, este ha sido un enorme reto para las autoridades universitarias.</p>



	buen hilo de eficiencia, está listo para el fracaso.			
--	--	--	--	--

Josselinne Anielka Grijalva Ariola

Matriz de valoración de la experiencia				
Dimensión	Cita textual	Análisis	Hallazgos	Observaciones
<b>Proceso de inducción</b>	(Entrevista) “En mi caso me llevaron el ex coordinador de la carrera y el profesor encargado de las prácticas profesionales en el año 2019, realicé un tour por todas las instalaciones del sitio y la jefa inmediata me señaló las normas a seguir y el plan de trabajo”.	-Se establecieron los horarios de trabajos y la normativa que regula la convivencia entre todos los miembros del equipo. - Al igual se pautó la metodología de seguimiento y las responsabilidades que debían asumir la universidad y el centro de prácticas.	- Los y las estudiantes realizan sus prácticas en organizaciones e instituciones públicas que han pautado un convenio. -Los estudiantes se encuentran bajo el continuo seguimiento de los encargados de la facultad de FH CJ.	- Las prácticas se realizan en el tiempo idóneo, en el cual el estudiante cuenta con conocimientos vigentes para la fácil adquisición de nuevas experiencias, corroborar ideas y reforzar su formación profesional.
<b>Acompañamiento</b>	“El maestro que me ayudó fue el ex coordinador de la carrera el Dr. Walter Calderón y me llevó el primer	-Existe evidencia clara y contundente de que a los estudiantes se les guía y conduce hacia el camino del éxito.	-Los convenios firmados por las empresas y la universidad brindan sus frutos al abrirle espacios de aprendizaje a	

	día junto al MSc. Milán Prado, entonces se tiene lo que es protocolo”.	-Las prácticas son un período de formación en conjunto que involucra el compromiso del estudiante e intervención del docente.	futuros profesionales.	
<b>Seguimiento</b>	“Los docentes como el jefe de área fueron muy atentos y fue una experiencia muy bonita, agradeciendo por su noble compromiso”	-El seguimiento se notó en las visitas ocasionales al centro de prácticas, las llamadas y comunicación constante con la joven y su responsable para comprobar su progreso en las labores que le asignaron.	-La estrecha y consolidada relación e interacción basada en la retroalimentación por parte de los tres agentes de las prácticas, como lo son el estudiante, docente y jefe del sitio.	
<b>Experiencias</b>	“En el lugar dónde desempeñé mis prácticas contaba con un buen ambiente laboral, el área de Relaciones Públicas es un campo muy atrayente y en mi caso me interesaba bastante en aprender y aprovechar la oportunidad que se me brindó. Aprendí que desde el área de instituciones es más que mejorar la	-El estudiante ejecuta sus habilidades y aptitudes al poner en acción cada conocimiento recibido en el transcurso de sus estudios hasta el momento de insertarse a la vida laboral. - Al realizar sus prácticas en lugares adecuados a sus características personales el estudiante aprenderá más y aprovechará al máximo el tiempo.	-La elección del centro correcto de prácticas generará mayor proyección de la carrera y la adecuación del perfil profesional del estudiante en el campo laboral.	

	imagen y aumentar las ganancias”.			
<b>Acreditación</b>	<p>“Al culminar mi tiempo de prácticas los docentes a cargo me entregaron una rúbrica de evaluación para comprobar mi esfuerzo y dedicación, además, entregué una constancia como prueba de la experiencia a mi jefe inmediato, así mismo realizaba mis informes semanales y entregué al final un informe final junto a las bitácoras de la clase”.</p>	<p>-Las prácticas son un tiempo destinado a la validación del saber y entendimiento de los datos recolectados en la universidad en concordancia con las funciones desempeñadas en puestos de trabajos.</p> <p>-</p>	<p>- Para seguir manteniendo y cultivando mejores y más relaciones con otras instituciones es menester presentar instrumentos de evaluación y comprobación de la práctica del estudiante.</p> <p>-El estudiante se encuentra listo y preparado dotado con educación de calidad y vivencias enriquecedoras para integrarse fácilmente a un trabajo formal.</p>	

Matriz de valoración de los aprendizajes, limitaciones, oportunidades, retos y exigencias				
Dimensión	Cita textual	Análisis	Hallazgos	Observaciones
<b>Aprendizajes</b>	<p>(Entrevista) “Establecer planes estratégicos para transmitir mejor el mensaje e imagen de la empresa/institución, Realizar los comunicados de</p>	<p>-Las funciones que desempeñaba el estudiante en su centro de prácticas son propias de un publicirrelacionista, fortaleciendo por consecuente su perfil profesional.</p>	<p>-Los conocimientos impartidos en su casa de estudios son realmente provechosos y valorados por el estudiante.</p>	

	<p>prensa, participar en la creación de discursos para cada proyecto sobre las actividades de la institución, también en la organización de eventos, ya sea reuniones de todo el personal en auditorios o en la celebración de cumpleaños. En la comunidad externa se trabaja con la presentación de proyectos para futuros inversionistas. En el caso de la institución se manejan relaciones que puedan potenciar al financiamiento de proyectos y demás”.</p>			
<b>Limitaciones</b>	<p>“Realicé mis prácticas de profesionalización II en el 2019 apenas llevaba aprobado el tercer año de la carrera. Aún no había visto la clase de RRPP, si de políticas públicas que ya me había dejado cierto indicio de lo que eran las Relaciones Públicas”.</p>	<p>-La falta de dominio de la profesión y toda la gama de tareas que conlleva puede generar la poca o nula objetividad en el cumplimiento de las responsabilidades del estudiante en el centro de prácticas. -El tiempo exacto es un factor determinante para el éxito de las prácticas, ya que si un estudiante no está completamente preparado no dará resultados favorables.</p>	<p>-El pénsum de la carrera debe dotar desde los primeros años al estudiante las primeras herramientas para partir fuera de la universidad. -El orden y sitio para realizar las prácticas se eligen por las destrezas, aptitudes y preparación académica del joven.</p>	

<b>Oportunidades</b>	“Después de finalizar mis pasantías, logré trabajar 5 meses en el Ministerio de Transporte e Infraestructura (MTI)”.	-El desempeño del estudiante durante sus prácticas profesionales determinará las oportunidades de crecimiento laboral.	- Los convenios entre las empresas y universidad tienen como una de sus finalidades marcar el rumbo del porvenir de los estudiantes con su primer trabajo formal.	
<b>Retos</b>	“Añadiendo que sería una buena opción que se le agregara el idioma inglés porque existen varias terminologías que se deben de utilizar, en mi caso, en el área que estaba se utilizaban bastante, considero que un estudiante bien formado estará inmerso en todos los aspectos relacionados al área de comunicación”.	-Dominar un nuevo idioma es un plus para los estudiantes y será la llave para alcanzar nuevas metas.	-La universidad tiene cursos de idiomas, los cuales son un reto porque se trata de compaginar y llevar de la mano las clases de la carrera y a la vez aprender a hablar otra lengua.	

