



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURÍDICAS

“Año de la Universidad Emprendedora”

**TESIS DE SEMINARIO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADO (A) EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

TEMA:

Análisis de los requisitos laborales de los medios de comunicación e instituciones, con relación a los conocimientos y habilidades adquiridas por los estudiantes de V año de la carrera Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, durante el II semestre de 2017.

AUTORES:

Bra. Elizabeth Yubelka Noguera Mendoza

Br. Lesther Ariel Mendoza

Tutor y asesor metodológico: MSc. Milán Prado Cuarezma

Managua, Noviembre 2017

¡A la libertad por la Universidad!

ÍNDICE

• Resumen Ejecutivo	Pág. 3
I. Introducción	Pág. 4
II. Justificación	Pág. 5
III. Antecedentes	Págs. 6,7,8
IV. Planteamiento del Problema	Págs. 9, 10
V. Objetivos de Investigación	Pág. 11
VI. Marco Teórico	Pág. 12-19
VII. Marco Metodológico	Pág. 19-22
VIII. Análisis de los resultados	Pág. 24-35
IX. Conclusión	Pág. 35-36
X. Recomendaciones	Pág. 36-37
XI. Anexos	Pág.38-75
XII. Referencias	Pág.75-77

Resumen

En la actualidad, el desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación TIC's ha abierto paso a nuevas formas de hacer periodismo, la comunicación y las herramientas tecnológicas se han fusionado obligando al periodista a ejercer nuevos roles fuera de lo tradicional, provocando que los empleadores de los medios de comunicación, organizaciones o instituciones se instalen en la búsqueda de nuevos profesionales de la comunicación que sean capaces de responder a las demandas del contexto, estos factores han provocado la modificación del perfil profesional de los comunicadores, por tanto, la UNAN-Managua se sumó al cambio y desde 2013 abrió la carrera Comunicación para el Desarrollo, después de una transformación del currículo de la Licenciatura en Filología y Comunicación; atendiendo de esta forma a esas modificaciones del nuevo mercado laboral. La presente investigación reúne los requisitos que actualmente solicitan los medios de comunicación, organización o instituciones para la contratación de comunicadores, asimismo, expondrá los conocimientos que los estudiantes de la carrera Comunicación para el Desarrollo han adquirido durante su trayectoria universitaria, con el fin de relacionarlos comparando sus similitudes y diferencias.

Palabras claves: *Comunicación para el Desarrollo, requisitos laborales, medios de comunicación, instituciones, organizaciones, conocimientos.*

I. Introducción

El presente trabajo académico aborda la temática de investigación “Análisis de los requisitos laborales de los medios de comunicación e instituciones, con relación a los conocimientos y habilidades adquiridas por los estudiantes de V año de la carrera Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, durante el II semestre de 2017”, dicha indagación tiene como objetivos identificar los principales requisitos laborales que solicitan los empleadores a las nuevas generaciones, asimismo, indagar sobre los conocimientos adquiridos por los universitarios durante su vida académica, con la intención de compararlos con los requerimientos laborales para determinar el nivel de competitividad laboral que posee el Comunicador para el Desarrollo.

Debido a las nuevas demandas del entorno periodístico, cambiante y globalizado, las diversas instituciones y medios de comunicación buscan alcanzar a más públicos mediante una mayor productividad en diversos formatos, esto involucra que los actuales estudiantes de comunicación y los nuevos profesionales desarrollen mayores y mejores habilidades para formar redes de trabajo encaminadas a alcanzar las metas propuestas por cada medio.

Para la realización de esta investigación se usó información teórica y estudios relacionados al tema de investigación, los cuales están disponibles en plataformas digitales y materiales impresos, es decir, se cuenta con suficiente acceso informacional, además, se aplicaron diversos instrumentos como la encuesta, entrevista y grupo focal los cuales se desarrollaron durante el mes de septiembre de 2017.

II. Justificación

El mercado laboral de los profesionales de la comunicación, por su naturaleza, es muy amplio y, a la vez, de gran competitividad ya que en estas primeras décadas del siglo XXI las demandas de las audiencias se han modificado aceleradamente por el apogeo de la tecnología, como herramienta para el ejercicio periodístico, por tal razón, la presente investigación surge por la necesidad de crear un antecedente sobre cuáles son los requisitos que en la actualidad solicitan en el ámbito laboral los medios de comunicación, asimismo, tener un acercamiento al nivel de competitividad laboral de los universitarios del último año de la carrera para brindar sugerencias que contribuyan al fortalecimiento profesional de los demás estudiantes de Comunicación para el desarrollo.

Es importante señalar, que este trabajo será una guía de consulta donde los universitarios podrán conocer desde la propia voz de los empleadores qué están esperando de estas nuevas generaciones de comunicadores, de igual forma, se podrá utilizar como referente de información para futuras investigaciones.

Para la realización de la investigación se involucró a diversos medios de comunicación, instituciones y organizaciones, siendo estos: Canal 2, Radio Nicaragua, Bolsa de Noticias, Universidad Nacional de Ingeniería (UNI) y Aldeas S.O.S; asimismo, se tomó en cuenta la opinión de los estudiantes mediante la realización de encuesta y grupo focal. Esta investigación condensa datos que reflejen la situación actual del futuro egresado los cuales servirán para contribuir en el proceso de enseñanza-aprendizaje de ser necesario.

III. Antecedentes

Respecto a los antecedentes de la presente investigación, se realizó una búsqueda de información en trabajos de tesis y maestría, se logró identificar la siguiente documentación:

1. ***Tesis sobre el “Desempeño profesional de los egresados de Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-León. 2013”.***

En esta tesis se abordó el análisis de dificultades vinculadas al desempeño profesional en que se encuentran los egresados de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNAN-León, respecto al ejercicio de su profesión. En este sentido, los autores del estudio fueron los bachilleres Hamilton Jonathan Galeano Martínez, Néstor Fidel Bravo Flores, y Juan Carlos Quezada Romero.

Mediante este trabajo investigativo los autores plantean las demandas actuales en los medios de comunicación y el aporte humano que la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-León brinda a los estudiantes, asimismo, exponen las herramientas que posee el egresado a partir de su formación académica para cubrir los requisitos necesarios que solicitan los medios y se analizó el desempeño de los Comunicadores en las ramas de: Televisión, radio y medio impreso, permitiendo conocer el papel que desarrollan en el trabajo los egresados, esto conforme al deber ser y su relación con el ser real.

Al consultar este trabajo se reconoce que este expone y aporta mucho a la temática que se desarrollada en la investigación planteada. Además, proporciona información de relevancia que cumple con los propósitos definidos en el estudio.

2. ***Investigación para optar al título de Maestra. Situación laboral y nivel de satisfacción con respecto a la formación laboral y nivel de satisfacción académica de los profesionales graduados en las cohortes 2010-2013 de la carrera de Filología y Comunicación de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas.***

El estudio fue realizado por la MSc. Hazel Rueda Tenorio, y este detalla si en la actualidad los graduados de la carrera Filología y Comunicación gozan de aceptación laboral todo ello

vinculado a su formación académica. Asimismo, muestra información sobre la situación laboral de los egresados.

Dentro de los objetivos planteados en la misma, está analizar la situación laboral y nivel de satisfacción de los graduados de la carrera de Filología y Comunicación de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua.

Por otra parte, detalla la relevancia del estudio a partir del seguimiento a los graduados, la cual trata de conocer cuáles son las competencias más acertadas y útiles que adquieren los graduados en los salones de clases. También se indaga sobre cuáles son las tendencias de las profesiones y qué áreas de acción tiene cada disciplina de acuerdo al perfil profesional.

3. Causas y consecuencias de la inserción laboral en los estudiantes de la carrera de Comunicación Social, UNAN-León, año lectivo 2014.

Las autoras de este trabajo fueron los bachilleres Yesenia Del Carmen Martínez Hernández y Marlene Lucia Medrano Juárez, en la cual plantean como objetivo principal evaluar las causas y consecuencias de la inserción laboral en los estudiantes de la carrera de Comunicación Social, UNAN-León, año lectivo 2014.

El objeto o área de estudio de la investigación fueron estudiantes de la carrera de comunicación social de la UNAN-León, y de acuerdo a la aplicación y análisis de instrumentos, en un aspecto se les consultó a los estudiantes si ellos consideran importante estar inmersos en un medio de comunicación mientras estaban estudiando, para lo cual un 100% de estos estudiantes manifestaron que es importante porque a través de esto desarrollan habilidades y al momento de aplicar a una plaza laboral ya se conoce que es lo que solicitan o exigen los empleadores.

Por otro lado, en las conclusiones del trabajo arroja que si la Universidad cuenta con laboratorios de comunicación que suplan las carencias académicas, lo que también se lograría rápidamente la inserción laboral de los comunicadores. Además, sostienen que el factor que impulsa a los estudiantes no es la práctica, sino los créditos que ofrecen los medios de comunicación.

A través de esto se ve la necesidad de investigar esta problemática, ya que muchos de los estudiantes consideran como grave el no conocer el mundo de los medios de comunicación, y considerando a la información que arroja esta investigación realizada por las jóvenes, para el trabajo en ejecución será de mucha importancia, porque esta es una pauta para encaminar dicho proceso y descubrir cuál es el fenómeno que afecta que los jóvenes no estén inmerso dentro del campo laboral.

4. ***Formación de Comunicadores “Transmedia” para el público de la generación digital.***

Este texto basado en artículos colectivos (varios autores) quienes son Andrés Barrios Rubio y William Ricardo Zambrano Ayala, plantea que desde 2005 los cambios, tecnológicos y sociales, se han presentado a la velocidad de la luz, y para ello el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), han permitido la agilidad de los procesos de comunicativos, y con esto va la demanda de profesionales aptos para afrontar estos nuevos retos desde una perspectiva científica, social, humanística y tecnológica, de acuerdo a las exigencias de las audiencias.

Al respecto se considera que este documento será útil para el trabajo de investigación en proceso, puesto que aporta insumos sobre las habilidades que deben adquirir los comunicadores, además hace énfasis de cómo estas generaciones deben adecuarse a las nuevas políticas que establecen las audiencias digitales, lo que conlleva a establecer que el comunicador debe reforzar sus conocimientos en materia del periodismo digital y el uso de herramientas que son eficaces para un buen trabajo en los medios de comunicación e instituciones.

IV. Planteamiento del Problema

Las nuevas tendencias de comunicar han obligado a los medios de comunicación a migrar a las nuevas plataformas digitales, lo cual automáticamente provoca que se renueven los nuevos estándares en la contratación de personal, estableciendo nuevos requerimientos laborales. Esta lógica de los medios de comunicación reta a la academia a conocer los escenarios de los propios medios, con el fin que el estudiante de comunicación tenga la posibilidad de formarse, adquirir habilidades y conocimientos de acuerdo al entorno contemporáneo, por tanto, surge la necesidad que desde los propios espacios formativos se vaya construyendo en el estudiante el interés por conocer el sistema y estándares que proponen los mass media e instituciones.

Analizar las exigencias laborales de los medios de comunicación e instituciones implica identificar los conocimientos y habilidades que los futuros Comunicadores para el Desarrollo han adquirido. Es así, que este trabajo aporta información actualizada sobre los requerimientos laborales para ocupar un puesto de trabajo y, de esta forma, contribuir a la Coordinación de la carrera proveyendo información y datos estadísticos sobre las valoraciones de los universitario y de los jefes de medios de comunicación. A raíz de lo planteado, surge la necesidad de cuestionar *¿Cuáles son los requisitos laborales que estipulan algunos medios de comunicación e instituciones y qué relación tienen con los conocimientos y habilidades adquiridas por los estudiantes de V año de la carrera Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua?*

Para una mejor comprensión del fenómeno a estudiar, se plantean las siguientes preguntas de sistematización del problema o preguntas directrices:

1. ¿Cuáles son los requerimientos laborales que solicitan los empleadores de los medios de comunicación e instituciones para emplear a las nuevas generaciones de comunicadores?
2. ¿Qué conocimientos han adquirido los estudiantes de V año de Comunicación para el Desarrollo durante el proceso de formación académica?

3. ¿Qué correspondencia existe entre las habilidades adquiridas por los estudiantes de la carrera Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua con los requisitos laborales de los medios de comunicación e instituciones?

V. Objetivos

Objetivo General:

- Comparar las habilidades adquiridas por los estudiantes de la carrera Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua con los requisitos laborales de los medios de comunicación e instituciones.

Objetivos Específicos:

- Analizar los requisitos laborales que exigen los medios de comunicación e instituciones con respecto a los conocimientos y habilidades adquiridas por los estudiantes de V año de la carrera Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, durante el II semestre de 2017.
- Identificar los requisitos laborales que solicitan los empleadores de los medios de comunicación e instituciones para emplear a las nuevas generaciones de comunicadores.
- Indagar sobre los conocimientos y habilidades adquiridas por los estudiantes de V año de Comunicación para el Desarrollo durante el proceso de formación académica.

VI. Marco Teórico

Para entender los nuevos contextos del trabajo de la comunicación es necesario asimilar las realidades por las que pasan los nuevos comunicadores al momento establecer contacto con los medios y el proceso informativo. Por lo tanto, a partir de las pautas que marcan el quehacer de los medios de comunicación relacionado a los conocimientos que deben traer los egresados es importante hacer una valoración o explicar razonadamente cada uno de los conceptos y teorías de las que se hablan en las nuevas sociedades comunicativas.

Comunicación para el Desarrollo

Con la finalidad de entender la importancia y alcances de la comunicación para el desarrollo, es de interés abordar los diferentes aspectos que incluye dicha profesión.

Un informe realizado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en el 2011 destaca que las Naciones Unidas adoptaron la definición formal de comunicación para el desarrollo de la siguiente manera: “la comunicación para el desarrollo destaca de la necesidad de apoyar los sistemas de comunicación recíproca que propicien el diálogo y permitan que las comunidades se manifiesten, expresen sus aspiraciones y participen en las decisiones relacionadas al desarrollo”, es decir, que esta comunicación está sentado en un modelo que debe dar participación a todas las personas, esta además contribuye al desarrollo de los Derechos Humanos. Como bien señala el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2011), los enfoques de la comunicación para el desarrollo dan prioridad a la necesidad y al interés de las personas excluidas en recibir información y comunicación “los enfoques de la comunicación para el desarrollo fortalecen los esfuerzos para desarrollar los derechos de opinión y expresión, así como el derecho a recibir información”, esto se consagra en el Arto. 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.

