



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN  
CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TÍTULO:**

**“LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS DE LA CIUDAD DE LOJA,  
FRENTE A LAS PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES QUE REALIZAN LOS  
ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, PERIODO MARZO–JULIO DE 2013.  
PROPUESTA ALTERNATIVA”.**

*Tesis de grado previa a la  
obtención del grado de  
licenciatura en Ciencias de la  
Comunicación Social.*

**AUTORA:**

**Mirian Patricia Saca Morocho**

***DIRECTOR:***

**Mg. Sc. Franklin Sánchez Pástor.**

***LOJA – ECUADOR***

***2015***

## CERTIFICACIÓN

Mg. Sc.

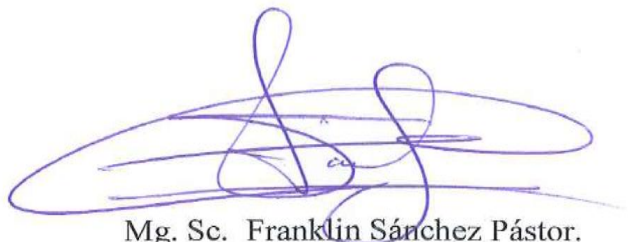
Franklin Sánchez Pástor

Docente de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, Director de Tesis.

### **CERTIFICA:**

Haber dirigido y revisado el presente trabajo de investigación denominado: **“LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS DE LA CIUDAD DE LOJA, FRENTE A LAS PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES QUE REALIZAN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, PERIODO MARZO – JULIO DE 2013. PROPUESTA ALTERNATIVA”**, de la autoría de la estudiante **Mirian Patricia Saca Morocho**, previo a la obtención del título de licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, autorizando la impresión, presentación y sustentación de la misma, ante el tribunal examinador de grado.

Loja, diciembre de 2014.



Mg. Sc. Franklin Sánchez Pástor.

**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo Mirian Patricia Saca Morocho declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio institucional-Biblioteca Virtual.

**Autor:** Mirian Patricia Saca Morocho

**Firma:** 

**Cédula:** 1105184681

**Fecha:** 06 de Enero de 2015

***CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.***

Yo Mirian Patricia Saca Morocho, CI. 1105184681, Declaro ser autora del presente trabajo de tesis denominada: ***“LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS DE LA CIUDAD DE LOJA, FRENTE A LAS PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES QUE REALIZAN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, PERÍODO MARZO – JULIO DE 2013. PROPUESTA ALTERNATIVA”***. Como requisito para la obtención del grado de licenciado en Ciencias de la Comunicación Social; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través del Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por la copia o plagio que realicen terceros.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los seis días del mes de Enero de dos mil quince, firma el autor.

**Firma:** 

**Autor:** Mirian Patricia Saca Morocho

**Cédula:** 110518468-1

**Dirección:** San Lucas      **Correo electrónico:** mirianpatriciasaca@hotmail.com

**Celular:** 0969697785

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Director de tesis:** Franklin Sánchez Pástor

**Tribunal de grado:** Mg. Sc. Bélgica Aguilar (Presidenta del tribunal).

Mg. Sc. Wilman Merino (Vocal del tribunal).

Mg. Sc. Eliza García (Vocal del tribunal).

## ***AGRADECIMIENTO***

Dejo constancia del inmenso agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social y de manera particular a sus docentes por impartir sabiamente sus conocimientos, por haberme formado con un profundo conocimiento académico.

De igual forma mi gratitud al Mg. Sc. Franklin Sánchez Pástor, por haber dirigido y revisado paso a paso esta tesis.

## **LA AUTORA**

## ***DEDICATORIA***

A Dios por brindarme la vida, salud, inteligencia y sabiduría, para poder afrontar cada uno de los retos y desafíos que la existencia nos depara.

A mis padres razón de mi existencia, quienes se han constituido en el pilar fundamental para poder seguir adelante y alcanzar todos y cada uno de mis logros, a ellos que me brindaron su apoyo moral y económico en todos estos años de estudio, se los dedico este trabajo.

**MIRIAN SACA**

## ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN

<b>BIBLIOTECA: ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN</b>									
<i>TIPO DE DOCUMENTO</i>	<i>AUTOR -NOMBRE DEL DOCUMENTO</i>	<i>FUENTE</i>	<i>AÑO</i>	<i>ÁMBITO GEOGRÁFICO</i>				<i>OTRAS DEGRADACIONES</i>	<i>NOTAS OBSERVACIONES</i>
				<i>PAÍS</i>	<i>REGIONAL</i>	<i>PROVINCIA</i>	<i>CANTÓN</i>		
<i>TESIS</i>	<i>Mirian Patricia Saca</i> “LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS DE LA CIUDAD DE LOJA, FRENTE A LAS PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES QUE REALIZAN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, PERÍODO MARZO - JULIO 2013. PROPUESTA ALTERNATIVA”.	<i>UNL</i>	<i>2015</i>	<i>ECUADOR</i>	<i>ZONA 7</i>	<i>LOJA</i>	<i>LOJA</i>	<i>CD</i>	<i>LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL.</i>



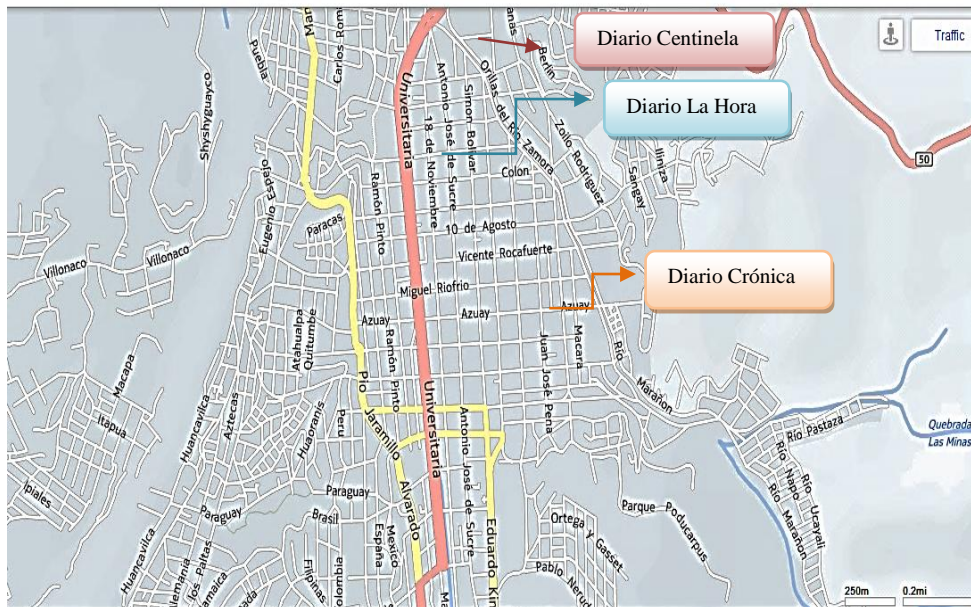
# MAPA DE UBICACIÓN

## PROVINCIA DE LOJA



Fuente: [www.googlemaps.com.ec](http://www.googlemaps.com.ec).

## CENTRO URBANO DE LA CIUDAD DE LOJA



Fuente: [www.googlemaps.com.ec](http://www.googlemaps.com.ec).



## ESQUEMA DE TESIS

PORTADA

CERTIFICACIÓN

AUTORÍA

CARTA DE AUTORIZACIÓN

AGRADECIMIENTO

DEDICATORIA

ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN

MAPA DE UBICACIÓN

ESQUEMA DE CONTENIDO

- a. TÍTULO
- b. RESUMEN
- c. INTRODUCCIÓN
- d. REVISION DE LITERATURA
- e. MATERIALES Y MÉTODOS
- f. RESULTADOS
- g. DISCUSION
- h. CONCLUSIONES
- i. RECOMENDACIONES
- j. PROPUESTA ALTERNATIVA
- k. BIBLIOGRAFÍA
- l. ANEXOS

**a. TÍTULO:**

**“LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS DE LA CIUDAD DE LOJA, FRENTE A LAS PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES QUE REALIZAN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, PERÍODO MARZO - JULIO 2013. PROPUESTA ALTERNATIVA”.**

## **b. RESUMEN**

El presente trabajo de investigación titulado “LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS DE LA CIUDAD DE LOJA, FRENTE A LAS PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES QUE REALIZAN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, PERÍODO MARZO - JULIO 2013. PROPUESTA ALTERNATIVA”, fue desarrollada con la principal finalidad de determinar las problemáticas derivadas de las prácticas pre profesionales en los tres medios de comunicación más importantes de Loja, a fin de establecer una propuesta alternativa de solución. Los métodos y técnicas utilizadas para la recopilación de datos de la investigación fueron: Método Científico, Inductivo, Deductivo, Analítico y Estadístico, se usaron los instrumentos de la Entrevista y la Encuesta, que permitieron obtener resultados para sustentar los objetivos, hipótesis, conclusiones y recomendaciones. Los resultados de la investigación reflejan dos conclusiones relevantes, el primero de que existen falencias en cuanto a la operatividad de los procedimientos de las prácticas pre profesionales, el segundo en cuanto al desconocimiento mayoritario de la normativa vigente sobre las prácticas pre profesionales, lo cual nos conlleva al punto donde se confirma la hipótesis planteada; que existe ineficiencia en los procesos de prácticas pre profesionales de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, debido a problemas académicos, normativos y operativos.

**Palabras Claves:** Medios de Comunicación, Medios Impresos, Prácticas Pre profesionales.

## ***ABSTRACT***

The present titled investigation work "THE PRINTED MEANS OF COMMUNICATION OF THE CITY DE LOJA, IN FRONT OF THE PRACTICES PRE-PROFESSIONALS THAT THE STUDENTS OF THE CAREER OF SOCIAL COMMUNICATION OF THE NATIONAL UNIVERSITY CARRY OUT DE LOJA, PERIOD MARCH - JULY 2013. PROPOSAL ALTERNATIVE", it was developed with the main purpose of determining the derived problems of the practical professional pre in the most important three media in Loja, in order to establish an alternative proposal of solution. The methods and techniques used for the summary of data of the investigation were: Scientific, Inductive, Analytic and Statistical method, the instruments of the Interview and the Survey were used that allowed to obtain results to sustain the objectives, hypothesis, conclusions and recommendations. The results of the investigation reflected two outstanding conclusions, the first one that fallacies exists as for the operability of the procedures of the practical professional pre, the second as for the effective majority ignorance of the normative one on the practical professional pre, that which bears us to the point where you confirms the planned hypothesis; that inefficiencies exists in the processes of the students' of the Career of Social Communication of the National University of Loja practical professional pre, due to academic, normative and operative problems.

Key words: Media, Printed, Practical Means Pre professionals.

### **c. INTRODUCCIÓN**

Los medios de comunicación social, constituyen un instrumento de gran influencia en la sociedad, por medio de ellos es posible conocer lo que sucede en el contexto global, nacional y local sobre temas de interés, es por ello que la formación del profesional en comunicación debe ser muy prolija y cumplir con todas las exigencias del caso.

En esta formación y más específicamente hablando en el campo de las prácticas pre profesionales que desarrollan las y los estudiantes de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, en los últimos 5 años, es que se ha podido evidenciar diferentes problemáticas, mismas que se derivan de la operatividad de los procedimientos legalmente constituidos en las instancias nacionales de Educación Superior.

Dada esta situación es que se procedió al estudio del tema: “LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS DE LA CIUDAD DE LOJA, FRENTE A LAS PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES QUE REALIZAN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, PERÍODO MARZO - JULIO 2013. PROPUESTA ALTERNATIVA”. Investigación con la que se pretende contribuir en parte a la solución de dicho problema.

Con tal finalidad se plantearon como objetivos específicos de la investigación; El diagnosticar los referentes teóricos y procedimientos de las prácticas pre profesionales en los medios de comunicación impresos de la ciudad de Loja, determinar los problemas operativos en las prácticas pre profesionales y formular una propuesta alternativa que permita mejorar el proceso de las prácticas pre profesionales de los estudiantes de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja.

Para la obtención de dichos objetivos se trabajó en la utilización de diversos procedimientos metodológicos que nos conllevasen a tal, se utilizaron los procedimientos de

análisis e interpretación en los referentes teóricos e instrumentos jurídicos que sustentan las prácticas pre profesionales. Las técnicas de encuesta y entrevista permitieron obtener los resultados, mismos que nos sirvieron para contrastar la hipótesis y verificar los objetivos planteados en el proyecto de investigación.

Una vez obtenida la información, analizada e interpretada se concluye que existe ineficiencia en los procesos de prácticas pre profesionales de los estudiantes de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, debido a problemas: académicos que derivan primordialmente de la falta de conocimientos prácticos sobre las temáticas de práctica; legales debido a la falta de actualización de los instrumentos para la realización de las prácticas pre profesionales; y operativos, debido a los inconvenientes que se presentan en su ejecución, siendo necesario elaborar una Propuesta de Reglamento de Prácticas Pre profesionales para la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social, como alternativa de solución más viable al problema.

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

En el presente trabajo investigativo, titulado: Los medios de comunicación impresos de la ciudad de Loja, frente a las prácticas pre profesionales que realizan los estudiantes de la carrera en Ciencias de la comunicación social de la Universidad Nacional de Loja, se ha procedido a revisar distintos trabajos bibliográficos concernientes al tema; se citan a continuación.

### **1. Los Medios de Comunicación**

En principio, los medios de comunicación son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de manera masiva en la sociedad. Por medio de ellos, los individuos, miembros naciones o comunidades específicas se enteran de lo que sucede a nivel económico, político, social, etc., tanto en su contexto más inmediato como en el contexto global.

Por otro lado, los medios de comunicación son la representación física de la comunicación; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y finalmente se materializa, se expresa y se comunica.

Actualmente, las redes globales, nacionales y regionales de prensa, radio, televisión y medios virtuales, son las plataformas en las que se realiza esta materialización y se establece el vínculo directo con la sociedad. A pesar de que a diario vemos, escuchamos, leemos y en general, estamos en contacto con diversos medios de comunicación, es difícil establecer una sola definición que englobe toda su significación. Comunicaciónymedios (2012) p. s/n. Los medios de comunicación. Recuperado el 10 de enero de 2012, [www.comunicacionymedios.com/principal.html](http://www.comunicacionymedios.com/principal.html).

Para algunos sectores de la sociedad, los medios de comunicación son la manera más eficaz y rápida de transmitir un mensaje. Para otros, son un vehículo de manipulación social, mediante el cual los diferentes poderes se hacen escuchar o imponen una sola visión de los



problemas. Así también hay sectores de la sociedad que se acercan a los medios de comunicación en busca del reflejo de un momento específico, o como un medio en el que se manifiesta lo positivo y lo negativo de una situación o de un contexto histórico determinado.

Todas las definiciones anteriormente mencionadas hacen alusión a los diversos papeles que los medios cumplen. Lo cierto es que, hoy en día los medios de comunicación son un poder innegable en la sociedad mundial.

### **1.1. Evolución de los medios de comunicación**

La primera etapa de la comunicación fue probablemente la era de los signos y las señales que se desarrolló en los inicios de la prehistoria, anterior al lenguaje.

Los antropólogos opinan que el hombre prehistórico entró en la era del habla y del lenguaje alrededor de 40.000 años atrás. Para el hombre Cromañón el lenguaje ya era de uso común. Hace 5.000 años se produjo la transformación hacia la era de la escritura, la que se constituyó en una progresiva herramienta del progreso humano. Llegar a la escritura significó pasar antes por las representaciones pictográficas que reflejaban ideas hasta la utilización de letras que significaran sonidos específicos.

Otro de los mayores logros humanos a favor de la comunicación se produjo en el siglo XV con la aparición de la imprenta de tipo móviles que reemplazó a los manuscritos. La idea fue concebida por un orfebre, Johann Gutenberg, quien después de muchas pruebas descubrió un sistema único para hacer los caracteres de imprenta.

El nacimiento del libro amplió las posibilidades de la comunicación y la difusión de la lectura y de la escritura: ya en el siglo XVI las imprentas producían miles de libros en diversos idiomas.

En el siglo XVII, la publicación de periódicos era común en varios países de Europa occidental y se generalizó extendiéndose luego a las colonias americanas.

En el siglo XIX se habían aportado los primeros medios de comunicación instantánea: el telégrafo por cable de Samuel Morse en 1844 y el telégrafo sin hilos de Guillermo Marconi en 1895. Sobre todo a partir de los inicios de siglo XX, los periódicos, revistas y libros leídos en el mundo produjeron cambios en el modo de actuar y sentir de los hombres. La eficacia de la letra impresa fue contundente, y no tuvo rival hasta la aparición de otros medios masivos de comunicación que compitieron en la información.

Uno de los hechos más importantes e influyentes de la historia de la humanidad en los últimos siglos ha sido el desarrollo técnico. Ese desarrollo ha abarcado todos los órdenes de la vida: la producción, la vivienda, la manera de viajar, la vida rural y urbana, la forma de hacer la guerra, la ingeniería, etc. Uno de los aspectos de este proceso ha sido el progreso de los medios de comunicación. La capacidad que tenemos hoy de hacer llegar nuestros mensajes a largas distancias en forma instantánea, a través de la televisión, la radio, el teléfono, la computadora o el fax, transmitiendo casi simultáneamente datos e informaciones, nos es tan familiar que hasta actuamos con indiferencia ante ellos.

## **1.2. Función que cumplen los medios de comunicación.**

Hay quien dice que el objetivo de los medios es triple: informar, formar y entretener. Este concepto es absolutamente caduco, más propio del siglo XIX que del siglo XX.

Cuando hablamos de informar creo se trata de una función lógica y natural, sigue siendo la función básica de los medios de comunicación. En cuanto a la función de formar hay que hacer una distinción, en el siglo XIX, significaba educar, suplir a la escuela en una sociedad analfabetizada, no en el sentido de no conocer el alfabeto sino en una situación de incultura.

Los medios de comunicación cumplieron durante muchas décadas esa función. En la actualidad, los medios de comunicación se dedican a la divulgación de temas de información general, plantean los temas de forma clara y sencilla, permiten el acceso a temas didácticos y de formación general. Por tanto, ha variado la manera de formar ya no se trata de educar, sino de poner al alcance del público temas a los que de otra manera no podríamos acceder, esa es la verdadera función social que ellos cumple.

### **1.3. Medios de comunicación impresos**

Los medios impresos es un término bastante utilizado que se refiere al medio que difunde material impreso. En la vida diaria nos referimos a los medios impresos como la industria asociada con la impresión y sobre todo con la distribución de noticias a través de una red de medios de comunicación, como periódicos y revistas. Las personas también se refieren a los medios impresos con el término "prensa", el cual es un canal de comunicación que tiene el objetivo de llegar a un gran número de personas.

Las revistas, los periódicos, los folletos y en general, todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar hacen parte del grupo de los medios impresos. Hay medios impresos para todo tipo de público, no sólo para el que se quiere informar acerca de la realidad, sino que también los hay para los jóvenes, para los aficionados a la moda, a la música, a los deportes, a la literatura, a la tecnología, a los negocios, entre otros. Los medios impresos más influyentes siguen siendo los periódicos, pues es a través de ellos que se transmite la información más compleja y elaborada en cuanto a investigación, contenidos y escritura.

El análisis brindado por un periódico establece un diálogo entre el mundo de la opinión pública y los personajes más influyentes de los sistemas políticos o económicos. Así también, el efecto de los medios impresos es más duradero, pues se puede volver a la publicación una y

otra vez para analizarla, para citarla o para simplemente compararla. CIESPAL (2010) p. s/n.  
Recuperado el 05 de mayo de 2013, [www.ciespal.org](http://www.ciespal.org), pdf.

Las características de los medios de comunicación impresos están marcadas por el tipo de mensaje, la forma de entrega y de producción. Cuando se usa este medio conviene tener en claro qué es lo que quieres decir y cuál es la mejor manera de decirlo. Ya sea por medio de correspondencia directa, revistas, periódicos o entregas de volantes y tarjetas de negocios en supermercados, todos conforman las características de los medios de comunicación impresos e intentan cumplir un propósito determinado.

### **1.3.1. Importancia de los medios impresos**

Las audiencias conocen y distinguen lo más importante cuando leen los medios impresos. Las audiencias confían en la prensa y la usan como una representación de su entorno social y su comunidad. La gente adopta los temas de la prensa como propios. Las personas se interesan más en los asuntos públicos, de ahí la importancia de los medios impresos, ya que acercan a la gente a los temas particulares de interés público. El papel y la función de los medios impresos han sido de gran importancia a lo largo de los siglos, y es probable que lo siga siendo.

### **1.3.2. Medios de comunicación impresos de circulación masiva**

Los periódicos son la clase más común de medios de comunicación impresos masivos. Pueden entregarse en las casas o venderse en puestos de revistas y publicarse diariamente o con regularidad en el transcurso de la semana o el mes. Los periódicos cuentan con la ventaja de proporcionar tanto noticias como publicidad de forma rápida, poco costosa y tangible. No puedes cortar un cupón para pizza de un anuncio de radio. Las revistas aportan de manera semanal o periódica lo que los periódicos no pueden: una extensa cobertura y análisis de

temas o eventos específicos, no solamente las noticias actuales. En la mayoría de los casos, la información que se comparte en las revistas o periódicos es una forma de acercar a los lectores (y posibles clientes) a las publicidades. Hay unos pocos periódicos y revistas especializados que reciben el apoyo exclusivo de las suscripciones y las ventas de los puestos, pero no es lo más frecuente.

### **1.3.3. La redacción periodística**

“Disciplina que estudia los signos gráficos que se manifiestan en un cuerpo escrito, publicado por los medios de comunicación” (Padial.2010.p 12).