Matriz de valoración de la reflexión y proyección de la Comunicación para el Desarrollo en el ámbito de las Relaciones Públicas.				
Dimensión	Cita textual	Análisis	Hallazgos	Observaciones
<b>Reflexión</b>	(Entrevista) “Hombres y mujeres capaces y competentes a contribuir con el desarrollo de su país en diversas áreas. Y la visión de nombrar a la carrera Comunicación para el Desarrollo parte de esa idea, lograr ser competentes	-La carrera no se resume únicamente en preparar a estudiantes para que se conviertan en presentadores y periodistas,	-Desde el año 2019 la carrera ha entrado en un proceso de modificación curricular, con el fin de seguir contribuyendo	

	laborando en cualquier área. Dejando atrás los estereotipos de estar en cámaras por verse bien o locutar por tener una voz grave, entre otros”.	hoy en día de acuerdo a las exigencias de la sociedad apuesta por formar a profesionales que sean constructores de cambios para el bien desde sus realidades.	al desarrollo y crecimiento del país a través del talento joven.	
<b>Proyección</b>	“En mi área de RRPP tristemente estaban dos comunicadores a parte de la jefa, y es muy triste que solo dos personas hicieron todo el trabajo colectivo, sería una buena opción que los estudiantes conozcan esta área que a veces la miramos intimidante, y que desde la universidad te preparan como profesionales multifacéticos”.	-El poco valor que se le otorga a la comunicación por considerarla superficial y tratarla desde la básico, que es publicar y compartir notas en las redes sociales de la empresa, sin embargo, la labor de la comunicación comienza en las conexiones que te permite crear y en el público que puedes atrapar cada día si se toma como una estrategia organizacional.	-La universidad es una incubación de profesionales cargados con las mejores herramientas para ubicarse en cualquier institución y desempeñar sus funciones demostrando que la comunicación es una pieza fundamental.	-Como todo es un trabajo en equipo la universidad ofrece el conocimiento y es el estudiante quien decide si darle un giro y ubicarse en espacios donde se coloca en segundo plano a la comunicación.

**Lic. Jader Ant3nio Dormuz**

Matriz de valoraci3n de la experiencia				
Dimensi3n	Cita textual	An3lisis	Hallazgos	Observaciones
<b>Proceso de inducci3n</b>	Para ese tiempo, yo fui ubicado por la coordinaci3n acad3mica, que, en ese Para ese tiempo, yo fui ubicado por la coordinaci3n acad3mica, que en ese momento era para que ese estudiante tuviera la oportunidad de tener acceso y a futuro un empleo, entonces es oportuno ya que los maestros estaban de la mano, para ver esa cercan3a y como es el desempe1o de pr3cticas profesionales del estudiante con capacidades integrantes.	-En el a1o 2020 la universidad ten3a un programa de coordinaciones acad3micas, esto consist3a en reclutar a estudiantes de mejores promedios para darles esa oportunidad.  -	-La oportunidad que brinda la universidad en poder crear profesionales que est3n listos para asumir trabajo despu3s de sus pasant3as.	-

	<p>momento era para que ese estudiante tuviera la oportunidad de tener acceso y a futuro un empleo, entonces es oportuno ya que los maestros estaban de la mano, para ver esa cercanía y como es el desempeño de prácticas profesionales del estudiante con capacidades integrantes.</p> <p>-</p>			
<b>Acompañamiento</b>	No mencionó ningún aspecto de acompañamiento.	No mencionó ningún aspecto de acompañamiento	No mencionó ningún aspecto de acompañamiento	No mencionó ningún aspecto de acompañamiento
<b>Seguimiento</b>	<p>“Entonces es oportuno ya que los maestros estaban de la mano, para ver esa cercanía y como es el</p>	<p>- El seguimiento que se les dan a los estudiantes es de manera interna desde la institución y el área en específico.</p> <p>-Existe un seguimiento de parte de la</p>	-La conexión existente entre la universidad y los docentes.	



	desempeño de prácticas”	carrera y los docentes en conjunto de encargados de prácticas.		
<b>Experiencias</b>	<p>“Mi experiencia de pasantías fue el Centro de Innovación Carlos Martínez Rivas, ahí éramos los encargado de administración las redes sociales, la investigación en giras de campos, por innovación abierta, y esto involucra las relaciones interpersonales con las demás personas y eso me ayudó a relacionarme con</p>	<p>-La adaptación del estudiante de salir de lo tradicional es una experiencia que va de la mano con los retos y desafíos.</p> <p>-El área de comunicación estratégica de RRPP trabaja de la mano del Marketing y publicidad por tal razón esta juega un papel importante en el desarrollo de la empresa.</p> <p>-La habilidad que desarrolla el estudiante es multifacética regido estilo de comportamiento que se brinda desde la UNAN.</p>	-Esta vivencia genera una oportunidad para laboral desde esta área de las que van de la mano.	-

	<p>los servidores en diferentes rubros, comúnmente un buen comunicador desde mi experiencia a mi me sirvió para tener una información verídica, es decir no solo estar en la universidad al campo”.</p>			
<b>Acreditación</b>	<p>Posterior a eso, en Centro de Innovación validó con una carta de que había culminado con éxitos las prácticas profesionales, donde entregaba un informe semanal tipo</p>	<p>-Las prácticas profesionales están destinada a 180 horas que se pueden completar en 3 meses según el horario que se tenga en la empresa.</p> <p>- Se les da a los estudiantes una carta que les acredita sus prácticas profesionales dentro de la institución.</p>	<p>- La carta de acreditación que brinda la institución es de importante para el CV ya que es una experiencia laboral que ha tenido durante su formación académica superior.</p>	-

	rúbrica y al terminar un informe general.			
--	---	--	--	--

Matriz de valoración de los aprendizajes, limitaciones, oportunidades, retos y exigencias				
Dimensión	Cita textual	Análisis	Hallazgos	Observaciones
<b>Aprendizajes</b>	(Entrevista) “Dentro de la carrera a nosotros nos enseñaron a realizar planes de monitoreo, como realizar una empresa, trabajo en equipo, atención al cliente, entre otras cosas que hasta el día de hoy han sido de mi utilidad.”	-La enorme ventaja de aportar en el área de Relaciones públicas permite que el estudiante por medio de la práctica aprenda de desde como planificar o desarrollar estrategias comunicacionales.  -Los estudiantes aprende lo que es el manejo de una comunicación interna desde la elaboración de planes de trabajo, proyectos.  -	-La asignatura que ofrece la carrera, están ligadas al área como tal, desde la planificación hasta los aportes de estrategias comunicacionales.	-
<b>Limitaciones</b>	“No me limité, porque en el ámbito de las relaciones públicas un buen comunicador también hace relaciones públicas, así como	-	-	

