



**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**TESIS**

**MAGAZINE TELEVISIVO PARA LA PRÁCTICA PRE  
PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE  
LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE  
SIPÁN – CHICLAYO 2019**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Autora:**

**Bach. Pardo Rodriguez Sidia Josefa**  
**<https://orcid.org/0000-0001-5915-8337>**

**Asesora:**

**Dra. Vidaurre Nieto Cecilia Lourdes**  
**<https://orcid.org/0000-0002-0068-5797>**

**Línea de Investigación:**

**Comunicación y Desarrollo Humano**

**Pimentel – Perú**  
**2022**

**MAGAZINE TELEVISIVO PARA LA PRÁCTICA PRE PROFESIONAL EN LOS  
ESTUDIANTES DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA  
UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN – CHICLAYO 2019**

**Aprobación del Jurado**



---

**DRA. SHARON SOLEDAD PAREDES DELGADO**  
Presidenta del Jurado de Tesis



---

**MG. ZOILA NELLY CABREJOS PITA**  
Secretaria del Jurado de Tesis



---

**MG. BETTY LILIANA HERRERA TIMANA**  
Vocal del Jurado de Tesis

## DEDICATORIA

A Dios, porque en todo momento he sentido su compañía, fortaleza y protección. Por permitirme aprender y superar desafíos que me han enseñado a ser perseverante, agradecida y mejor persona cada día.

A mis Padres, por el apoyo incondicional, a mi madre Mary Rodríguez y mi padre Samuel Pardo, gracias infinitas por ser una de las razones para seguir siempre adelante.

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero hacer un agradecimiento especial a los buenos docentes que de alguna u otra manera han sido de gran influencia en mi aprendizaje y formación profesional como lo son nuestros recordados maestros; Cesar Ventura Pinedo y Jacinto Bazán Odar, los cuales no están en esta vida terrenal, pero a quienes recuerdo con cariño por sus magistrales clases donde impartían sus conocimientos y experiencias que solo un docente comprometido con su vocación lo sabe hacer.

Así también; me siento agradecida por sus conocimientos, consejos y tiempos con los siguientes docentes: Kattia Quiroz Caballero, Larcery Díaz Suárez, Graciela Márquez Castro, Zoila Cabrejos Pita, Cecilia Vidaurre Nieto, Lino Ojeda Díaz, Francisco Barquero Cornejo y Gisella Burga Polo. Todos Ustedes de manera directa o indirecta me han ayudado a querer esta hermosa carrera, que por cierto no lo sabemos todo, pero que siempre estamos dispuestos aprender un poquito más.

En general quiero agradecer a todos los docentes con los cuales pudimos compartir unas horas en aulas o simplemente algunas atenciones amables. Uno en especial, pero de gran valor y que solo un rector lo pudo hacer, el Doctor Humberto LLempén Coronel.

Reitero mi agradecimiento a Dios por haberme permitido tener experiencias que me han ayudado a pulir mi lado humano y profesional en esta Universidad. Gracias a todos mis compañeros y amigos que he podido conocer durante estos años.

**¡GRACIAS TOTALES!**

## RESUMEN

La investigación titulada Magazine televisivo para la práctica pre profesional de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán-Chiclayo 2019, tuvo como objetivo proponer un magazine televisivo para la práctica pre profesional de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán. La investigación fue de tipo mixta y de diseño no experimental, los instrumentos que se utilizaron fueron la entrevista, la encuesta y el focus group. Se concluyó, que en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación; es importante desarrollar un magazine televisivo que contribuya con las prácticas pre profesionales de los estudiantes, el cual sea de género de entretenimiento, con emisión de una vez por semana, dividido en tres bloques de 10 minutos, transmitido por medio de tv local y/o plataforma de la escuela, y para ello, es necesario contar con un equipo de producción, en promedio de 25 estudiantes que necesiten realizar sus prácticas pre profesionales.