Según Mónica Padial, la redacción periodística como ciencia, se sirve de otras disciplinas: como la lingüística, la economía y la sociología para el estudio de los mensajes elaborados, que determinados grupos sociales envían a un público mediante los medios de comunicación. (2010, p. 13).

Tras la aparición de Internet y sobre todo de la incorporación de las nuevas T.I.C. (Tecnologías de la Información y la Comunicación) y el periodismo ciudadano, todos los conceptos sobre redacción periodística se están constantemente revisando y actualizando.

## **2. Surgimiento del periodismo y medios de comunicación en Loja**

Para que el periodismo en Loja tome fuerza tuvieron que pasar algunos años, se moldeó a criterio de unos y a favor de otros, y como todo tiene su inicio, el periodismo impreso no pudo existir sin antes haber una imprenta para dar paso a los periódicos que, sin duda alguna, han sido los medios más rápidos para figurar y dar a entender los problemas sociales.

Sin la imprenta la publicación de periódicos no pudo haberse concretado, se conoce que llegó a Loja en 1855, traída por el lojano Juan José Peña, en honor a quien también ahora lleva su nombre una importante calle de la ciudad.

Según la historia, el 8 de octubre de 1859 surge el primer medio escrito de la ciudad, llamado La Federación, que en sus contenidos buscaba sostener el movimiento federal de la provincia. Fue quincenal y salieron alrededor de 4 páginas. De ahí surgieron: La Cabaña de Surirán, El Iris, El Ecuatoriano y otros. Con el pasar del tiempo en el año 1979, un 1 de noviembre nace Crónica de la Tarde, diario vespertino que tiene gran acogida por la inmediatez, la rapidez y el profesionalismo de sus colaboradores, es el único que fue creado en esas fechas y aún se mantiene, Gaceta, Círculo, Siglo, Unidad y Lucha, El Diario y otros escritos han desaparecido en su mayoría.

## **2.1. Medios de comunicación impresos de la ciudad de Loja**

### **2.1.1. Diario La Hora**

Es el periódico con más ediciones regionales en Ecuador fundado el 23 de agosto de 1982. Desde entonces el diario se ha convertido en uno de los diarios más importantes, más jóvenes y más leídos en Ecuador y quinto diario de la prensa ecuatoriana.

Diario la Hora, se esfuerza por servir a todos los lectores con información útil y objetiva durante los 365 días del año, su principal objetivo es producir medios de comunicación regionalizados, comprometidos con la comunidad, constituyéndose en la mejor fuente informativa del país. Sus productos son de alta calidad, representadas en sus investigaciones, revistas y suplementos.

### **2.1.2. Diario Centinela**

Es un medio cotidiano de comunicación, con mayor cobertura local y enmarcada en una línea periodística objetiva y comprometida únicamente con el derecho constitucional que nos

asiste a todos: expresar libremente nuestro pensamiento y permitir que el resto lo haga también.

Su principal objetivo es hacer del diario, un instrumento serio, objetivo, confiable, enmarcado en la ética periodística; que cuente con la aceptación de la colectividad lojana, de la provincia, así como de la región sur del Ecuador.

Su inicio se marca a partir de enero del año 2009, cuando la compañía EDISUR edita durante 10 meses el semanario CENTNELA, luego el 14 de noviembre de este mismo año, pone a consideración de Loja, la región sur y todo el país Diario Centinela, el cual circula todos los días. Con ello se intenta canalizar una conocida y sentida aspiración que la parte sur del Ecuador ha mantenido desde hace mucho tiempo y que es la de contar con un diario alternativo, independiente y pluralista, que contribuya a luchar por mejores días para nuestra ciudad, provincia y región.

### **2.1.3. Diario Crónica de la Tarde**

El diario “Crónica de la Tarde” lanzó su primera edición digital en Noviembre del 2004; y su edición impresa ha estado en el mercado desde 1979. Aquí se puede consultar noticias actuales e información veraz de carácter nacional e internacional, ofreciendo información oportuna y verás. La clasificación se divide en: OPINIÓN, LOJA, DEPORTES, ENTRE BROMA Y EN SERIO, PERSONAJES, REPORTAJES, EVENTOS, NOSOTROS; y esta información la podrán consultar por categorías con fecha y hora.

Su visión y misión se enmarcan en el desarrollo sostenible y equitativo de los medios de comunicación, para hacer del un periódico líder en creatividad, innovación, entretenimiento y conexión con las nuevas generaciones de lojanos, capaz de ofrecer información de calidad y precisa sobre los temas de actualidad.



### **3. La Comunicación Social**

La comunicación es el nombre de muchos fenómenos que juntos configuran un espacio conceptual amplio y confuso, aunque la sociedad mediatizada y los medios masivos de comunicación han sido el problema central durante varias décadas. Hoy en día miramos a la Comunicación en estrecho contacto con la cultura y, en este sentido la analizamos como un fenómeno transversal; como la condición de posibilidad de todas las prácticas sociales. Esta nueva visión de conjunto nos permite abordar procesos, instituciones y actores, sin desvincular unos de otros. Tendremos así, comunicación y medios masivos, comunicación, imagen e instituciones, comunicación y producción académica, comunicación y mediaciones socioculturales, comunicación y tecnologías, etc., sin dejar de tener en cuenta el modo en que cada una de estas dimensiones de lo social y lo cultural se encuentran y cruzan en la vida cotidiana.

#### **3.1. Problemas que enfrenta la carrera de comunicación social en las universidades del país.**

En el caso particular de Ecuador las carreras de Comunicación Social, presentan problemas muy recurrentes como la formación básica de los estudiantes, que ha sido un tema citado como una debilidad evidente y frecuente independientemente de la clase social, y sería más bien un vacío del sistema escolar que la universidad de manera inevitable hereda, pero que tampoco puede solucionar.

Francisco Febres Cordero, en su criterio valorativo en relación a la formación de comunicadores sociales en las universidades ecuatorianas, quien reconoció que hay grandes avances en la formación sobre todo en la diversidad de ofertas que existen tanto en universidades privadas como públicas, en primera instancia, cree que el problema más grave

está en la errada concepción de los estudiantes que deciden estudiar comunicación social y periodismo.

Me parece que hay una distorsión en la concepción del oficio. Hay chicos que confunden el periodismo con ser estrellas de televisión. O hay alumnos que ingresan a las facultades por marketing o relaciones públicas. Pero la conciencia de que el oficio es duro, que es necesario, ser autocríticos... todavía no existe. (Cordero, 2011, p. 23).

Pero por otra parte es necesario señalar que en la formación de los comunicadores sociales o periodistas se ha evidenciado además un cierto desapego de la teoría con la práctica, lo cual es algo preocupante, pues no es posible separar la teoría de la práctica en la actividad del sujeto que aprende, es decir que hemos llegado al punto en el que “se enseñan muchas cosas útiles para el oficio, pero muy poco del oficio mismo” (García. 1996, p.35).

### **3.3. La Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja**

La Carrera de Ciencias de la Comunicación Social del Área de la Educación, el Arte y la Comunicación, creada en 1989, constituye el escenario de formación de profesionales con vastos conocimientos científicos, filosófico-teóricos, técnicos, habilidades y destrezas procedimientos y métodos que les permita solucionar problemas relacionados con la comunicación social, por medio de una alta calidad humanística y práctica en sus relaciones interdisciplinarias que les permita un desempeño idóneo en ámbitos especializados, en instituciones públicas y privadas; y, con una sólida formación para la investigación científica y predisposición para vincularse con amplios sectores de la sociedad.

En concordancia con las exigencias del siglo XXI, el diseño curricular de la Carrera exige prácticas innovadoras y alternativas que desarrollen un pensamiento crítico, emprendedor y transformador para el trabajo comunitario, comunicación preventiva y de riesgos, comunicación de la ciencia y la tecnología, educomunicación, protección del ambiente,

prácticas interdisciplinarias, autogestionarias y su inserción en los avances tecnológicos de la comunicación. Esta oferta académica otorga el título de Licenciado/a en Ciencias de la Comunicación Social.

Después de 23 años de su creación, la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social constituye un escenario académico para promover en los estudiantes una formación holística, con un perfil profesional orientado a la comprensión de problemas socioculturales referidos a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, que permita al futuro comunicador social estar en condiciones de desarrollar el análisis del contexto regional, nacional e internacional de los fenómenos inter y ciberculturales, políticos, económicos y educativos.

### 3.2.1. Silabo: Redacción para Medios Impresos (UNL)

### 3.3.1. TÓPICOS, TEMAS CUBIERTOS Y ACTIVIDADES PREVISTAS

PROGRAMA DEL CONTENIDO DISCIPLINAR	Nº DE HORAS	ACTIVIDADES DE ESTUDIO TEÓRICO	Nº DE HORAS	ACTIVIDADES PRÁCTICAS	Nº DE HORAS	ACTIVIDADES DE TRABAJO AUTÓNOMO	Nº DE HORAS	ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN	RESULTADOS DE APRENDIZAJE GLOBALES
REDACCIÓN PERIODÍSTICA	20	CONCEPTUALIZACIÓN CIENCIA - TÉCNICA O ARTE	4	TRABAJO GRUPAL	4	CONSULTA SOBRE CONCEPTOS DE REDACCIÓN	12	LECCIONES ORALES TAREAS ESCRITAS	EL ESTUDIANTE IDENTIFICA Y COMPRENDE QUE LA "REDACCIÓN PERIODÍSTICA" , CONSIDERA A LA GRAMÁTICA, DE LA LINGÜÍSTICA Y DE LAS CIENCIAS SOCIALES
MENSAJES INFORMATIVOS	20	SEMIOLOGÍA SISTEMA DE SIGNOS FACTORES SINTÁCTICOS	10	EJEMPLOS DE CONSTRUCCIÓN GRAMATICAL	5	REDACCIÓN DE MENSAJES INFORMATIVOS	5	LECCIONES ORALES TAREAS ESCRITAS	DESPIERTA EN EL ALUMNO EL HÁBITO DE UNA "LECTURA CRÍTICA" DE LOS MENSAJES INFORMATIVOS CANALIZADOS POR LOS DIFERENTES MEDIOS
CONEXIONES DE LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA CON OTRAS DISCIPLINAS CIENTÍFICAS	20	ANÁLISIS DE TEORÍA  GENERAL SINTAXIS ESTILÍSTICA  GRAMÁTICA GENERATIVA GRAMÁTICA O LINGÜÍSTICA	10	ANÁLISIS DE MENSAJES  INFORMATIVOS  IDENTIFICACIÓN DE ESTILOS PERIODÍSTICOS	5	LECTURA COMPRESIVA DE TEXTOS PERIODÍSTICOS	5	REPORTES Y TAREAS ESCRITAS	COMPRESIÓN DE LOS ALUMNOS QUE LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA , TIENE CARÁCTER DE DISCIPLINA PRINCIPAL RESPECTO A OTROS SABERES , DEBE TAMBIÉN SER CONSIDERADA COMO UNA CIENCIA PUENTE CON OTRAS DISCIPLINAS CIENTÍFICAS VECINAS
GÉNEROS PERIODÍSTICOS INFORMATIVOS	20	CRITERIOS DE CLASIFICACIÓN  CARACTERIZACIÓN DIFERENCIALES  ESTILOS, ACTITUDES Y GÉNEROS	10	EJERCICIOS DE GÉNERO PERIODÍSTICOS	5	REVISIÓN DE GÉNEROS PERIODÍSTICOS	5	REPORTES ORALES, TAREAS Y LECCIONES	EL ESTUDIANTE EVIDENCIA QUE EN LOS DIFERENTES GÉNEROS PERIODÍSTICOS LA PALABRA ES SIEMPRE VIVA, PALABRA SABIDA, NO PEDANTE, QUE ES UNA PALABRA DIGNA,; ES DECIR CONVENCIONALMENTE CULTA Y CORRECTA Y NO SOEZ O

PROGRAMA DEL CONTENIDO DISCIPLINAR	Nº DE HORAS	ACTIVIDADES DE ESTUDIO TEÓRICO	Nº DE HORAS	ACTIVIDADES PRÁCTICAS	Nº DE HORAS	ACTIVIDADES DE TRABAJO AUTÓNOMO	Nº DE HORAS	ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN	RESULTADOS DE APRENDIZAJE GLOBALES
									DESGARRADA
CODIFICACIÓN LINGÜÍSTICA,  REELABORACIÓN SÍNTESIS, TITULACIÓN	20	VALORAR LAS NOTICIAS Y PERFILAR EL TONO Y CONTENIDO  SÍNTESIS Y CONDENSACIÓN  TITULARES ENCABEZAMIENTO	10	ELABORACIÓN DE NOTICIAS  ANÁLISIS DE CONTENIDOS DE LOS DIARIOS DE LA LOCALIDAD	5	LECTURA ANÁLISIS DE CONTENIDOS DE LOS DIARIOS DE LA LOCALIDAD	5	REPORTES, PRUEBAS ORALES, TAREAS Y LECCIONES	EL ESTUDIANTE APRENDE LA VALORACIÓN DE LAS NOTICIAS.. LA REELABORACIÓN Y DOCUMENTACIÓN DE TEXTOS , TITULARES Y ENCABEZAMIENTOS

**Fuente:** Carrera de Comunicación Social (UNL).

**Autor:** MG. Sc. Campos Ortega Romero.

**Fecha de elaboración:** Loja, marzo de 2013

### **3.3. Perfil profesional del comunicador social**

Para la Secretaría Nacional de Educación, Ciencia y Tecnología (SENACYT), la Carrera de Comunicación Social debe tener como objetivo principal formar profesionales en Ciencias de la Comunicación, con énfasis especial en comunicación participativa y responsable. Profesionales competentes para comprender, analizar e interpretar la realidad (social, política, económica, cultural y ecológica) y procesar, difundir y socializar la información de interés público a través de los diferentes medios de información y de comunicación. Capaces de incidir significativamente en la transformación social con sentido crítico, ético y responsable.

Además de esto debe tener un buen manejo de herramientas comunicativas desde una visión moderna y ágil, buscando que la comunicación de respuesta a necesidades especiales de forma creativa y de buena calidad, tener capacidad de trabajo en equipo, liderazgo y experiencia en el manejo de grupos. Experiencia en el diseño e implementación de estrategias de comunicación internas y externas, redacción, producción audiovisual, radio, Internet, coordinación editorial, investigación, relaciones públicas y eventos.

Manejo de conceptos de fotografía, programas de diseño y equipos de producción y edición de video. Manejo del idioma inglés en forma escrita y oral.

### **3.4. Perfil de egreso del comunicador social de la Universidad Nacional de Loja**

- Domina los fundamentos filosóficos, epistemológicos, sociológicos, antropológicos, de la Comunicación Social, para la práctica de la Comunicación social en los medios: privados y públicos.
- Demuestra conocimiento de la gestión y dirección de medios de difusión masiva, radio, prensa, televisión.

- Aplica los procesos de planificación, diseño, ejecución y evaluación, en la creación de departamentos de comunicación Institucional.
- Desarrolla e impulsa la creación del periodismo digital y multimedia.
- Conoce, comprende y aplica el diseño gráfico en revistas, periódicos, afiches y afines.
- Gestiona y administra instituciones comunicacionales, como radiodifusoras, televisivas y medios impresos.
- Asesora, guía y fomenta el uso apropiado, de la comunicación interna y externa de las instituciones públicas y privadas.
- Desarrolla los procesos de planificación, diseño, ejecución y evaluación de procesos comunicacionales.
- Ejercer la profesión docente con espíritu investigativo, creativo, innovador, crítico y propositivo.
- Promueve la democracia y la libertad de expresión (con responsabilidad) aplicando políticas que conduzcan y afirmen el Buen Vivir. Sumak Kawsay.
- Valora informes de investigación empírica, prácticas de saberes ancestrales y especialmente los relativos a fenómenos comunicativos.
- Comprende y explica el origen de los fenómenos del universo, la sociedad y el ser humano desde la perspectiva científica.

#### **4. La pasantía o práctica pre profesional**

Es el ejercicio de las capacidades y actitudes adquiridas durante el proceso de formación en situaciones reales de trabajo. Es de carácter formativo y tiene la finalidad de consolidar los aprendizajes logrados durante el proceso formativo desarrollado en las Universidad. En Ecuador y en otros países es un requisito indispensable para que el estudiante acceda a la certificación modular y la titulación como Profesional Técnico o Licenciado.



Bajo la Ley Orgánica de Educación Superior Ecuatoriana se estipula dentro del capítulo segundo de la Garantía de Igualdad de Oportunidades artículo 87, que para la obtención del título los y las estudiantes deberán acreditar servicios a la comunidad mediante prácticas o pasantías pre-profesionales, debidamente monitoreadas, en los campos de su especialidad, de conformidad con los lineamientos generales definidos por el Consejo de Educación Superior. Dichas actividades se realizarán en coordinación con organizaciones comunitarias, empresas e instituciones públicas y privadas relacionadas con la respectiva especialidad.

Permite al estudiante trascender el abordaje de conocimientos teóricos abstractos, tomar contacto con la realidad social desde el inicio de la formación e intervenir en ella contribuyendo con la transformación de situaciones.

En nuestro país las pasantías o prácticas pre-profesionales entraron en vigencia de manera oficial el 19 de abril de 1995 en la Sala de Sesiones del Plenario de las Comisiones Legislativas del Congreso Nacional del Ecuador, considerando que frente a los recientes índices de desempleo y subempleo, se hacía necesario impulsar el sistema de pasantías, a través de normas que determinarán un régimen especial de relaciones entre la empresa y los pasantes. Dicha ley de pasantías en el sector empresarial con carácter de especial fue dada en la ciudad de San Francisco de Quito Distrito Metropolitano.

#### **4.1. Ley Orgánica de Educación Superior, (sobre las prácticas pre profesionales)**

**Art.5.-** Son derechos de las y los estudiantes, entre otros, acceder a una educación superior de calidad y pertinente, que permia iniciar una carrera académica y/o profesional en igualdad de oportunidad; así como participar en el proceso de construcción, difusión aplicación del conocimiento.

**Art.87.-** Como requisito previo a la obtención del título, las y los estudiantes deberán acreditar servicios a la comunidad mediante prácticas o pasantías pre profesionales,

debidamente monitoreados, en los campos de su especialidad, de conformidad con los lineamientos generales definidos por el Consejo de Educación Superior. Dichas actividades se realizarán en coordinación con organizaciones comunitarias, empresas e instituciones públicas y privadas relacionadas con la respectiva especialidad.

#### **4.2. Reglamento General de la Ley Orgánica de Educación Superior, (sobre las prácticas pre profesionales)**

**Art.7.-** Dispone que los servicios a la comunidad se realizarán mediante prácticas y pasantías pre profesionales, en los ámbitos urbano y rural, según las características de la carrera y las necesidades de la sociedad;

Que es necesario definir las políticas institucionales para la organización y seguimiento de las prácticas pre profesionales de las y los estudiantes en correspondencia con el currículo de la carrera, como un elemento importante en su formación científica, técnica y humanística.

#### **4.3. Reglamento de Régimen Académico del Sistema Nacional de Educación Superior.**

### CAPÍTULO V

#### DE LAS PRÁCTICAS PREPROFESIONALES Y ACTIVIDADES DE VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD

**Art. 29.** Las actividades de vinculación con la colectividad y las prácticas preprofesionales y en los campos de su especialidad son un componente educativo constituido por actividades inherentes al fortalecimiento y puesta en práctica de los conocimientos programáticos, van de acuerdo al avance progresivo de la formación profesional y de las competencias desarrolladas por el estudiante, y lo relacionan con el contexto de su carrera.

**Art. 30.** Los estudiantes de las instituciones del Sistema Nacional de Educación Superior, durante su proceso de formación profesional, deben cumplir el número de horas de

actividades de vinculación con la colectividad y prácticas preprofesionales en los campos de su especialidad, referidas en los artículos 19 y 20 del presente reglamento, en forma progresiva y de acuerdo con las normativas que para el efecto establezca cada institución educativa.

**Art. 31.** Las actividades de vinculación con la colectividad y prácticas preprofesionales en los campos de su especialidad constituyen uno de los requisitos obligatorios de graduación.

**Art. 32.** Las instituciones de educación superior establecerán acuerdos o convenios con el sector empresarial e instituciones, que garanticen el cumplimiento de los objetivos de las actividades de vinculación con la colectividad y prácticas preprofesionales en los campos de su especialidad.

**4.4. Instructivo General para la realización de prácticas profesionales de los estudiantes de la carrera de comunicación social del área de la educación, el arte y la comunicación de la universidad nacional de Loja.** (artículos relacionados)

## CAPÍTULO I

### DE LOS FINES Y OBJETIVOS DE LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

**Art.1.-** La realización de las prácticas profesionales de los alumnos de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social, en sus modalidades presencial, semipresencial y a distancia, persigue los siguientes objetivos:

- a. Desarrollar y consolidar las destrezas y habilidades del futuro profesional de la Comunicación Social, en el manejo de las herramientas indispensables para su ejercicio profesional
- b. Ofrecer la oportunidad al comunicador social en formación, para que tenga contacto directo con la realidad del ejercicio profesional, tanto en los diferentes medios de

comunicación social de su localidad como en las oficinas, departamentos, agencias, corporaciones y agrupaciones sociales en la que se requiere de la labor del comunicador social.

- c. Incentivar en el futuro profesional de la comunicación social, la necesidad de vincular la teoría con la práctica en estrecha vinculación con la comunidad y la sociedad en general, como parte de la misión institucional.

## CAPÍTULO II

### DE LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

**Art.2.-** los estudiantes de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social del Área de la Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja, en sus modalidades presencial, semipresencial y a distancia, tienen la obligación académica de realizar trescientas horas de prácticas profesionales, distribuidas de la siguiente manera:

- a. Prácticas de Medios Impresos, con una duración de cien horas.
- b. Prácticas de Radio, con una duración de cien horas.
- c. Prácticas de televisión, con una duración de veinte horas; y,
- d. Prácticas de Comunicación Institucional, con una duración de ochenta horas.