	<p>está estipulado en casa lugar debe de trabajar de manera articulada con este campo de acción que bebemos de tener en cuenta cómo vas a tratar a una persona, como puedes desempeñarte”.</p>			
<b>Oportunidades</b>	<p>“Oportunidades, tener acceso al ámbito laboral ya que como profesional tenemos que saber que las relaciones públicas nos vienen a abrir puerta para hacer bien el trabajo y que tenemos que resolver ante cualquier necesidad o eje”.</p>	<p>-El desempeño del estudiante durante sus prácticas profesionales determinará sino solo la oportunidad laboral, sino que, el espacio de aprendizaje y confiabilidad. -La oportunidad de estar en un área no tan común en la carrera ofrece la ventaja de experimentar el ambiente donde se desarrollan. -El estudiante se desarrolla para resolver cualquier incidente en el centro de práctica.</p>	<p>-La preparación que brinda la universidad hace que el estudiante sea multifacético en todas las áreas.</p>	
<b>Retos</b>	<p>Uno de los mayores retos es que desde el área de la</p>	<p>- La identidad de la empresa influye mucho en la toma de decisiones cuando el estudiante de desarrolla.</p>	<p>- No toda empresa respeta la manera de pensar del profesional ya que rigen sus propias reglas y normas.</p>	

	<p>comunicación nosotros tenemos que estar en los diferentes procesos, entonces la comunicación es inherente y de los retos fue adaptarme a la problemática que tenían los autores, un ejemplo cuando mencionaban un proyecto con terminologías diferentes, tenía que investigar bien acerca de eso, en que aportaba y como puedes llegar a ese nivel léxico de esta área, este reto lo tenemos todos cuando estamos agarrando la experiencia. Un ejemplo en las coberturas, adaptarte al vocabulario técnico.</p>	<p>-Uno de los grandes retos que pasan los estudiantes es aprender bien el área de las RRPP, su lenguaje, su forma de comunicar entre otros.</p>		
--	--	--	--	--

--	--	--	--	--

Matriz de valoración de la reflexión y proyección de la Comunicación para el Desarrollo en el ámbito de las Relaciones Públicas.

<b>Dimensión</b>	<b>Cita textual</b>	<b>Análisis</b>	<b>Hallazgos</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Reflexión</b>	(Entrevista)	-La carrera prepara a los estudiantes de manera profesional, para que realicen trabajos objetivos y veraces donde el brindar la información clara, traerá recompensas de confianza y seguridad, al igual de asumir roles vinculados al asertividad y desarrollarse en diferentes campos de acción que tiene esta carrera.	-Actualmente ya la Carrera de Comunicación se ha enfocado en diferentes áreas de trabajo que tiene, y no solo en la televisión o radio, sino el aporte de la comunicación organizacional en las empresas.	
<b>Proyección</b>	Sabemos que la carrera de comunicación es hacer comunicación y desarrollo en ese sentido de qué aportar a la comunidad aportar a los diferentes sectores y aportar también a lo que viene siendo la	-La comunicación va más allá de tomar un micrófono, sino que es capaz de acercarse a la población y darle un aporte esencial que ayude a mejorar.	-La universidad es una incubación de profesionales cargados con las mejores herramientas para ubicarse en cualquier institución y desempeñar efectivamente sus funciones demostrando que la comunicación es una pieza fundamental.	

	<p>academia. Un comunicador tiene que responder a las necesidades que tengan en el país y estar alineado a las políticas de nuestro gobierno nacional, no solo a eso, sino que, también a la investigación, extensión, innovación y a todos los procesos que se necesite la comunicación, dentro de esos mismos sabemos la comunicación siempre va a estar presente y como futuros comunicadores nosotros tenemos que aportar fortalecimiento institucional o cualquier medio de comunicación.</p>			
--	--	--	--	--

--	--	--	--	--

Jafet Eli Sirias Pérez

Matriz de valoración de la experiencia				
Dimensión	Cita textual	Análisis	Hallazgos	Observaciones
<b>Proceso de inducción</b>	(Entrevista) “Mi proceso de inducción fue bastante ágil y desde el primer momento conté con la protección y el apoyo de mis docentes guías al llegar juntos al medio de comunicación, me recibió el jefe de prensa, nos reunimos en una de las salas para estipular el cronograma de trabajo, horario y mis funciones dentro del área que fui colocado, en verdad que no tengo queja del excelente trato del jefe y colaboradores del canal”.	-El acompañamiento de los docentes es indispensable para fijar el procedimiento a seguir en las prácticas profesionales y concluir las en tiempo y forma. -La organización es el primer y más relevante paso para evitar contratiempos en las pasantías.	- Los responsables de los medios que tienen convenio con la universidad son los faroles durante el proceso de pasantías para los estudiantes y su cooperación da como resultado la efectividad de las experiencias a aprendizajes. - El trabajo en equipo, ordenado y cooperativo hacia una misma línea generará productos beneficiosos para todos los involucrados.	
<b>Acompañamiento</b>	“El acompañamiento fue uno de los puntos que más destaque porque un profesor de la universidad estuvo todo momento conmigo, me escribía, llamaba y	-El docente encargado de las prácticas al colaborar con el estudiante en sus pasantías se convierte en el respaldo principal del joven para seguir	-El acatamiento de las normas establecidas por la universidad de mano de los estudiantes y profesores es preciso. -Los convenios no terminan en	



	<p>ante cualquier imprevisto recurría a su persona. También, debo reconocer que visitaba el medio en reiteradas ocasiones para validar mi cumplimiento con las actividades asignadas. La comunicación fue importantísima”.</p>	<p>esforzándose y entregando lo mejor de sí mismo. -La comunicación efectiva no puede faltar en ninguno de los agentes que forman parte del escenario de las prácticas.</p>	<p>una firma, por ello que la presencia de los docentes en el centro de pasantías y el jefe inmediato al brindar un informe acerca del desempeño conducirá las enseñanzas de los estudiantes.</p>	
<b>Seguimiento</b>	<p>“Fue muy gratificante ya que por segunda vez estuve en un medio, a decisión propia, los maestros sí estuvieron al pendiente con los 4 que estábamos en el canal, también, esa confianza que nos tenían era bonita porque sabían y conocían nuestro potencial”.</p>	<p>- No basta solo con la atención, sino los valores que poseen los estudiantes son importantes porque están representando la universidad y a sus compañeros. -Los docentes al conocer verdaderamente a sus estudiantes auguran grandes posibilidades para ellos.</p>	<p>- El rendimiento de cada estudiante durante sus clases determina el lugar que será ubicado para realizar sus prácticas.</p>	
<b>Experiencias</b>	<p>“Esta segunda experiencia fue más enriquecedora porque pude organizar algunos eventos, dirigir y organizar con ayuda de mis mayores ruedas de prensa y coordinar las relaciones con otros agentes que trabajan de la mano con el canal. Aparte mis ideas fueron</p>	<p>-Al estudiante se le permite expandir sus conocimientos e influir en las decisiones dentro la comunicación organizacional del medio. -Las asignaciones del estudiante giraban en torno a las Relaciones Públicas, una puerta hacia la recolección de</p>	<p>-Las experiencias son el refuerzo de las clases y un examen diario para comprobar el nivel de aprendizaje con el que cuenta el estudiante sobre las distintas ramas de la comunicación y conocer cuales son las</p>	