Se recomendó a la directora de la Escuela de Ciencias de la Comunicación valorar los perfiles por competencias de los estudiantes que inician sus prácticas pre profesionales, y así poder determinar sus potencialidades en algunas de las especialidades que ofrece la Escuela.

**Palabras clave:** Magazine, Producción audiovisual, Producción televisiva, televisión, práctica pre profesional.

## **ABSTRACT**

The research entitled "Television magazine for the pre-professional practice of students of Communication Sciences of the Universidad Señor de Sipán-Chiclayo 2019, aimed to propose a television magazine for the pre-professional practice of students of communication sciences of the Lord of Sipán University. The research was of mixed type and non-experimental design, the instruments used were the interview, the survey and the focus group. It was concluded that in the Professional School of Communication Sciences; It is important to develop a television magazine that contributes to the pre-professional practices of the students, which is of the entertainment genre, broadcast once a week, divided into three 10-minute blocks, broadcast on local TV and/or platform of the school, and for this, it is necessary to have a production team, on average of 25 students who need to carry out their pre-professional practices.

It was recommended to the director of the School of Communication Sciences to assess the competency profiles of the students who start their pre-professional practices, and thus be able to determine their potential in some of the specialties offered by the School.

Keywords: Magazine, Audiovisual production, Television production, pre-professional practice.

## ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
RESUMEN	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
I. INTRODUCCIÓN	9
1.1. Planteamiento del Problema	10
1.2. Antecedentes de estudio	12
1.3. Abordaje teórico	15
1.4. Formulación del problema	22
1.5. Justificación e importancia del estudio	22
1.6. Objetivos	23
1.7. Limitaciones	24
II. MATERIAL Y MÉTODO	25
2.1. Tipo de estudio y diseño de la Investigación	25
2.2. Escenario de Estudio	25
2.3. Caracterización de Sujetos	25
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	26
2.5. Procedimiento para la recolección de datos	27
2.6. Procedimiento de análisis de datos	28
2.7. Criterios éticos	28
2.8. Criterios de rigor Científico	28
III. REPORTE DE RESULTADOS	29
3.1. Análisis y discusión de los resultados	29
3.2. Consideraciones finales	62
REFERENCIAS	63
ANEXOS	67

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Alumnos que realizan sus prácticas pre-profesionales en el área de su futura especialización.</i>	29
Tabla 2. <i>¿Qué áreas de la carrera de Ciencias de la Comunicación les llama más la atención y se sienten preparados para salir al campo laboral?</i>	29
Tabla 3. <i>¿Cree que el área en la que desea especializarse esta correctamente implementada?</i>	30
Tabla 4. <i>Área de las ciencias de la comunicación que le gustaría trabajar.</i>	30
Tabla 5. <i>¿Se siente preparado para salir al campo laboral?</i>	31
Tabla 6. <i>Percepción de los alumnos con respecto a los equipos técnicos y espacios necesarios para realizar los diferentes procesos de producción audiovisual y/o televisiva.</i>	31
Tabla 7. <i>Percepción con respecto a la existencia de docentes especialistas para la producción audiovisual y/o realización de un magazine televisivo.</i>	32
Tabla 8. <i>Experiencia en la realización de alguna producción audiovisual, al inicio y final de la participación.</i>	33
Tabla 9. <i>Tipo de producción y rol que desempeñaron durante la realización</i>	35
Tabla 10. <i>Tipo de equipos técnicos y programas que dominan para realización de una producción audiovisual.</i>	35
Tabla 11. <i>Importancia del curso de producción televisiva</i>	36
Tabla 12. <i>¿Creen que los temas considerados en el curso de producción televisiva son los adecuados para su formación profesional en algún medio televisivo? Si/No ¿Por qué?</i>	37
Tabla 13. <i>Que entienden por el formato de Magazine Televisivo</i>	38
Tabla 14. <i>Tipo de Magazines es de su preferencia</i>	39
Tabla 15. <i>Elección del tipo de contenido del Magazine televisivo</i>	39
Tabla 16. <i>Importancia y motivos de realizar sus prácticas pre profesionales en un espacio de producción televisiva de un magazine de entretenimiento.</i>	40
Tabla 17. <i>Resultados de la entrevista a los especialistas</i>	42



## **I. INTRODUCCIÓN**

La presente tesis es una investigación que tiene como objetivo Proponer el proceso de producción de un magazine televisivo que beneficie en la práctica pre profesional de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán – Chiclayo 2019.