Beltrán, citado por (Daza, 2008) afirma que, “la práctica de la comunicación para el desarrollo antecedió en 20 años a la teoría porque respondió a las necesidades de la gente”. Por consiguiente, este autor menciona que este tipo de comunicación se genera a partir de las acciones comunicativas comenzadas por las personas y como primer momento pone

como ejemplo a las radios mineras bolivianas donde los propios mineros ex campesinos, analfabetos, sin experiencias en radio se jugaron un papel importante para informar los acontecimientos y las necesidades surgidas desde su propio entorno. Para ellos la radio era “el eje del acceso, el dialogo y la participación”, era esa voz viva que movía el accionar de su pueblo.

Daza (2008), afirma que estas primeras experiencias de los mineros demuestran que la comunicación es un instrumento que aporta a la solución de conflictos generados dentro de la sociedad, asimismo, apunta que, “dentro de la comunicación para el desarrollo son inseparables los elementos diferentes que constituyen un todo, en este caso: la dimensión económica, política, social y cultural del desarrollo, así como todo lo concerniente a lo educativo y pedagógico en las interacciones comunicativas en todas sus modalidades, y el aprendizaje de competencias analíticas y críticas del hecho histórico de los países del continente”.

Por otra parte, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2011), señala que la comunicación para el desarrollo (CPD) marca la diferencia en el desarrollo humano, “esta da prioridad a los sistemas de comunicación que permiten a las personas deliberar y expresar su opinión sobre asuntos importantes de su propio bienestar”. En este caso se puede mencionar que la comunicación para el desarrollo viene contribuye a las necesidad de los propios sistemas comunicativos, los cuales deben permitir que la gente sea la que manifieste sus aspiraciones e intereses y también sean los propios partícipes en la toma decisiones relacionadas con su desarrollo.

Todos estos nuevos acontecimientos surgidos en la comunicación implican la completa ejecución de sistemas donde las comunidades se apropien de los diferentes espacios que demandan acción, ejecución, participación y liderazgo comunitario.

Perfil profesional

En este punto se señalará las demandas y perfil para el desempeño del ejercicio profesional en cualquier medio de comunicación.

De acuerdo a Rojas (2008) las demandas de desempeño en el ejercicio profesional de cualquier actividad corresponden a un conjunto de rasgos o características que el profesional de un área precisa dominar para cumplir de modo adecuado con las tareas que debe realizar. “Cada uno de estos rasgos o características es denominada competencia profesional y hace referencia a la descripción de las habilidades efectivas y eficientes que son necesarias para ejecutar una tarea ocupacional dada”. (CINDA, 2000 citado por Rojas, 2008).

Según Rojas (2008) el perfil profesional en cualquier campo, se desarrolla a partir de habilidades y competencias que se adquieren durante los años de formación del estudiante. “Estas habilidades crean en el profesional aptitudes válidas para su desempeño. En el caso del periodista, estas habilidades y competencias son parte sustancial de su formación y crean competencias necesarias para el desempeño profesional”, (p. 24).

Competencias laborales

Leboyer, (1997) citado por Ruíz, Barrios & Sandigo (2005) señala que las competencias son repertorios de comportamientos que algunas personas dominan mejor que otras, haciéndose eficaces en una situación determinada. De tal forma dichos comportamientos son observables en la realidad del trabajo, y a su vez ponen en práctica, de manera integrada en las aptitudes, rasgos de personalidad y conocimientos. Asimismo, explica que son, entonces, conexiones entre las características individuales y las cualidades requeridas para llevar a cabo las misiones del puesto. Consideran que establecer el enfoque de competencias es dar ir a los resultados de la aplicación de los saberes, habilidades y destrezas de los individuos. En otras palabras, las competencias se refieren a un “saber hacer en contexto”.

Ruíz, et al., (2005) citando a Gallart & Jacinto (1995) refiere que “las competencias laborales son un punto de encuentro entre los sectores educativo y productivo, por cuanto evidencian la formación de los trabajadores y los desempeños que éstos deben alcanzar en el espacio laboral”(…)“La noción de competencia, tal como es usada en relación al mundo del trabajo, se sitúa a mitad de camino entre los saberes y las habilidades concretas; la competencia es inseparable de la acción, pero exige a la vez conocimiento”, (p. 19).

En otras palabras, la competencia laboral es la capacidad que una persona posee para desempeñar una función productiva en escenarios laborales usando diferentes recursos bajo ciertas condiciones, que aseguran la calidad en el logro de los resultados.

Requisitos laborales

Serrano, Rodríguez. & Rodríguez, (2015), consideran que para que el comunicador logren poseer lo que los medios de comunicación e instituciones requieren “es básico establecer un diseño de procesos activos de adquisición de competencias y capacidades para el desempeño profesional”, además, detallan que “es obligatorio mejorar los mecanismos de coordinación y tutela y los sistemas de control de calidad” (p.3). Esto debe estar complementado en la educación que se recibe en los espacios de compartimiento de información.

Los autores destacan que para que un comunicador logre representar un perfil laboral como requieren las empresas informativas e instituciones se debe incorporar en los estudios del comunicador prácticas profesionales que vayan encaminadas al conocimiento de las realidades de los medios, y para esto Marhuenda Fluixá, Bernard García & Navas Saurin, (2010) citados por (Serrano et al., 2015), señalan que “las prácticas en empresas de comunicación están consideradas como una actividad estratégica en el marco de la creciente importancia de revisión de los factores de empleabilidad al ser reconocidas como algo fundamental en el aprendizaje del desempeño profesional” (p. 5).

Mellado, Simón, Barría & Enríquez (2007), reflexionan un poco sobre este punto que es esencial para el comunicador o estudiante donde reflejan que contar con un buen aumento de fluctuaciones de empleos en los comunicadores implica contar con información procesada.

Medios de Comunicación e instituciones

Serrano et al., 2015 quien cito a (Paniagua Rojano et al., 2013) hace referencia que los nuevos medios se abren camino para ofrecer espacios abiertos a los estudiantes y estos puedan desarrollar un perfil adecuado a lo que las empresas requieren, pero aún existe un

contraste que no define el trabajo que se realiza en los medios y esto tiene que ver con la posición de la universidad la cual no se ha llegado a un acuerdo para establecer relaciones de intercambios formativos. En esto los autores reflexionan que “con el intercambio empresa universidad se abren posibilidades de emprendimiento y autoempleo”.

Empleabilidad

De acuerdo con Gazier (2001) consultado por Rentería & Malvezzi (2008) se entiende como empleable a las personas con la habilidad para obtener o preservar un trabajo (asalariado o no), la empleabilidad no es una noción teórica insertada en una red de conexiones explicativas o de estándares explícitos unívocos y estables, más que eso, es el asunto de identificar problemas y prioridades ligadas a las acciones de personas e instituciones implicadas en el acceso al trabajo y al empleo. (p. 2)

La Revista Fundación Chile mantiene la acepción de empleabilidad asociada a “una dimensión de la vida laboral de las personas que refiere la capacidad para obtener un trabajo, mantenerse en él y progresar en una organización contribuyendo exitosamente a esta”. Asimismo, la Real Academia Española (RAE) define este término como el 1. f. Conjunto de aptitudes y actitudes que permiten a una persona conseguir y conservar un empleo. Es decir, que el ser empleable denota características del sujeto las cuales lo llevan a tener éxito, entendido como la aseguración por méritos propios de un trabajo, es necesario destacar que las habilidades y conocimientos que se aplica en el medio laboral se van construyendo a través de la vida y de su educación en los diferentes niveles, por lo tanto, el concepto empleabilidad también dependerá mucho de lo aprendido durante su educación profesional.

VII. Diseño metodológico

7.1 Tipo de Estudio

Esta investigación es de carácter observacional, puesto que, involucra en primer lugar un acercamiento al fenómeno a estudiar, para ello se utilizaron técnicas e instrumentos adecuados al tipo de información que se pretende obtener las cuales serán aplicadas en el trabajo de campo, Monje Álvarez (2011) afirma que “el proceso de conocimiento científico inicia con la observación, entendida esta no como el simple acto de ver, tal como cotidianamente se concibe, sino como un proceso selectivo mediante el cual el investigador delimita intencionalmente los aspectos relativos al problema sobre el cual va a fijar su atención”, además señala que “observar implica identificar las características y elementos del objeto de conocimiento” (p. 95).

7.2 Enfoque de investigación

Para el desarrollo de la presente investigación se hizo uso de un enfoque mixto, es decir, cuantitativo y cualitativo; para comprender el uso de ambos enfoques se definirán por separado y, posterior, de forma conjunta. Según Hernández, Fernández & Baptista sostienen que lo cualitativo se “enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto” (2014, p. 358), de esta forma, esta investigación involucró estudiar y describir aspectos cualitativos, asimismo, se recurrió al enfoque cuantitativo para obtener información estadísticas del objeto en estudio debido que “la investigación cuantitativa ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista basado en conteos y magnitudes” (Hernández et al., 2014 p. 15).

Cabe señalar que aunque los dos enfoques son en su totalidad diferente, en la práctica investigativa estos son combinables a fin de responder a las necesidades de investigación, Muñoz Razo (2011).

7.3 Tipo de investigación

Este estudio es de carácter descriptivo, a como indica Tamayo & Tamayo (1999) la investigación descriptiva se enfoca en “describir de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés” (p.44) es decir, someter a estudio un fenómeno específico, de tal manera, que se logre tener una idea con la mayor precisión posible sobre este y se conozcan sus propiedades y particularidades. En particular, este tipo de investigación según Hernández et al., se interesa únicamente en especificar las dimensiones más importantes de una situación dando un panorama del suceso sin incluir razones u opiniones del por qué el fenómeno actúa de una manera y no de otra.

7.4 Área de estudio

El presente estudio se realizó durante el segundo semestre del año 2017, específicamente, entre los meses de septiembre y noviembre y se desarrolló en la Carrera Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua y en los medios de comunicación e instituciones y organizaciones, a continuación se citan: Canal 2, Radio Nicaragua, Bolsa de Noticias, Universidad Nacional de Ingeniería (UNI) y Aldeas S.O.S, Nicaragua.

7.5 Unidad de estudio

Se estudiaron los requisitos laborales de los medios de comunicación e instituciones, con relación a los conocimientos y habilidades adquiridas por los estudiantes de V año de la carrera Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua.

7.6 Universo y muestra

7.6.1 Universo

Para esta investigación se identificó como universo o población a los estudiantes de la carrera Comunicación para el Desarrollo, la cual se conforma por 466 universitarios, esta se divide en 10 grupos, 5 correspondientes al turno matutino y 5 al vespertino.

De igual forma, para efectos de este estudio se incluyen a los empleadores de medios de comunicación, organizaciones e instituciones.

7.6.2 Muestra

Según los objetivos de esta indagación, se seleccionó como muestra a 59 estudiantes, los cuales corresponden a los dos grupos que cursan quinto año de la carrera Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua; 41 del turno matutino y 18 del vespertino, respectivamente. Estos fueron elegidos por diversos criterios de selección, los cuales son: estar cursando el último semestre de la carrera y estar inscritos en la modalidad de graduación siendo esta seminario o monografía; se consideraron a estos grupos informantes claves puesto que, han cursado casi la totalidad de años de estudios para egresar, por lo tanto, proporcionaron información trascendental para el desarrollo del proceso investigativo. Asimismo, se trabajó con 5 empleadores, que responden a las diversas áreas de la profesión periodística: radio, televisión, prensa, y relaciones públicas. Estos empleadores, sean dueños de medios o directores de prensa, además, se procedió a la entrevistar a aquellos que estén encargados de la contratación directa de los comunicadores, puesto que, conocen la dinámica del medio y las demandas del mercado lo cual enriqueció este estudio.

7.6.3 Tipo de muestreo

Para la selección de la muestra se utilizó el muestreo de tipo no probabilístico, los investigadores Hernández et al., sostienen que este tipo de muestreo “suponen un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación, más que

por un criterio estadístico de generalización” (p. 189), en otras palabras, está enfocado en elegir una muestra que aporte información sustancial al trabajo tomando en cuenta las diversos criterios de investigación, por lo tanto, se seleccionan a ciertos individuos o situaciones con particularidades que los convierte en una fuente necesaria informacional, Hernández et al., explican que “al no interesar tanto la posibilidad de generalizar los resultados, las muestras no probabilísticas o dirigidas son de gran valor, pues logran obtener los casos (personas, objetos, contextos, situaciones) que interesan al investigador y que llegan a ofrecer una gran riqueza para la recolección y el análisis de los datos” (p.190)

A su vez, se empleó un tipo de muestreo por conveniencia ya que sus unidades no fueron seleccionadas al azar, sino por el acceso a los estudiantes de esta carrera de la UNAN-Managua para la recogida de la información, a como lo describe Mejía Navarrete (2002) “las unidades de la muestra se autoseleccionan o se eligen de acuerdo a su fácil disponibilidad” (p. 121).

7.7 Métodos y técnicas

Para la recogida de la información en el trabajo de campo de esta investigación con enfoque mixto se eligieron diversas técnicas que coadyuvaron a alcanzar los objetivos investigativos planteados.

7.7.1 Entrevista semiestructurada

En el proceso investigativo se contaron con diversas técnicas para la recopilación informacional, se decidió optar por la entrevista estructurada debido a que fue necesario la formulación de una guía de preguntas pero, a su vez, el investigador consideró necesario anexar nuevas preguntas que surjan durante la entrevista, esta técnica se basa en un cuestionario de asuntos donde el entrevistador es libre de introducir nuevos cuestionamientos con la finalidad de reducir duda u obtener datos adicionales Hernández et al.,. Esta entrevista se aplicó a 5 empleadores de los medios de comunicación, organizaciones e instituciones, en todos los casos se utilizó el mismo cuestionario el cual contendrá alrededor de 5 a 7 preguntas.

7.7.2 Sesiones en Profundidad o Grupos de enfoque

La técnica de investigación de grupos de enfoque también denominada por investigadores como entrevista grupal esta se utilizó con un grupo selecto de 6 estudiantes, esta selección fue por conveniencia dada a las características que el investigador busca en cada informante las siguientes particularidades: que actualmente esté inscrito en alguna de las modalidades de graduación, ya sea monografía o seminario y que se distinga por las siguientes cualidades: participativo y comprometido con sus estudios.

Las sesiones en profundidad son técnicas propias de la investigaciones mixtas o en las de carácter cualitativa y se utilizaron con el fin de obtener opiniones de los participantes con la finalidad de compararlas y que el investigador tenga una concepción más clara del objeto en estudio, así lo afirma Monje Álvarez (2011) realiza su principal trabajo de estudio por medio de la interacción discursiva y la contrastación de las opiniones de sus miembros. Su justificación y validación teórica se funda en un postulado básico, en el sentido de ser una representación colectiva a nivel micro de lo que sucede a nivel macrosocial” (p. 152).