	tomadas en cuenta para las estrategias comunicacionales”.	nueva información para formar a un comunicador completo y que domine diferentes áreas.	oportunidades de crecimiento que necesita.	
<b>Acreditación</b>	“Para concluir mis prácticas entregamos un informe final que evidenciaba cada una de las tareas que realizamos, una carta firmada y sellada por el jefe de prensa. Dicho informe incluía fotografías que comprobaban todo lo que hicimos y aportamos. Cada momento valió la pena y aprendí con cada nota y cobertura que realicé”.	- Los informes son el examen final que constata todo el aprendizaje del estudiante. -Así como hubo una apertura el cierre de las pasantías concluye con la constancia del jefe inmediato.	-En cada momento, cada labor y en cada persona los estudiantes al estar realizando sus pasantías aprenden algo que les servirá en un futuro.	

Matriz de valoración de los aprendizajes, limitaciones, oportunidades, retos y exigencias				
Dimensión	Cita textual	Análisis	Hallazgos	Observaciones
<b>Aprendizajes</b>	(Entrevista) “Mis mayores aprendizajes fueron en términos de horarios porque yo no era una persona muy disciplinada y cumplida con los horarios que digamos, me enseñaron a	-En las prácticas no solo se aprende, sino también se forma al estudiante integralmente como profesional y persona para marcar un precedente en sus labores.	-Las Relaciones Públicas son mucho más que andar en reuniones y eventos, además, el publlirrelacionista sabe redactar, editar y tiene una gran capacidad de organización.	

	<p>organizarme y estipular una hora y fecha para cada cometido.</p> <p>Asimismo, afilé mis habilidades en oratoria, grabación, redacción y ser empático”.</p>			
<b>Limitaciones</b>	<p>“Pues como limitación podría decir que yo tuve es que estaba como estudiante y no podía hacer muchos aspectos porque obviamente me miraban como un estudiante no como un trabajador o un profesional”.</p>	<p>-Durante las prácticas tampoco se puede faltar por arriba de la experiencia y cargos de los otros colaboradores, sin embargo, el estudiante en circunstancias es hecho parte como un miembro más cuando ya se tiene la seguridad de que domina las funciones de su área.</p>	<p>-En la vida profesional se deben cumplir etapas y durante las pasantías el estudiante es un apoyo porque asumen responsabilidades de acuerdo a su nivel de conocimientos.</p>	
<b>Oportunidades</b>	<p>“La oportunidad fue conocer la manera de cómo hablar con las personas porque no todos somos iguales y primeramente analizar a la persona con la que vamos a hablar y así poder prepararme, entonces la manera correcta de cómo poderle transmitir mi idea a esa persona”.</p>	<p>-Al salir de la universidad a prestar las horas a una empresa el estudiante se enfrenta a los que considera puntos débiles y realmente son oportunidades para ser mejor y abrirse caminos a retos que lo formarán como un comunicador apto que pueda entablar relaciones y conversaciones fructíferas.</p>	<p>- Un relacionista público debe saber cómo conectar y que decir en el momento justo, recurrir a las palabras correctas para no caer en la redundancia o erróneas interpretaciones.</p>	

<b>Retos</b>	“El reto más grande fue en los primeros días al poder aportar mis ideas, ya que no me miraban como un profesional, sino como un estudiante, entonces prácticamente no me ponían mucha atención, aunque una vez sí lo hicieron porque sabían de que yo tenía la razón para poder llegar a un acuerdo, recuerdo que fue con relación a unos de los programas de la revista que realizaban pues les di una observación que al fin y al cabo la terminaron aceptando”.	-El reto de ser escuchado se puede superar al demostrar que te has ganado con trabajo duro y teniendo las competencias para el puesto. -Buscar las oportunidades para aportar al equipo y no guardarse nada porque esa opinión puede ser crucial.	- El ser estudiante no es un limitante ni significa que no está al nivel de las circunstancias, al contrario, es la ocasión para refrescar el ambiente de trabajo con ideas innovadoras.	
--------------	--	--	--	--

Matriz de valoración de la reflexión y proyección de la Comunicación para el Desarrollo en el ámbito de las Relaciones Públicas.				
<b>Dimensión</b>	<b>Cita textual</b>	<b>Análisis</b>	<b>Hallazgos</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Reflexión</b>	(Entrevista) “Considero que, toda institución o empresa tiene un área de comunicación con Relaciones Públicas, pienso que es necesario	-Las Relaciones Públicas son imprescindibles en la actualidad, han pasado de ser tomadas como el protocolo para organizar eventos de carácter formal a planificar estrategias	-La creencia de ocupar una vacante por ser cara bonita ha quedado atrás porque al publicirrelacionista le precede un poderío de	

	<p>que se enfoquen en ese espacio para que los chavalos la conozcan y descubran que no solamente estar ahí se basa en una cara bonita y poder hablar con nosotros para reconocer que es bastante trabajo organizativo”.</p>	<p>para fortalecer la imagen externa de la empresa y asegurar que todos los colaboradores están en camino a un objetivo en común.</p>	<p>habilidades y destrezas tanto comunicativas como de publicidad y análisis para estar en una empresa.</p>	
<b>Proyección</b>	<p>“Es necesario que la universidad o los docentes que imparten esa área la pongan también en práctica porque uno se va con los conocimientos, pero es necesario estar en acción para poderlos realizar, es cierto de que la mayoría de las prácticas que se realizan en universidad son en canales, en medios de comunicación alternativos, pero también siento como que la parte de las Relaciones Públicas no le ponen interés, entonces es ahí donde solamente recaen como una materia más, que simple y sencillamente la vieron”.</p>	<p>- Las Relaciones Públicas quedan exclusivamente como una serie de información que fue impartida en un salón de clases, sin llevarlos al campo de acción, privando al estudiante de expandir sus conocimientos y conocer otra rama de la comunicación en la que pueden encontrar su vocación.</p> <p>- Se perciben todavía las Relaciones Públicas como un área que no implica muchas labores.</p>	<p>- Los convenios con las empresas y medios tradicionales abordan poco o nada el campo de acción de un relacionista público.</p> <p>-El publirrelacionista está siendo un ente regulador de la comunicación externa e interna en las empresas, pero no hay apertura a que realicen prácticas para mostrar lo que son capaces de realizar.</p>	