### DE LA COORDINACIÓN ACADÉMICA DE LAS PRÁCTICAS

**Art. 8.-** las prácticas profesionales de los estudiantes de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social, constituyen una parte de la estructura curricular de la Carrera y un requisito indispensable para la declaratoria de aptitud de grado; por lo tanto, el Coordinador General de las prácticas profesionales es el Coordinador de la Carrera de Comunicación Social, ante quien el estudiante denunciara mediante solicitud su interés por realizar sus prácticas profesionales.

**Art. 9.-** las prácticas profesionales que tendrá que cumplir, de manera individual cada estudiante, serán dirigidas y supervisadas por el Coordinador Docente del Módulo respectivo, así:

- a. El Coordinador Docente del Módulo de Medios Impresos, supervigilara, dirigirá y acreditará las prácticas profesionales de quienes realicen las prácticas de medios impresos.
- b. El Coordinador Docente del Módulo en ese medio, supervigilara, dirigirá y acreditará las prácticas profesionales de quienes realicen las prácticas de radio.
- c. El Coordinador Docente del Módulo de Televisión, supervigilara, dirigirá y acreditará las prácticas profesionales de quienes realicen las prácticas de televisión; y,
- d. El Coordinador Docente del Módulo de Comunicación Institucional, supervigilara, dirigirá y acreditará las prácticas profesionales de quienes realicen las prácticas de comunicación institucional.

**Art. 10.-** El Coordinador Docente tiene la obligación de dirigir y monitorear la realización de las prácticas profesionales y brindar asesoramiento y apoyo en los casos en que sea requerido por los estudiantes.

#### DE LA ACREDITACIÓN DE LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

**Art. 15.-** las prácticas profesionales serán acreditadas por el Coordinador Docente del respectivo Modulo y tendrán valores numéricos en una escala de cero a diez puntos. Se considerará para efecto de cómputo de nota final de graduación, únicamente aquellas acreditaciones de prácticas profesionales iguales o superiores a los ocho puntos sobre diez.

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **1. Metodología utilizada**

En el presente trabajo investigativo, se utilizaron elementos de orden teórico que permitieron analizar a fondo la problemática del tema motivo de investigación, mismo que se desarrolló en la ciudad de Loja, los Diarios La Hora, Crónica de la Tarde y Centinela.

#### **1.1.Métodos**

El método científico, es el conjunto de procedimientos lógicos que siguió la investigación para descubrir relaciones internas y externas de los proceso de la realidad natural y social.

El método analítico, permitió profundizar en el análisis cualitativo de los resultados de la investigación y la discusión de los mismos.

Método inductivo, se utilizó este método para la interpretación de las entrevistas, para contrastar con las encuestas y con ciertos conceptos teóricos a partir de las opiniones que recogimos de los representantes de los medios de comunicación antes señalados.

Método deductivo, se utilizó este método para desde los conceptos, definiciones, leyes y normas legales, extraer conclusiones o consecuencias a cerca del campo de estudio de la investigación.

El Método Estadístico, permitió utilizar la estadística descriptiva al momento de efectuar los análisis cuantitativo y cualitativo de los resultados.

#### **1.2.Técnicas e instrumentos**

**1.2.1. La encuesta.-** Sirvió para recoger la opinión que tienen los practicantes de los tres medios de comunicación escogidos para la investigación. En nuestro caso definimos como universo a los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, y población objetivo a los estudiantes que han accedido a realizar sus prácticas pre profesionales en esos medios de comunicación.

Se encuestaron a 20 de los 37 estudiantes que han realizado sus prácticas en estos medios de comunicación.

**1.2.2. La entrevista.-** Mediante esta técnica se llevó a cabo la recopilación de las opiniones de los representantes de los medios de comunicación impresos, así como de un miembro de la Carrera.

Las personas entrevistadas fueron: los representantes de los medios de comunicación, Diario La Hora, Crónica de la tarde, Diario Centinela y docente de la Carrera.



## f. RESULTADOS

Una vez realizado el trabajo de campo en torno a la problemática de estudio, se evidencian los siguientes resultados.

### 1. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

#### INFORMACIÓN GENERAL

#### CUADRO N° 1

##### *DEL GÉNERO*

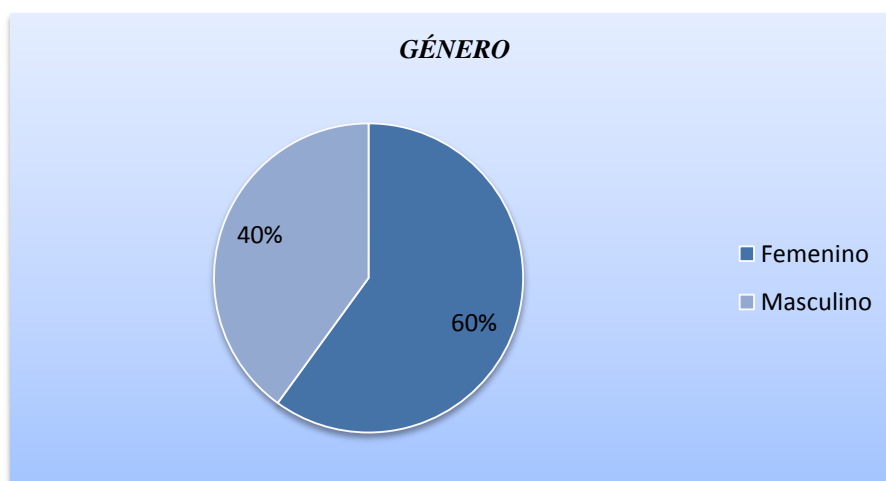
VARIABLE	<i>f.</i>	%
<b>Femenino</b>	12	60
<b>Masculino</b>	8	40
<b>TOTAL</b>	20	100

**FUENTE:** Encuesta aplicada a estudiantes que han accedido a realizar prácticas pre- profesionales en los principales medios de comunicación impresos de la ciudad.

**AUTOR:** Mirian Patricia Saca.

**AÑO:** 2013.

#### GRÁFICA N°1



## ANÁLISIS CUANTITATIVO

De las encuestas aplicadas a estudiantes que han accedido a realizar prácticas en los medios de comunicación de la ciudad, el 60% pertenecen al sexo femenino, los 40% restantes son del sexo masculino.

## ANÁLISIS CUALITATIVO

El trabajo de campo efectuado en la ciudad de Loja, los Diarios La Hora, Centinela y Crónica de la tarde, se realizó en condiciones de absoluta equidad, pese a ello, es muy notable que la población femenina son quienes mayoritariamente han realizado o están realizando sus prácticas pre profesionales en señalados medios, lo cual deja entrever que existe quizá un cierto aislamiento o en muchos casos desinterés por el género masculino en cumplir con este requerimiento.

## CUADRO N° 2

### DE LAS EDADES

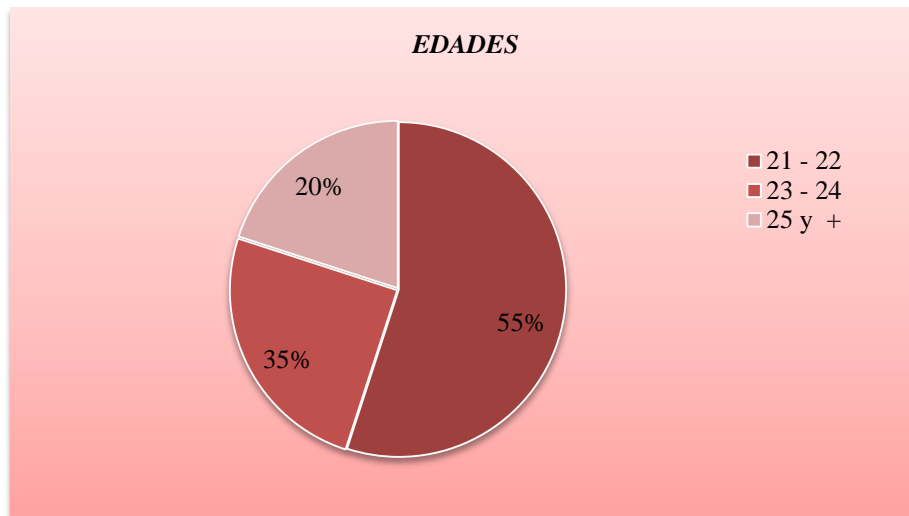
VARIABLE	<i>f.</i>	%
<b>21-22</b>	11	55
<b>23-24</b>	5	25
<b>25 y +</b>	4	20
<b>TOTAL</b>	20	100

**FUENTE:** Encuesta aplicada a estudiantes que han accedido a realizar prácticas pre- profesionales en los principales medios de comunicación impresos de la ciudad.

**AUTOR:** Mirian Patricia Saca.

**AÑO:** 2013.

**GRÁFICA N°2**



### **ANÁLISIS CUANTITATIVO**

En lo que a edades se refiere, el 55% de consulados, fluctúan entre los 21 y 22 años de edad, el 25% entre los 23 y 24 años y el 20% restantes 25 y más años.

### **ANÁLISIS CUALITATIVO**

El factor edad, es muy importante tomar en cuenta al momento de hablar de responsabilidad, digo, responsabilidad puesto que hacer prácticas pre profesionales representan eso, pero en muchos de los casos se ha demostrado lo contrario, cuando somos jóvenes creo no tomamos en serio la verdadera valía que representa el incursionar en un medio de comunicación y por ende dejamos una mala imagen de nuestro trabajo.

### **PREGUNTAS ESPECÍFICAS**

- 1. ¿Cuál es la razón principal por la que usted decidió realizar sus prácticas pre-profesionales?**

### CUADRO N° 3

#### RAZÓN DE LAS PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES

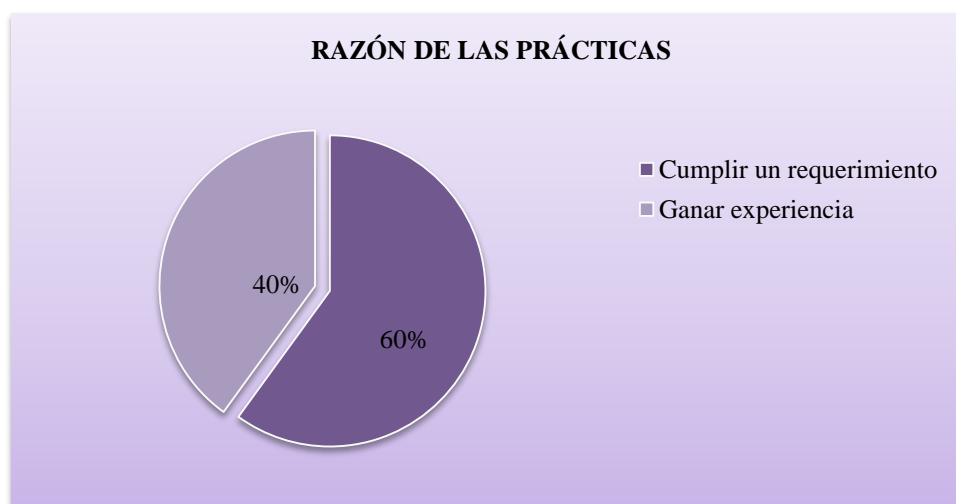
VARIABLE	f.	%
<b>Requisito para la titulación</b>	12	60
<b>Ganar experiencia</b>	8	40
<b>Otros</b>	0	0
<b>TOTAL</b>	20	100

FUENTE: Encuesta aplicada a estudiantes que han accedido a realizar prácticas pre- profesionales en los principales medios de comunicación impresos de la ciudad.

AUTOR: Mirian Patricia Saca.

AÑO: 2013.

#### GRÁFICA N°3



#### ANÁLISIS CUANTITATIVO

En las preguntas específicas, sobre la razón por la que decidió realizar las prácticas pre profesionales, el 60% manifestaron que lo realizan por cumplir un requerimiento para graduarse, mientras que el 40% lo realizan con la finalidad de ganar experiencia en el campo de su profesión.

## ANÁLISIS CUALITATIVO

Las prácticas pre profesionales son el ejercicio de las capacidades y actitudes adquiridas durante el proceso de formación del estudiante, es de carácter formativo y tiene la finalidad de consolidar los aprendizajes logrados durante el proceso formativo desarrollado en las Universidades, con respecto a este tema y los porcentajes que resultan de las encuestas es claro evidenciar como la mayoría de los que hicieron prácticas pre profesionales lo realizan con la única finalidad de cumplir un requisito para graduarse, dejando de lado la verdadera razón que persiguen estas.

2. **¿Ha tenido alguna dificultad al momento de buscar un medio de comunicación donde realizar sus prácticas?**

### CUADRO N° 4

#### *DIFICULTAD EN EL ACCESO A LOS ESCENARIOS DE PRÁCTICAS*

VARIABLE	<i>f.</i>	%
<b>SI</b>	15	75
<b>NO</b>	5	25
<b>TOTAL</b>	20	100

**FUENTE:** Encuesta aplicada a estudiantes que han accedido a realizar prácticas pre- profesionales en los principales medios de comunicación impresos de la ciudad.

**AUTOR:** Mirian Patricia Saca.

**AÑO:** 2013.

**GRÁFICA N°4**



### **ANÁLISIS CUANTITATIVO**

En la interrogante planteada, el 75%, manifiestan haber tenido alguna dificultad, mientras que el 25%, no lo han tenido.

### **ANÁLISIS CUALITATIVO**

El Art. 32. del Reglamento de Régimen Académico vigente, señala que las instituciones de educación superior establecerán acuerdos o convenios con el sector empresarial e instituciones, que garanticen el cumplimiento de los objetivos de las actividades de vinculación con la colectividad y prácticas pre profesionales en los campos de su especialidad, pero en el caso de la Universidad Nacional de Loja, la mayor parte de los inconvenientes sobre las prácticas pre profesionales, tienen que ver con el escenario donde se las realizan y básicamente esto se repite constantemente en nuestra Carrera debido a que hasta la actualidad no se han firmado nuevos acuerdos o compromisos entre las instituciones involucradas, esto a pesar de que las políticas institucionales así lo señalan. Desde esta perspectiva el estudiante se ve en la necesidad de buscar y muchas de las veces no poder conseguir el espacio donde realizar sus experiencias, generando por tanto una falta de interés por ellas y dejándolas acumular para cuando termina la carrera, lo cual conlleva a otro problema muy serio como es el retraso en el proceso de titulación.

3. ¿De qué manera cree usted, que contribuye la realización de las prácticas pre-profesionales?

**CUADRO N° 5**

***CONTRIBUCIÓN DE LAS PRÁCTICAS EN LA PROFESIÓN***

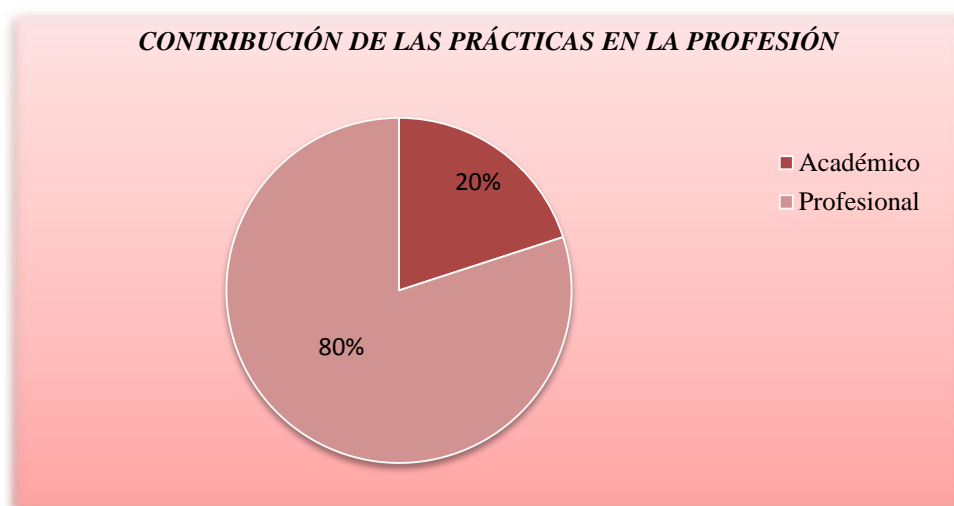
VARIABLE	f.	%
<b>Profesional</b>	17	80
<b>Académica</b>	4	20
<b>TOTAL</b>	20	100

**FUENTE:** Encuesta aplicada a estudiantes que han accedido a realizar prácticas pre- profesionales en los principales medios de comunicación impresos de la ciudad.

**AUTOR:** Mirian Patricia Saca.

**AÑO:** 2013.

**GRÁFICA N°5**



**ANÁLISIS CUANTITATIVO**

Sobre la contribución, el 80% de encuestados, afirman de que la contribución es al ámbito profesional, mientras el 20% creen que es de carácter académico.

**ANÁLISIS CUANTITATIVO**

Las prácticas pre profesionales constituyen para los estudiantes universitarios un gran soporte para el fortalecimiento de los conocimientos adquiridos en clase. El Reglamento de Régimen Académico aprobado por el Consejo de Educación Superior (CES) y que está

vigente desde el 2013, establece que cada Carrera asignará al menos 400 horas para prácticas pre profesionales, con esa finalidad. En este punto la mayoría de los estudiantes están conscientes que el aporte es primordialmente a la formación profesional, que su labor se centra en inmiscuir al estudiante de forma más cercana al ámbito laboral, ha adaptarse a los tiempos y procesos de recopilación de información, como un complemento de la academia, lo cual no debe confundirse.

**4. ¿Según su criterio, existen aspectos desfavorables en torno a la realización de prácticas pre- profesionales? Si su respuesta es afirmativa cítelos.**

**CUADRO N° 6**

***PRESENCIA DE ASPECTOS DESFAVORABLES EN LAS PRÁCTICAS***

VARIABLE	f.	%
<b>SI</b>	17	85
<b>NO</b>	3	15
<b>TOTAL</b>	20	100

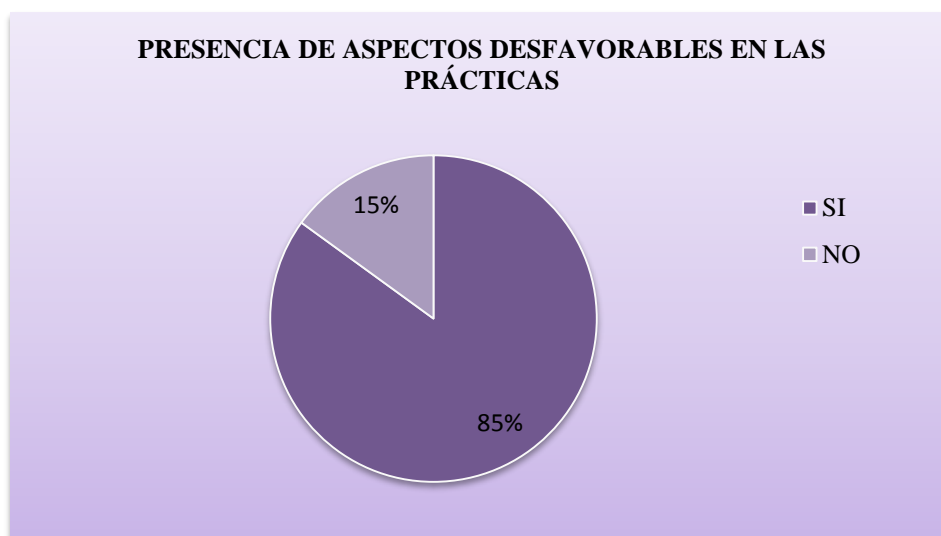
**FUENTE:** Encuesta aplicada a estudiantes que han accedido a realizar prácticas pre- profesionales en los principales medios de comunicación impresos de la ciudad.

**AUTOR:** Mirian Patricia Saca.

**AÑO:** 2013.



**GRÁFICA N°6**



### **ANÁLISIS CUANTITATIVO**

En la interrogante el 85% de encuestados, señalan existir aspectos desfavorables, mientras que un 15% afirman que no existen tales.

### **ANÁLISIS CUALITATIVO**

El Art.- 1, literal c, del Instructivo de prácticas pre profesionales de la Carrera, señala como objetivo, el incentivar en el futuro profesional de la comunicación social, la necesidad de vincular la teoría con la práctica en estrecha vinculación con la comunidad y la sociedad en general, como parte de la misión institucional. Con respecto a esta situación, es claro que la mayoría de los practicantes en los medios de comunicación impresos de la ciudad, valoran la decisión, pero a la vez afirman la existencia de aspectos desfavorables, que afectan su trabajo, esto principalmente tienen que ver con la operatividad de los procedimientos de las prácticas pre profesionales como la falta de supervisión y asesoramiento, así como también el ambiente en el que se desenvuelven no es el más agradable, lo cual sostienen se da por la falta de acuerdos interinstitucionales o reglamentos en los cuales se detallen los derechos, obligaciones o prohibiciones de los practicantes, así como de los compromisos que adquieren los medios de comunicación con el estudiante.

5. ¿Conoce usted la normativa vigente sobre los procedimientos que permiten operativizar las prácticas pre profesionales en la Carrera de Comunicación de la UNL?