7.7.3 Encuestas Estructuradas

La encuesta es la técnica más usada para la recolección de datos cualitativos, sin embargo, su aplicación también es válida en investigaciones cualitativas. En esta investigación se aplicaron encuestas a una muestra de 59 estudiantes, con el fin de obtener datos numéricos que pudieran representar a una población y medir de forma numeral diversas variables, asimismo, obtener información sobre los conocimientos y habilidades adquiridas por los estudiantes de comunicación. Gallardo y Moreno (1999) definen este procedimiento como una técnica “destinada a obtener información primaria, a partir de un número representativo de individuos de una población, para proyectar sus resultados sobre la población total” (p. 80). Para la aplicación de esta, se redactó previamente una guía de preguntas el cual tuvo 12 preguntas, siendo distribuida de forma impresa a los participantes para su llenado.

VIII. Análisis de resultados

1. Análisis de las Entrevistas

En este apartado sobre las entrevistas realizadas a directores y responsables de Prensa de los medios de comunicación, instituciones y organizaciones (Canal 2, Aldeas S.O.S, Universidad Nacional de Ingeniería, Radio Nicaragua y La Bolsa de Noticias) se obtuvieron los siguientes resultados:

Evaluación del desempeño periodístico de los nuevos comunicadores

Con respecto a la interrogante donde se planteó sobre cómo evalúan el desempeño periodístico de las nuevas generaciones de comunicadores, la mayoría expresó que los jóvenes llegan a los medios de comunicación con escasos conocimientos en los diferentes campos del periodismo, esto por la poca actualización de información y por debilidades en la investigación periodística, mencionaron que el joven llega a aprender al medio lo cual indica que este realizó pocas prácticas y en alguno de los casos no tuvo ningún tipo de experiencia, asimismo, dijeron que los estudiantes están enfocados mayormente en el campo del espectáculo o farándula (hacen referencia a los presentadores de televisión), por otra parte, dos de los cinco entrevistados valoraron positivamente el desempeño de estos aunque reconocieron que llegan con muy poca experiencia al medio e institución.

La Lic. María Elsa Suarez, directora general de la Bolsa de Noticia, argumentó que los comunicadores carecen de conocimiento de la historia nacional y mundial, “yo me estrello con esa realidad, donde jóvenes periodistas carecen de conocer la historia en general, incluso, la historia más reciente, la de los 80” (2017).

Según el criterio del periodista y productor del programa TV Noticias de Canal 2, Dino Andino, muy pocos periodistas o comunicadores de la actualidad se han enfocado en cultivar la investigación periodística, el desarrollo del género documental, el reportaje o mejorar la redacción “solo se preocupan por otras cosas que no tienen relevancia en el ámbito de la comunicación, el relevo generacional se ha estancado, creen que la televisión es simplemente brincar, reír y contar chistes, la mayoría está buscando más fama que lo que es el amor por su carrera” (2017).

De igual forma, Gabriel Martínez, Coordinador de comunicación de Aldeas S.O.S, sostiene que existe carencia de información en los jóvenes, “los chavalos están un poco atrasados y se quedan solo con lo que les da la carrera, muchas veces lo que les interesa es la farándula piensan que salir en televisión es periodismo, que ser presentadores de tv es el verdadero periodismo y el verdadero comunicador para mí es la persona que está enfocada en dar solución a la población que no tiene voz” (2017).

Por otra parte, la Lic. Arlen Huete, coordinadora de la división de comunicación de la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI), califico bien el desempeño de los jóvenes que llegan a la institución como pasantes, “los que han venido como pasantes han tenido la disponibilidad, han querido aprender, han estado dispuesto a las críticas muchas veces o adaptarse a la manera que nosotros división de comunicación estamos acostumbrados a trabajar” (2017). Así también, el director de radio Nicaragua, Alberto Carballo, dijo que los jóvenes llegan a la radio con un cincuenta por ciento de aprendizaje y que valora el dinamismo, creatividad y la disponibilidad que demuestran (2017).

Requisitos laborales

En relación a los requisitos laborales que debe cumplir un comunicador al momento de solicitar un empleo en los medios de comunicación, los entrevistados plantearon que como principal parámetro para ser contratado se debe tener excelente redacción y vocación periodística, de igual forma, consideran que se debe ser un lector diario que actualice sus conocimientos ya que es necesario en esta industria saber lo que sucede a nivel nacional e internacional y correspondiendo al contexto actual se debe tener dominio de la comunicación digital.

A continuación se presenta un gráfico que reúne los requisitos laborales mencionados por las fuentes consultadas:

Gráfico No. 1. Requisitos laborales que los comunicadores para el desarrollo consideran importantes. Elaboración propia.



En esta ilustración se presentan 6 requisitos laborales que los consultados consideran de suma importancia para la contratación de un comunicador recién egresado.

Formación de los comunicadores en las Universidades

De acuerdo a este punto sobre si las universidades están formando de forma integral a los nuevos comunicadores, cuatro de los cinco entrevistados comparten la opinión que la responsabilidad en la formación del individuo se mide en un cincuenta por ciento por la práctica del autoestudio y el otro cincuenta por la educación que recibe en las escuelas de periodismo.

Mencionaron que aunque el reto es compartido, la mayor responsabilidad es del estudiantes, “la carrera de comunicación no es lo mismo que la carrera de periodismo ahí puede haber un gran abismo en las universidades, pero el que tiene vocación se va a formar solo, independientemente del déficit que tenga la carrera” (Suarez, 2017) según Martínez (2017) en este contexto hay accesibilidad a muchos sitios donde el universitario puede reforzar lo que aprende en la academia “para eso está el internet informate, buscá becas,

buscá como actualizarte, sabemos que existen estos espacios de desarrollo, discusión, hay foros, conferencias, entonces es interés del estudiante”, sostuvo.

Según Carballo (2017) las universidades deben brindar las prácticas a los universitarios con el equipo tecnológico necesario para contribuir a una formación integral “si la universidad no tiene una radio donde puedan hacer sus piezas radiofónicas está cojeando, si no tiene un centro televisivo, aunque no transmita hacia fuera, y no tenga un espacio para desarrollar una nota para periódico habrá debilidades; deben tener laboratorios de edición, si no lo tienen las universidades tienen que pensar en eso”, sugirió Carballo.

En otro sentido, Andino (2017) refiere que la responsabilidad de la formación profesional depende exclusivamente del individuo “Me gradué en la era en la que todavía leía en los libros que vendría la internet, qué iba a hacer un sistema que nos iba a conectar a todos, que se iba a convertir el mundo en una aldea global; es la era de la información y no estamos informados, sabemos que está pasando en el Facebook pero ese acceso a la internet no lo estamos usando para darnos cuenta que está pasando en el mundo, hoy las universidades están dando más facilidades, el problema es el individuo, la falta de compromiso que existe, siento que la mayoría de nuestros futuros colegas no se están preocupando por la preparación, he conocido muchas generaciones muy mediocres” (2017).

Fortalezas y Debilidades identificadas en los comunicadores

Refiriéndose a las fortalezas y debilidades detalladas por los encuestados se enumeran en la siguiente tabla:

Fortalezas	Debilidades
Entusiasmo Disponibilidad de tiempo Disposición de aprender Adaptación al medio Redes Sociales y Tecnologías de la Información	Carencias en la improvisación Inseguridad y Miedo Poca práctica No dominan la investigación periodística Deficiencia en la gramática (Redacción) No actualizan sus conocimientos Desconocimiento de la historia nacional Poco humanismo Poca síntesis No hay vocación

Tabla No. 1: Frecuencia de caracterización de los comunicadores para el desarrollo desde la percepción de los empleadores entrevistados.

Según la indagación realizada se encontraron 10 deficiencias en los jóvenes que realizan prácticas o que están contratados en estos medios de comunicación, organización e instituciones. Uno de los cinco encuestados manifestó que no ha visto debilidades sino fortalezas, los demás consultados mencionaron más de dos debilidades según sus experiencias. En el apartado de fortalezas se enumeran cinco habilidades que encuentran en los jóvenes comunicadores.

2. Análisis de gráficos

En este acápite se muestran datos recabados mediante la aplicación de encuestas a estudiantes del último año de la carrera Comunicación para el Desarrollo, para esto es importante detallar que se planificó realizar 83 encuestas, sin embargo, por motivos de ausencia de las personas que conformaban la muestra de este estudio y por el poco acceso

al horario de los estudiantes quienes tenían únicamente un encuentro por semana, se aplicaron 59 encuestas.

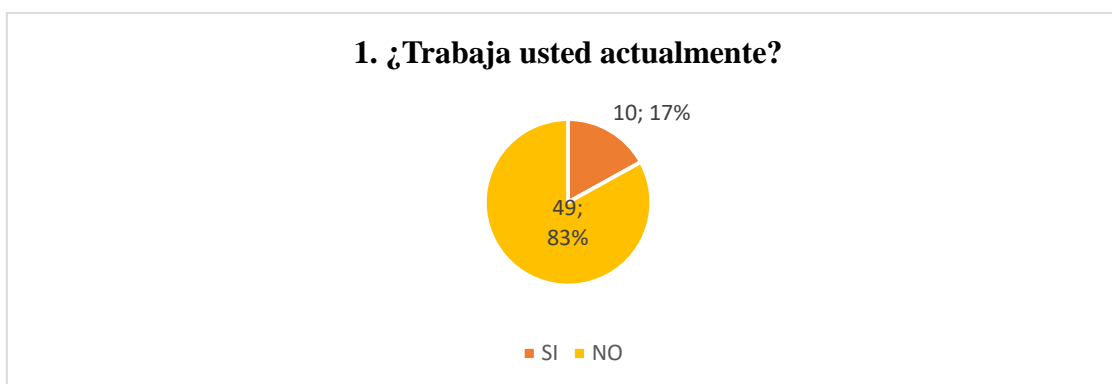
A. Datos Generales de los encuestados

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Mujer	40	68%
Hombre	19	32%
Total	59	100%

Cuadro N° 1. Sexos de los Encuestados

En el cuadro anterior se refleja que la mayoría de estudiantes de V año encuestados pertenecen al sexo femenino, que equivale a un 68%, y los hombres conforman el 32% restante.

B. Situación Laboral de los Estudiantes de Comunicación para el Desarrollo

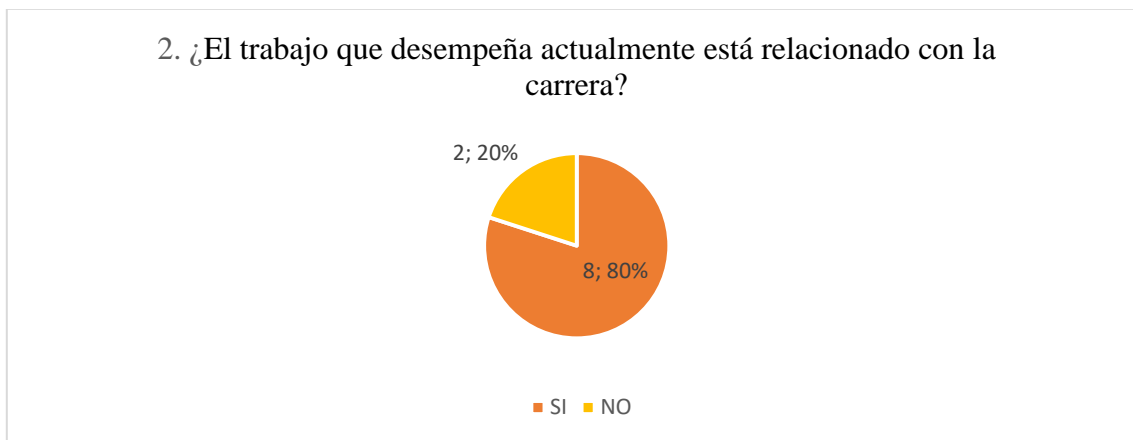


Grafica N° 2. Situación Laboral

Fuente: Elaboración Propia

Este gráfico contiene información sobre la situación laboral de los futuros egresados del campo de la comunicación, y de acuerdo a los datos obtenidos se encontró que del 100% de jóvenes solo un 17% se encuentran laborando, por otra parte, el 83% no poseen un empleo. Es necesario dar a conocer esta información puesto que al estar empleado se logra un mayor acercamiento con el medio, permitiendo que el estudiante tenga ideas claras del trabajo que se efectúa en el ejercicio periodístico. A pesar del número reducido de

comunicadores para el desarrollo laborando, los empleadores empiezan a crear los primeros conceptos sobre el perfil del Comunicador para el Desarrollo, lo cual enriquece la información de este estudio.



Gráfica N° 3 Desempeño Laboral

Fuente: Elaboración Propia

En este punto se señala que de los 10 jóvenes que poseen un empleo el 80% tienen un trabajo a fin a la carrera, lo cual evidencia que la preparación del estudiante en la universidad lo motivan a desarrollarse en el campo de su profesión. Un 20% no se dedica a la carrera.



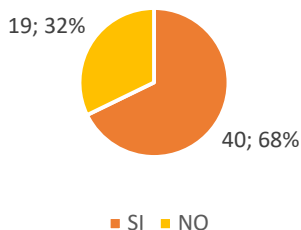
Gráfico N° 4. Aprendizaje De Las Funciones

Fuente: Elaboración Propia

Durante el sondeo, se comprobó que el 63% de los jóvenes que cuentan con un trabajo en medios, organizaciones, empresas o instituciones, aprendieron durante la práctica en el lugar de trabajo. El 25% dijo que la formación que han tenido en la universidad los capacitó

para desarrollar sus labores, por último, el 12% expresó que fue por medio de la práctica del autoestudio que aprendieron dichas tareas.

4. ¿Consideras que los conocimientos y habilidades que has adquirido en la universidad tienen relación con los requisitos laborales que solicitan actualmente los medios de comunicación y organizaciones?



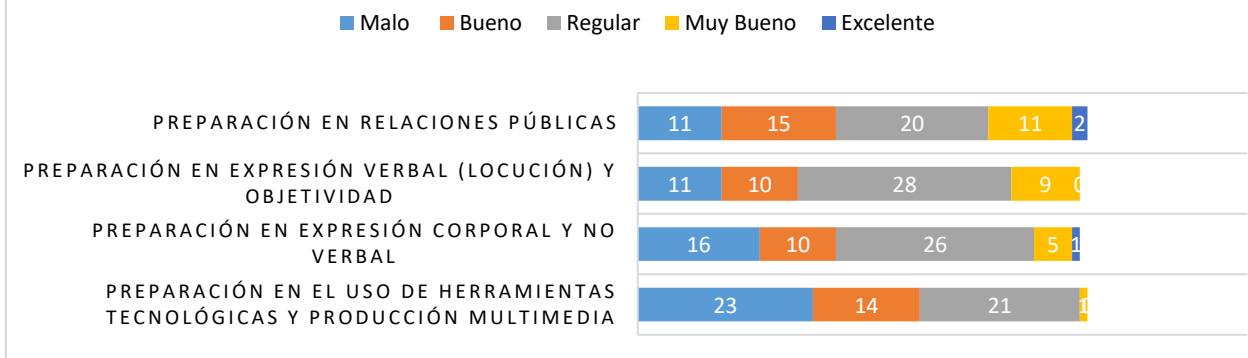
Gráfica N°. 5: Relación entre Conocimientos, Habilidades y Requisitos Laborales.