Matriz de valoración de la experiencia				
Dimensión	Cita textual	Análisis	Hallazgos	Observaciones
<b>Proceso de inducción</b>	(Entrevista) “Entré por mi propia cuenta, ya que soy policía y quería trabajar en el área de comunicación, iniciando como asistente para luego entrar en RRPP, el primer día se orientó acerca del trabajo que realizaría, así como el horario y el compromiso que me llevaría estar en el área.”.	-Se establecieron los horarios de trabajos y la normativa que regula la convivencia entre todos los miembros del equipo.  - Al igual se pautó la metodología de seguimiento y las responsabilidades que debían asumir la universidad y el centro de prácticas.	- La estudiante entró por su propia cuenta al centro de prácticas.	- Las prácticas se realizan en el tiempo idóneo, en el cual el estudiante cuenta con conocimientos vigentes para la fácil adquisición de nuevas experiencias, corroborar ideas y reforzar su formación profesional.
<b>Acompañamiento</b>	No hubo acompañamiento.	-	-	-Cuando el estudiante realiza sus prácticas de manera independiente los docentes no asumen esa responsabilidad de dar seguimiento ni acompañamiento.
<b>Seguimiento</b>	“El seguimiento que recibí fue de parte de mi jefe de área, este era el responsable de darme las orientaciones de lo que iba a hacer, asimismo, cada semana teníamos una reunión para ver los avances que se habían tenido”.	-En el seguimiento se notó el interés que tenía el jefe de área para que las cosas se hicieran de la mejor manera y también para el aprendizaje propio.	-La estrecha y consolidada relación e interacción basada en la retroalimentación por parte de los tres agentes de las prácticas, como lo son el estudiante, docente y jefe del sitio.	-

<b>Experiencias</b>	<p>“Puedo alegar que fue muy gratificante ya que en esta área las personas que estaban a cargo se comportaron de una manera bastante accesibles y colaborativo para apoyar a que yo como era bastante pudiese tener el conocimiento necesario de lo que es las relaciones públicas de una institución”.</p>	<p>-El estudiante ejecuta sus habilidades y aptitudes al poner en acción cada conocimiento recibido en el transcurso de sus estudios hasta el momento de insertarse a la vida laboral.</p> <p>- Al realizar sus prácticas en lugares adecuados a sus características personales el estudiante aprenderá más y aprovechará al máximo el tiempo.</p> <p>-El aprendizaje desde el área de las RRPP es uno de los inicios para trabajar de lleno en esta área de la comunicación.</p>	<p>-Las prácticas de profesionalización en el área de RRPP permite que los estudiantes de comunicación para el desarrollo tengan la oportunidad de conocer este campo de acción.</p>	-
<b>Acreditación</b>	<p>“Pasé en el área de RRPP de pasantía 3 meses en el que aprendí de esta área, también al finalizar mi lapso de tiempo se me entregó una carta de la institución de policía para que la llevase a la universidad y convalidara esta práctica profesional.</p>	<p>-Las prácticas son un tiempo destinado a la validación del saber y entendimiento de los datos recolectados en la universidad en concordancia con las funciones desempeñadas en puestos de trabajos.</p>	<p>- El estudiante cumple con éxito el periodo de práctica y esto valida los retos y desafíos que le generó estar sumergido en esta área.</p> <p>-El estudiante se encuentra listo y preparado dotado con educación de calidad y vivencias</p>	-

		<p>-La duración son 180 horas que se cumplen en el lapso de tres meses.</p> <p>- Se les da a los estudiantes una carta que les acredita sus prácticas profesionales dentro de la institución.</p>	<p>enriquecedoras para integrarse fácilmente a un trabajo formal.</p>	
--	--	---	---	--

Matriz de valoración de los aprendizajes, limitaciones, oportunidades, retos y exigencias				
Dimensión	Cita textual	Análisis	Hallazgos	Observaciones
<b>Aprendizajes</b>	<p>(Entrevista)  “Uno de los aprendizajes que encontré estando en el área de relaciones públicas fue a saber comportarme como un relacionista público porque sabemos que sabemos que la comunicación nos está preparando para desempeñarnos en medio de comunicación está preparando para desempeñar los medios de comunicación mientras que las relaciones públicas es la contraparte de</p>	<p>-Las funciones que desempeñaba el estudiante en su centro de prácticas son propias de un publicirrelacionista, fortaleciendo por consecuente su perfil profesional.</p> <p>-Cuando se habla de comunicación estaos hablando de la comunicación estratégica, esta influye en varios campos de acción sujetos a analizar diferentes tipos de comportamientos.</p>	<p>-Los conocimientos impartidos en su casa de estudios son realmente provechosos y valorados por el estudiante.</p> <p>-Las asignaturas que se imparten por medio del plan de estudio están adecuadas para preparar de manera eficiente al estudiante.</p>	-



	los medios de comunicación entonces tuve lo más lo que aprendí fue a comportarme como lo que es un relacionista público”.			
<b>Limitaciones</b>	“desempeñándome una en un área de relaciones públicas es bastante complicado acoplarte al trabajo de ellos prácticamente fue lo que sentí un poco más difícil, pero lo logré superar en cuestión de tiempo no fue tanto el tiempo que pasé si lo logré superar bastante rápido”.	-La falta de dominio de llevar los conocimientos a la práctica hace que el estudiante le cueste acoplarse de lo que se tiene que hacer desde esta área. -El tiempo exacto es un factor determinante para el éxito de las prácticas, ya que si un estudiante no está completamente preparado no dará resultados favorables.		-Sería de vital importancia que desde la universidad se lleve a la práctica las asignaturas de RRPP para que el estudiante aprenda a través de la experiencia.
<b>Oportunidades</b>	“Inicié como patrullero como oficial de los que andan en la calle soleándose después pase al área de secretaría ejecutiva que es relacionado a la comunicación, pero un poco más más institucional después de eso me pasaron a un área	-El desempeño del estudiante durante sus prácticas profesionales determinará las oportunidades de crecimiento laboral. -Las prácticas profesionales dan la oportunidad de crecer de manera ascendente para el perfil profesional.	-El esfuerzo y las ganas de superación hace que el estudiante le cueste lo que realmente desea obtener.	-

	operativa en ese lapso estuve 3 años y de ahí a mi cuarto año que ya estoy aquí ya presente yo logré este hacer el contacto con la jefa de relaciones públicas y estoy ahora en desempeñándome en esa área”.			
<b>Retos</b>	“En lo personal fue difícil llegar al área de relaciones públicas, después al área operativa en ese lapso estuve 3 años y de ahí a mi cuarto año que ya estoy aquí ya presente logré este hacer el contacto con la jefa de relaciones públicas y estoy ahora en desempeñándome en esa área”.	-El hecho de adoptar a estudiantes que realicen sus pasantías en el área de RRPP hace que sea difícil ya que es un área delicada en una institución.	-	-

Matriz de valoración de la reflexión y proyección de la Comunicación para el Desarrollo en el ámbito de las Relaciones Públicas.