**CUADRO N° 7**

**CONOCE LA NORMATIVA VIGENTE**

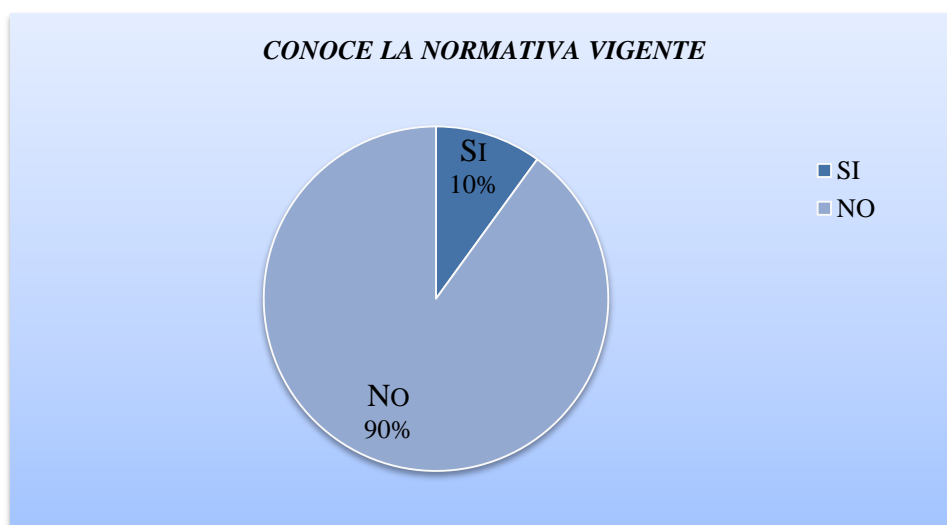
VARIABLE	f.	%
<b>SI</b>	2	10
<b>NO</b>	18	90
<b>TOTAL</b>	20	100

**FUENTE:** Encuesta aplicada a estudiantes que han accedido a realizar prácticas pre- profesionales en los principales medios de comunicación impresos de la ciudad.

**AUTOR:** Mirian Patricia Saca.

**AÑO:** 2013.

**GRÁFICA N°7**



**ANÁLISIS CUANTITATIVO**

De las personas encuestadas un 10 % manifiestan conocer la normativa vigente sobre los procedimientos que permiten operativizar las prácticas, el otro 90% desconocen de ello.

## ANÁLISIS CUALITATIVO

El Art. 30. Del Reglamento de Régimen Académico, señala que los estudiantes de las instituciones del Sistema Nacional de Educación Superior, durante su proceso de formación profesional, deben cumplir el número de horas de actividades de vinculación con la colectividad y prácticas preprofesionales en los campos de su especialidad, en forma progresiva y de acuerdo con *las normativas que para el efecto establezca cada institución educativa.*

En la Universidad Nacional de Loja, la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social, existe un instructivo general para la realización de la prácticas pre profesionales, desde el periodo del Rector, Dr. Max Gonzales Merizalde (2003), documento que sin lugar a duda se viene aplicando en la realización de las prácticas hasta la actualidad, pero cabe mencionar que no ha tenido una debida socialización por parte de sus responsables, ni tampoco ha sido reformulada pese a que desde su expedición hacia acá son muchos los aspectos que han cambiado.

**¿En el lugar de sus prácticas, conoce de algún reglamento u otro documento en el cual se citen los derechos y obligaciones de los practicantes?**

### CUADRO N° 8

#### *CONOCE LA NORMATIVA DEL MEDIO*

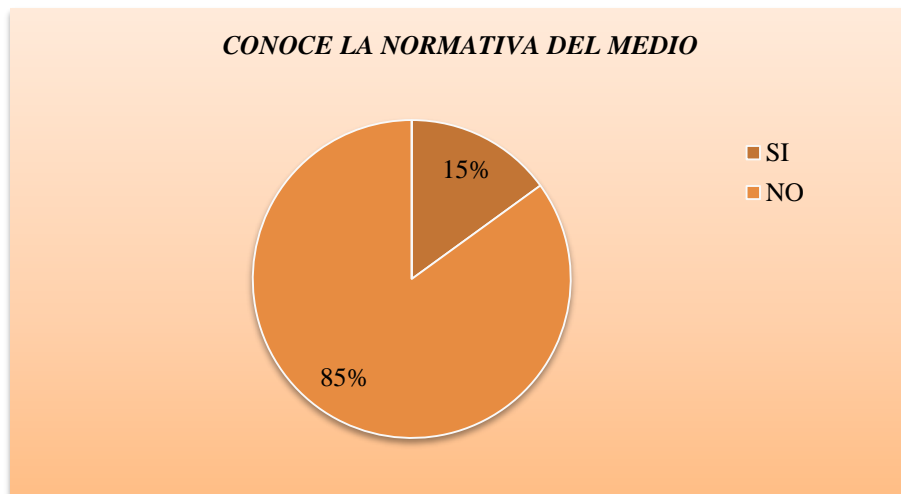
VARIABLE	f.	%
<b>SI</b>	3	15%
<b>NO</b>	17	85%
<b>TOTAL</b>	20	100%

**FUENTE:** Encuesta aplicada a estudiantes que han accedido a realizar prácticas pre- profesionales en los principales medios de comunicación impresos de la ciudad.

**AUTOR:** Mirian Patricia Saca.

**AÑO:** 2013.

## GRÁFICA N°8



### ANÁLISIS CUANTITATIVO

De las personas encuestadas el 85 % manifiestan no conocer la normativa o documento bajo el cual se rige la realización de las prácticas pre profesional en el medio de comunicación que se encuentran, en cambio el 15% restante sí han escuchado o conocen de él.

### ANÁLISIS CUALITATIVO

Es deber de los medios de comunicación la elaboración y socialización de los reglamentos bajo los cuales se proceden las prácticas pre profesionales, los deberes, obligaciones y prohibiciones de los practicantes, a razón de que estas se desarrollen en un contexto agradable tanto para el practicante como para el medio de comunicación.

Sin embargo esto no ha sucedido y particularmente considero que eso se debe a que la misma institución no se acata a las disposiciones de los Organismos de Educación Superior, en la firma de acuerdos o cartas compromiso que involucren a ambos sectores.

**6. ¿En la realización de sus prácticas, ha adquirido conocimientos complementarios a los recibidos en clase? Si su respuesta es afirmativa cítelos.**

## CUADRO N° 9

### *HA ADQUIRIDO CONOCIMIENTOS COMPLEMENTARIOS EN LAS PRÁCTICAS*

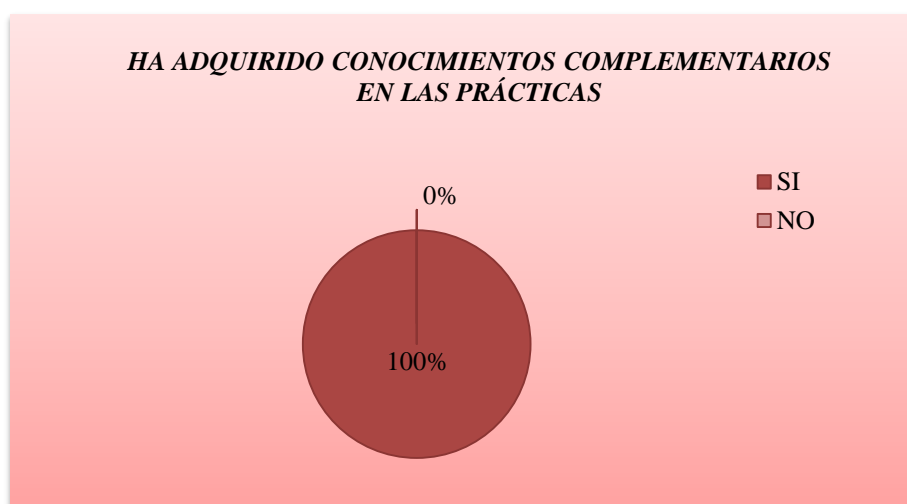
VARIABLE	f.	%
SI	20	100
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a estudiantes que han accedido a realizar prácticas pre- profesionales en los principales medios de comunicación impresos de la ciudad.

**AUTOR:** Mirian Patricia Saca.

**AÑO:** 2013.

### GRÁFICA N°9



### ANÁLISIS CUANTITATIVO

En cuanto a la pregunta planteada, el 100% de la población, señalan haber adquirido conocimientos complementarios, primordialmente de los medios de comunicación donde realizaron sus prácticas.

### ANÁLISIS CUALITATIVO

La pasantía o práctica pre profesional, es el ejercicio de las capacidades y actitudes adquiridas durante el proceso de formación en situaciones reales de trabajo. Es de carácter formativo y tiene la finalidad de consolidar los aprendizajes logrados durante el proceso formativo desarrollado en las Universidades. En este afán se crearon las prácticas pre

profesionales y a pesar de los inconvenientes que se presentan en su trayecto, estas se cumplen en un gran porcentaje, lo cual nos llena de satisfacción.

Los conocimientos que se adquieren con mayor frecuencia en el ámbito de las prácticas pre profesionales son el estilo periodístico, la forma de redacción y la interacción en escenarios reales.

**7. ¿Cuáles cree usted deberían ser las acciones a emprender para la mejor realización de las prácticas pre-profesionales?**

**CUADRO N° 10**

***ACCIONES A EMPRENDER PARA MEJORAR LAS PRÁCTICAS***

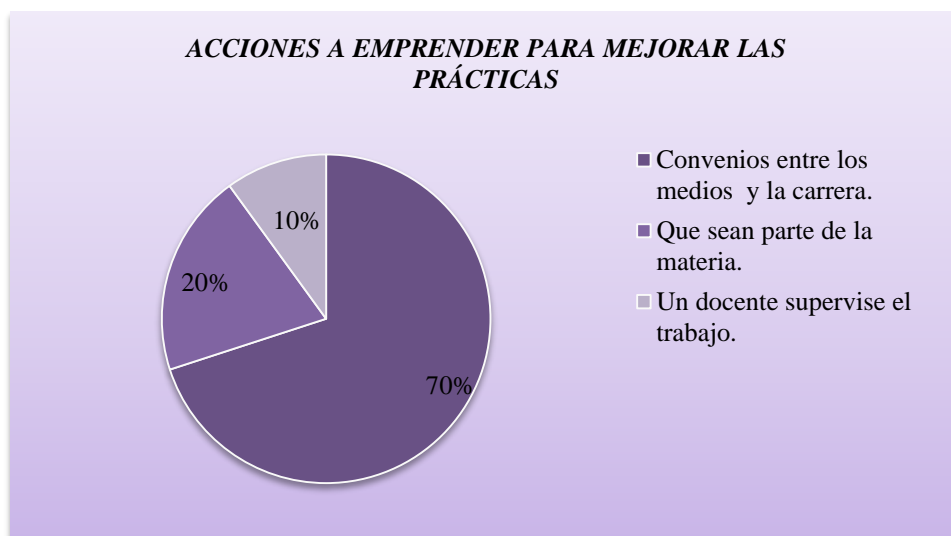
VARIABLE	<i>f.</i>	%
<b>Socialización de las políticas institucionales</b>	4	20
<b>Supervisión de las prácticas</b>	2	10
<b>Firma de convenios interinstitucionales</b>	14	70
<b>TOTAL</b>	20	100

**FUENTE:** Encuesta aplicada a estudiantes que han accedido a realizar prácticas pre- profesionales en los principales medios de comunicación impresos de la ciudad.

**AUTOR:** Mirian Patricia Saca.

**AÑO:** 2013.

## GRÁFICA N°10



### ANÁLISIS CUANTITATIVO

Las acciones a emprender, el 70% solicitan que se establezcan convenios entre los medios de comunicación y la institución, 20% creen que es necesario la socialización de las políticas institucionales y el 10% señalan la importancia de designar un docente para que supervise el trabajo.

### ANÁLISIS CUALITATIVO

La Ley orgánica de Educación Superior, confiere a las universidades la autonomía para desarrollar sus políticas institucionales en cuanto a la realización de las prácticas pre profesionales, pero, en la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, hasta la fecha no se han realizados tales disposiciones.

Es por ende que a las sugerencias citadas, algunos encuestados adicionan que es necesaria la elaboración de un reglamento de prácticas pre profesionales de la Carrera en Ciencias de Comunicación Social, donde se acoplen cada una de las acciones señaladas en la gráfica, peticiones que de llegar a concretarse abrirían un nuevo rumbo para la futura generación de comunicadores de la Universidad Nacional de Loja. Ya que si abrimos nuestra mente a lo que se ha venido viviendo en los más de 23 años de creación de la carrera, las condiciones no han

sido las más favorable y poco o nada se ha hecho para remediarlo, quizá esa sea la razón por la que no todos los que egresan de la carrera han obtenido su título profesional.

## **2. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS**

La entrevista estuvo dirigida a los representantes de los tres medios de comunicación que existen en la ciudad de Loja, dicha conversación coadyuvo al conocimiento real de las problemáticas derivadas de las prácticas pre profesionales, y cuáles serían las estrategias para mejorar tal situación.

**Respuesta 1:** Representante de Diario La Hora. (Jefe de redacción)

**Respuesta 2:** Representante de Diario Crónica de la Tarde. (Gerente)

**Respuesta 3:** Representante de Diario Centinela. (Gerente)

**Respuesta 4:** Representante de la Carrera. (Docente)

### ***PREGUNTAS:***

#### **1.- ¿Qué visión mantiene usted sobre las prácticas pre – profesionales?**

**Respuesta 1:** Son un breve aporte a la academia y de manera más directa a la formación profesional del comunicador social.

**Respuesta 2:** Son experiencias en el campo laboral, pero un aporte significativo al ámbito académico.

**Respuesta 3:** Son experiencias como bien lo señala la misma definición, pres profesionales, esenciales para su formación profesional.

**Respuesta 4:** Deben servir para relacionar la teoría con la práctica/ estos deben permitir relacionarse con el entorno inmediato y sobre todo lograr vincularse en la realidad.



**ANÁLISIS CUALITATIVO:** De las personas entrevistadas, podemos notar claramente como los tres coinciden en sus apreciaciones, aunque de diferente modo, pero en esencia que las prácticas pre profesionales son un aporte complementario a la academia, pero definitivamente necesarias para su formación profesional.

**2.- ¿Qué opina respecto a las prácticas pre – profesionales que realizan los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja?**

**Respuesta 1:** Son deficientes, el mayor problema de ellos es el desconocimiento del quehacer periodístico, los jóvenes de la UNL, no poseen una imagen real de lo que representa trabajar en un medio de comunicación impreso, por la misma razón que los docentes no los llevan a visitar.

**Respuesta 2:** No cumplen las expectativas del medio, pero adquieren grandes conocimientos para su futuro profesional.

**Respuesta 3:** No poseen un adecuado asesoramiento o supervisión, por tanto existen conflictos ya sea por impuntualidad o calidad de trabajo.

**Respuesta 4:** Hace falta implementar mecanismos de organización, gestión y evaluación/ siendo necesario una mejor planificación y control.

**ANÁLISIS CUALITATIVO:** Una coincidencia firme se evidencia en cuanto a esta interrogante, en el cual señalan que el trabajo práctico que realizan los estudiantes de Comunicación Social de la UNL, no satisfacen las expectativas que como medio de comunicación desean, señalando algunos vacíos en torno a su operativización.

**3.- ¿Según su criterio, cuales son los requisitos que debe poseer un estudiante de Comunicación Social para realizar sus prácticas pre profesionales?**

**Respuesta 1:** Conocimiento básico de la materia a practicar.

**Respuesta 2:** Un adecuado manejo de las herramientas comunicacionales.

**Respuesta 3:** Compromiso, responsabilidad, puntualidad y conocimiento de la materia.

**Respuesta 4:** Conocimientos sobre el área de realización de práctica.

Habilidades y destrezas para trabajar en equipo.

Responsabilidad, honestidad y creatividad.

**ANALISIS CUALITATIVO:** El adquirir un serio compromiso con el medio, demostrar los conocimientos y destrezas en cuanto al manejo de herramientas comunicacionales, son las primeras cualidades que buscan los medios de comunicación de la localidad.

#### **4.- ¿Los estudiantes de la UNL, cumplen esos requerimientos?**

**Respuesta 1:** No, la mayor parte lo aprenden en los medios.

**Respuesta 2:** En un menor porcentaje, conocen mucho en conceptos, pero poco en práctica.

**Respuesta 3:** En parte, ya que los practicantes poseen un escaso conocimiento de la investigación en el campo periodístico, lo cual es muy importante.

**Respuesta 4:** Es muy difícil determinar estas actitudes y predisposiciones, existe diversidad, por tanto hace que los niveles de participación sean diferentes.

**ANALISIS CUALITATIVO:** De lo anterior señalado, en mayor frecuencia los entrevistados marcan, que los estudiantes de a UNL cumplen minoritariamente estos requerimientos.

#### **5.- ¿Conoce la normativa vigente sobre los procedimientos que permiten operativizar las prácticas pre profesionales en nuestro país?**

**Respuesta 1:**No. algo de lo que señala la LOES, pero no los procedimientos específicos.

**Respuesta 2:** Únicamente lo que tiene que ver con los medios de comunicación.

**Respuesta 3:** Los reglamentos que maneja el medio respecto a ello.

**Respuesta 4:** Las generales. El problema está en el proceso de transición que vive la institución/ las políticas institucionales no están claras.

**ANALISIS CUALITATIVO:** Los entrevistados desconocen en su mayoría sobre la normativa vigente para las prácticas pre profesionales.

**6.- ¿Hasta qué punto cree usted se cumplen los fines y objetivos de las prácticas pre profesionales?**

**Respuesta 1:** En el acercamiento al escenario de trabajo.

**Respuesta 2:** El conocer el compromiso que requiere la Comunicación Social con el entorno y el trabajo que se realiza en los medios.

**Respuesta 3:** Cumplir un requisito para la titulación, es el que se cumple mayoritariamente.

**Respuesta 4:** Quizá sean una de las actividades más importantes que desarrollan los estudiantes, lamentablemente no existe potencializaciones de estas experiencias.

**ANALISIS CUALITATIVO:** sobre los fines y objetivos de las prácticas, manifiestan, que esto se cumple primordialmente en el acercamiento al escenario de trabajo, adicional al de cumplir un requisito para la titulación.

**7.- ¿En su medio de comunicación, existe un folleto o instructivo para la realización de las prácticas pre profesionales?**

**Respuesta 1:** Nos acoplamos a las políticas nacionales.

**Respuesta 2:** Si. Nos remitimos a las normativas vigentes

**Respuesta 3:** Si.

**ANALISIS CUALITATIVO:** De la pregunta planteada, únicamente un medio de comunicación, posee un documento en el cual se señalan los pasos para la realización de las prácticas pre profesionales.

**8.- ¿Cuáles cree usted deberían ser las acciones por emprender para afrontar las problemáticas que se derivan de las prácticas pre profesionales?**

**Respuesta 1:** Las autoridades de la Carrera deben implementar estrategias de análisis de los contenidos de las materias y en vez de darles tantos conceptos, llevar a los jóvenes a estar en contacto directo con los medios, no solo de los impresos sino de radio y televisión, sería por ejemplo importante implementar prácticas de observación a los medios locales.

**Respuesta 2:** Se deben llegar a acuerdos y compromisos entre las instituciones.

**Respuesta 3:** Se debería educar más al estudiante en la práctica, acercarlo al escenario de su profesión y elaborar los procedimientos para la realización de las prácticas, que rijan tanto para la carrera como para los medios de comunicación.

**Respuesta 4:** Organización institucional. / Ampliar compromisos, cartas de intención.

Un responsable de la actividad/ claridad en la normativa institucional.

**ANALISIS CUALITATIVO:** Una de las principales sugerencias por parte de los medios de comunicación, es de acercar al estudiante más a la práctica, a razón de que su futuro se enmarque en ello y así no presenten muchas dificultades en el momento de ejercer su profesión, además creen que es necesario el llegar a acuerdos interinstitucionales, que faciliten su ejecución.

## **g. DISCUSIÓN**

Una vez concluido la exposición de los resultados a continuación procedemos a la discusión.

### **1. Contrastación de hipótesis**

#### **HIPÓTESIS**

**Existe ineficiencia en los procesos de prácticas pre profesionales de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, debido a problemas académicos, normativos y operativos.**

Una vez analizado íntegramente los instrumentos de la encuesta y entrevistas, se procede a aprobar la hipótesis planteada, dejando muy en claro que los problemas en cuanto a la realización de la prácticas pre profesionales, tienen que ver con el orden; académico, los comunicadores sociales nos estamos educando más en teoría que en práctica, lo cual se evidencia en la escasa actividad práctica presente en el silabo de Medios Impresos (2013) ; normativa puesto que en nuestra carrera existe un instrumento desactualizado para la realización de las prácticas pre profesionales y de lo que en él se anota, no todo se ejecuta; y por último las disposiciones y políticas nacionales respecto a la razón y ejecución de las prácticas, no se cumplen en su mayoría.

### **2. Verificación de objetivos**

#### **OBJETIVO GENERAL**

**Determinar la problemática derivada de las prácticas pre profesionales de los estudiantes de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, en los tres medios de comunicación más importantes de Loja, a fin de establecer una propuesta alternativa de solución.**

Este objetivo general se verifica con las respuestas a las preguntas 2, 4 y 5 del cuestionario a estudiantes, y respuestas 2, 4 y 6 de las entrevistas aplicadas a los representantes de los medios de comunicación de la ciudad, en los cuales destacan los siguientes:

- El incumplimiento de las políticas nacionales e institucionales.
- El desconocimiento a los procedimientos de las prácticas pre profesionales.
- La falta de convenios interinstitucionales.
- Falta de coordinación de las prácticas.
- Falta de supervisión de las prácticas.
- Los practicantes no poseen una visión real del trabajo periodístico.
- Existe un amplio conocimiento teórico sobre la materia, pero poco en práctica.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- **Diagnosticar los referentes teóricos y procedimientos de las prácticas pre profesionales en los medios de comunicación impresos de la ciudad de Loja.**

Este objetivo se verifica con los referentes teóricos del presente trabajo de investigación, los conceptos, definiciones, argumentos y opiniones acerca de los medios de comunicación, medios de comunicación impresos, la Carrera de Comunicación Social, las prácticas pre profesionales; el Silabo de Redacción para Medios Impresos, los artículos relacionados con el tema de las prácticas, Ley Orgánica de Educación Superior, Reglamento de Ley Orgánica de Educación Superior, Reglamento de Régimen Académico, Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, Políticas Institucionales Para la Realización de Prácticas Pre Profesionales en las Carreras del Área de La Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja y el Instructivo General para la Realización de Prácticas Pre Profesionales de los Estudiantes de la Carrera de Comunicación Social del Área de la Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja.