Fuente:

Elaboración Propia

De acuerdo a las valoraciones obtenidas por los encuestados un 68% señalan que los conocimientos y habilidades adquiridos en la universidad tienen cierta relación con los requisitos que establece el medio de comunicación; esto significa que para los universitarios las temáticas aprendidas o desarrolladas en la universidad les han permitido adaptarse a las exigencias laborales fácilmente, asimismo. En otro sentido, el 32% establece que el proceso de formación en la academia no tienen relación con los requisitos laborales actuales de los medios, organizaciones e instituciones, ya que estando en el campo laboral los conocimientos y habilidades aprendidas durante el proceso de formación profesional no las han desarrollado.

5. Valoración de los futuros egresados, sobre aspectos relacionados a la adquisición de conocimientos y el desarrollo de habilidades durante la trayectoria universitaria



Grafica N°. 6 Adquisición del Conocimiento y Desarrollo de Habilidades

Fuente: Elaboración Propia

En el anterior gráfico se presentan las valoraciones obtenidas en el proceso de cuantificación de datos de la encuesta realizada, este apartado nos permitirá conocer cómo califican los estudiantes el aprendizaje en las diferentes áreas de la comunicación en una escala que va desde malo, regular, bueno, muy bueno, hasta excelente.

En este sentido, en el campo de las relaciones públicas 20 de los 59 encuestados argumentó que la preparación fue regular, 15 de ellos valoraron de buena la preparación, 11 la calificaron de muy bueno y malo y solamente 2 universitarios señalaron que la preparación es excelente.

En expresión verbal (a los encuestados se les explicó que se hacía referencia a lo que es locución en radio y televisión) 20 de los 59 estudiantes califican la preparación como regular, 11 personas, establecieron que fue muy mala, 10 buena y 9 muy buena.

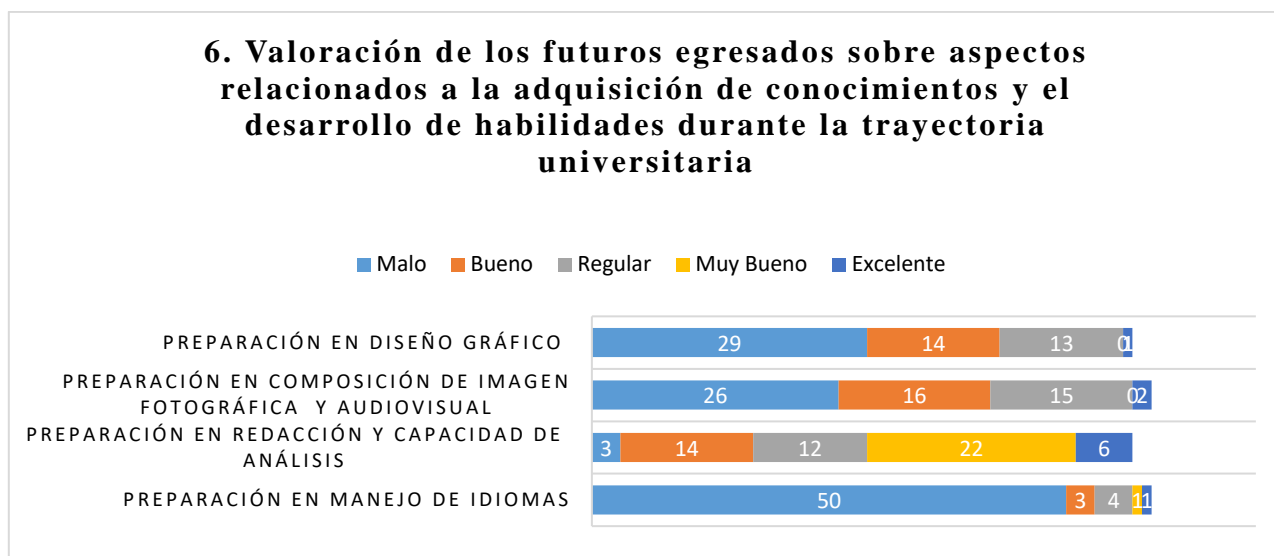
Con respecto a la preparación de expresión corporal, 26 regular consultadas la califica de regular, 10 buena, 16 como mala, 5 muy buena y una persona dijo que fue excelente.

Preparación en el uso de herramientas tecnológicas y producción multimedia, la mayoría de jóvenes dijeron que es mala, 21 sienten que fue regular, 14 expresaron que fue buena y uno dijo que fue muy buena la formación en ese campo.

En conclusión a este apartado se puede expresar lo siguiente:

De los cuatro primeros aspectos que se indagaron (preparación en relaciones públicas, expresión verbal, expresión corporal y producción multimedia) las áreas de la comunicación con más deficiencias son: la preparación en uso de herramientas tecnológicas y producción multimedia, la expresión corporal y la expresión verbal, con 44, 41 y 39 valoraciones negativas, por otro lado, el aprendizaje sobre relaciones públicas fue la mejor valorada con 28 personas que la calificaron como buena, muy buena o excelente.

Esta conclusión se obtuvo al sumar la cantidad de valoraciones, las negativas con las negativas (malas y regulares) y las positivas con las positivas (bueno, muy bueno y excelente).



Grafica N°. 7: Adquisición del Conocimiento y Desarrollo de Habilidades Fuente: Elaboración Propia

29 estudiantes de la carrera calificaron como mala la preparación en diseño gráfico; en el campo de la imagen fotográfica y audiovisual 26 lo calificaron del mismo modo y en el área de redacción y capacidad de análisis 22 dijeron que el aprendizaje fue muy bueno.

Con esta información se contabilizó que hubo 42 valoraciones positivas en el aprendizaje de redacción, sin embargo, la preparación en diseño gráfico y composición de imagen obtuvieron 42 y 41 valoraciones negativas, respectivamente.

3. Análisis grupo focal

Mediante la realización de la técnica de grupo de discusión se logró ahondar sobre las concepciones que tienen los estudiantes según las experiencias que han tenido en los medios mediante sus prácticas de profesionalización **I y II**.

A los jóvenes se les interrogó sobre cuáles eran las principales funciones que creen que van a desempeñar en un medio de comunicación y el resultado de dicha pregunta fue el siguiente:

Los universitarios consideran que en los medios, organizaciones o instituciones se realizan las siguientes tareas:

- ✓ Redacción de escritos periodísticos
- ✓ Locutar en televisión o radio
- ✓ Animación de eventos
- ✓ Reportear
- ✓ Presentar noticias
- ✓ Manejo de redes sociales, programas multimedia
- ✓ Dominio de diseño gráfico
- ✓ Corregir y editar textos
- ✓ Manejo de cámara de fotografía y video
- ✓ Investigar |

Asimismo, mencionaron qué habilidades y qué conocimientos han adquirido durante la trayectoria académica.

- ✓ Redacción
- ✓ Conocimientos básicos de diseño
- ✓ Relaciones públicas
- ✓ Producción Radiofónica

De igual forma describieron sus experiencias en los medios de comunicación

- ✓ Inseguridad y miedo
- ✓ Conocimientos teóricos carentes de práctica

“Cuando hice mi primer transmisión estaba muy nerviosa la voz se me fue, no tenía ordenado que era lo que iba a decir, tenía las ideas, después logre controlarme y dar la información, aquí en la universidad te dan la teoría sí pero no la práctica”, (Machado, E. 2017).

- ✓ Alta competencia laboral

“Al inicio te sentís alegre, pero después llegué a un punto donde estoy súper frustrada porque hay otros chavalos que salieron de otras universidades privadas y siento que están más capacitados que uno”, (Rodríguez, E. 2017).

- ✓ Amplios conocimientos sobre la divulgación periodística.

“Ha sido equilibrado, he visto que ha sido más fuertes las enseñanzas en la universidad sobre relaciones públicas y divulgación. En la parte de divulgación me sentí satisfecho porque sentí que no iba tan crudo por así decirlo”, (Rodríguez, D. 2017).

IX. Conclusión

A partir de los datos e información recolectada, se concluye:

- ✓ Que las similitudes encontradas sobre los requisitos laborales que solicitan en los medios de comunicación (Canal 2, Aldeas SOS, Universidad Nacional de ingeniería UNI, Radio Nicaragua y La Bolsa de Noticias) son las siguientes: redacción y ortografía, habilidades en fotografías, dominio de diseño gráfico, elaboración de productos comunicacionales (radiales, televisión y escritos), dominio de medios de comunicación tradicionales y digitales, diseño y ejecución de planes de comunicación.
- ✓ Tanto los requisitos laborales de los empleadores como las perspectivas de los estudiantes coinciden en su totalidad, lo que indica que los estudiantes tienen un vasto conocimiento sobre las exigencias de los medios de comunicación, organizaciones e instituciones.
- ✓ En el aspecto de los conocimientos y habilidades adquiridas se encontraron las siguientes coincidencias: tanto en las encuestas aplicadas como en el grupo focal se evidenció que los estudiantes valoran positivamente el aprendizaje obtenido en las áreas de redacción y relaciones públicas, sin embargo en las demás áreas del trabajo periodístico los universitarios tienen valoraciones muy negativas. En el grupo focal los jóvenes mencionaron tener conocimientos básicos en diseño gráfico y expresión verbal a diferencia que en la encuesta fueron dos áreas con las valoraciones más negativas.
- ✓ Al comparar los requisitos de los medios de comunicación y los conocimientos aprendidos por los estudiantes de V año de la carrera comunicación para el desarrollo se obtuvo que: los conocimientos de los futuros comunicadores (redacción, relaciones públicas, producción radiofónica y generalidades de diseño gráfico y producción multimedia) están relacionados con los requisitos actuales que

solicitan los medios de comunicación, sin embargo, se encontró la siguiente incongruencia:

- Que a pesar que los futuros egresados mencionan que el aprendizaje en el área de redacción ha sido satisfactoria, los jefes de prensa y empleadores consultados consideran que hay deficiencias en la gramática.

En síntesis, la mayoría de estudiantes de V año del turno matutino y vespertino de la carrera Comunicación para el Desarrollo que oferta la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-Managua) coinciden en que han obtenido conocimientos satisfactorios en las áreas de las relaciones públicas y prensa escrita, asimismo, que los requisitos que actualmente solicitan los medios de comunicación para la contratación de un comunicador son reconocidos por los futuros egresados y están relacionados en su totalidad con el perfil de la carrera, sin embargo, los empleadores o dueños de medios afirmaron que hay carencias en las áreas que dichos estudiantes mencionaron haber obtenido conocimientos sólidos.

X. Recomendaciones

A estudiantes de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo

- Buscar pasantías en los medios de comunicación antes de egresar de la carrera, ya que esto les permitirá conocer las rutinas del medio, asimismo, crear fuentes de información que le servirán en un futuro.
- Al momento de realizar sus prácticas visualizar los requerimientos que los medios de comunicación establecen para seleccionar a su personal y de esta forma, puedan ocupar un cargo en alguna área de dicho medio.
- La práctica de autoestudio es indispensable en cualquier carrera, esto les permitirá alcanzar las metas propuestas por la academia y por como profesional.

A la Universidad

- Buscar alianzas con los medios de comunicación, instituciones y empresas que tengan área de Relaciones Públicas y divulgación para abrir programas de pasantías y que los estudiantes tengan espacios de prácticas y oportunidades de empleo.
- Crear laboratorios para las clases prácticas como televisión, producción audiovisual y edición para suplir las carencias técnicas y aportar a la formación de los profesionales (la mayoría de áreas con valoraciones negativas fueron las que requieren más horas prácticas).
- Ofertar cursos de posgrados y talleres complementarios a la carrera que brinden mayores herramientas a los profesionales para su ejercicio profesional.
- Extender la asignatura de Prensa Escrita Constructiva para fortalecer las competencias en redacción de los estudiantes.
- Incluir en el pensum académico la asignatura de diseño gráfico, ya que es una necesidad en el contexto laboral.

XI. ANEXOS



ENCUESTA

Objetivo: La presente encuesta forma parte de un plan de recogida de datos e información en un trabajo de investigación que pretende identificar los conocimientos y habilidades que los estudiantes de V año de la carrera Comunicación para el Desarrollo han adquirido durante la trayectoria Universitaria y la relación entre estas en el ámbito laboral.

INDICACIONES GENERALES:

Estimado estudiante, se le solicita llenar con total sinceridad el siguiente instrumento. En cada apartado se le orienta como debe ser llenada esta encuesta, por tanto es necesario una lectura y concentración.

No. de encuesta: ____

Fecha: ____/____/____

I. DATOS GENERALES: Marque con una X una de las siguientes opciones.

DG1. Sexo del encuestado:

1. Mujer
2. Hombre

DG2. Edad en años cumplidos: _____

DG3. Estado civil del encuestado:

1. Soltero
2. Casado

3. Unión hecho estable

DG4. Procedencia del encuestado

1. Urbana

2. Rural

DG5. ¿Trabaja usted actualmente? (Si la respuesta es “NO” pasar a la pregunta DA8)

1. Si

2. No

DG6. ¿Está relacionado el tipo de trabajo que desempeña actualmente con la carrera?

1. Si

2. No

DG7. Según su experiencia laboral, las funciones que realiza en el medio de comunicación, organización o institución fueron aprendidas durante:

1. La formación académica en la universidad

2. Por la práctica de auto estudio

3. Durante la practica en el lugar de trabajo

II. DATOS ACADEMICOS

DA8. Año de ingreso a la carrera Comunicación para el Desarrollo

a) 2013

b) Antes de 2013

c) Después de 2013

DA9. ¿Qué modalidad de graduación elegiste para finalizar estudios?

1. () Monografía
2. () Seminario de Graduación
3. () Examen de Grado

DA10. ¿Consideras que los conocimientos y habilidades que has adquirido cumplen con los requisitos laborales actuales de los medios de comunicación?

1. () Si
2. () No

DA11. Según criterio, evalúa los siguientes aspectos relacionados con la adquisición de conocimientos y habilidades en el desarrollo de la carrera usando como referencia la siguiente escala.