Dimensión	Cita textual	Análisis	Hallazgos	Observaciones
<b>Reflexión</b>	(Entrevista) “Es importante debido a que, el comunicador es un difusor de información y conocimiento, hoy en día hemos observado un sin número de organismos de desinformación y es allí donde ingresa el papel del comunicador para el desarrollo pues este se encarga de informar y trabajar en pro de un bienestar colectivo o de informar lo que es la veracidad de los hechos, describo tres palabras las RRPP dentro de la	-La carrera no se resume únicamente en preparar a estudiantes para que se conviertan en presentadores y periodistas, hoy en día de acuerdo a las exigencias de la sociedad apuesta por formar a profesionales que sean constructores de cambios para el bien desde sus realidades.	-Desde el año 2019 la carrera ha entrado en un proceso de modificación curricular, con el fin de seguir contribuyendo al desarrollo y crecimiento del país a través del talento joven.	-

	<p>institución como valiosa, importante y bastante activa.</p> <p>”.</p>			
<b>Proyección</b>	<p>“Las relaciones públicas tienen que ser más más allegadas al comunicador para el desarrollo porque recordemos que un relacionista público es el que se encarga de crear la imagen de una institución si es una institución se está viendo empañada el relacionista público viene y te limpia la imagen de esa institución entonces al nosotros tener tanto conocimiento de publicidad de mercadeo de</p>	<p>-El poco valor que se le otorga a la comunicación por considerarla superficial y tratarla desde la básico, que es publicar y compartir notas en las redes sociales de la empresa, sin embargo, la labor de la comunicación comienza en las conexiones que te permite crear y en el público que puedes atrapar cada día si se toma como una estrategia organizacional.</p> <p>-La preparación obtenida desde el aula de clases en la universidad hace que el estudiante adquiera el nivel de educación que lo formen como un profesional preparado.</p>	<p>-La universidad ha sido la formadora de grandes aprendizajes para la preparación del estudiante.</p>	<p>-.</p>

	<p>relaciones públicas estamos a nivel de poder ejercer este trabajo no solamente como te decía como periodista sino como relacionistas públicos que podemos dar un buen un excelente trabajo desde lo que es publicidad mercadeo y relacionista pública como estábamos hablando de la importancia de las relaciones públicas dentro de la comunicación”.</p>			
--	---	--	--	--

Karla López, responsable de Relaciones Públicas del Ministerio de Transporte e Infraestructura (MTI),

Matriz de valoración de la experiencia				
Dimensión	Cita textual	Análisis	Hallazgos	Observaciones
<b>Inducción</b>	“En principio se le recibe a los estudiantes con una calorosa bienvenida, pautando las normas a seguir dentro de la instancia, horario de trabajo que le corresponderá y una visita a su área de pasantías”.	-Las empresas no escatiman en prestar sus espacios para las prácticas, por supuesto se marca la ruta a seguir para mantener y concluir con resultados favorables la formación del estudiante.	-Estos son logros claros de los acuerdos entre la universidad y las distintas instituciones. - La organización es primordial para seguir enviando a estudiantes.	
<b>Acompañamiento</b>	“Los docentes no se involucran en este proceso, ya que permiten que el estudiante asuma su responsabilidad como el profesional que será en un futuro cercano, y dejan que realice su trabajo guiado por el mentor dentro de la instancia, pero claro que el profesor se hace parte en visitas y llamadas a la empresa, valoro que se toman el tiempo y el interés por el	- Como profesional que ha sido testigo de las prácticas de estudiantes reconoce que el trabajo recae en su totalidad en el joven, sin embargo, el profesor ha tomado mayor participación realizando visitas programadas y consultas al jefe inmediato. Es un equipo que cuenta con tres ejes: el estudiante, docente y guías en las empresas. -El jefe inmediato es un punto relevante en las prácticas, ya que es de quien depende el	-Las experiencias son un parteaguas que determinan el desempeño del estudiante en el campo laboral formal. -El acuerdo entre la universidad y las empresas son la verdadera prueba de fuego para conocer el nivel de dominio de conocimientos y su asimilación en los años de la carrera. -	

	aprendizaje de sus estudiantes”.	progreso y rendimiento del pasante.		
<b>Desempeño</b>	<p>“Tristemente han venido algunos estudiantes que hacen el trabajo por hacer, no se les ve la motivación por hacer las cosas, pero que en su desempeño lo realizan bien, esto no es todo, hemos tenido a estudiantes de calidad que han dado lo mejor por ellos para desenvolverse muy bien en su proceso de pasantías, retomando un ejemplo del 2019 como lo es la estudiante Josselinne Grijalva, una estudiante muy completa con grandes visiones y talento en esta área, quien demostró las ganas y amabilidad de aprender de lo que es la comunicación organizacional”.</p>	<p>-Cada uno de los estudiantes que se presenta a una institución a realizar sus pasantías es la cara de la universidad, muestra con sus actitudes y comportamientos que tan interesado y fundamentales son para su preparación profesional.</p>	<p>-A través de las experiencias previas de estudiantes se fortalecen los convenios con las empresas y es crucial las posturas de los jóvenes, pues de ellos dependerá la apertura de nuevos espacios.</p>	
<b>Intervención</b>	<p>“Primeramente, retomando la</p>	<p>- Las prácticas profesionales en las</p>	<p>- Es necesario contar en el haber</p>	