- **Determinar los problemas operativos en las prácticas pre profesionales.**

El objetivo se verifica con las respuestas a la pregunta 5 del cuestionario aplicado a los estudiantes que han accedido a realizar sus prácticas en los medios de comunicación señalados y las respuestas a las preguntas 4, 5 y 6 de las entrevistas, donde la mayoría señalan desconocer los procedimientos o normativa bajo los cuales se realizan las prácticas pre profesionales.

El cual se evidencia básicamente de la falta de socialización o acatamiento a las disposiciones nacionales en cuanto a los procedimientos para la realización de las prácticas pre profesionales, partiendo de la concepción de que es necesario conocer para operativizar.

- **Formular una propuesta alternativa que permita mejorar el proceso de las prácticas pre profesionales de los estudiantes de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja.**

Este objetivo se cumple, al establecer como solución al problema una Propuesta de Instructivo de Prácticas Pre Profesionales para la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja.

## **h. CONCLUSIONES**

Luego de haber abordado íntegramente nuestro tema de estudio, se proceden a citar las principales conclusiones.

1. Existen falencias en cuanto a la operatividad de los procedimientos de prácticas pre profesionales, que tienen que ver principalmente con el incumplimiento a las disposiciones nacionales y políticas institucionales.
2. La mayoría de consultados, desconocen de la normativa vigente para la operativización de las prácticas pre profesionales.
3. El no ampliar los escenarios para las prácticas, la falta de organización y socialización de las políticas institucionales, son el problema más frecuente para los estudiantes de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, que cumplen con desarrollar sus prácticas pre profesionales.
4. La formación del comunicador social de la Universidad Nacional de Loja, de acuerdo al silabo de redacción periodística para Medios Impresos (2013), es amplia en teoría, pero escasa en actividades prácticas, aun cuando en la misma distribución del contenido disciplinario, se señala tres créditos para la teoría y tres para la práctica.



## **i. RECOMENDACIONES**

Una vez citadas las conclusiones a continuación se anotan algunas recomendaciones:

1. Al Rector de la Universidad Nacional de Loja, Director del Área y Coordinador de Carrera, para que se establezcan nuevos convenios u acuerdos interinstitucionales, para el adecuado desarrollo de las prácticas pre profesionales.
2. Al Coordinador y docentes de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social, para que se organice de forma eficiente las políticas institucionales, referentes a las prácticas pre profesionales en la Universidad Nacional de Loja.
3. Al Coordinador de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social, para que en forma diligente se proceda a nombrar una comisión para que se encargue del análisis de la Propuesta de Instructivo de Prácticas Pre Profesionales para la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, que en el presente trabajo se propone y de ser aprobada, se trabaje como guía mientras procede el trámite de legalización.
4. A los representantes de los medios de comunicación impresos de la ciudad, para que se interesen en el conocimiento de las normativas vigentes para la realización de las prácticas pre profesionales y den fiel cumplimiento de las mismas.

## **PROPUESTA**

### **1. Presentación.**

La Propuesta de Instructivo de Prácticas Pre Profesionales para la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, surge con la necesidad de actualizar la normativa existente en la Carrera, como mecanismo de solución más cercano a la creciente problemática de las prácticas pre profesionales.

La Propuesta, se basa en los resultados del trabajo de campo e investigación bibliográfica de la tesis “LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS DE LA CIUDAD DE LOJA, FRENTE A LAS PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES QUE REALIZAN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, PERÍODO MARZO - JULIO 2013. PROPUESTA ALTERNATIVA”.

### **2. Tema.**

PROPUESTA DE INSTRUCTIVO DE PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES PARA LA CARRERA EN CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

### **3. Problema.**

El incumplimiento de las políticas institucionales y normas legales para la realización de las prácticas pre profesionales de los estudiantes de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, el cual deriva principalmente por la no legalidad del “Instructivo General para la realización de Prácticas Profesionales de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social del Área de la Educación, el Arte y la comunicación de la Universidad Nacional de Loja.

#### **4. Antecedentes.**

La investigación de la comunicación social en su contexto abarca una serie de particularidades de la realidad social, pero sin embargo se ve a la vez rodeadas de una serie de cuestiones que no han sido investigadas, ni estudiadas a conciencia, siendo estas las causantes de una serie de inconvenientes. A diario somos testigos del trabajo que realizan los medios de comunicación social, pero su compromiso y el rol que cumple ante los procesos políticos económico de un país, aun no se han visibilizado.

En este sentido, y haciendo especial énfasis en la formación profesional del Comunicador Social, se ve la clara necesidad de abordarla desde un sentido crítico, no con la finalidad de polemizar, sino más bien de buscar estrategias de solución a los crecientes problemas que derivan de ello.

Dada esta situación y definiendo a la problemática como fenómeno social inmerso en la investigación del campo de la comunicación social y los objetivos planteados para el presente trabajo investigativo, presento una Propuesta de Instructivo de Prácticas Pre Profesionales para la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, como aporte al fortalecimiento en la formación académica y profesional del estudiante de Comunicación Social.

#### **5. Justificación.**

La propuesta de elaborar un Instructivo de Prácticas Pre Profesionales para la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, se justifica porque con ello, se pretende dar solución a las diversas problemáticas evidenciadas durante el proceso de investigación, de manera que se puedan corregir todos y cada uno de los inconvenientes encontrados.

Se justifica también a efecto de cumplir con un objetivo específico planteado en el proyecto de investigación y dejar constancia de nuestro pasó por las instalaciones universitarias a razón de sembrar en la historia una huella del conocimiento adquirido a lo largo de nuestra formación.

***PROPUESTA DE INSTRUCTIVO DE PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES PARA LA  
CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE LOJA.***

**BASE LEGAL**

- Ley Orgánica de Educación Superior.
- Reglamento de Ley Orgánica de Educación Superior.
- Reglamento de Régimen Académico.
- Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja.
- Políticas Institucionales para las Prácticas pre profesionales de las y los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

**CAPÍTULO I**

**DENOMINACIÓN**

**Art. 1.-** Denomínese Práctica pre profesional a las actividades curriculares de carácter obligatorio que deben realizar las y los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, en Organismos e Instituciones de carácter público, privado y comunitario, a través de trabajos relacionados con el ámbito de su profesión, de acuerdo a los requerimientos de su formación y la planificación curricular de la Carrera.

**CAPÍTULO II**

**DE LOS FINES Y OBJETIVOS**

**Art. 2.-** El presente instructivo tiene como fin establecer los lineamientos generales y particulares que los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social deben acreditar como requisito para obtener el título profesional, en concordancia con la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES), el Consejo de Educación Superior (CES) y esta Institución.

Las y los estudiantes de la carrera, durante su formación profesional, para cumplir con los requisitos de titulación, deberán completar las horas de pasantías o prácticas pre profesionales previstas en el plan de estudios de la carrera.

**Art. 3.-** Son objetivos del instructivo:

- a. Regular y controlar de manera sistemática las prácticas pre profesionales que los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social realicen en los diferentes Organismos e Instituciones de carácter público y privado.
- b. Ofrecer la oportunidad al comunicador social en formación, para que tenga contacto directo con la realidad del ejercicio profesional, tanto en los diferentes medios de comunicación social de su localidad, como con las carreras, departamentos, oficinas, agencias, corporaciones, agrupaciones sociales, ONGS u otros lugares en los que se requiere de la labor del comunicador social.
- c. Incentivar en el futuro profesional de la comunicación social, la necesidad de vincular la teoría con la práctica en estrecha vinculación con la sociedad, como parte de la misión institucional.

### **CAPÍTULO III**

#### **DE LAS PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES**

##### **DE LA ORGANIZACIÓN**

**Art. 5.** Los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, en su modalidad presencial, están en la obligación académica de cumplir 400 horas de prácticas pre profesionales y de vinculación con la sociedad, estas se distribuyen de la siguiente manera:

- a. Tercer Ciclo, prácticas pre profesionales de Medios Impresos, 60H.
- b. Cuarto Ciclo, prácticas pre profesionales de Radio, 60H.

- c. Quinto Ciclo, prácticas pre profesionales de Televisión, 60H.
- d. Sexto Ciclo, prácticas pre profesionales de Comunicación Institucional, 60H.
- e. Séptimo Ciclo, prácticas de vinculación con la sociedad, 80H.
- f. Octavo Ciclo, prácticas de vinculación con la sociedad, 80H.

En cualquiera de los casos para acreditar las prácticas el estudiante debe cumplir con el 100% de las asistencias.

**Art. 6.** - La realización de las prácticas pre profesionales, se llevará a cabo en el ámbito de las instituciones demandantes, o bien en lugares que por el tipo de tareas requeridas sea necesaria la presencia del practicante.

**Art. 7.** -Las prácticas pre profesionales para su cumplimiento deberán ser canalizadas a través de la Universidad, las Áreas Académico Administrativas o la Carrera mediante la firma de Convenios Interinstitucionales, Cartas de Intención o a su vez gestionadas por los estudiantes.

**Art. 8.-** La realización de las prácticas pre profesionales se harán bajo la supervisión de dos responsables: un Coordinador de prácticas designado por la o el Coordinación de la Carrera y otro designado por la institución que acoge al estudiante.

### **DE LOS REQUISITOS PARA LAS PRÁCTICAS**

**Art. 9.-** Las prácticas pre profesionales serán solicitadas de manera individual por el estudiante mediante petición escrita dirigida al Coordinador de la Carrera, documento en el cual además se deberá adjuntar el plan de prácticas, con el debido visto bueno del Coordinador de prácticas.

El plan de prácticas, deberá contener lo siguiente: presentación, justificación, objetivos y cronograma de actividades.

**Art. 10.-** Aceptada la solicitud y el plan de prácticas, la Secretaría de la Carrera elaborará y emitirá la autorización respectiva, posterior a ello la interesada o el interesado presentará en el lugar de sus prácticas citado documento, adjuntando la planificación y las responsabilidades de la entidad acogiente, trámite con el cual puede iniciar sus prácticas pre profesionales hasta cumplir con el número de horas establecidas.

### **DE LA PRESENTACIÓN DE LAS PRÁCTICAS**

**Art.11.-** Al finalizar el período de prácticas, en un espacio no mayor a los 30 días el estudiante deberá presentar al Coordinador de Prácticas el informe de las actividades realizadas, con las evidencias debidamente legalizadas a los que acompañarán; el original o copia de la autorización remitida por el Coordinador de la Carrera con la respectiva sumilla (recibido) de la o el responsable de la institución acogiente, el certificado original de cumplimiento de las prácticas emitido por el Director o representante de la organización o entidad donde se desarrollaron dichas actividades y su respectiva solicitud para la acreditación.

**Art. 12.-** El informe de prácticas presentado por el estudiante deberá contener al menos: presentación, objetivos, metodología, resultados, conclusiones, recomendaciones y anexos: productos alcanzados (los que se señalan en los objetivos del plan de prácticas) y el registro de asistencias. (*Anexo I*)

**Art. 13.-** La certificación emitida por la entidad donde se realizaron las prácticas, deberá hacer mención específica a:

- a. Fecha de inicio y finalización;
- b. Horario de asistencia;
- c. Actividades desempeñadas;
- d. Total de horas realizadas.



**Art.14.** Recibidos los productos de las prácticas pre profesionales, el Coordinador de Prácticas, procederá a acreditar el trabajo.

La calificación tendrá valores numéricos en una escala de cero a diez puntos.

**Art. 15.** Las prácticas pre profesionales serán aprobadas con un mínimo de 7 sobre 10 puntos. De no reunirse la puntuación mínima requerida, el estudiante podrá solicitar la recalificación y de no obtener una calificación satisfactoria en esta segunda alternativa, se dará por reprobada la práctica y deberá volver a ser realizada sin apelación alguna.

**Art. 16.** El Coordinador de Prácticas tendrá un período no mayor a los ocho días, luego de la presentación de la solicitud, para presentar en Secretaría de la Carrera las acreditaciones, mismas que tras la autorización del Coordinador de la Carrera podrán ser inscritas en los libros respectivos.

**Art. 17.-** Los productos presentados por el estudiante para justificar sus prácticas pre profesionales, formaran parte del documentario de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social, los que servirán para consulta y fuente de información de estudiantes, profesores y quienes requieran de este material.

#### **DE LA COORDINACIÓN Y ASESORAMIENTO DE LAS PRÁCTICAS**

**Art. 18.-** Las prácticas pre profesionales de los estudiantes de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social, constituyen una parte de la estructura curricular, y un requisito indispensable para la declaración de aptitud de grado; por lo tanto el Coordinador General de las Prácticas pre profesionales es el Coordinador de la Carrera, ante quien el estudiante deberá manifestar su interés por realizarlas.

**Art. 19.-** La o el Coordinador de la Carrera previo al inicio de las actividades académicas designará a una o un docente con carga horaria específica, como Coordinador de las prácticas

pre profesionales, quien tendrá las atribuciones de coordinar, gestionar, dirigir y acreditar el proceso de realización de las prácticas.

**Art. 20.-** El Coordinador de Prácticas, una vez designado está en la obligación de coordinar, gestionar, dirigir y acreditar la realización de las prácticas pre profesionales y brindar asesoramiento y apoyo en los casos que sea requerido por el estudiante. (*Anexos 2, 3 y 4*).

## **CAPÍTULO IV**

### **DEL DESARROLLO DE LAS PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES**

#### **DE LAS PRÁCTICAS DE MEDIOS IMPRESOS**

**Art. 21.-** Las 60 horas de prácticas pre profesionales de Medios Impresos, podrán realizarse en: empresas periodísticas, editoriales, instituciones, carreras, departamentos, oficinas, gremios, organizaciones sociales, ONGS y otros, de carácter nacional, regional o local; las horas serán contabilizadas de la siguiente manera:

- a. Cuando la o el estudiante realice sus prácticas con cualesquier denominación, en los ámbitos de su competencia, cada hora de trabajo será contabilizada como una hora de práctica.
- b. Cuando en la localidad de residencia del estudiante no existen los escenarios necesarios o de no haber la predisposición para efectuar las prácticas en señalados medios, el estudiante puede optar por realizar un producto impreso de relevancia, con un mínimo de 10 a 15 hojas de extensión, tales productos serán contabilizados con el equivalente a las horas requeridas.
- c. Cuando el estudiante que solicita la autorización de las prácticas, en su labor productiva ha laborado o labora en un medio impreso por más de un año, en las actividades de su competencia, será exonerado del cumplimiento de las prácticas pre profesionales de medios impresos, previa la presentación del certificado emitido por

el Director General o representante del referido medio, los productos alcanzados y su respectivo informe.

### **DE LAS PRÁCTICAS DE RADIO**

**Art. 22.-** Las 60 horas de prácticas pre profesionales de Radio, podrán realizarse en: estaciones o programas de radio/proyectos radiales, de carácter privado, público y comunitario, nacional, regional o local; las horas serán contabilizadas de la siguiente manera:

- a. Cuando el estudiante realice sus prácticas con cualesquier denominación, en los ámbitos de su competencia, cada hora de trabajo, será contabilizada como una hora de práctica.
- b. Cuando en la localidad de residencia del estudiante no existan los escenarios necesarios, o de no haber la predisposición para efectuar las prácticas en señalados medios, el estudiante puede optar por realizar una serie radiofónica, radio novela, documental para radio, avances, cuñas radiales, etc. con un mínimo de 10 a 15 minutos de duración, tales productos serán contabilizados con el equivalente a las horas requeridas.
- d. Cuando el estudiante que solicita la autorización de las prácticas, en su labor productiva ha laborado o labora en un medio radial por más de un año, en las actividades de su competencia, será exonerado del cumplimiento de las prácticas pre profesionales de radio, previa la presentación del certificado emitido por el Director General o representante del referido medio, los productos alcanzados y su respectivo informe.

## **DE LAS PRÁCTICAS DE TELEVISIÓN**

**Art. 23.-** Las 60 horas de prácticas pre profesionales de televisión, podrán realizarse en: canales, programas de televisión o proyectos audiovisuales de carácter privado, público y comunitario, nacional, regional o local; las horas serán contabilizadas de la siguiente manera:

- a. Cuando el estudiante realice sus prácticas con cualesquier denominación, en los ámbitos de su competencia, cada hora de trabajo, será contabilizada como una hora de práctica.
- b. Cuando en la localidad de residencia del estudiante no existen los escenarios necesarios o de no haber la predisposición para efectuar las prácticas en señalados medios, el estudiante puede optar por realizar un producto audiovisual con un mínimo de 10 a 15 minutos de duración, tales productos serán contabilizados con el equivalente a las horas requeridas.
- e. Cuando el estudiante que solicita la autorización de las prácticas, en su labor productiva ha laborado o labora en un medio televisivo por más de un año, en las actividades de su competencia, será exonerado del cumplimiento de las prácticas pre profesionales de televisión, previa la presentación del certificado emitido por el Director General o representante del referido medio, los productos alcanzados y su respectivo informe.

## **DE LAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

**Art. 24.-** Las 60 horas de prácticas pre profesionales de Comunicación Institucional, podrán realizarse en: instituciones, carreras, departamentos, gremios, organizaciones sociales, ONGS y otros, de carácter nacional, regional o local; las horas serán contabilizadas de la siguiente manera:

- a. Cuando el estudiante realice sus prácticas con cualesquier denominación, en los ámbitos de su competencia cada hora de trabajo, será contabilizada como una hora de práctica.
- f. Cuando el estudiante que solicita la autorización de las prácticas, en su labor productiva ha laborado o labora en una organización de cualquier índole con funciones inherentes a la comunicación institucional por más de un año, será exonerado del cumplimiento de las prácticas pre profesionales de comunicación institucional, previa la presentación del certificado emitido por el Director o jefe del departamento respectivo o por la autoridad correspondiente, los productos alcanzados y su respectivo informe.

### **DE LAS PRÁCTICAS DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD**

**Art. 25.-** Las 180 horas de prácticas pre profesionales de vinculación con la sociedad, podrán realizarse mediante la inserción práctica de las y los estudiantes en espacios organizacionales, culturales y en las Instituciones locales, regionales y nacionales, las actividades de servicio a la comunidad también serán consideradas como prácticas.

Si fuere el caso, la Coordinación de Vinculación con la Sociedad brindará el apoyo correspondiente para la incorporación de las prácticas pre profesionales en la ejecución de programas y proyectos relacionados.

- a. Las horas de vinculación con la colectividad, serán valoradas de conformidad con el número de horas de trabajo.
- g. Cuando la o el estudiante que solicita la autorización de las prácticas, en su labor productiva ha realizado trabajos específicos de servicios a la sociedad de carácter locales, regionales y nacionales, este será exonerado del cumplimiento de las prácticas, previa la presentación del certificado emitido por el Representante o la

autoridad correspondiente a la comunidad u organización, los productos alcanzados y su respectivo informe.

## **CAPÍTULO V**

### **DE LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS PRACTICANTES**

**Art. 26.-** El alumno practicante tiene los siguientes derechos:

- a.** Ser tratado con dignidad, respeto y sin discriminación en su centro de prácticas pre profesionales.
- b.** Recibir una socialización y asesoramiento oportuno por parte del Docente Coordinador de prácticas para el cabal cumplimiento de las mismas.
- c.** Recibir facilidades de material, documentario y de acceso dentro de lo permisible por su centro de prácticas que le permita realizar eficazmente su trabajo.

**Art. 27.-** Son obligaciones del estudiante:

- a.** Cumplir con los horarios de programación y calendario de práctica.
- b.** Demostrar alto sentido de responsabilidad, ética y eficiencia durante el desarrollo de sus prácticas.
- c.** Velar por la conservación y mantenimiento de los materiales equipo e infraestructura de la entidad donde realiza sus prácticas.
- d.** Respetar la normatividad interna de la entidad donde realiza sus Prácticas.

**Art. 28.-** El incumplimiento de obligaciones y la realización de actos prohibidos por parte de las y los estudiantes, determinará la aplicación de las sanciones previstas en el ordenamiento jurídico que rige a la Universidad Nacional de Loja.

## CAPÍTULO VI

### DE LAS RESPONSABILIDADES DE LAS INSTITUCIONES ACOGIENTES

**Art. 29.-** La contraparte organizacional en cuanto a la realización de las prácticas pre profesionales es la entidad que acoge al estudiante, por tanto, ésta deberá designar a una o un responsable para que realice las orientaciones y seguimiento correspondientes al practicante.

**Art. 30.-** Es responsabilidad de las instituciones acogientes:

- a. Aceptar y acoger el plan de prácticas presentado por el o la practicante.
- b. Llevar una copia del registro semanal de actividades y asistencias del practicante.
- c. Evaluar el desempeño personal de la o el practicante, previamente requerido por el Coordinador de Prácticas. (*Anexo 2*)
- d. Emitir la certificación respectiva una vez finalizada las prácticas.
- e. No recibir remuneración alguna por concepto de prácticas.

**Art. 31.-** Son deberes de las instituciones acogientes, al iniciar el período de prácticas:

- a. Dar la bienvenida al practicante.
- b. Presentarlo ante el grupo de trabajo.
- c. Hacer un recorrido del lugar.
- d. Explicar claramente las actividades a desarrollar.
- e. Facilitar el material, documentario y acceso que le permita realizar eficazmente su trabajo y dar cumplimiento de los objetivos planteados en su planificación.