1. Malo 2.Regular 3. Bueno 4. Muy Bueno 5. Excelente

Aspectos	1	2	3	4	5
¿Cómo considera usted que es la relación entre la carrera estudia y el perfil laboral actual de los medios de comunicación?					
Preparación en el uso de herramientas tecnológicas					
Preparación en expresión corporal y no verbal					
Preparación en expresión verbal y objetividad					
Preparación en la dirección de Relaciones Publicas					
Preparación en manejo de idiomas					
Preparación en redacción y capacidad de análisis					
Manejo de herramientas de Producción multimedia					
Preparación en composición de imagen fotográfica y audiovisual					
Preparación en diseño gráfico					

DA12. Mencione tres asignaturas que necesitan ser incluidas para formar a los futuros comunicadores.



GUÍA DE ENTREVISTA

Dirigida a los empleadores de los medios de comunicación

Nombres y Apellidos del entrevistado: _____

Medio u organización: _____

Cargo: _____

Años laborados: _____

Profesión: _____

Entrevistador: _____

Fecha y Hora: _____

Objetivo: Recopilar información sobre los requisitos laborales que solicitan los medios de comunicación, instituciones y organizaciones para emplear a las nuevas generaciones de comunicadores.

1. En primer lugar puede explicarnos ¿Cómo está estructurado el equipo periodístico de este medio de comunicación?
2. Según su experiencia, ¿Cómo evalúa el desempeño periodístico de las nuevas generaciones de comunicadores?
3. ¿Cuáles son los requisitos laborales establecidos por este medio de comunicación para contratar a un comunicador?
4. ¿Qué debilidades y fortalezas identifica en los comunicadores más jóvenes de este medio?

5. ¿Qué conocimientos y habilidades considera que debe tener un comunicador para ser contratado en este medio de comunicación?
6. ¿De qué depende que el comunicador conserve su empleo en este medio?
7. ¿Considera que las universidades están formando a los comunicadores para enfrentar las demandas del contexto actual? Justifique.
8. Según su criterio, ¿Qué elementos deben incluir las escuelas de comunicación en el pensum académico?
9. ¿Qué recomendación daría a los nuevos egresados que quieren aplicar a un empleo en el medio que dirige?



FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURÍDICAS

COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

Grupo Focal

Objetivo: Recolectar información a profundidad sobre los conocimientos y habilidades que los estudiantes de V año de la carrera Comunicación para el Desarrollo han adquirido durante la trayectoria universitaria, de esta forma, con las diversas opiniones se buscará el consenso entre los participantes para obtener un panorama más claro sobre el objeto de estudio.

1. Protocolo del Grupo Focal

Este grupo de discusión se realizará en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-Managua) y su aplicación está vinculada al campo educacional, periodístico y laboral; dicha técnica cualitativa está dirigida a los universitarios que cursan V año de la carrera Comunicación para el Desarrollo.

2. Personas que Participan en el Grupo Focal:

Estudiantes de V año de la carrera Comunicación para el Desarrollo que están en proceso de culminación del plan de estudios y que estén llevando seminario de graduación o estén tutorados para monografía.

3. Objetivo del Grupo Focal: Construir una visión compartida sobre la opinión de los estudiantes de V año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo sobre los conocimientos y habilidades adquiridas durante el proceso de formación académica universitaria.

4. Temas a tratar en los Grupos Focales:

(a) Los aspectos relacionados a los conocimientos y habilidades adquiridas por los estudiantes durante el proceso de formación académica.

(b) Los aspectos sobre el nivel de conocimiento de los universitarios en cuanto a los requisitos laborales que los medios de comunicación, instituciones y organizaciones solicitan para emplear a las nuevas generaciones de comunicadores.

5. Referencia Técnica y Contextual del Instrumento Metodológico

Método: Grupo Focal.

Técnica: Técnica de discusión grupal.

Fecha: 25 de Septiembre de 2017

Duración: entre 30 a 40 minutos

Lugar: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua, aula 6202 del recinto universitario Rubén Darío.

Cantidad de Personas que participan del Grupo Focal: Seis.

Moderador del Grupo Focal: Investigadores del tema en estudio.

Pregunta de apertura

1. ¿Cuáles son las principales funciones que creen que van desempeñar en un medio de comunicación?

Introductoria

2. ¿Qué requisitos consideran que los medios de comunicación e instituciones exigen de ustedes como futuros profesionales de la comunicación?

De transición

3. ¿Cómo describe su experiencia con respecto a la formación académica recibida incluyendo la práctica del autoestudio?

4. ¿Qué conocimientos y habilidades han adquirido durante su paso en la universidad?

5. ¿Qué conocimientos y habilidades adquiridas durante la carrera consideran que son claves para su desempeño laboral?

De cierre

6. ¿Hay algo que consideras que no mencionaste que quisieras agregar para enriquecer esta conversación?

¡Gracias!

ENTREVISTAS TRANSCRITAS

Dirigida a los empleadores de los medios de comunicación

Nombre del Entrevistado: Alberto Carballo

Medio u organización: Radio Nicaragua

Cargo: Director General

Entrevistador: Elizabeth Noguera y Lester Mendoza

Fecha: 20/09/2017

Hora: 9:30 a.m.

¿Cómo está estructurado el equipo periodístico de Radio Nicaragua?

Cada gobierno administra esta radio, nosotros somos delegados de la presidencia para atender este medio de comunicación. El rector de la radio es la secretaría de comunicación y ciudadanía de la presidencia, ellos nombran al director, en este caso soy yo y luego de todo el organigrama que corresponde a la dirección general, subdirección y las distintas áreas que existen en la radio. El área de prensa y artístico consideramos que son la médula de la radio, el área de prensa tiene un responsable que coordina la agenda informativa de la radio de las diferentes áreas que se cubren y los periodistas están asignados a estas áreas.

Desde su experiencia ¿cómo evalúa el desempeño periodístico de los nuevos comunicadores?

La característica de nuestra área de prensa es que se está atendiendo con jóvenes que han salido de las universidades o que ya están por salir, valoro que hay empeño, hay dinamismo, hay sangre joven, hay creatividad y sobre todo que parece que los jóvenes no tienen horario. Siempre he pensado que vienen con un 50% de calificación y se van con un 100% la radio es una experiencia muy bonita y enriquecedora, nuestros jóvenes son

personas sin horarios, creativos y dinámicos aunque pienso que si hay que seguirlos puliendo también.

¿Qué requisitos debe cumplir un nuevo comunicador para ser contratado en este medio?

Para la radio Nicaragua está la ley de carrera civil profesional, cada vez que la radio va a contratar un nuevo elemento hay un proceso de adquirir los servicios profesionales, en Nicaragua compra elevamos el proceso y ahí vienen las hojas de vida y ofertas de los jóvenes, entonces, eso se valora según su espíritu, es decir, de que le guste, porque a los jóvenes no les vamos a pedir experiencia pero si uno como persona mayor nota en la entrevista personal el espíritu del joven y la disposición,, es cierto que no tienen experiencia pero tienen la capacidad de adquirirla y aplicar lo que han visto en la universidad.

¿Ha encontrado debilidades en los comunicadores más jóvenes?

Al inicio les cuesta ubicarse, cuando los ponés en vivo se nota que se les debe inculcar la improvisación para que no se queden en el aire, en la radio existen los silencios y se nota cuando no tienen nada que decir. Deben romper el respeto humano, es decir cuando los ponés están nerviosos, las universidades deberían inculcarles y fomentarles que no hay respeto humano cuando se decide estudiar comunicación, cuando digo respeto humano me refiero al nerviosismo, pienso que hay que romper esa situación y para ello la universidad tiene que darle mucha práctica a los jóvenes para vencer esas barreras, de nervios o inexperiencia.

Otra debilidad es que cuando el medio le pone algunas restricciones el joven como que se encasilla, el joven debe ubicarse dónde está y a qué público va dirigida su nota, pero esa debilidad es compartida considero que al joven hay que señalarle la agenda informativa, pero también hay que darle cierta libertad, como una autonomía, pero supervisada por el responsable del área de prensa.

En mis tiempos había una clase que se llamaba análisis del contenido, en la universidad se debe dar a conocer cuántos son los medios, qué color, qué tamaño y que intención tienen

porque creo que la sociedad siempre ha pujado porque haya medios que sepan corresponder a las necesidades informativas.

¿Considera que las universidades están formando de forma completa de los jóvenes que estudian la carrera de comunicación?

Si hablamos de la UNAN y la UCA podemos decir sin ningún temor que ustedes tienen una buena base, pienso que las universidades deben tener todo lo que ustedes saben que hay fuera para cubrir una información, si la universidad no tiene una radio está cojeando, si no tiene un centro televisivo, aunque no transmita hacia fuera, donde puedan hacer sus piezas radiofónicas, televisivas y puedan desarrollar una nota para periódico entonces también habrá debilidad, deben tener laboratorios para saber imprimir, si no lo tienen las universidades tienen que pensar en eso. Muchos apuestan a las redes sociales pero también ustedes deben hacer los medios tradicionales, las universidades deben darle las prácticas.

¿Qué recomendación le daría a los egresados que quieren conseguir un empleo en este medio?

Que sean intrépidos, atrevidos, y que se ganen el puesto no quedarse solamente con lo que le da la universidad que hay herramientas para enriquecer lo que las universidades les da y que desarrollen su talento.

ENTREVISTA

Nombre del Entrevistado: Dino Andino

Medio u organización: Canal 2

Cargo: Productor TV Noticias y Periodista

Entrevistador: Elizabeth Noguera y Lester Mendoza

Fecha: 19/09/2017

Hora: 12: 00 a.m.

¿Cómo está estructurado el equipo periodístico del Canal 2?

Técnicamente el equipo de TV noticias conforma un coordinador de prensa, que es el jefe de prensa, el director prácticamente, que es don Edgard Curtis, luego está conformado por una productora que se encarga de ver la producción propiamente dicha del noticiero, durante todo el día ella está en contacto con los periodistas que están en la calle y les está preguntando cuáles son las actividades que están cubriendo y cómo van avanzando en esas; hay otra persona que trabaja en producción cuyo trabajo específico es revisar los textos de los periodistas y está todo el equipo de prensa, que en su mayoría van a calle a dar cobertura a diferentes fuentes noticiosas que ya están predelegadas, preestablecidas. También hay un equipo técnico que está conformado por camarógrafos, editores y también hay otro equipo del que nunca se habla, qué es el que está en el control de estudio, ahí hay sonidistas, personas expertas un switcher, técnicos especialistas que están vigilando o monitoreando cómo está marchando la calidad de la imagen, el sonido al aire. Hay alguien que está encargado del tele pronter y otro que está encargado del generador de caracteres, él pone los nombres, el GDC, es básicamente el equipo.

Desde su punto de vista **¿cómo evalúa el desempeño periodístico de los nuevos comunicadores?**

Tengo un criterio claro porque han pasado varias generaciones desde que yo empecé, siento que estas nuevas generaciones se están enfocando más, si es en el ámbito de la televisión, en la parte del espectáculo, de la farándula, Mi criterio, después de todos estos años, es que muy pocos periodistas se han enfocado en cultivar propiamente la parte de la investigación periodística, el desarrollo del género documental, el reportaje, o que se preocupen más por escribir bien, hacer sus cosas. La mayoría que yo visto quieren estar en revistas donde hay oportunidad para desarrollarse en un aspecto, que no lo estoy despreciando, qué es la farándula, pero que siento que la mayoría está buscando más fama que lo que es el amor por su carrera.

En ese sentido, el relevo generacional se ha estancado, hay muchos muchachos que son mejor que yo, que tienen el talento pero no se han concentrado en desarrollarse como periodistas, creen que la televisión es simplemente brincar, reír, contar chistes y no es sólo eso, es sólo una parte, es una industria que existe muy poderosa en otros países pero no es sólo eso. Yo quiero ver muchachos que salgan sean capaces de establecerse como periodistas serios y muy capaces,

¿Qué conocimientos habilidades considera que debe tener un nuevo comunicador para ser contratado en este medio?

Debe escribir bien debe, ser un lector consuetudinario, ávido, devorador de cualquier tipo de escrito, no importa si es vanidades, no importa si es farándula, pero que lea, debe ser un intelectual, no quiero decir que sea serio, sino que, a como decía el decano de la facultad de nosotros que “no hay nada más serio que el buen humor” cuando algo está dicho de una manera light pero que tiene contenido es válido.

Los periodistas y comunicadores de hoy día deben entender que primeramente la universidad no los está formando, ¿qué es la universidad? es una herramienta que necesitamos para graduarnos de comunicadores, pero que la verdadera comunicación y el verdadero ejercicio lo encontrarás acá, tu graduación está aquí y que es un proceso largo y

que ese desarrolló va a depender de vos, de manera contraria, yo siento que los muchachos no se están cultivando, sinceramente, hay generaciones que están saliendo muy superficial. Quiero que los muchachos se preocupen por reivindicar esta carrera, una carrera preciosa donde han estado hombres grandiosos en la historia de la humanidad Rubén Darío fue un periodista, Gabriel García Márquez fue un periodista y ¿quiénes son esos hombres? de los más grandes escritores de Latinoamérica y del mundo, tenemos que preocuparnos por reivindicar esto, por sacarlo de dónde está.

¿Considera que las universidades están formando de forma completa de los jóvenes que estudian la carrera de comunicación?

Si partimos de esta realidad, los nuevos comunicadores deberían de salir mucho más capacitados, a mí me sorprendió ayer un estudiante me dijo que en la universidad centroamericana les enseñan a editar, o sea, ¿cuándo me enseñaron a editar a mí? con costo vi una cámara, cómo era, la toqué, no supe cómo era su funcionamiento. Me gradué en la era en la que todavía leía en los libros que vendría la internet, qué iba a hacer un sistema que nos iba a conectar a todos, que se iba a convertir el mundo en una aldea global, en una pequeña aldea, lo leí, no lo vi nunca.

Una vez me invitaron como Jurado a una defensa monográfica en la UCA y me sorprendió que la presentación estaba en Power Point y que todo lo que expuso el estudiante lo leyó, yo hice una defensa en la que me tuve que preparar fuerte, entonces, nada tiene que ver, es todo lo contrario, hoy las universidades están dando más facilidades, el problema es el individuo, la falta de compromiso que existe, siento que la mayoría de nuestros futuros colegas no se están preocupando por la preparación, sinceramente he conocido muchas generaciones muy muy mediocres, lo tengo que decir de esa manera.

¿Qué recomendación le daría a los egresados que quieren conseguir un empleo en este medio?