	<p>parte filosófica, es importante mencionar que la conectividad de la persona en hacer bien su trabajo va desde su cerebro al corazón, esto como todo profesional te dará un avance para lograr lo que vas a alcanzar mediante tu profesión, no obstante, desde mi experiencia primeramente me desarrollé en la televisión y luego me hicieron una llamada para laborar desde el área de Relaciones Públicas, que es un trabajo muy directo con el MTI. En la actualidad los comunicadores han hecho que todo se genere a través de un trabajo impecable desde la comunicación estratégica y organizativa que demanda esta área de trabajo”.</p>	<p>Relaciones Públicas no se pueden tomar a la ligera, debido a que la comunicación estratégica es esencial, por lo que es menester utilizar tener presente la astucia y creatividad.</p>	<p>de pasantías de un estudiante experiencias en medios o empresas, para el momento de llegar al área de las Relaciones Públicas dominar las armas precisas de comunicación organizacional, con el fin de alcanzar las metas propuestas por la institución.</p>	
--	---	---	---	--

Matriz de valoración de los aprendizajes, limitaciones, oportunidades, retos y exigencias



<b>Dimensión</b>	<b>Cita textual</b>	<b>Análisis</b>	<b>Hallazgos</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Aprendizajes</b>	(Entrevista) “La práctica es muy necesaria, les ha permitido saber en qué campo de acción desarrollarse, el que más le guste, el que más se pueda manejar, con esta puerta que se les permite abrir y el mundo que crear, muchos la han aprovechado de la mejor forma, asumiendo un rol de aprendizaje de todo lo se realiza desde las RRPP.	-No cabe la menor duda que las pasantías son un escalón hacia el cumplimiento de un primer objetivo profesional en la vida de un estudiante. -Se convierten en el contacto directo con el mundo real luego de estar en clases regulares para concluir en que rama de la comunicación se inclinara.	- Con cada tarea que realiza el estudiante aprende, se enriquece y fortalece y así surge un profesional apto para desempeñarse en cualquier área de la carrera.	
<b>Oportunidades</b>	“También es un área de oportunidades, ya que les permite poder quedar laborando, y no solo eso, sino de ser una experiencia dentro de su perfil profesional y aprender desde una logística de una rueda de prensa”.	-Como en las Relaciones Públicas existe una cantidad considerable de funciones el estudiante tiene a su alcance la oportunidad de desarrollarse a grandes escalas. -Según la instancia a la cual se envíe el estudiante este podrá extender sus habilidades y destrezas.	-La idea principal de todas las partes involucradas es que el estudiante se quede laborando permanentemente. -Las prácticas son el distintivo que separa de los mediocres a la excelencia.	
<b>Retos</b>	“El mayor reto lo vas creando desde tu experiencia, si tienes el talento y el don de estar en esta área tendrás un reto de hacer bien tu trabajo,	- Los estudiantes superan los retos día con día aplicando los conocimientos que han venido recogiendo en su formación. -El reto número uno es realizar cada	-En el campo de las Relaciones Públicas ha quedado demostrado que el comunicador tiene una ardua labor que genera	

	<p>hacer las cosas con amor y dedicación te permitirá que cada día asumas el reto de mejorar en las cosas que aún te cuesta, como experiencia he visto que su mayor reto será hacer las cosas mejor que ayer y asumirlas con responsabilidad y gentileza, recordamos que somos agentes de cambios desde nuestros hogares hasta el mundo exterior”.</p>	<p>asignación regida por los valores y principios que identifican a un comunicador para el desarrollo.</p>	<p>cambios en su entorno y a la larga en la sociedad.</p>	
--	--	--	---	--

Matriz de valoración de la reflexión y proyección de la Comunicación para el Desarrollo en el ámbito de las Relaciones Públicas.				
Dimensión	Cita textual	Análisis	Hallazgos	Observaciones
<b>Reflexión</b>	<p>(Entrevista) “Dentro de las principales funciones de un publicirrelacionista está la elaboración de notas informativas, las entrevistas y la planificación de un comunicado de prensa esta que la organiza el encargado de RRPP que trabaja directamente con</p>	<p>-La Comunicación para el Desarrollo es importante para las Relaciones Públicas, puesto que la redacción, coordinación, manejo de redes, mecanismos de publicidad, planificación y afianzar relaciones con otros son trascendentes para el cumplimiento de los objetivos organizacionales de las empresas.</p>	<p>-Las Relaciones Públicas es uno de los campos más completos de la comunicación y que además exigen al profesional una formación de calidad.</p>	

	<p>su jefe, en mi caso es el ministro, con esto se realiza la logística para el local, la convocatoria y bienvenida de los medios de comunicación, a través de una invitación que se les hace llegar. Las ruedas de prensas, comunicados de prensa, esto cuando siguen informaciones de interés que se tienen que hacer público, y cubrir las principales actividades en la que asiste el ministro. También es importante, conocer el funcionamiento de la institución, en mi caso, manejar bien las diferentes áreas en la que distribuye el MTI”.</p>			
<b>Proyección</b>	<p>“Las Relaciones Públicas son importantes porque nos permiten manejar situaciones que van dentro de lo que es el respeto desde saber manejar las reglas</p>	<p>-No todo gira en torno a lo manual, sino en el carácter y trato que mostremos en el entorno de trabajo porque como publicirrelacionista la primera impresión definirá el rumbo de las estrategias.</p>	<p>-Las conexiones y relaciones en el margen de las Relaciones Públicas son el núcleo para atraer a clientes y fidelizar los existentes.</p>	<p>-.</p>

	<p>y normativas que tiene cada institución esto como medida de seguridad. Saber que cada información viene de la autoridad suprema que es la encargada de orientar como quiere el trabajo, es importante mencionar, que esta es un área muy delicada que debes de asumir con eficacia, donde tienes que cuidar tu imagen dentro y fuera de la institución, desde tu forma de vestir hasta la de comportarse todo siguiendo un estándar protocolario. Y sobre todo es un área que tienes que aprender a ser tolerante y saber relacionarte con toda persona que labora dentro de la institución, dando un buen ejemplo como RRPP”.</p>	<p>-La honradez y transparencia caracterizan a un profesional que labora en este rubro porque se intercambian ideas y estrategias que pueden favorecer o desprestigiar a las empresas. -Los canales de comunicación se deben cumplir al pie de la letra para preservar la efectividad de las funciones del relacionista público.</p>	<p>-La imagen que muestran las empresas están a cargo del publirrelacionista, al igual que el posicionamiento y reconocimiento de la misma. -La presentación personal y comportamiento fuera del trabajo son considerados al momento de construir alianzas.</p>
--	---	--	---

MSc. José Ramiro Castillo, Docente del Departamento de Ciencias de la Información y Comunicación.