## 6. Procedimiento para la realización de prácticas pre-profesionales

### 1. Objetivo

Establecer el proceso sistemático de las prácticas pre profesionales de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, para su aprobación, ejecución y acreditación.

### 2. Alcance

El presente procedimiento inicia con la presentación del plan de prácticas por el estudiante y termina con el asentamiento de las calificaciones en Secretaría de la Carrera.

### 3. Responsables y Participantes

<b>PARTICIPANTES</b>	<b>FUNCIÓN</b>
Coordinador/a de Carrera	<ul style="list-style-type: none"><li>• Revisa y aprueba la solicitud de prácticas.</li><li>• Emite la autorización de las prácticas.</li><li>• Autoriza inscripción de calificaciones.</li></ul>
Secretaría de la Carrera	<ul style="list-style-type: none"><li>• Elabora la autorización.</li><li>• Inscribe las calificaciones.</li></ul>
Docente Coordinador de Prácticas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Socializa el Instructivo de prácticas.</li><li>• Revisar y da el visto bueno al plan de prácticas presentado por el estudiante.</li><li>• Guía, supervisa, gestiona y acredita las prácticas.</li><li>• Entrega las calificaciones en Secretaría de la Carrera.</li></ul>



El estudiante	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elabora y presenta el plan de prácticas.</li> <li>• Desarrolla prácticas pre profesionales.</li> <li>• Entrega informe y evidencia de prácticas.</li> </ul>
El Responsable de la Institución acogiente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acepta y sumilla la solicitud de prácticas.</li> <li>• Facilita la realización de prácticas pre profesionales.</li> <li>• Supervisa y evalúa la ejecución de las prácticas.</li> <li>• Emite certificación de las prácticas realizadas.</li> </ul>

#### 4. Definiciones

Instructivo, Prácticas pre profesionales.

#### 5. Actividades de calidad

**5.1 Elaborar la propuesta.-** Los estudiantes elaboran el plan de prácticas, previa la socialización del instructivo considerando cada una de las actividades a desarrollar en el período de práctica.

**5.2 Revisar y Aprobar el plan de prácticas.-** El Coordinador de prácticas, revisa, aprueba y da el visto bueno, posteriormente se remite al Coordinador de Carrera quién procede a autorizar la práctica.

**5.3 Ejecución de las Prácticas Pre profesionales.-** El Coordinador de Prácticas, por intermedio del representante institucional supervisa la adecuada realización y aplicación de los conocimientos tanto teóricos como prácticos, de acuerdo con el avance progresivo de las prácticas y los conocimientos adquiridos en el aula,

orientando y apoyando al estudiante en los casos que sea necesario. Finalmente el practicante elabora y presenta el informe y evidencias del trabajo realizado.

#### **5.4 Verificación del proceso de prácticas pre profesionales**

El Coordinador de Prácticas, con el apoyo del informe de prácticas, evidencias y registros de actividades y asistencias, procede a calificar los parámetros que señala el instrumento de acreditación, seguidamente remite las calificaciones a Secretaría de la Carrera.

#### **5.5 Recepción de calificaciones**

La Secretaría de la Carrera, revisa la nota final alcanzada por el estudiante y si esta es mayor a los 7 puntos sobre diez, tras la autorización del Coordinador de la Carrera procede a inscribirla en los libros respectivos.

Una copia del informe de prácticas y evidencias se archiva en la Carrera.

### **6. Referencias**

- Ley Orgánica de Educación Superior.
- Reglamento de Ley Orgánica de Educación Superior.
- Reglamento de Régimen Académico.
- Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja.
- Políticas Institucionales para las Prácticas pre profesionales de las y los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.

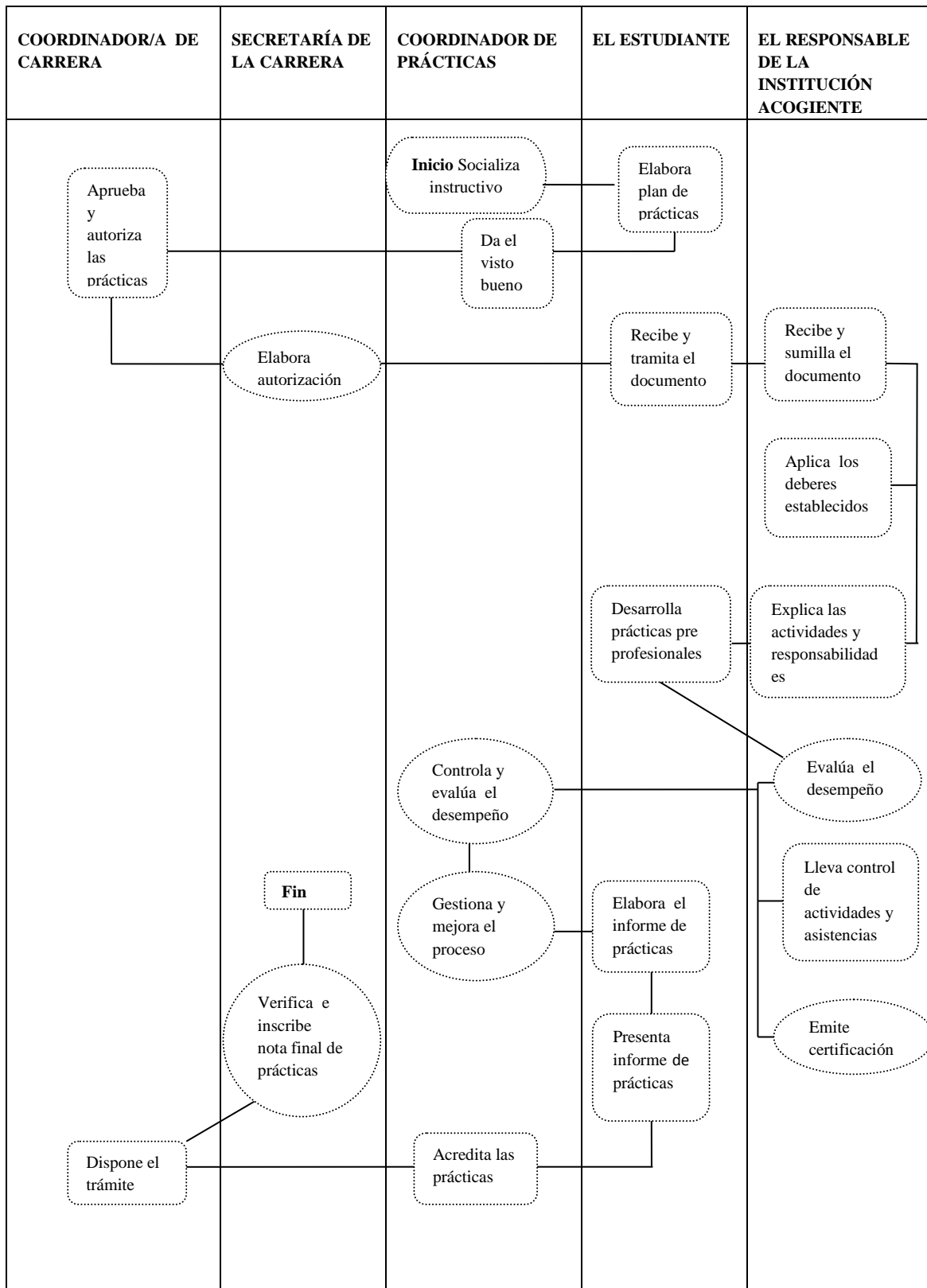
### **8. Registros**

- Informe y evidencias de las prácticas pre profesionales.

### **9. Anexos**

- Ninguno

## 10. Organigrama del proceso de realización de prácticas pre profesionales



*Anexo 1*

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**  
**CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

***AGENDA SEMANAL DE ACTIVIDADES Y ASISTENCIAS DEL PRACTICANTE***

Este instrumento tiene por objetivo, registrar semanalmente la asistencia y actividades desarrolladas por el practicante.

**DATOS GENERALES**

Nombre de la institución: ----- Nombre del practicante: -----

Mención de la práctica: ----- Semana N°: -----

<i>Horario</i>		<i>Fecha</i>			<i>Actividades</i>
<i>Ingreso</i>	<i>Salida</i>	<i>día</i>	<i>mes</i>	<i>año</i>	

**Observaciones:**.....

.....

.....

.....

REPRESENTANTE INSTITUCIONAL

PRACTICANTE

Anexo 2

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**  
**CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

***INSTRUMENTO PARA EL SEGUIMIENTO DE PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES  
DEL REPRESENTANTE INSTITUCIONAL Y COORDINADOR DE PRÁCTICAS***

Este instrumento tiene por objetivo, evaluar el desempeño personal del practicante, en base al avance progresivo de las actividades.

**DATOS GENERALES**

Nombre de la institución: ----- Fecha: -----

Nombre del practicante: ----- Mención de la práctica: -----

***Desempeño personal:***

*Sírvase encerrar en un círculo, lo que corresponda*

<b>Responsabilidad y Puntualidad en el trabajo.</b>	50%, 60%, 70%, 80%, 90%, 100%	Otro .....
<b>Conocimientos específicos de su práctica.</b>	50%, 60%, 70%, 80%, 90%, 100%	Otro .....
<b>Capacidades de comunicación e interacción.</b>	50%, 60%, 70%, 80%, 90%, 100%	Otro .....
<b>Eficiencia y calidad de trabajo.</b>	50%, 60%, 70%, 80%, 90%, 100%	Otro .....

**Observaciones:**

*Sírvase encerrar en un círculo, o rellenar lo que corresponda*

a. Desconocimiento del campo específico de la práctica.	<b>Detalles:</b> .....
b. Llamadas de atención.	<b>Motivos:</b> .....
c. Sugerencias	<b>Detalles:</b> .....

.....

REPRESENTANTE INSTITUCIONAL

.....

PRACTICANTE

Anexo 3

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**  
**CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**INSTRUMENTO PARA LA ACREDITACIÓN DE LAS PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES**

Este instrumento tiene por objetivo, consignar la nota final de las prácticas pre profesionales, una vez culminado el proceso.

**PARÁMETROS A CALIFICAR**

<i>Valoración</i>	<i>Manejo del conocimiento teórico-práctico</i>	<i>Estructura y calidad de presentación</i>	<i>Calidad de contenido</i>	<i>Cumplimiento de objetivos</i>	<i>Calificación</i>
<i>Productos</i>					
<i>Informe de prácticas.</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>5</i>
<i>Evidencias de prácticas.</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>5</i>
<i>Promedio:</i>					<i>10</i>

**NOTA: Aprobado ( )**

**Reprobado ( )**

.....

COORDINADOR DE PRÁCTICAS

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**  
**CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

***GUÍA PARA EL USO DE LOS INSTRUMENTOS DE ASISTENCIA, SEGUIMIENTO Y ACREDITACIÓN DE LAS PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES***

1. *De la Agenda de actividades y asistencias del practicante:* este documento será empleado por el estudiante y servirá para controlar el cabal cumplimiento del plan de prácticas, en el cual se señalan las actividades, asistencia y horario de las prácticas.
2. *Del instrumento para el seguimiento del practicante:* este documento será aplicado por el Responsable de la institución que acoge al estudiante y le permitirá al Coordinador de Prácticas conocer el avance progresivo del proceso, la vinculación de los conocimientos teórico - práctico y cumplimiento de los objetivos del plan de prácticas; se aplicará por tres ocasiones, uno a la primera semana de iniciadas las prácticas y otras dos a mediados y final de las mismas; le servirán como guía para brindar asesoramiento y apoyo en los casos que sea requerido por el estudiante.

**NOTA:** Por el número de aspirantes y los escenarios de las prácticas, no sería conveniente que el seguimiento a los practicantes se dé necesariamente in situ, sino que se los podría canalizar a través de los servicios de correo electrónico, a razón de facilitar el proceso.

### Parámetros que se deben evaluar en el seguimiento

<b>Desempeño</b>	<p>El Responsable Institucional, evaluarán según los siguientes criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Responsabilidad y puntualidad en el trabajo:</b> Se evalúa la diligencia de hacer las cosas en su oportunidad.</li> <li>• <b>Conocimientos específicos de su práctica:</b> Se evalúa el nivel de conocimiento que mantiene respecto a la materia de sus prácticas.</li> <li>• <b>Capacidades de comunicación e interacción:</b> Se evalúan sus capacidades de desenvolvimiento en las competencias asignadas.</li> <li>• <b>Eficiencia y calidad de trabajo:</b> se evalúa la calidad de los trabajos realizados.</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	Indica de acuerdo al cuadro, las necesidades formativas o actitudes negativas a corregir. Si no existe ninguna observación se dejará en blanco.

### Guía para calificar el desempeño personal del practicante *(Del docente coordinador)*

De 50%, a 59%	<b>No cumple con los objetivos.</b>
De 60% a 69%	<b>Hay dificultad en cumplir con los objetivos.</b>
De 70% a 79%	<b>Cumple los objetivos.</b>
De 80% a 89%	<b>Muy buen desempeño.</b>
De 90% a 100%	<b>Excelente.</b>

**3. Del instrumento para acreditación de las prácticas:** se acreditarán los documentos entregados por el estudiante como evidencia de su trabajo:

1. El informe de práctica
2. Las evidencias de las prácticas.



Los parámetros bajo los cuales se procederá a evaluar son:

1. **Manejo del conocimiento teórico - práctico.-** el Coordinador de prácticas, evaluará como el estudiante vincula sus conocimientos teóricos sobre la materia o mención de la práctica, en los productos realizados.
2. **Estructura y calidad de presentación.-** primordialmente los aspectos que tienen que ver con el orden de presentación del informe (los que señala la guía) y la creatividad y el estilo en la presentación las evidencias.
3. **Calidad de contenido.-** la claridad, precisión y coherencia en los elementos del informe y las evidencias.
4. **Cumplimiento de los objetivos.-** los que se señalan en el plan de prácticas.

## **j. BIBLIOGRAFÍA**

ORTEGA, Campo. (2013). Silabo Redacción para Medios Impresos. Loja. Edit. SN.

CORDERO, Francisco (2011). La formación de comunicadores sociales en las universidades ecuatorianas. Guayaquil. Edit. SN.

CIESPAL. (2010). Antecedentes de la comunicación impresa. Quito. Edit. SN.

GARCIA, Márquez. (1996). La teoría y la práctica. Bogotá. Edit. SN.

MARTINI, Natalia. (2011). La Redacción Periodística, Madrid. Edit. RRPP.

PADIAL, Mónica (2010). La Redacción Periodística. Madrid. Edit. SN.

REGISTRO OFICIAL. (2010). Ley Orgánica de Educación Superior. Quito. Edit. Editora Nacional.

UNL. (2012). Reajuste curricular (2012-2013) Carrera de Comunicación Social. Loja. Edit. SN.

UNL. (2014). Políticas institucionales para las prácticas pre profesionales de las y los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja. Loja. Edit. SN.

### **SITIOS WEB**

[www.ciespal.org/images/files/AYALA,%20Alexandra%20.pdf](http://www.ciespal.org/images/files/AYALA,%20Alexandra%20.pdf).

[www.senesyt.gob.ec](http://www.senesyt.gob.ec).

[www.icarito.cl/.../71-4329-9-5-los-medios-de-comunicacion-impresos.sh...www.itsae.edu.ec/.../reglamento\\_practicas\\_pasantias\\_prac...](http://www.icarito.cl/.../71-4329-9-5-los-medios-de-comunicacion-impresos.sh...www.itsae.edu.ec/.../reglamento_practicas_pasantias_prac...)

[www.utelvt.edu.ec/ReglamentoRegimenAcademicoCES2013.pdf](http://www.utelvt.edu.ec/ReglamentoRegimenAcademicoCES2013.pdf).

[www.ces.gob.ec/gaceta-oficial/download/file?fid=231.1027](http://www.ces.gob.ec/gaceta-oficial/download/file?fid=231.1027)

[www.razonypalabra.org.mx/N/N79/V79/66\\_Punin\\_V79.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N79/V79/66_Punin_V79.pdf).

[www.comunicacionymedios.com/principal.html](http://www.comunicacionymedios.com/principal.html).

[www.unl.edu.ec/educativa/oferta-academica/carreras-de-pregrado/carrera-aa/](http://www.unl.edu.ec/educativa/oferta-academica/carreras-de-pregrado/carrera-aa/).

**k. ANEXOS**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**

**CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**“LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS DE LA CIUDAD DE LOJA, FRENTE A LAS PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES QUE REALIZAN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, PERIODO MARZO–JULIO DE 2013. PROPUESTA ALTERNATIVA”.**

*Proyecto de tesis previa la obtención del grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social.*

**AUTORA:**

**Mirian Patricia Saca Morocho**

**LOJA- ECUADOR**

**2013**

**a. TEMA**

**“LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS DE LA CIUDAD DE LOJA, FRENTE A LAS PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES QUE REALIZAN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, PERIODO MARZO - JULIO 2013. PROPUESTA ALTERNATIVA”.**

## **b. PROBLEMÁTICA**

### **UBICACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN**

Las Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de La Universidad Nacional de Loja (UNL), fue creada el 20 de septiembre de 1989, como el Programa Carrera en Ciencias de la Comunicación Social, adscrito a la Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales, Políticas y Económicas de la UNL; iniciando sus labores en el mes de octubre del mismo año, con 120 estudiantes, y quedando como Carrera en Ciencias de la Comunicación Social desde el dos de agosto de 2002 en sesión ordinaria cuando se aprueba el Normativo para la Estructuración de las Áreas.

La revolución tecnológica en el campo de las comunicaciones desde entonces ha transformado el ejercicio profesional del comunicador, el modo de conocer y de ejercer su profesión; es por ello que desde el 1989. Después de más de veinte tres años de su creación, la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, se constituye en un escenario académico apto para la investigación y consecuente a la generación de soluciones que coadyuven al desarrollo social, económico y político de la región sur del Ecuador.

En estas dos décadas la carrera ha formado profesionales especializados en el manejo de la Comunicación Social, en sus diversas especialidades, ya sea para los medios impresos, la radio, la televisión o la misma comunicación institucional, y como requisito necesario para la obtención del título profesional, cumplan ciertos requerimientos: uno de ellos, es la realización de prácticas pre profesionales; prácticas en las que se demuestra habilidades, destrezas y conocimientos adquiridos en las aulas de estudio, pero aplicadas en el campo de su profesión.

Sin embargo a lo largo de todos estos años y más específicamente del 2009 hasta la actualidad, en el ejercicio de las prácticas pre profesionales que realizan estudiantes de esta casa de educación, se han evidenciado ciertas dificultades en el momento de su realización, siendo las principales las de carácter académico, normativo y operativo.

## SITUACIÓN ACTUAL DEL PROBLEMA

El artículo 87 de la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES) señala que como requisito previo a la obtención del título profesional, las y los estudiantes universitarios deberán acreditar servicios a la comunidad mediante prácticas o pasantías pre profesionales, debidamente monitoreadas en los campos de su especialidad, de conformidad con los lineamientos generales definidos por el Consejo de Educación Superior; actividades que como bien lo señalan las políticas institucionales, lo que buscan es potenciar la adquisición y aplicación de conocimientos, destrezas, habilidades y actitudes de las y los futuros profesionales.

Dada la importancia del texto y haciendo referencia a las dificultades que presentan los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social al momento de realizar sus prácticas pre profesionales, creo es necesario determinar cada una de sus problemáticas, empezando por revisar los instrumentos jurídicos, normativos y académicos en torno a esta modalidad de las prácticas, sus formalidades y debilidades, a fin de establecer una propuesta alternativa que permita mejorar este proceso.

## DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Actualmente, las universidades del país se encuentran en un proceso de reajuste de sus mallas curriculares y acoplamiento a las normativas vigentes en torno a la realización de las prácticas pre profesionales, los contenidos de estudio se revisan y en gran parte esto es

bueno pues da la impresión de que existe cierto interés en mejorar la situación. Desde esta perspectiva y poniendo mayor énfasis en el tema de estudio he decidido estudiar el siguiente problema:

“El incumplimiento de las políticas institucionales y normas legales para la realización de las prácticas pre profesionales de los estudiantes de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja”.



### **c. JUSTIFICACIÓN**

El presente trabajo investigativo se justifica primordialmente por ser parte integrante de esta sociedad y el brindar un aporte significativo, capaz de descubrir y analizar las distintas problemáticas de la colectividad. Por ser la Universidad Nacional de Loja una institución que contribuye al desarrollo educativo a través de los aportes teórico-prácticos, la carrera de Comunicación Social como parte integrante de este desarrollo y nosotros como estudiantes de la misma, pretendemos a través de los resultados de las investigaciones, incentivar a los demás educandos para que pongan en práctica su capacidad de indagar y crear mecanismos que permitan fomentar estrategias para la creación de una buena imagen institucional.

A través de esta investigación trato de brindar un breve aporte a la academia por todos los conocimientos brindados a lo largo de este tiempo y ante todo poner en práctica ese conocimiento indagatorio de todos los años transcurridos en la estructura académica por objetos de transformación SAMOT, donde la máxima prioridad fue la investigación. Además porque ayuda a cumplir con un requisito estipulado por la Universidad Nacional de Loja, para la obtención del título de Licenciado en la Carrera de Comunicación Social.

#### **d. OBJETIVOS**

##### **OBJETIVO GENERAL**

Determinar la problemática derivada de las prácticas pre profesionales de los estudiantes de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, en los tres medios de comunicación más importantes de Loja, a fin de establecer una propuesta alternativa de solución.

##### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Diagnosticar los referentes teóricos y procedimientos de las prácticas pre profesionales en los medios de comunicación impresos de la ciudad de Loja.
- Determinar los problemas operativos en las prácticas pre profesionales.
- Formular una propuesta alternativa que permita mejorar el proceso de las prácticas pre profesionales de los estudiantes de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja.

## **HIPÓTESIS**

Existe ineficiencia en los procesos de prácticas pre profesionales de los estudiantes de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, debido a problemas académicos, normativos y operativos.

## **e. MARCO TEÓRICO**

### *MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL*

#### **Los Medios de comunicación**

En principio, los medios de comunicación son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de manera masiva en la sociedad contemporánea. Por medio de ellos, los individuos, miembros naciones o comunidades específicas se enteran de lo que sucede a nivel económico, político, social, etc., tanto en su contexto más inmediato como en el contexto global.

Por otro lado, los medios de comunicación son la representación física de la comunicación; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y finalmente se materializa, se expresa y se comunica.

Actualmente, las redes globales, nacionales y regionales de prensa, radio, televisión y medios virtuales, son las plataformas en las que se realiza esta materialización y se establece el vínculo directo con la sociedad. A pesar de que a diario vemos, escuchamos, leemos y en general, estamos en contacto con diversos medios de comunicación, es difícil establecer una sola definición que englobe toda su significación. Comunicación y medios (2012). Los medios de comunicación. Recuperado el 02 febrero de 2012, [www.comunicacionymedios.com/principal.html](http://www.comunicacionymedios.com/principal.html).

Pues esto implicaría dejar de lado varios conceptos y perspectivas valiosas. Para algunos sectores de la sociedad, los medios de comunicación son la manera más eficaz y rápida de transmitir un mensaje. Para otros, son un vehículo de manipulación social, mediante el cual los diferentes poderes se hacen escuchar o imponen una sola visión de los problemas. Así también hay sectores de la sociedad que se acercan a los medios de comunicación en busca del reflejo de un momento específico, o como un medio en el que se manifiesta lo positivo y lo negativo de una situación o de un contexto histórico determinado.

Todas las definiciones anteriormente mencionadas hacen alusión a los diversos papeles que los medios cumplen. Lo cierto es que, hoy en día los medios de comunicación son un poder innegable en la sociedad mundial.

### **Evolución de los medios de comunicación**

La primera etapa de la comunicación fue probablemente la era de los signos y las señales que se desarrolló en los inicios de la prehistoria, anterior al lenguaje.

Los antropólogos opinan que el hombre prehistórico entró en la era del habla y del lenguaje alrededor de 40.000 años atrás. Para el hombre Cromañón el lenguaje ya era de uso común. Hace 5.000 años se produjo la transformación hacia la era de la escritura, la que se constituyó en una progresiva herramienta del progreso humano. Llegar a la escritura significó pasar antes por las representaciones pictográficas que reflejaban ideas hasta la utilización de letras que significaran sonidos específicos.

Otro de los mayores logros humanos a favor de la comunicación se produjo en el siglo XV con la aparición de la imprenta de tipo móviles que reemplazó a los manuscritos. La idea fue concebida por un orfebre, Johann Gutenberg, quien después de muchas pruebas descubrió un sistema único para hacer los caracteres de imprenta.

El nacimiento del libro amplió las posibilidades de la comunicación y la difusión de la lectura y de la escritura: ya en el siglo XVI las imprentas producían miles de libros en diversos idiomas.

En el siglo XVII, la publicación de periódicos era común en varios países de Europa occidental y se generalizó extendiéndose luego a las colonias americanas.

En el siglo XIX se habían aportado los primeros medios de comunicación instantánea: el telégrafo por cable de Samuel Morse en 1844 y el telégrafo sin hilos de Guillermo Marconi en 1895. Sobre todo a partir de los inicios de siglo XX, los periódicos, revistas y libros leídos en el mundo produjeron cambios en el modo de actuar y sentir de los hombres. La eficacia de la letra impresa fue contundente, y no tuvo rival hasta la aparición de otros medios masivos de comunicación que compitieron en la información.

Uno de los hechos más importantes e influyentes de la historia de la humanidad en los últimos siglos ha sido el desarrollo técnico. Ese desarrollo ha abarcado todos los órdenes de la vida: la producción, la vivienda, la manera de viajar, la vida rural y urbana, la forma de hacer la guerra, la ingeniería, etc. Uno de los aspectos de ese proceso ha sido el progreso de los medios de comunicación.

La capacidad que tenemos hoy de hacer llegar nuestros mensajes a largas distancias en forma instantánea, a través de la televisión, la radio, el teléfono, la computadora o el fax, transmitiendo casi simultáneamente datos e informaciones, nos es tan familiar que hasta actuamos con indiferencia ante ellos.

### **Función social que cumplen los medios de comunicación.**

Hay quien dice que el objetivo de los medios es triple: informar, formar y entretener. Este concepto es absolutamente caduco, más propio del siglo XIX que del siglo XX.

Cuando hablamos de informar se trata de una función lógica y natural, sigue siendo la función básica de los medios de comunicación. En cuanto a la función de formar hay que hacer una distinción, en el siglo XIX, significaba educar, suplir a la escuela en una sociedad analfabetizada, no en el sentido de no conocer el alfabeto sino en una situación de incultura. Los medios de comunicación cumplieron durante muchas décadas esa función. En la

actualidad, los medios de comunicación se dedican a la divulgación de temas de información general, plantean los temas de forma clara y sencilla, permiten el acceso a temas didácticos y de formación general. Por tanto, ha variado la manera de formar ya no se trata de educar, sino de poner al alcance del público temas a los que de otra manera no podríamos acceder, esa es la verdadera función social que cumple.

### **Medios de comunicación audiovisuales.**

A rasgos generales, son los que se oyen y se ven. Es decir, son los medios que se basan en imágenes y sonidos para expresar la información, como es el caso de la televisión y el cine. Desde su aparición en los años 30 hasta comienzos del siglo XXI, la televisión es el medio que cuenta con más público o audiencia a nivel mundial. Por su rapidez, por la cantidad de recursos que utiliza (imágenes, sonido, presentadores) y sobre todo, por la posibilidad que ofrece de ver los hechos-y a sus protagonistas en tiempo real y a kilómetros de distancia, la televisión mantiene y aumenta, su nivel de influencia sobre la sociedad con una constancia sorprendente.

A nivel formal, la televisión está constituida por una gran variedad de formatos de índole informativa, entre los que sobresalen los noticieros, documentales, reportajes, entrevistas, programas culturales, pedagógicos y científicos, entre otros.

### **Medios de comunicación radiofónicos**

La radio es el único medio que hace parte de los medios que transmiten información por medio de formatos sonoros. Su importancia radica en que es el medio que consigue la información con más facilidad, además de tener un proceso de producción mucho más sencillo que el de la televisión. Además de los pocos requerimientos que implica su producción, la radio no necesita de imágenes para comunicar, ni de un gran equipo de

trabajadores; los periodistas radiales sólo precisan estar en el lugar de los hechos, un micrófono y una cabina de sonido con la cual se consiga la emisión de la información. A pesar del creciente desarrollo tecnológico, para comienzos del siglo XXI la radio sigue conservando su capacidad de emocionar e informar al mismo tiempo.

### **Medios de comunicación digitales**

Desde finales de la década de 1980, las llamadas nuevas tecnologías comenzaron un proceso de masificación que definió el camino a seguir de los medios de comunicación. A partir de los medios digitales se construyeron nuevas plataformas informativas alojadas en Internet y constituidas por nuevas herramientas, formatos y contenidos de carácter virtual. Con el desarrollo de nuevos modelos de computadores, desde la década de 1990, el público tuvo acceso a una nueva forma de entender la transmisión de la información; no sólo los jóvenes o los amantes de la tecnología podían tener un computador y explorar en el infinito mundo de internet, ahora todos los individuos de la sociedad podían leer, complementar y hasta crear sus propios medios de comunicación. En ese sentido, los medios digitales se encuentran en un proceso de expansión hacia todos los sectores de la sociedad, aun cuando, para comienzos del siglo XXI, el acceso a computadores personales no se ha convertido en un bien común en varios países del mundo.

Entre los medios digitales sobresalen los blogs, las revistas virtuales, las versiones digitales y audiovisuales de los medios impresos, páginas web de divulgación y difusión artística, emisoras de radio virtuales, entre otros.

### **Medios de comunicación impresos**

Las revistas, los periódicos, los folletos y en general, todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar hacen parte del grupo de los medios impresos.



Por otro lado, en el mundo tecnológico de finales del siglo XX y comienzos del siglo XXI, caracterizado por la inmediatez en el flujo de la información, la lectura de textos extensos comenzó a perder público progresivamente. Sin embargo, los medios impresos han buscado nuevas maneras de transmitir la información cotidiana, apelando al uso de recursos audiovisuales.

Hay medios impresos para todo tipo de público, no sólo para el que se quiere informar acerca de la realidad, sino que también los hay para los jóvenes, para los aficionados a la moda, a la música, a los deportes, a la literatura, a la tecnología, a los negocios, entre otros. Los medios impresos más influyentes siguen siendo los periódicos, pues es a través de ellos que se transmite la información más compleja y elaborada en cuanto a investigación, contenidos y escritura.

El análisis brindado por un periódico establece un diálogo entre el mundo de la opinión pública y los personajes más influyentes de los sistemas políticos o económicos. Así también, el efecto de los medios impresos es más duradero, pues se puede volver a la publicación una y otra vez para analizarla, para citarla o para simplemente compararla. CIESPAL (2010)  
Recuperado el 05 de mayo de 2013, [www.ciespal.org](http://www.ciespal.org), pdf

### **La redacción periodística**

“Disciplina que estudia los signos gráficos que se manifiestan en un cuerpo escrito, publicado por los medios de comunicación” (Padial.2010.pag 12)

Según Mónica Padial, la redacción periodística como ciencia, se sirve de otras disciplinas: como la lingüística, la economía y la sociología para el estudio de los mensajes elaborados, que determinados grupo sociales envían a un público mediante los medios de comunicación. (2010).

Tras la aparición de Internet y sobre todo de la incorporación de las nuevas T.I.C. (Tecnologías de la Información y la Comunicación) y el periodismo ciudadano, todos los conceptos sobre redacción periodística se están constantemente revisando y actualizando.

La redacción periodística ha sido objeto de diversos estudios. Según Núñez Ladeveze, el periodista tiene en ese aspecto una labor informativa y sociológica importante, porque es un intermediario entre los distintos niveles de la lengua, y por ende su formación debe ser profundamente elaborada.

### **Surgimiento del periodismo y medios de comunicación en Loja**

El periodismo en Loja es tan antiguo como algunas ciencias que se crearon, para que el periodismo tome fuerza tuvieron que pasar algunos años, se moldeó a criterio de unos y a favor de otros. Con el pasar de los años la sociedad ha ido modificándose y a la par el rol del periodista, que muchas de las veces se ha transformado en una forma de manipulación a situaciones diversas, a fin de conseguir beneficios. Con cambios y sin ellos debemos estar conscientes que el periodismo nació de la necesidad que tuvieron las personas de saber la realidad de los hechos.

La función que tenemos los periodistas o comunicadores sociales está basado entonces en la información, formación y trasmisión de mensajes a un colectivo, quien al final será el que saque sus propias conclusiones de acuerdo al mensaje emitido. La información surge al instante y con ello la diversidad de medios cada vez es mayor. Como todo tiene su inicio, el periodismo impreso no pudo existir sin antes haber una imprenta para dar paso a los periódicos que, sin duda, han sido los medios más rápidos para figurar y dar a entender los problemas sociales.

Sin la imprenta la publicación de periódicos no pudo haberse concretado, se conoce que llegó a Loja en 1855, traída por el lojano Juan José Peña, en honor a quien también ahora lleva su nombre una importante calle de la ciudad, (Félix Paladines)

Según la historia, el 8 de octubre de 1859 surge el primer medio escrito de la ciudad, llamado La Federación, que en sus contenidos buscaba sostener el Movimiento Federal de la provincia. Fue quincenal y salieron alrededor de 4 páginas. De ahí surgieron: La Cabaña de Surirán, El Iris, El Ecuatoriano y otros. Con el pasar del tiempo en el año 1979, un 1 de noviembre nace Crónica de la Tarde, diario vespertino que tiene gran acogida por la inmediatez, la rapidez y el profesionalismo de sus colaboradores, es el único que fue creado en esas fechas y aún se mantiene, Gaceta, Círculo, Siglo, Unidad y Lucha, El Diario y otros escritos han desaparecido en su mayoría.

## **Medios de comunicación impresos de la ciudad de Loja**

### **Diario La Hora**

Es el periódico con más ediciones regionales en Ecuador fundado el 23 de agosto de 1982. Desde entonces el diario se ha convertido en uno de los diarios más importantes, más jóvenes y más leídos en Ecuador y quinto diario de la prensa ecuatoriana.

Diario la Hora, se esfuerza por servir a todos los lectores con información útil y objetiva durante los 365 días del año, su principal objetivo es producir medios de comunicación regionalizados, comprometidos con la comunidad, constituyéndose en la mejor fuente informativa del país. Sus productos son de alta calidad, representadas en sus investigaciones, revistas y suplementos.

## **Diario Centinela**

Es un medio cotidiano de comunicación, con mayor cobertura local y enmarcada en una línea periodística objetiva y comprometida únicamente con el derecho constitucional que nos asiste a todos: expresar libremente nuestro pensamiento y permitir que el resto lo haga también.

Su principal objetivo es hacer de diario, un instrumento serio, objetivo, confiable, enmarcado en la ética periodística; que cuente con la aceptación de la colectividad lojana, de la provincia, así como de la región sur del Ecuador.

Su inicio se marca a partir de enero del año 2009, cuando la compañía EDISUR edita durante 10 meses el semanario CENTNELA, luego el 14 de noviembre de este mismo año, pone a consideración de Loja, la región sur y todo el país Diario Centinela, el cual circula todos los días.

Con ello se intenta canalizar una conocida y sentida aspiración que la parte sur del Ecuador ha mantenido desde hace mucho tiempo y que es la de contar con un diario alternativo, independiente y pluralista, que contribuya a luchar por mejores días para nuestra ciudad, provincia y región.

## **Diario Crónica de la tarde**

El diario “Crónica de la Tarde” lanzó su primera edición digital en Noviembre del 2004; y su edición impresa ha estado en el mercado desde 1979. Aquí se puede consultar noticias actuales e información veraz de carácter nacional e internacional, ofreciendo información oportuna y verás. La clasificación se divide en: OPINIÓN, LOJA, DEPORTES, ENTRE

BROMA Y EN SERIO, PERSONAJES, REPORTAJES, EVENTOS, NOSOTROS; y esta información la podrán consultar por categorías con fecha y hora.

Su visión y misión se enmarcan en el desarrollo sostenible y equitativo de los medios de comunicación, para hacer de él, un periódico líder en creatividad, innovación, entretenimiento y conexión con las nuevas generaciones de lojanos, capaz de ofrecer información de calidad y precisa sobre los temas de actualidad.

## MARCO TEÓRICO CONTEXTUAL

### **La Comunicación Social**

La comunicación es el nombre de muchos fenómenos que juntos configuran un espacio conceptual amplio y confuso, aunque la sociedad mediatizada y los medios masivos de comunicación han sido el problema central durante varias décadas. Hoy en día miramos a la Comunicación en estrecho contacto con la cultura y, en este sentido la analizamos como un fenómeno transversal; como la condición de posibilidad de todas las prácticas sociales. Esta nueva visión de conjunto nos permite abordar procesos, instituciones y actores, sin desvincular unos de otros. Tendremos así, comunicación y medios masivos, comunicación, imagen e instituciones, comunicación y producción académica, comunicación y mediaciones socioculturales, comunicación y tecnologías, etc., sin dejar de tener en cuenta el modo en que cada una de estas dimensiones de lo social y lo cultural se encuentran y cruzan en la vida cotidiana.

### **Problemas que enfrentan las escuelas y facultades de comunicación del país.**

En el caso particular de Ecuador las escuelas y facultades de Comunicación Social, presentan problemas muy recurrentes como la formación básica de los estudiantes, que ha sido un tema citado como una debilidad evidente y frecuente independientemente de la clase

social, y sería más bien un vacío del sistema escolar que la universidad de manera inevitable hereda, pero que tampoco puede solucionar.

Francisco Febres Cordero, en su criterio valorativo en relación a la formación de comunicadores sociales en las universidades ecuatorianas, quien reconoció que hay grandes avances en la formación sobre todo en la diversidad de ofertas que existen tanto en universidades privadas como públicas, en primera instancia, cree que el problema más grave está en la errada concepción de los estudiantes que deciden estudiar comunicación social y periodismo.

Me parece que hay una distorsión en la concepción del oficio. Hay chicos que confunden el periodismo con ser estrellas de televisión. O hay alumnos que ingresan a las facultades por marketing o relaciones públicas. Pero la conciencia de que el oficio es duro, que es necesario, ser autocríticos... todavía no existe. (Cordero, 2011. p. 23)

Pero por otra parte es necesario señalar que en la formación de los comunicadores sociales o periodistas se ha evidenciado además un cierto desapego de la teoría con la práctica, lo cual es algo preocupante, pues no es posible separar la teoría de la práctica en la actividad del sujeto que aprende, es decir que hemos llegado al punto en el que “se enseñan muchas cosas útiles para el oficio, pero muy poco del oficio mismo” (García. 1996. p. s/n)

### **Perfil profesional del comunicador social**

Para la Secretaría Nacional de Educación, Ciencia y Tecnología (SENACYT) La Carrera de Comunicación Social debe tener como objetivo principal formar profesionales en Ciencias de la Comunicación, con énfasis especial en comunicación participativa y responsable. Profesionales competentes para comprender, analizar e interpretar la realidad (social, política, económica, cultural y ecológica) y procesar, difundir y socializar la información de interés público a través de los diferentes medios de información y de

comunicación. Capaces de incidir significativamente en la transformación social con sentido crítico, ético y responsable.

Además de esto debe tener un buen manejo de herramientas comunicativas desde una visión moderna y ágil, buscando que la comunicación de respuesta a necesidades especiales de forma creativa y de buena calidad, tener capacidad de trabajo en equipo, liderazgo y experiencia en el manejo de grupos. Experiencia en el diseño e implementación de estrategias de comunicación internas y externas, redacción, producción audiovisual, radio, Internet, coordinación editorial, investigación, relaciones públicas y eventos.

Manejo de conceptos de fotografía, programas de diseño y equipos de producción y edición de video. Manejo del idioma inglés en forma escrita y oral, pero adicional a ello cumplirá con un número establecido de prácticas pre-profesionales o comunitarias.

### **La Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja**

La Carrera de Ciencias de la Comunicación Social del Área de la Educación, el Arte y la Comunicación, creada en 1989, constituye el escenario de formación de profesionales con vastos conocimientos científicos, filosófico-teóricos, técnicos, habilidades y destrezas procedimientos y métodos que les permita solucionar problemas relacionados con la comunicación social, por medio de una alta calidad humanística y práctica en sus relaciones interdisciplinarias que les permita un desempeño idóneo en ámbitos especializados, en instituciones públicas y privadas; y, con una sólida formación para la investigación científica y predisposición para vincularse con amplios sectores de la sociedad.

En concordancia con las exigencias del siglo XXI, el diseño curricular de la Carrera exige prácticas innovadoras y alternativas que desarrollen un pensamiento crítico, emprendedor y transformador para el trabajo comunitario, comunicación preventiva y de riesgos,

comunicación de la ciencia y la tecnología, educomunicación, protección del ambiente, prácticas interdisciplinarias, autogestionarias y su inserción en los avances tecnológicos de la comunicación. Esta oferta académica otorga el título de Licenciado/a en Ciencias de la Comunicación Social.

### **Perfil de egreso del comunicador social de la Universidad Nacional de Loja**

- Domina los fundamentos filosóficos, epistemológicos, sociológicos, antropológicos, de la Comunicación Social, para la práctica de la Comunicación social en los medios: privados y públicos.
- Demuestra conocimiento de la gestión y dirección de medios de difusión masiva, radio, prensa, televisión.
- Aplica los procesos de planificación, diseño, ejecución y evaluación, en la creación de departamentos de comunicación Institucional.
- Desarrolla e impulsa la creación del periodismo digital y multimedia.
- Conoce, comprende y aplica el diseño gráfico en revistas, periódicos, afiches y afines.
- Gestiona y administra instituciones comunicacionales, como radiodifusoras, televisivas y medios impresos.
- Asesora, guía y fomenta el uso apropiado, de la comunicación interna y externa de las instituciones públicas y privadas.
- Desarrolla los procesos de planificación, diseño, ejecución y evaluación de procesos comunicacionales.
- Ejercer la profesión docente con espíritu investigativo, creativo, innovador, crítico y propositivo.
- Promueve la democracia y la libertad de expresión (con responsabilidad) aplicando políticas que conduzcan y afirmen el Buen Vivir. Sumak Kawsay.



- Valora informes de investigación empírica, prácticas de saberes ancestrales y especialmente los relativos a fenómenos comunicativos.
- Comprende y explica el origen de los fenómenos del universo, la sociedad y el ser humano desde la perspectiva científica.

### **La pasantía o práctica pre profesional**

Es el ejercicio de las capacidades y actitudes adquiridas durante el proceso de formación en situaciones reales de trabajo. Es de carácter formativo y tiene la finalidad de consolidar los aprendizajes logrados durante el proceso formativo desarrollado en las Universidades o Institutos donde procedan. En Ecuador y en otros países es un requisito indispensable para que el estudiante acceda a la certificación modular y la titulación como Profesional Técnico o Licenciado. Bajo la Ley Orgánica de Educación Superior Ecuatoriana se estipula dentro del capítulo segundo de la Garantía de Igualdad de Oportunidades artículo 87, que para la obtención del título los y las estudiantes deberán acreditar servicios a la comunidad mediante prácticas o pasantías pre-profesionales, debidamente monitoreadas, en los campos de su especialidad, de conformidad con los lineamientos generales definidos por el Consejo de Educación Superior. Dichas actividades se realizarán en coordinación con organizaciones comunitarias, empresas e instituciones públicas y privadas relacionadas con la respectiva especialidad.