Antes de buscar un empleo como éste, si es que quieren hacer el ejercicio periodístico, estar en un noticiero, que primero vengan bien informados, está lo otro que es contradictorio es la era de la información y no estamos informados, sabemos que está pasando en el facebook

pero ese acceso a la internet no lo estamos usando para darnos cuenta que está pasando en el mundo, qué está pasando en mi país, si yo en este preciso momento le preguntó a un estudiante cuál fue el titular de hoy, de los periódicos, te aseguro que el 98% no sabrá que está pasando ahorita en el mundo, probablemente, como es un evento espectacular probablemente sabrán del huracán María pero hay otros aspectos del mundo. Que sean personas bien informadas, qué saben escribir correctamente, porque si no lo saben probablemente vayan a encontrar trabajo, pero van a ser uno más y yo pienso que nadie quiere ser uno más ¿o quizás si? porque si tú meta fue solo “ya estoy en la televisión” “ya aparezco en la televisión” y que sean sencillos, que traten de darse cuenta que esto no es para creer ser superior a otro, sé sencillo siempre, date cuenta que vas a aprender del más pequeño también aún cuando estés en una posición mayor; yo le he pedido a Dios que me permita darme cuenta siempre que puedo aprender de los jóvenes, qué puedo aprender de los viejos, nunca he despreciado a un viejo, nunca desprecio a un joven y debo de decirlo esta generación es mediocre, ustedes necesitan relevarnos a nosotros, déjenme irme, yo quiero irme.

Para finalizar ¿considera que los requisitos que ha mencionado lo cumplen los comunicadores más jóvenes que están actualmente laborando en Canal 2?

Hoy día sí. Producto de las nuevas generaciones que han venido a los medios de comunicación que no tienen un nivel suficientemente profesional, entonces, los medios de comunicación han contratado personas que no son suficientemente profesionales, porque también está en crisis el tema de los dueños de medios de comunicación y de noticieros, que no quieren pagar lo suficiente, pero también yo me pregunto ¿cómo voy a pagarle lo suficiente alguien que no vale la pena? cuando yo entré aquí todos los salarios eran diferenciados y te medían conforme a tu capacidad, si traías un background, si traías una experiencia, yo tuve el privilegio de venir de Televisa, o sea, estuve en Canal 6, estuve en Televisa como corresponsal adjunto, como productor de Televisa, entonces, yo traigo mi expediente, ya conocían mi trabajo y yo digo esto es lo que quiero ganar. Pero ese respeto yo me lo gano por mi experiencia no porque yo digo que soy o que me lo merezco; no estoy diciendo que haber, y ¿cómo voy a ser yo sí soy nueva y no tuve experiencia? podés no demostrar experiencia pero si que sos una persona muy bien informada y que sos limpia al

escribir, qué es lo primero que te va a ver aquí un productor o un director, es cómo escribís y la manera de cómo hablas dice mucho sobre qué estás leyendo, si lees o no, yo puedo saber si alguien lee lo suficiente por la manera en cómo se expresa, entonces, tienen que ser personas que leen, empiezan leyendo y cuando van a la mitad de la carrera vuelven a leer y que cuando terminan siguen leyendo y que cuando salieron van a leer el resto de sus vidas; es similar a lo que los médicos hacen, estudian la medicina pero en el camino se tienen que actualizar, toda la vida tenemos que actualizarnos, combatamos la mediocridad porque lo más lamentable es que nosotros somos seres humanos todos y tenemos la misma capacidad, nunca Rubén Darío tuvo más capacidad que vos, que yo, sólo la desarrollo, se enfocó, nació con un talento, pero ¿cuántos otros no han nacido con el talento de la poesía? pero él se enfocó y se comió toda la biblioteca del Banco Central, entonces no fue de la nada que se hizo el gran poeta, nosotros podemos ser grandes comunicadores grandes, grandes periodistas, hacer grande este país, si de verdad nos preocupamos por ser la diferencia.

ENTREVISTA

Nombre del Entrevistado: Arlen Huete

Medio u organización: Universidad Nacional de Ingeniería (UNI)

Cargo: Coordinadora de Divulgación y Prensa UNI

Entrevistador: Elizabeth Noguera y Lester Mendoza

Fecha: 19/09/2017

Hora: 2:30 p.m.

1. Explíquenos, ¿Cuál es la estructura del medio?

La división de comunicación está dividida en cuatro áreas, divulgación y prensa que son los periodistas, camarógrafos y editores, tenemos medios audiovisuales educativos, que también entran el camarógrafo y el editor porque se hacen trabajo institucionales, enfocados en la educación que tenga que ver la academia. Tenemos el área de protocolo y eventos que son los que montan los diferentes eventos de la Universidad, los que aseguran las banderas, las bambalinas y atienden a las personalidades dependiendo del evento que se desarrolle y tenemos diseño gráfico que es toda la parte de la imagen, institucional de la Universidad dentro y fuera, todo se hace desde esa área, son cuatro áreas que estamos en la divulgación, promoción de la imagen de la institución.

2. ¿A través de su experiencia como puede evaluar el desempeño periodístico de los nuevos comunicadores?

Bueno, la institución trabaja generalmente con jóvenes que están en el último año de su carrera, específicamente hemos trabajado con la UNAN-Managua y hemos tenido gente de la Universidad de Managua, muchachos que si han venido aquí sin experiencia, o tal vez la única experiencia que traen es la que han desarrollado dentro de su universidad y nosotros los seleccionamos, mediante una entrevista, conocemos un poco de su currículum, la experiencia que han tenido dentro de la Universidad y pues se hace una selección, entran

como pasantes porque la Universidad como ustedes saben es una institución del Estado, planifica su presupuesto anualmente, entonces generalmente entran como pasantes, pero dependiendo de su desempeño se logra hacer un contrato temporal, dependiendo nuevamente de su desempeño disponibilidad y perspicacia, los muchachos logran reanudar sus contratos cada año.

3. ¿Qué debilidades y que fortalezas ha identificado en estos nuevos relevos comunicacionales?

Pues fíjate que debilidades no le llamaría yo, más que debilidades he visto muchas fortalezas en los muchachos porque los que han venido como pasantes han tenido la disponibilidad, han querido aprender, han estado dispuesto a las críticas muchas veces o adaptarse a la manera que nosotros división de comunicación estamos acostumbrados a trabajar, entonces los muchachos hacen de todo, porque lo importante que nosotros creemos la Universidad tiene muchos medios de comunicación es que los muchachos puedan hacer radio, televisión, puedan escribir para la página web, para el boletín digital y también actualizar redes sociales, entonces lo más importante de los muchachos la fortaleza es la disponibilidad que han tenido.

Debilidades como todos, tal vez miedo, el miedo que se van quitando en el proceso del trabajo y tal vez ellos van aprendiendo.

4. ¿Consideras que las Universidades están formando de forma completa a estos nuevos comunicadores?

Bueno las universidades forman las bases, creo que no solo en la carrera de comunicación, en todas las carreras, no es lo mismo estar en una aula de clases hacer las practicas desde los diferente formatos como nosotros manejamos al llegar a la vida real, cuando vos llegas a la vida real te enfrentas con muchas cosas, te enfrentas con la gente que es el principal obstáculo que tienes, que son los que no ayudan en tu trabajo, que no te ayudan de la manera correcta, te da pena preguntar tal vez, te da pena preguntar,

admitir tus errores, simplemente te quedas callado, muchas veces cuando tienes la razón tal vez no te defiendes en el momento. Pienso que las bases sólidas son las que traes de la Universidad, pero realmente la disposición que vos vayas a tener dentro de equis o ye medio de comunicación. La institución va ser lo que te va ayudar a fortalecer esas herramientas de base que te dio la universidad, y si son importantes, así creo que de los muchos que están en los medios de comunicación no pasaron en una escuela de comunicación y son excelentes comunicadores gracias a la experiencia que han tenido. Si creo que pasar por una universidad, consolidando las bases, los conocimientos, porque es importante conocer los conceptos de cada cosa al momento de que vos vayas al mundo laboral, yo creo que ese será el principal aporte que hacen las universidades.

5. ¿Qué elementos u habilidades debe tener un joven que está recién egresado o que esta pronto de salir de la universidad para que UNI diga quiero contratarlo por esta razón?

Tiene que ser una persona proactiva, un muchacho dispuesto a aprender, lo más importante que nosotros queremos aquí es que esté dispuesto a aprender, porque si tienes una dificultad un miedo lo hagas saber, porque así nosotros vamos a ver de qué manera vos puedes superar cualquier debilidad o temor que puedas traer de tu universidad. Nosotros hemos consolidado un equipo los muchachos nos hemos coordinado, hemos tenido respeto los unos con los otros, porque eso es una parte muy importante porque cuando una persona es nueva no se vale aquí decirle: lo hiciste mal, es que vos no servís, no aquí no, mirá hacelo de esta manera, lo puede mejorar, aprendes a conocer la universidad y a sus autoridades y la manera en que se trabaja; la disposición que han tenido los muchachos creo es lo que ha consolidado el equipo de divulgación y prensa.

6. ¿Los requisitos laborales meramente ya enumerados o básicos para un contrato?

Bueno yo creo que trabajamos diferentes a los medios, para nosotros es la disponibilidad, la proactividad que pueda tener, y que esté dispuesto a aprender. Ahora los muchachos son habidos en las redes sociales, tecnologías, esa fortaleza que tienen como jóvenes de curiosidad, de querer saber más son las que nosotros son las que tomamos en cuenta al momento de incluirlo dentro del equipo.

7. ¿Qué recomendación le das a los nuevos comunicadores que quieren conseguir un empleo en cualquier medio?

Que no tengan miedo, que la gente siempre los va a criticar los va a señalar, que cuando las críticas sean constructivas las tomen en cuenta al momento de trabajar, que no pierdan el entusiasmo, que no se acostumbren, porque ya consiguieron el empleo hasta aquí llego, estoy feliz, sino que simplemente seguir aprendiendo.

ENTREVISTA

Nombre del Entrevistado: Gabriel Martínez

Medio u organización: Aldeas S.O.S

Cargo: Coordinador de comunicación

Entrevistador: Elizabeth Noguera y Lester Mendoza

Fecha: 19/09/2017

Hora: 4:30 p.m.

1. ¿Cómo está estructurado el equipo periodístico de la organización?

Para hablar de comunicación vamos a hablar de un poco Aldeas, trabaja por el Derecho de la niñez y la adolescencia y de la familia, entonces Aldeas a raíz del retiro de las donaciones internacionales se ve obligada a tener un área de recaudación de fondos para que sea esta área quien mantenga la institución. Atendemos a 100 mil niños, niñas y adolescentes en situación de vulnerabilidad y a los niños no se les puede decir que no.

A raíz de esto existe en aldeas el área de recaudación de fondos y comunicación, el área está compuesta por la asesora de recaudación y comunicación que es la persona encargada de dirigir el área, es compuesta por un comunicador en este caso yo, compuesta de una persona de fidelización, también puede ser comunicador que es quien se encarga de mantener el contacto con los donantes y una persona encargada de recaudación, además de esto persona de padrinajes internacional que son las que ven la parte de donantes internacionales, entonces está compuesta; el área en si es recaudación de fondo y comunicación y a como digo yo soy el coordinador de comunicación, hay un coordinador de fidelización, un coordinador de padrinaje internacional y de recaudación, así estamos compuesto.

2. ¿Cuáles son los requisitos que debe cumplir un comunicador al momento de solicitar trabajo en Aldeas?

Primero por ser una institución que trabaja Derechos Humanos, es que el periodista tenga un enfoque de Derechos Humanos, social una persona sensibilizada hacia los problemas de la sociedad, eso sería un requisito indispensable, aquí trabajamos con niñez vulnerable, niñez en riesgo y no cualquier persona puede abordar a un niño que ha sido víctima de trata de persona, a un niño que haya sido víctima de violencia sexual, entonces hacer una historia de vida, una fotografía de este niño sin caer en la revictimización, entonces es bastante difícil, es uno de los requisitos indispensable una persona comprometida con los Derechos de la infancia o los Derechos nuestros. Igualmente, con vastos conocimientos en comunicación pero enfocada en comunicación digital, nosotros Aldeas infantiles trabaja bastante lo que es la comunicación digital, nuestros productos comunicacionales, son 100% dirigidos vía internet; tenemos boletines, una web, tenemos presencia en redes sociales, antes se hacía impreso, se sacaba una revista trimestral pero por la misma cuestión de reducción de gastos entonces todo nos está facilitando la tecnología, está siendo vía digital.

Conocimientos claro lo básico, redacción, fotografía y también en diseño gráfico, nosotros trabajamos mucho. Sabemos que las nuevas tecnologías te obligan a tener productos comunicacionales más atractivos, más bonitos, debes tener ciertos conocimientos en diseño gráfico, en manejo de plataformas digitales, redes sociales. Igual manera planes de comunicación ejecutados. Conocimientos en ejecución y diseño de planes de comunicación, porque a veces creemos que una oficina de comunicación es solo presentar, redactar una notita y poner una foto ya bonita y la subís a la web, pero como le damos seguimiento a la comunicación, como sabemos que la comunicación está llevando a un fin, en este caso el fin principal de nosotros es la recaudación de fondos a través de comunicación, entonces como medimos esto, y esto se logra medir solo a través de un plan de comunicación.

3. El desempeño de los jóvenes comunicadores.

En Aldeas infantiles no hemos trabajado con gente, con otros periodistas, porque solo soy yo el periodista, soy el encargado de la comunicación, pero si en otros espacios, he trabajado con jóvenes recién egresados de la carrera, y he notado una carencia bastante, no estoy hablando de equis universidad, sino ampliamente hay carencia en los chavalos en actualización del conocimiento, Entonces si en las carreras te ofrecen los conocimientos básicos pero el interés de uno es investigar más, actualizarte, estar de acorde va girando al mundo, sabemos que todos los días sale algo nuevo, una plataforma nueva, una aplicación y entonces no nos podemos ir quedando atrás, y es lo que he notado, chavalos que están un poco atrasados y se quedan solo con lo que les da la carrera, y no la comunicación desde hace años ya lo he venido diciendo, dio un giro, la comunicación esta en todos lados, la tienes en la palma de la mano con tu celular, entonces es hora de que para mí las universidades y las escuelas de comunicación se lancen más a esta parte de la tecnología. Eso por un lado, por otro lado, chavalos pocos sensibilizados en el tema de Derechos Humanos, donde muchas veces lo que les interesa es la farándula, chavalos que piensan que salir en televisión es periodismo, ser presentadores de tv es el verdadero periodismo y el verdadero comunicador para mí, esto te lo digo como Gabriel no como aldeas, es el verdadero comunicador, es la persona que está enfocada en dar solución a la población que no tiene voz, porque nosotros somos la voz del pueblo, esa es otra de las carencias, como la deshumanización de las carreras, necesitamos periodistas más humanos. Si sabemos que existe la nota roja que la van a cubrir siempre, pero como hacemos una nota más humana, más llegada al pueblo, mas llegada a la sensibilización a la concientización para el cambio de comportamiento, porque es otra de las cosas que necesitamos la comunicación es para el desarrollo, para el cambio del comportamiento a como lo es ahora la carrera.

4. ¿Estas carencias cree que se debe a las escuelas de periodismo o al individuo?