Matriz de valoración de los aprendizajes, limitaciones, oportunidades, retos y exigencias que desarrollan los estudiantes en su proceso de pasantías profesionales.				
Dimensión	Cita textual	Análisis	Hallazgos	Observaciones
<b>Aprendizajes</b>	(Entrevista) “El mayor aprendizaje que un estudia desarrolla es la relación entre la publicidad y las relaciones públicas entonces relacionista podría decirse que es aquel que va a generar estrategias de comunicación para exactamente entablar ese proceso de entendimiento con nuestros público de una manera pudiéramos decir creativa verdad porque estamos hablando que como la publicidad	- Los estudiantes aprender a aportar en esta área de las RRPP que es un campo de acción donde se planifica y organiza para todo aspecto.  -El aprendizaje de aprender la práctica ya en el terreno, donde podrás aportar no teóricamente sino presencialmente ha generado que el estudiante aprenda a través de las experiencias vividas.	-	

	<p>también incide al momento de generar esas relaciones positivas con nuestros públicos entonces yo creo que más o menos por ahí podría haberse la incidencia de un relacionista que son términos digamos ya con cierta temporalidad pero que en nuestros tiempos actuales son prácticas que todavía están tomando ese audio en algunas zonas pues de nuestro planeta”.</p>			
<b>Oportunidades</b>	<p>“el estudiante que no ponga en práctica su aprendizaje en ese espacio que se les está brindando va</p>	<p>-El aprendizaje y la experiencia van son las primeras oportunidades que se les da al pasante, basadas en la</p>	<p>-La idea principal de todas las partes involucradas es que el estudiante se quede laborando permanentemente. -Las prácticas profesionales son un espacio de</p>	

	<p>a tener consecuencias, oportunidad única y sabemos que hay muchos estudiantes queriendo ocupar ese espacio para poder este desarrollar sus habilidades y sus competencias.</p> <p>Donde el aprendizaje es lo principal que viene desde la experiencia, luego, se le puede dar la oportunidad de laborar.</p>	<p>confianza de poder acceder a la información del grupo.</p> <p>-Como en las Relaciones Públicas existe una cantidad considerable de funciones el estudiante tiene a su alcance la oportunidad de desarrollarse a grandes escalas.</p> <p>-</p>	<p>oportunidad para laborar desde el perfil de la carrera.</p>	
<b>Retos</b>	<p>“Uno de los mayores retos es establecer relación entre la publicidad y las relaciones públicas entonces el relacionista podría decirse que es aquel que va a generar estrategias de comunicación para exactamente entablar ese</p>	<p>-Los estudiantes asumen el reto de generar estrategias de comunicación esto desligándose de lo tradicional y de la cercanía que se tiene de un medio de comunicación.</p> <p>-La incidencia que se da en el área de RRPP, como el lenguaje,</p>	<p>-El proceso de entendimiento ya generado se sobrepasen los retos y se conviertan en experiencias que generan un cambio para la proyección.</p>	

	<p>proceso de entendimiento con nuestros público de una manera pudiéramos decir creativa verdad porque estamos hablando que como la publicidad también incide al momento de generar esas relaciones positivas con nuestros públicos entonces yo creo que más o menos por ahí podría haberse la incidencia de un relacionista que son términos digamos ya con cierta temporalidad pero que en nuestros tiempos actuales son prácticas que todavía están tomando ese audio</p>	<p>modales de comportamientos hacen que el estudiante aprenda a utilizar.</p>		
--	--	---	--	--



	en algunas zonas pues de nuestro planeta”.			
--	--	--	--	--

Matriz de valoración de la reflexión y proyección de la Comunicación para el Desarrollo en el ámbito de las Relaciones Públicas.

Dimensión	Cita textual	Análisis	Hallazgos	Observaciones
<b>Reflexión</b>	(Entrevista) “Debemos entender el paradigma del desarrollo, entonces yo creo que es importante traer a colación una frase que recientemente me mencionaban en la clase respecto a Gabriel García Márquez que decía que antes de ser periodista tenemos que ser humanos tenemos que ser personas por eso hago la asociación no el paradigma del desarrollo, te habla que	-La Comunicación para el Desarrollo es importante para las Relaciones Públicas, puesto que la redacción, coordinación, manejo de redes, mecanismos de publicidad, planificación y afianzar relaciones con otros son trascendentes para el cumplimiento de los objetivos organizacionales de las empresas.  -El agente de cambios en el que se convierte el estudiante que va más allá de comunicador ha sido el ayudar a la sociedad y aportar de manera eficiente ante los mismos.	-Las Relaciones Públicas es uno de los campos más completos de la comunicación y que además exigen al profesional una formación de calidad.	-

	<p>nosotros en nuestra formación como comunicadores pasamos por un proceso endógeno que quiere decir eso cómo estamos nosotros individual o sea cómo el ser humano genera cambios individualmente para luego generar cambio de forma grupal, la importancia que tiene la comunicación para el desarrollo en estos tiempos que estamos hablando que el paradigma al desarrollo nos pide ser primero nosotros agente de cambio si nosotros no somos agentes de</p>			
--	--	--	--	--

	<p>cambio no podemos suponer que dentro de nuestra profesión vayamos a generar un cambio”.</p>			
<b>Proyección</b>	<p>“Eso parte de la transformación curricular, una de las bases del periodismo la comunicación social y de la comunicación estratégica entonces cómo nosotros primeramente como carrera hemos estado fortaleciendo esto identificando cuáles son esas necesidades que tienen los estudiantes o sea los gustos que tienen actualmente</p>	<p>-Se han generado cambios muy grandes en el plan de estudio de la carrera.          -Se refuerza el área de la comunicación estratégica como una asignación que puedan aportar para el sostén de una empresa.          -La honradez y transparencia caracterizan a un profesional que labora en este rubro porque se intercambian ideas y estrategias que pueden favorecer o desprestigiar a las empresas.          -Los canales de comunicación se deben cumplir al pie de la letra para preservar la efectividad de las funciones del relacionista público.</p>	-	-.

	<p>cuáles son las necesidades de la sociedad entonces nosotros hemos detectado ahí que podemos fortalecer el área de la comunicación estratégica y es así como lo estamos haciendo a través de la implementación de nuevos componentes curriculares que apunten al área de las Relaciones Públicas”.</p>			
--	--	--	--	--

**Fotografía de aplicación de entrevistas:**



## **Observaciones**

Referente a las observaciones que nos sugirieron los jurados, el MSc. Aníbal Alemán hizo hincapié con la palabra privada, puesto que mencionamos en reiteradas ocasiones que las prácticas profesionales se realizaron en centros externos al Estado, sin embargo, esto se encuentra fuera de lugar porque los convenios que cuenta la universidad son estrechamente con organizaciones, medios e instituciones públicas.

Por otra parte, el MSc. Oscar Efrén Narváez, mencionó que nuestro trabajo puede ser la base sólida para futuras sistematizaciones en torno a la carrera en cada una de sus ramas, ya que abre brechas a investigaciones más profundas y que pueden generar cambios en pro de los estudiantes y de la universidad.

Por supuesto que los dos puntos fueron tomados en cuenta y aplicados a la monografía.