Permite al estudiante trascender el abordaje de conocimientos teóricos abstractos, tomar contacto con la realidad social desde el inicio de la formación e intervenir en ella contribuyendo con la transformación de situaciones.

En nuestro país las pasantías pre-profesionales entraron en vigencia de manera oficial el 19 de abril de 1995 en la Sala de Sesiones del Plenario de las Comisiones Legislativas del Congreso Nacional del Ecuador, considerando que frente a los recientes índices de desempleo

y subempleo, se hacía necesario impulsar el sistema de pasantías, a través de normas que determinarán un régimen especial de relaciones entre la empresa y los pasantes. Dicha ley de pasantías en el sector empresarial con carácter de especial fue dada en la ciudad de San Francisco de Quito Distrito Metropolitano.

## **LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, SOBRE LAS PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES**

**Art.5.-** son derechos de las y los estudiantes, entre otros, acceder a una educación superior de calidad y pertinente, que permia iniciar una carrera académica y/o profesional en igualdad de oportunidad; así como participar en el proceso de construcción, difusión aplicación del conocimiento.

**Art.87.-** como requisito previo a la obtención del título, las y los estudiantes deberán acreditar servicios a la comunidad mediante prácticas o pasantías pre profesionales, debidamente monitoreadas, en los campos de su especialidad, de conformidad con los lineamientos generales definidos por el Consejo de Educación Superior. Dichas actividades se realizaran en coordinación con organizaciones comunitarias, empresas e instituciones públicas y privadas relacionadas con la respectiva especialidad.

## **REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, SOBRE LAS PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES**

**Art.7.-**dispone que los servicios a la comunidad se realizaran mediante prácticas y pasantías pre profesionales, en los ámbitos urbano y rural, según las características de la carrera y las necesidades de la sociedad;

Que es necesario definir las políticas institucionales para la organización y seguimiento de las prácticas pre profesionales de las y los estudiantes en correspondencia con el currículo de la carrera, como un elemento importante en su formación científica, técnica y humanística.

## **INSTRUCTIVO GENERAL PARA LA REALIZACIÓN DE PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

### **CAPÍTULO I**

#### **DE LOS FINES Y OBJETIVOS DE LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES**

**Art.1.-** La realización de las prácticas profesionales de los alumnos de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social, en sus modalidades presencial, semipresencial y a distancia, persigue los siguientes objetivos:

- a. Desarrollar y consolidar las destrezas y habilidades del futuro profesional de la Comunicación Social, en el manejo de las herramientas indispensables para su ejercicio profesional
- b. Ofrecer la oportunidad al comunicador social en formación, para que tenga contacto directo con la realidad del ejercicio profesional, tanto en los diferentes medios de comunicación social de su localidad como en las oficinas, departamentos, agencias, corporaciones y agrupaciones sociales en la que se requiere de la labor del comunicador social.
- c. Incentivar en el futuro profesional de la comunicación social, la necesidad de vincular la teoría con la práctica en estrecha vinculación con la comunidad y la sociedad en general, como parte de la misión institucional.

## CAPÍTULO II

### DE LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

**Art.2.-** los estudiantes de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social del Área de la Educación, el Are y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja, en sus modalidades presencial, semipresencial y a distancia, tienen la obligación académica de realizar trescientas horas de prácticas profesionales, distribuidas de la siguiente manera:

- e. Prácticas de Medios Impresos, con una duración de cien horas.
- f. Prácticas de Radio, con una duración de cien horas.
- g. Prácticas de televisión, con una duración de veinte horas; y,
- h. Prácticas de Comunicación Institucional, con una duración de ochenta horas.

#### DE LA COORDINACIÓN ACADÉMICA DE LAS PRÁCTICAS

**Art. 8.-** las prácticas profesionales de los estudiantes de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social, constituyen una parte de la estructura curricular de la Carrera y un requisito indispensable para la declaratoria de aptitud de grado; por lo tanto, el Coordinador General de las prácticas profesionales es el Coordinador de la Carrera de Comunicación Social, ante quien el estudiante denunciara mediante solicitud su interés por realizar sus prácticas profesionales.

**Art. 9.-** las prácticas profesionales que tendrá que cumplir, de manera individual cada estudiante, serán dirigidas y supervisadas por el Coordinador Docente del Módulo respectivo, así:

- a. El Coordinador Docente del Módulo de Medios Impresos, supervigilara, dirigirá y acreditará las prácticas profesionales de quienes realicen las prácticas de medios impresos.

- b. El Coordinador Docente del Módulo en ese medio, supervigilara, dirigirá y acreditará las prácticas profesionales de quienes realicen las prácticas de radio.
- c. El Coordinador Docente del Módulo de Televisión, supervigilara, dirigirá y acreditará las prácticas profesionales de quienes realicen las prácticas de televisión; y,
- d. El Coordinador Docente del Módulo de Comunicación Institucional, supervigilara, dirigirá y acreditará las prácticas profesionales de quienes realicen las prácticas de comunicación institucional.

**Art. 10.-** El Coordinador Docente tiene la obligación de dirigir y monitorear la realización de las prácticas profesionales y brindar asesoramiento y apoyo en los casos en que sea requerido por los estudiantes.

#### DE LA ACREDITACIÓN DE LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

**Art. 15.-** las prácticas profesionales serán acreditadas por el Coordinador Docente del respectivo Modulo y tendrán valores numéricos en una escala de cero a diez puntos. Se considerara para efecto de cómputo de nota final de graduación, únicamente aquellas acreditaciones de prácticas profesionales iguales o superiores a los ocho puntos sobre diez.

**Art. 16.-** los productos presentados por el estudiante para justificar sus prácticas profesionales, pasan a constituirse en propiedad de la Carrera de Comunicación Social, buscando en todo caso, ayudar al estudiante para realizar sus prácticas y establecer una justa acreditación de los productos presentados.

## **f. METODOLOGÍA**

El presente trabajo investigativo se realizará utilizando el método científico con sus procedimientos de observación, análisis, síntesis, y revisión bibliográfica en torno al tema planteado, así como también se realizará trabajo de campo, para obtener información y asesoramiento compatible con la temática de estudio.

El Método Inductivo permitirá realizar una explicación fundamentada de la realidad evidenciada a través de los fundamentos teóricos con respecto de la situación de las prácticas pre- profesionales, su visión actual y futura.

El Método Estadístico, permitirá utilizar la estadística descriptiva al momento de realizar la tabulación de datos y posterior a ello efectuar los análisis cuantitativo y cualitativo de los resultados.

Las técnicas de la encuesta y entrevista serán el principal instrumento de trabajo, que permitirá indagar sobre la situación del problema desde el punto de vista profesional y universitario.

La población se conformara por los 37 estudiantes que desde enero del año 2010, hasta julio de 2013 han accedido a realizar prácticas pre profesionales en los medios de comunicación; Diario La Hora, Crónica de la tarde y Centinela. No se determina muestra alguna, más bien ella se limitará por quienes no se los encuentre para aplicarles el instrumento de investigación.

Finalmente se establecerán conclusiones, recomendaciones y propuesta, como resultado de todo el proceso investigativo desplegado en el presente periodo académico.

**g. CRONOGRAMA**

Cronograma de actividades.	Marzo 2013				Abril 2013				Mayo 2013				Junio 2013				Julio 2013				Agosto 2013				Septiembre 2013				Octubre 2013				Noviembre 2013				Diciembre 2013			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Diseño del proyecto de investigación	x	x	x	x																																				
Entrega de proyecto de investigación					x	x																																		
Revisión del proyecto							x	x	x	x																														
Aprobación del proyecto															x	x	x																							
Investigación de campo																	x	x	x	x																				
Tabulación de datos																					x	x																		
Redacción de informe final																							x	x	x	x														
Elaboración de propuesta																											x	x	x											
Entrega de informe final.																													x	x	x	x								
Entrega de documentos para aptitud de grado																																	x	x	x	x				
Tramites de grado																																								
Disertación de tesis																																								

Cronograma de actividades.	Enero 2014				Febrero 2014				Marzo 2014				Abril 2014				Mayo 2014				Junio 2014				Julio 2014				Agosto 2014				Septiembre 2014				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Diseño del proyecto de investigación																																					
Entrega de proyecto de investigación																																					
Revisión del proyecto																																					
Aprobación del proyecto																																					
Investigación de campo																																					
Tabulación de datos																																					
Redacción de informe final																																					
Elaboración de propuesta																																					
Entrega de informe final.																																					
Entrega de documentos para aptitud de grado	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				
Tramites de grado																																		x	x	x	x
Disertación de tesis																																					



Cronograma de actividades.	Octubre 2014				Noviembre 2014				Diciembre 2014			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Diseño del proyecto de investigación	x	x	x	x								
Entrega de proyecto de investigación					x	x						
Revisión del proyecto							x	x	x	x	x	x
Aprobación del proyecto												
Investigación de campo												
Tabulación de datos												
Redacción de informe final												
Elaboración de propuesta												
Entrega de informe final.												
Entrega de documentos para aptitud de grado												
Tramites de grado	x	x	x	x	x	x	x	x				
Disertación de tesis									x	x	x	x

## **h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO**

Recursos:	Humanos	Materiales	técnicos
1	Mirian Saca	Papel	Computadora
2	Director de tesis	Lápices	Grabadora
3	Entrevistados	Libros	Cámara
4	Encuestados	Copias	Flash Memory
5			Internet

### **PRESUPUESTO**

Descripción	Valor	total
<b>Bibliografía</b>	<b>20</b>	<b>20</b>
<b>Internet</b>	<b>20</b>	<b>20</b>
<b>Impresiones</b>	<b>50</b>	<b>50</b>
<b>Copias</b>	<b>15</b>	<b>15</b>
<b>Empastado</b>	<b>30</b>	<b>30</b>
<b>Alimentación</b>	<b>25</b>	<b>25</b>
<b>Transporte</b>	<b>50</b>	<b>50</b>
<b>Imprevistos</b>	<b>50</b>	<b>50</b>

**Total: \$ 260, 00**

### **FINANCIAMIENTO**

La realización del presente proyecto de tesis y su posterior informe, se financiarán con fondos exclusivamente del autor y no incluyen gastos posteriores a su culminación.

## **i. BIBLIOGRAFÍA**

CONDO, Lissette, PATIN Yessica & TORRES Dennis (2011). Estudio sobre gestión implementada en las prácticas pre-profesionales de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Guayaquil. Edit. SN.

MARTINI, Natalia. (2011). La Redacción Periodística, Madrid. Edit. RRPP.

PÉREZ, Juan, PLATA, Cruz & ARISTÁZABAL, Hugo. (2011). Manual de Expresión Escrita, 2da edición. Medellín-Colombia. Edit. Universidad de Medellín.

PADIAL, Mónica (2010). La Redacción Periodística. Madrid. Edit. SN.

## **TESIS DE LICENCIATURA**

MORENO, Carmen. (2008). Análisis e incidencia de los medios impresos de la ciudad de Loja, en la conservación, potenciación y difusión del parque nacional Podocarpus, durante el año 2004. Loja. UNL.

## **SITIOS WEB**

[www.icarito.cl/.../71-4329-9-5-los-medios-de-comunicacion-impresos.sh...](http://www.icarito.cl/.../71-4329-9-5-los-medios-de-comunicacion-impresos.sh...)

[www.itsae.edu.ec/.../reglamento\\_practicas\\_pasantias\\_prac...](http://www.itsae.edu.ec/.../reglamento_practicas_pasantias_prac...)

[www.utelvt.edu.ec/ReglamentoRegimenAcademicoCES2013.pdf](http://www.utelvt.edu.ec/ReglamentoRegimenAcademicoCES2013.pdf).

[www.itb.edu.ec/.../6b949d\\_reglamento\\_de\\_pasantias\\_y\\_practicas\\_pre\\_p...](http://www.itb.edu.ec/.../6b949d_reglamento_de_pasantias_y_practicas_pre_p...)

[www.ces.gob.ec/gaceta-oficial/download/file?fid=231.1027](http://www.ces.gob.ec/gaceta-oficial/download/file?fid=231.1027).

[www.razonypalabra.org.mx/N/N79/V79/66\\_Punin\\_V79.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N79/V79/66_Punin_V79.pdf).

[www.comunicacionymedios.com/principal.html](http://www.comunicacionymedios.com/principal.html).

[www.unl.edu.ec/educativa/oferta-academica/carreras-de-pregrado/carrera-aa/](http://www.unl.edu.ec/educativa/oferta-academica/carreras-de-pregrado/carrera-aa/).

## ANEXO 2



### *UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA*

### *ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN*

### *CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL*

**Encuesta para estudiantes que han accedido a realizar prácticas pre profesionales en los medios de comunicación locales.**

Con la finalidad de determinar la problemática derivada de las prácticas pre profesionales que realizan los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, en los medios de comunicación más influyentes de la ciudad, a usted solicito muy comedidamente se digne dar respuesta a las siguientes preguntas.

#### **INFORMACION GENERAL**

SEXO: M ( ) F ( ) EDAD: ( )

**¿Cuál es la razón principal por la que usted decidió realizar sus prácticas pre-profesionales?**

Requisito para la titulación ( )

Ganar experiencia ( )

Otro ( )

**¿Ha tenido alguna dificultad al momento de buscar un medio de comunicación donde realizar sus prácticas?**

Si ( )

No ( )

**¿De qué manera cree usted, que contribuye la realización de las prácticas pre-profesionales?**

Académico ( )

Profesional ( )

**¿Según su criterio, existen aspectos desfavorables en torno a la realización de prácticas pre- profesionales? Si su respuesta es afirmativa cítelos.**

Si ( )

No ( )

.....

**¿Conoce la normativa vigente sobre los procedimientos que permiten operativizar las prácticas pre profesionales en la Carrera de Comunicación de la UNL?**

Si ( )

No ( )

**¿En el lugar de sus prácticas, conoce de algún reglamento u otro documento en el cual se citen los derechos y obligaciones de los practicantes?**

Si ( )

No ( )

---

**¿En la realización de sus prácticas, ha adquirido conocimientos complementarios a los recibidos en clase? Si su respuesta es afirmativa cítelos.**

Si ( )

No ( )

---

**¿Cuáles cree usted deberían ser las acciones a emprender para la mejor realización de las prácticas pre-profesionales?**

Socialización de las políticas institucionales ( )

en cuanto a la realización de las prácticas..

Supervisión de las prácticas ( )

Firma de convenios interinstitucionales ( )

Otros.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ANEXO 3



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

### **Cuestionario de entrevista para los representantes de medios de comunicación.**

Con el objetivo de conocer y obtener información para desarrollar la investigación sobre “Los medios de comunicación impresos de la ciudad de Loja, frente a las prácticas pre-profesionales que realizan los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja” solicito dar respuesta a las siguientes interrogantes.

#### **INFORMACION GENERAL**

**Nombre del medio** .....

**Representante del medio**.....

**1.- ¿Qué visión mantiene usted sobre las practicas pre – profesionales?**

**R**.....

**2.- ¿Qué opina respecto a las practicas pre – profesionales que realizan los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja?**

**R**.....

**3.- ¿Según su criterio, cuales son los requisitos que debe poseer un estudiante de Comunicación Social para realizar sus prácticas pre profesionales?**

R-----

4.- ¿Los estudiantes de la UNL, cumplen esos requerimientos?

R-----

5.- ¿Conoce usted las políticas, instrumentos o normas que rigen en cuanto a las prácticas pre profesionales?

R-----

6.- ¿Hasta qué punto cree usted se cumplen los fines y objetivos de las prácticas pre profesionales?

R-----

7.-En su medio de comunicación, existe un folleto o instructivo para la realización de las prácticas pre profesionales.

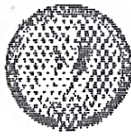
R-----

8.- ¿Cuáles cree usted deberían ser las acciones por emprender para afrontar las problemáticas que se derivan de las prácticas pre profesionales?

R-----



ANEXO 4



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**ÁREA DE EDUCACIÓN, ARTE Y COMUNICACIÓN**  
**CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

Of. Nro. 405-CCS-AEAC-UJNL  
Loja, 23 de julio del 2013

Señores  
GERENTES O REPRESENTANTES LEGALES DE LOS DIARIOS "LA HORA", "CENTINELA"  
"CRONICA DE LA TARDE" DE ESTA CIUDAD.

En su despacho

De mi consideración:

Es grato saludarlos, y solicitarles muy comedidamente se digne conceder las respectivas facilidades al/a señor /a **MIRIAN PATRICIA SACA**, alumna de la Unidad Académica a mi cargo, a fin de que realice encuestas y entrevistas en torno al tema "**Los Medios de Comunicación impresos de la ciudad de Loja, frente a las prácticas pre-profesionales que realizan los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Nacional de Loja**".

Aprovecho la oportunidad para expresarle mis sentimientos de consideración y estima más distinguida

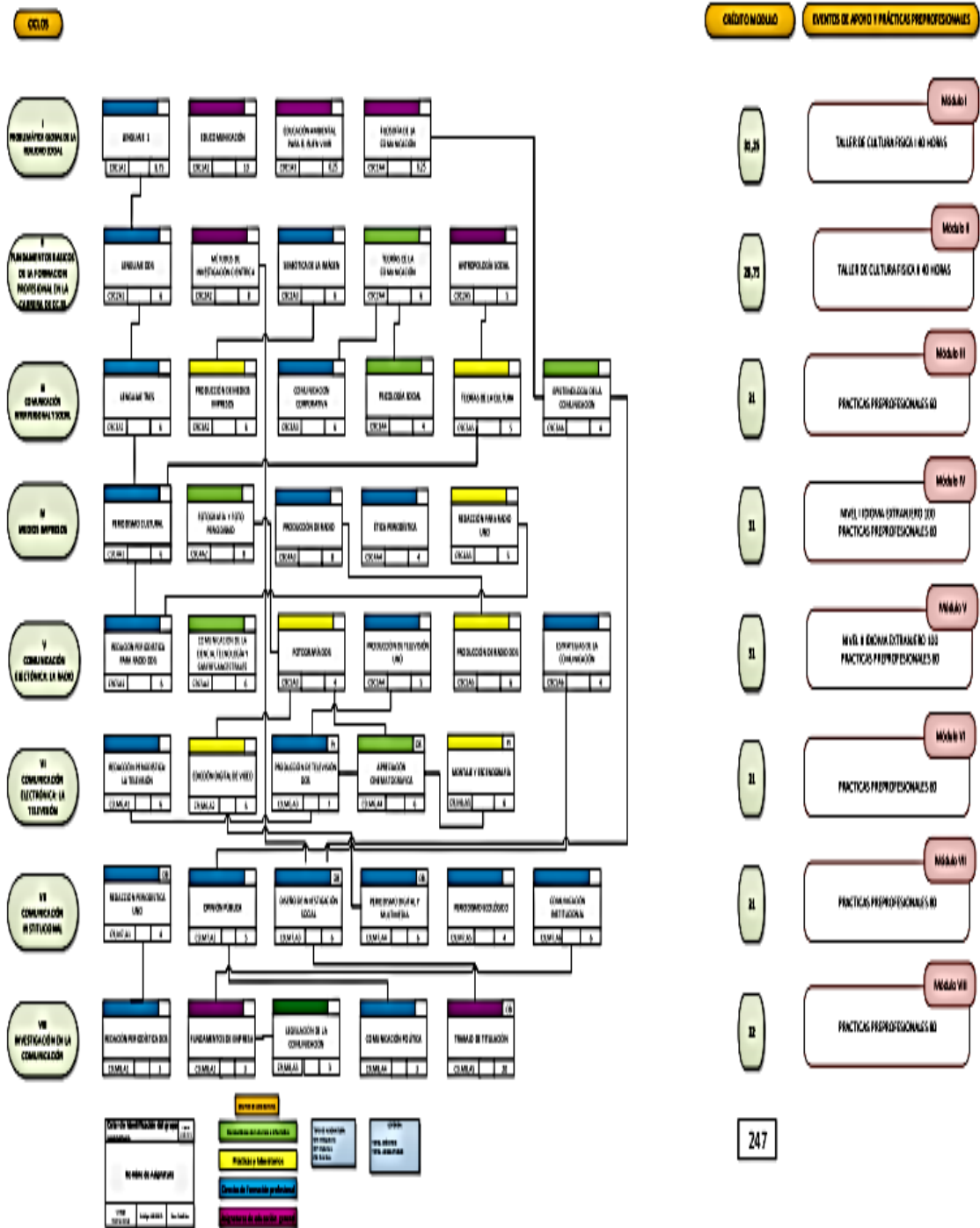
Atentamente,  
**EN LOS TESOROS DE LA SABIDURIA  
ESTA LA GLORIFICACION DE LA VIDA**

Lic. Mg. Campo Ortega Romero  
**COORDINADOR "E" DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**



Dr. Anibal Guarnizo Jaramillo  
SECRETARIO

COHORTE 2014



## ÍNDICE

Portada.....	i
Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Carta de autorización.....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
Ámbito Geográfico.....	vii
Mapa geográfico de la investigación.....	viii
Esquema de Tesis.....	ix
a. Título.....	1
b. Resumen.....	2
c. Introducción.....	4
d. Revisión de literatura.....	6
e. Materiales y métodos.....	26
f. Resultados .....	28
g. Discusión.....	48
h. Conclusiones.....	51
i. Recomendaciones.....	52
j. Bibliografía.....	77
k. Anexos.....	79