A los dos, para mí la responsabilidad cae cincuenta y cincuenta, por una parte en las escuelas de periodismo si te enseñan lo básico y carecen muchas veces de herramientas, en muchas instituciones públicas o privadas que enseñan periodismo lo que te dicen es

hay una computadora para tantos alumnos y tal vez los chavalos no tienen las computadoras, hay solo dos cámaras, para hacer reportajes de tv, entonces por una parte de esto te desanimas y decís bueno no lo hago o hago lo que puedo con el celular y entonces al final esta es la responsabilidad de la institución de la universidad y por lo tanto esta responsabilidad cae sobre los tomadores de decisiones que están más arriba, por mencionarte algo, el estado, el Consejo Nacional de Universidades quien rige a estos pues, deberían preocuparse por habilitar escuelas de periodismo más accesibles al aprendizaje de los chavalos.

Cuando yo estude en la UNAN por decirte algo, yo hice mi reportaje de tv y yo no sé cómo lo hice porque solo hice el guion y lo pase con 90 puntos y entonces no tuve acceso a una cámara y así me lo tuvo que valorar la maestra, yo al final para poder conocer más de tv tuve que sacar en otra universidad un posgrado en producción audiovisual, entonces es un ejemplo que yo viví. Pero también aquí caemos en el otro 50% de culpa, quien tiene la culpa los mismos estudiantes, los mismos chavalos, vos egresas y no conoces sobre cierto tema, no conoces lo último, para eso está el internet infórmate, busca becas, busca como actualizarte, compartir, sabemos que existen estos espacios de desarrollo, espacios de discusión, hay foros, conferencias, entonces es interés del estudiantes, porque al final vos pasas por la Universidad pero hasta ahí, la Universidad cumplió con su deber, pero donde recae la mayor carga en vos. Busca al chavalito y la chavala que busque como comprometerse consigo mismo.

5. Mencionaste que hay dos grandes carencias según tu criterio, que son el uso de herramientas multimedia y el humanismo, entonces ¿consideras que si tienen fortalezas o algunas fortalezas los nuevos comunicadores?

Si, tienen fortalezas los chavalos y chavalas, tienen el entusiasmo es algo que se valora bastante en un país donde la brecha laboral esta como que bastante cerrada para esta área, porque si te fijas, por un ponerte un ejemplo, yo soy el único comunicador para una institución tan grande, entonces me toca hacer de todo y para todo, entonces ahí tienes un ejemplo de cómo está desarrollada la brecha, y en todas las instituciones que

vayas es un comunicador que hay, cuando en otros países yo conozco casos de instituciones incluso más pequeñas que esta o parecidas que tienen un equipo de comunicación bastante grande, alguien encargado de campañas, de medios y de relaciones públicas, pero aquí no, entonces meterte a estudiar comunicación es un desafío ya, entonces si esa es una fortaleza, el entusiasmo de los chavalos y chavalas al querer ser un periodista.

6. ¿Qué recomendación darías a los nuevos egresados que quieren aplicar a un trabajo?

La recomendación básica es actualizarte, conocer sobre las nuevas tecnologías de información y comunicación saber que no te quedes con los conocimientos que te dieron en la Universidad porque si te quedas con eso, estas fregado, porque al llegar a un trabajo no te van a decir hacerme esto lo que aprendiste, sino que vos tienes que innovar, entonces es bastante como trabajar la creatividad, trabajar la parte de motivación del estudiante, yo mismo me motivo hay un foro, conferencia, discusión de un libro entonces yo voy, porque además el periodista debe estar informado de todo, como periodista debes de leer por lo menos el FB de La Prensa y conocer lo que está pasando, si ya no sabes eso, entonces infórmate de otra manera y busca como actualizarte. Ya no tanto en el periodismo en sí, ya no te encierres tanto en radio, tv y prensa sino enfócate en otros métodos de hacer comunicación, créate un blog, abrí una página en FB y habla sobre cualquier tema; critica, se un periodista más consciente, critico, con una mentalidad más dirigida a ser la voz del pueblo, y no ser la voz de la farándula que muchas veces es lo que hacemos.

ENTREVISTA

Dirigida a los empleadores de los medios de comunicación

Nombre del Entrevistado: María Elsa Suárez

Medio u organización: Bolsa de Noticias

Cargo: Director General

Entrevistador: Elizabeth Noguera y Lester Mendoza

Fecha: 28/09/2017

Hora: 3:00 p.m.

1. ¿Cómo está estructurado el equipo periodístico de este medio?

En el equipo periodístico tengo, un director general del periódico, que tengo casi 22 años, fue fundado por mi papa Emilio Suarez, era una voz informativa, siempre ha tenido su propia imprenta, publicamos noticias nacionales (política, gobierno, cultura, todos los ámbitos, economía), internacionales, llegamos a un público muy big, esto quiere decir que son los que toman decisión en Nicaragua (político, gobierno, diputado, jueces, magistrados, todos los poderes del estado, empresarios, las cámaras empresariales, los organismos no gubernamentales, sector diplomático, los medios de comunicación, en todos los espacio. Por lo tanto bolsa de noticias es un periódico que influye en las decisiones que gobiernan Nicaragua, en sus distintos ámbitos.

En cuanto al personal periodístico tengo un jefe de redacción, tengo un corrector de texto, que en este caso es un lingüista, un filólogo precisamente de la universidad de ustedes, y tengo un cuerpo de redactores, un administrador de la página web y redes sociales y tengo diagramadores. Después ya viene todo el personal administrativo que es imprenta, que es mensajería y el personal administrativo.

2. A partir de su experiencia, ¿Cómo puede describir el desempeño periodístico de sus periodistas más jóvenes en este medio?

Bueno yo me estrello con una realidad y es que carecen de conocer la historia e incluso la historia más reciente, la historia de los 80 ni eso, entonces considero yo hay mucha deficiencia en cuanto a los pensum académicos de las universidades y que estos jóvenes no fueron enviados antes a la calle, donde un periodista se foguea en la calle, entonces aquí vienen prácticamente a comenzar de cero y aprender todo, a como ellos dicen nada de esto vimos en la Universidad, entonces prácticamente nos convertimos en escuela y esto es un atraso para el medio porque lo que ya habíamos avanzado, volvemos a retroceder, entonces hay seria deficiencia en la gramática, en los antecedentes de la noticia, porque toda noticia debe tener un antecedente un marco. Y también muchas veces veo que en la mayoría no hay vocación, no hay mística y no hay disposición de trabajo, todo esto en debilidades. En fortalezas, el dominio de las tecnologías, pero como yo le digo a un periodista de nada sirve que vayas con todo un equipo de tv a las calles sino conoces ni a los funcionarios, ni sabes de información, ni el marco internacional, que es lo que vas a ir a entrevistar? Entonces yo siempre he criticado que está pasando con los pensum académicos, que está pasando con la mística que debe crearse desde la Universidad, y tal vez las universidades no han sabido seleccionar al que tiene vocación de verdad.

A mucho lo que les gusta es el show televisivo, a muchos les gusta la tv y la tv también es un show.

3. ¿Qué conocimientos y habilidades considera debe tener un joven que está egresando y que desea trabajar en su medio?

Que sea informado, que tenga vocación, mística de trabajo, que tenga excelente redacción y ortografía, que tenga olfato periodístico, que sea una persona entregada a su carrera.

4. ¿Considera que las Universidades están formando a comunicadores, según la demanda actual que requiere el periodismo nacional?

Creo que hay una combinación de las dos, número uno: comunicación, la carrera de comunicación no es lo mismo que la carrera de periodismo ahí puede haber un gran abismo, porque el que es periodista o el que es comunicólogo son dos cosas muy diferentes, todas carreras son comunicólogos, el psicólogo es un comunicador, el sociólogo, todo mundo es un comunicador, un periodista es otra cosa, el que ejerce la carrera la profesión de periodista, que entonces los que salen de comunicación llegan a ser deficientes, pero pueden ser excelentes relacionistas, por eso es que tiene que ver desde los pensum. Y claro, está la autoformación, pero el que tiene vocación se va a formar solo, independientemente del déficit que tenga la carrera.

5. ¿En su medio de que depende de que un joven conserve su trabajo?

Depende de él o de ella, depende de su entrega al trabajo, de su formación, de que este muy bien informado, porque yo te hago mucho énfasis que el que no está bien informado no anda haciendo nada en las calles, no podemos mandar a una persona, entonces eso depende de la calidad.

6. ¿Quisiera agregar alguna asignatura, que considera usted que las escuelas de periodismo deben incluir y que la mayoría de jóvenes con las que usted se ha relacionado tienen déficit en esa área?

En lo que es redacción, construcción de una noticia, la ortografía, la historia de Nicaragua y mundial, realmente enfatizo que si no es una persona informada y con vocación, entonces las universidades deben hacer una clasificación de las personas que van a entrar a estudiar periodismo, comunicador todo mundo es comunicador.

7. ¿Qué recomendación puede darle a los egresados en cuanto a esta profesión?

Que se preparen, que se informen, que lean para escribir hay que leer mucho.

GRUPO FOCAL

Cuestionario

¿Cuáles son las principales funciones que creen que van a desempeñar en un medio de comunicación?

Alberto Colegial: redacción de notas, cubrir eventos, realización de reportajes, locutar noticias, presentar noticias, canal de información (estar informado), realizar noticias variadas porque siempre te piden una cantidad entre 3 a 5 notas.

Ericka Machado: entretener de la mano educar e informar, porque si solo se educa y se informa la audiencia se iría a pique, porque aparte de ser un medio de comunicación funcionan como empresa y a ellos les interesa vender, redactar es algo que siempre haremos, locutar en televisión o radio.

Ana Aguirre: redacción e investigación, ser diseñador digital, producción audio visual, estar preparados para ser multi y polifacéticos.

Edith Rodríguez: el rol del comunicador es de acuerdo al medio donde estemos, actualmente me piden que haga diseños, que busque información, que tenga dominio del inglés, lo que es la redacción es lo básico del periodismo, pero no tanto como el diseño y el manejo del idioma.

Samuel Vargas: casi siempre nos ubican en las redes sociales, cubrir eventos o actividades y la redacción que nunca falta.

Diego: corregir textos, editar en medios de prensa, hacer el papel de camarógrafo, locutar, hacer guiones en televisión.

¿Qué conocimientos y habilidades han adquirido durante la trayectoria universitaria que consideran que son claves para el ejercicio de la comunicación?

Alberto Colegial:

Habilidades y conocimientos claves: redacción de notas, conocimientos básicos sobre la historia de los medios de comunicación, morfosintaxis del español, análisis del discurso, radio y radio alternativas, ética de la comunicación y mercadeo social.

Habilidades y conocimientos no indispensables: Humanismo y cambio social, imagen e identidad, políticas públicas.

Ericka Machado:

Habilidades y conocimientos claves: redacción, redacción de viñetas, producción comunicacional, animar eventos.

Habilidades y conocimientos no indispensables: humanismo, matemáticas.

Ana Aguirre:

Habilidades y conocimientos claves: redacción, conocimientos generales en Photoshop, locución.

Habilidades y conocimientos no indispensables: humanismo y desarrollo y clases generales de primer año.

Edith Rodríguez:

Habilidades y conocimientos claves: humanismo, cambio social, conocimientos básicos de diseño, locución, y relaciones públicas.

Habilidades y conocimientos no indispensables: asignaturas y conocimientos básicos de las clases de primer año.

Samuel Vargas:

Habilidades y conocimientos claves: redacción, diseño.

Habilidades y conocimientos no indispensables: matemática, biología.

Diego Rodríguez:

Habilidades y conocimientos claves: redacción, generación de contenidos web, manejo de cámara fotográfica y de video.

Habilidades y conocimientos no indispensables: asignaturas y conocimientos básicos de las clases de primer año.

¿Cómo describen la experiencia en los medios de comunicación según los conocimientos que adquirieron en la Universidad?

Alberto Colegial: sabía algunas cosas esenciales, yo no sabía nada de locución pero poco a poco en el medio te van enseñando, una vez me dieron un documento de 90 páginas de distintas prácticas de locución, cómo locutar, que sonido hacer par noticia o qué sonido hacer para entretenimiento, entonces poco a poco he ido modulando mi voz, creo uno aprende en la universidad a cuidar sus conceptos, las ideas que va a decir pero no aprende cómo hacerlo eso te lo enseña el miedo.

Ericka Machado: Cuando hice mi primer transmisión estaba muy nerviosa la voz se me fue, no tenía ordenado que era lo que iba a decir, tenía las ideas, después logre controlarme

y dar la información aquí en la universidad te dan la teoría sí pero no la práctica, entonces, cuando vas a un medio estás como a la deriva, el medio te refuerza.

Ana Aguirre: es un choque porque sí te enseñan la teoría aquí pero como que siempre te vas a sorprender y a sentir que duro es estar en los medios, la práctica pues, llega a un momento durante la práctica que vos entregás algo y te dicen esto no quería o tenes que hacerlo de esta forma, la cuestión creo que esta en acoplarte y adaptarte al estilo del medio u organización donde todas tus habilidades se tienen que moldear para cumplir con el fin u objetivo que tiene ese lugar.

Edith Rodríguez: al inicio te sentís alegre, pero después llegué a un punto donde estoy súper frustrada porque hay otros chavalos que salieron de otras universidades privadas y siento que están más capacitados que uno y yo digo a la grande si estaban ahí no más, una universidad de aquí no más. Pero bueno las capacidades que uno adquiere en la universidad si son importantes y se desarrollan a lo largo de tus pasantías de acuerdo al lugar donde te encontrés y la ventaja es que ellos te apoyan, te capacitan y me están diciendo así no, y pasaste como 1 semana matándote en un proyecto, en un plan o en unos diseños y te dicen no muchacha así no es, pero es lo bueno de hacer pasantías.

Samuel Vargas: las habilidades se van desarrollando respecto en el lugar donde estás haciendo las pasantías, algunas personas son amables y están dispuesto a enseñar, pero hay ciertos lugares donde no ayudan y presionan demasiado, no respetan el tiempo del estudiante.

Diego Rodríguez: ha sido equilibrado, he visto que ha sido más fuertes las enseñanzas en la universidad sobre relaciones públicas y divulgación, y en radio y televisión no ha sido muy fuerte, cuando llegué a una radio tuve que tener un tiempo de inducción, ellos empezaron a compartirme cómo eran las cosas, cómo tenía que producir, en televisión me dijeron cómo tenía que pararme enfrente de una cámara, hacer entrevistas, cómo tenía que locutar, realmente no sabía, en la parte de divulgación me sentí satisfecho porque sentí que no iba tan crudo por así decirlo.

¿En qué aspectos de la comunicación, se sienten poco capacitados para desempeñarse laboralmente según lo que han aprendido durante su trayectoria universitaria? ¿Qué aspectos consideran que necesitan reforzarse?

Alberto Colegial: En prensa, la Universidad, debería tener un laboratorio de prensa escrita, y muchos tenemos las prácticas en los cuadernos y no en computadoras, solo tenemos una clase de diseño, deberían ser al menos dos, sería bueno contar con cámaras para la clase de televisión. Existe una radio, está ese espacio, pero lo que no hay son talleres de inducción, las personas solo te dicen hacé un programa pero no cómo hacerlo. En la clase de prensa debería haber un periódico universitario de la carrera para que los estudiantes hagan sus prácticas para animar a los estudiantes, porque ver tu nombre en un papel te estimula.

Ericka Machado: primeramente, laboratorios pienso que lo que son cámaras de video, de fotografía son utensilios que uno necesita como futuro comunicador y la universidad no lo facilita, entonces solo te quedas en la teoría de cómo se hace, los que saben son más son los que se adentran al mundo de la televisión o aquellos que tienen acceso a estas cámaras. En radio tenemos el espacio de la Music Box, aparte del director debe estar alguien que este enfocado en la programación, entregas el guion y no te dicen en que estuviste bien o mal, a diferencia en los medios de comunicación hay alguien que te está diciendo y te señala de manera constructiva, es necesario capacitación, talleres o una case especializada en solo locución. En prensa sería buenísimo el acceso a varias computadoras. La primera nota que hice para el 19 digital la hice en papel y todo el mundo se me burló pero estamos tan arraigados al papel y lápiz que así la hice.

Ana Aguirre: hay que destacar la televisión televisiva, la carrera se perfila para este tipo de comunicación, la carrera viene arrastrando el concepto que los filólogos y comunicadores de la UNAN no incursionamos en ese campo pero creo que la comunicación trajo esas direcciones, sería reforzar eso e incluirlo en los programas de asignaturas, los diseños web es necesario un buen manejo y prolongarlo porque el que no sabe esto se queda atrás

porque es algo de esta latente. En la radio, está el espacio y hay acceso pero no estamos capacitados, empezamos a hablar y tal vez no es la forma adecuada, alguien debe estar ahí de experiencia y que te indique cómo hacerlo mejor, que proporcione técnicas.

Edith Rodríguez: Sé que el rol del docente es del facilitador ahora, y sé también que youtube lo puede reemplazar, pero considero que a parte fundamental es contar con personal capacitado para darnos las asignaturas, que nos digan y nos hablen de sus errores, que nos diga muchachos ustedes no hagan esto, no hagan lo otro, necesitamos experiencia por parte de los profesores, una computadora no es la solución porque lo podemos hacer desde tu celular, lo más pertinente es personal calificado para que nos de clase. Creo que en televisión vimos lo general, me siento débil en esa área igual en diseño.

Samuel Vargas: opino que en cuanto a prensa y a radio está bien. Creo que el que está más grave es televisión y edición porque cuando se creó el CEDIHUM creo que no fui el único en pensar que iba a ser un laboratorio con cámara, o una sala de medios más actualizada porque no todos sabemos edición de video, sabemos que se hizo un taller de edición pero no todos pudieron aprender porque no todos tenemos laptop, si hubiera una sala de medios para la carrera sería bueno porque cada uno necesita su formación integral.

Diego Rodríguez: televisión y diseño gráfico fueron unas pinceladitas, se debe ampliar el plan de clase en televisión, diseño gráfico, la radio y mercadeo, respecto a los maestros algunos dan clases en las que no son especialistas, clases como relaciones públicas hay 4 y son muy ambiguas creo que esas se podrían reducir un poco y dar espacio para ampliar las otras.

GRÁFICOS

I. Datos Generales

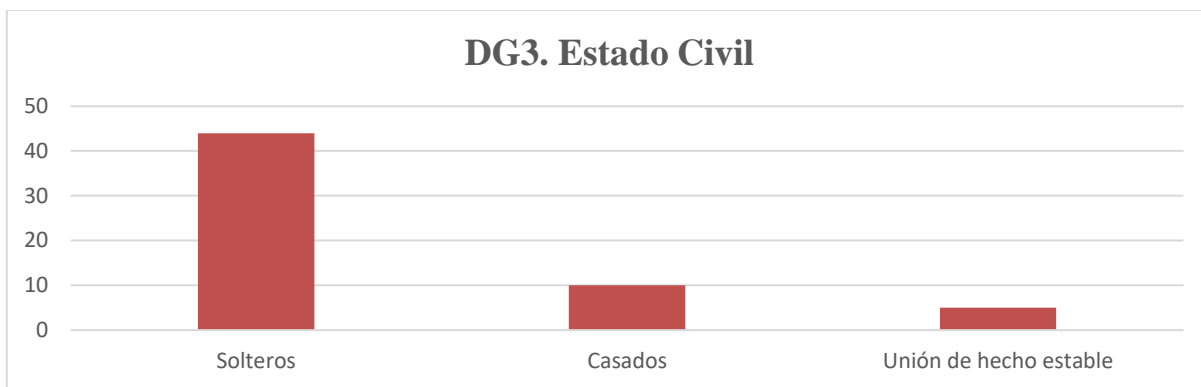


Gráfico 7: Estado civil de los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo
Fuente: Elaboración propia

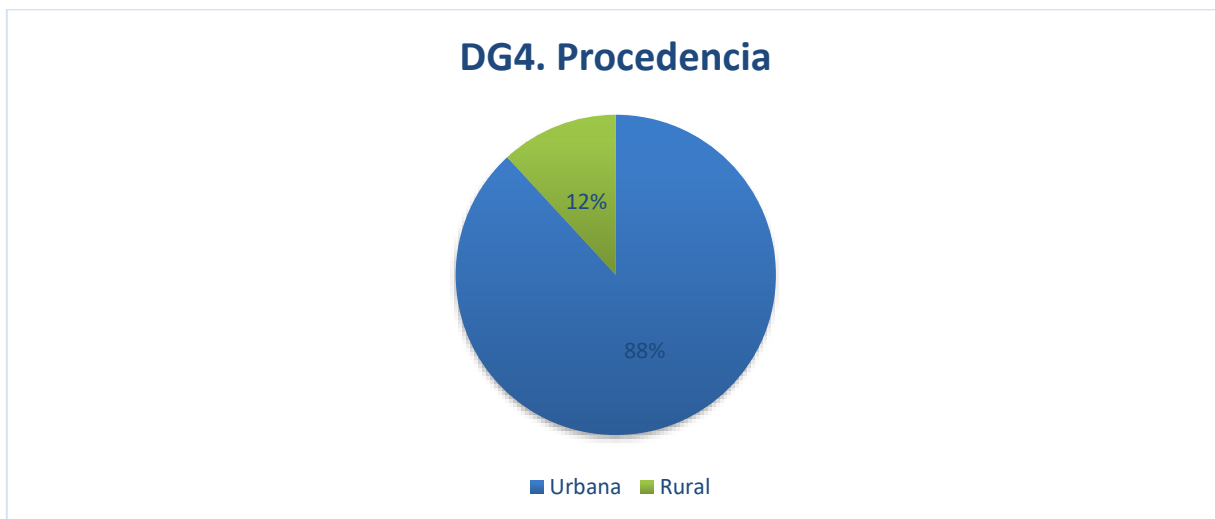


Gráfico: 8. Procedencia de los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo
Fuente: Elaboración propia.

II. Datos Académicos

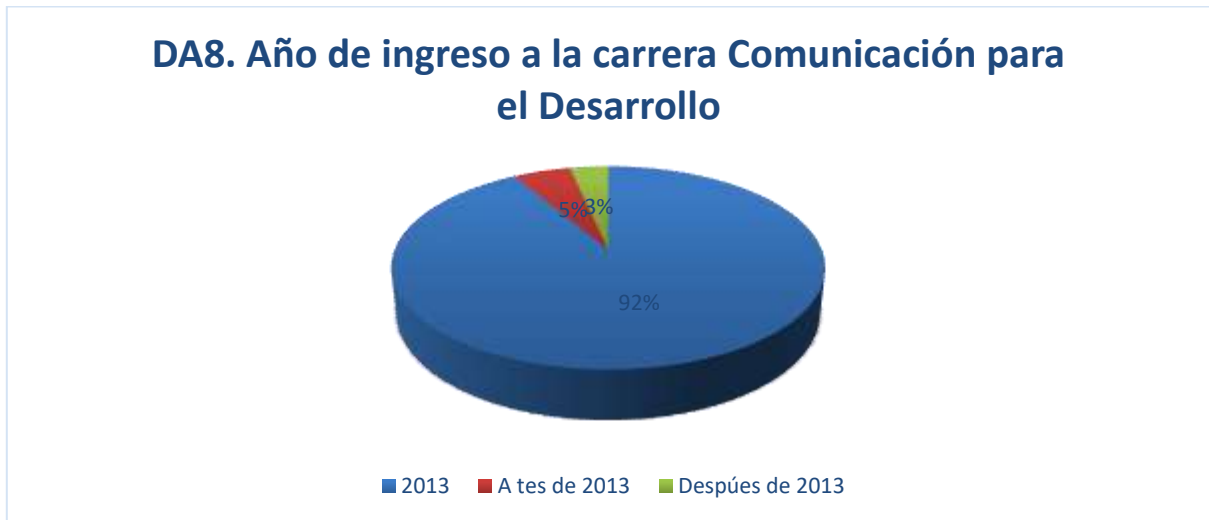


Gráfico: 9. Año que ingresaron los estudiantes a la carrera Comunicación para el Desarrollo
Fuente: Elaboración propia.

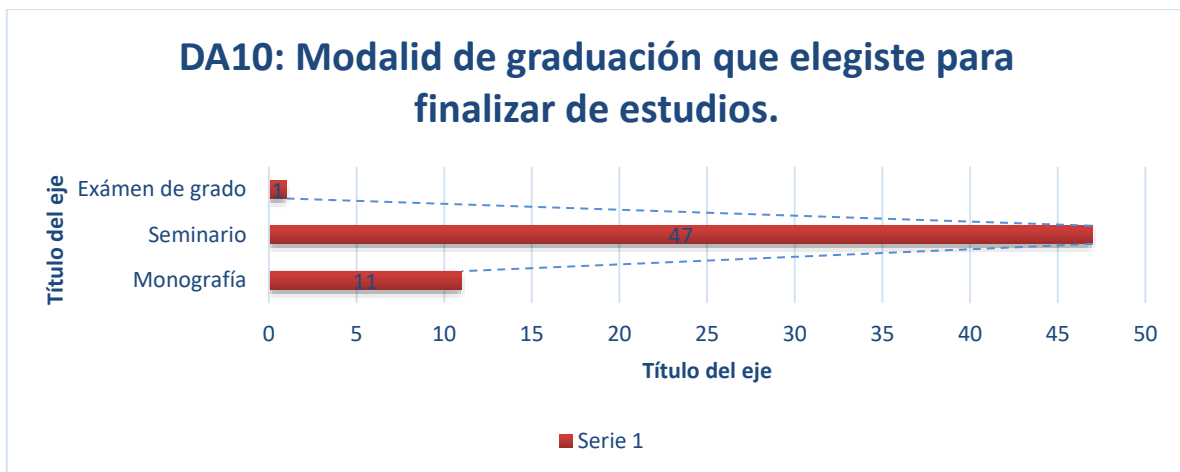


Gráfico: 10. Modalidad de graduación que seleccionaron para graduarse los estudiantes.
Fuente: Elaboración propia

REFERENCIAS

- Barrios, A. & Zambrano, W. (2013). Formación de comunicadores Transmedia para el público de la generación Digital. Revista Digital Index. Comunicación. Universidad de Bogotá, Jorge Tadeo Lozano. Colombia. Recuperado el: 08/08/2017. Dialnet-FormacionDeComunicadoresTransmediaParaElPublicoDeL-4612129.pdf.
- Daza, G. (2008). Comunicación para el Desarrollo. Biblioteca uniminuto. Recuperado el: 08/08/2017 en biblioteca.uniminuto.edu/ojs/index.php/med/article/download/290/289
- Diccionario de la Lengua Española (DLE). Edición del Tricentenario. Consultado en: <http://dle.rae.es/?id=ErTAI6H>
- Galeano, H., Bravo, N. & Quezada, J. (2014). Desempeño profesional de los egresados de Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-León 2013. Tesis para optar al título de Licenciatura en Comunicación Social León, Nicaragua.
- Gallardo, Y. & Moreno, A. (1999). Aprende a Investigar. Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, ICFES. Arfo Editores LTDA. Santa Fe de Bogotá, Colombia.
- Mellado, C; Simon, J; Barria, S. & Enriquez, J. (2007). Investigación de perfiles profesionales en periodismo y comunicación social. Universidad de Concepción. Chile. Consultado en: www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer23-07-mellado.pdf
- Martínez, Y. & Medrano, M. (2014). Causas y consecuencias de la inserción laboral en los estudiantes de la carrera de Comunicación Social, UNAN-León, año lectivo 2014. Tesis para optar al título de Lic. Comunicación Social. León, Nicaragua.
- Mejía, J. (2002). Problemas metodológicos de las ciencias sociales en el Perú. Fondo Editorial de la Facultad de Ciencias Sociales-UNMSM. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Perú.
- Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo. (2011). Comunicación para el desarrollo. Centro de gobernabilidad, Oslo, Noruega. Consultado en: www.unesco.org/.../HQ/.../communication_form_development_oslo_c4d_pda_es.pdf

- Rueda, H. (2016). Situación laboral y nivel de satisfacción con respecto a la formación laboral y nivel de satisfacción académica de los profesionales graduados en las cohortes 2010-2013 de la carrera de Filología y Comunicación de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas. Investigación para optar al título de maestra en Pedagogía con mención en Docencia Universitaria. UNAN-Managua. Managua, Nicaragua.
- Ruiz, M; Barrarios, B. & Sandigo, L. (2005). Competencias laborales y la formación universitaria. Psicología de El Caribe. Universidad del Norte, Barranquilla Colombia.
- Rojas, E. (2008). Estudios de las demandas del desempeño profesional en el campo de la comunicación social. Universidad Austral de Chile. Valdivia, Chile.
- Rentería, E. & Malvezzi, S. (2008). Empleabilidad, cambios y exigencias psicosociales en el trabajo. Bogotá, Colombia. Consultado en:
<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/up/v7n2/v7n2a02.pdf>
- Serrano, M; Rodríguez, D. & Rodríguez, M. (2015). Mercado de la Comunicación y estudiantes de Periodismo. Estructura de la demanda de perfiles profesionales. Revista Latina de Comunicación Social. Universidad Complutense de Madrid (UCM). Madrid, España. Consultado en: www.revistalatinacs.org/070/paper/1043cm/13es.html