La Universidad Señor de Sipán, no cuenta con un magazine televisivo que contribuya con las prácticas pre profesionales de los estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación, lo cual, es un impulso para que puedan desarrollar sus conocimientos y habilidades.

La presente investigación está dividida en tres capítulos, los cuales se muestran de la siguiente forma.

El capítulo I, inicia con la introducción, que incluye el planteamiento del problema de la investigación, los antecedentes de estudio, que fueron internacionales, nacionales y locales, el abordaje teórico que expone las diferentes definiciones de los diferentes autores, también se muestra el abordaje teórico científico que expone los fundamentos de estudio, sobre la propuesta del magazine televisivo para la práctica pre profesional de los estudiantes. Así también, se cuenta con el problema de la investigación, la justificación e importancia, seguido de los objetivos, general y específicos, y sus limitaciones.

El capítulo II, tiene como contenido, el tipo y diseño de investigación que se realizó, donde también se encuentra el escenario de estudio y la caracterización de sujetos, a quienes se les aplicaron las técnicas e instrumentos para recolectar los datos del estudio, y posteriormente ser procesados mediante el análisis según autores teóricos. Ante todo, se tomaron en cuenta determinados criterios éticos y de rigor científico para el desarrollo de la investigación.

El capítulo III, cuenta con el reporte de los resultados, los cuales evidencian todo lo referente a los instrumentos aplicados, así mismo, se realizó una discusión en conjunto con los autores del marco teórico o antecedentes y un aporte práctico que es la propuesta del programa televisivo. Finalmente, se tienen las consideraciones finales relacionadas al tema investigado.

## 1.1. Planteamiento del Problema

A nivel mundial, se presenta un escenario con una acelerada convergencia digital y multimedia, donde el gran protagonista ha sido, y sigue siendo el Internet, fundamentalmente porque ha impuesto su modelo de accesibilidad al tiempo que es o pretende ser el gran paradigma social; cuyo objetivo es la interactividad plena con el usuario. Ante este panorama, los medios de comunicación tradicionales tienen que adaptarse a estos nuevos cambios como es el caso de la televisión, ya que diariamente buscan innovadoras producciones para mantener enganchada a una audiencia. No obstante; hoy en día, los programas de magazine recobran gran importancia ya que son el punto de entrenamiento para prevalecer en este medio de comunicación; es por ello, que actualmente se requieren profesionales muy capacitados para elaborar y desarrollar estos formatos televisivos que son el boom del momento. (López & Gómez, 2016)

La programación de los magazines televisivos es variada porque llega a mucha gente, debido a que se ha convertido en el principal formato televisivo distinguiéndose en distintos segmentos que van desde las entrevistas que buscan análisis periodístico hasta el entretenimiento, pasando por los debates, informes, reportajes y juegos, con una extensa duración que supera la hora de programa. Además; las primordiales características del magazine pueden centrarse en cuatro puntos: dinamismo, información variada, periodistas informados y un conductor que logre una buena empatía con la gente. Ante esto; los programas de magazine en países europeos demandan de mucho profesionalismo para crear formatos innovadores y que puedan llegar al público objetivo. (Fernández, 2015).

Por otro lado; la gran mayoría de jóvenes universitarios que optan por ver programas de magazín, lo hacen desde una perspectiva de entretenimiento alcanzando un promedio de 3 a 5 horas al día. Estos programas, se destacan por presentar contenidos audiovisuales, escenografías llamativas y segmentos del programa muy entretenidos; consolidándose como los formatos de televisión más vistos por los jóvenes universitarios. Ante esto; los estudiantes de comunicación lo toman como una gran oportunidad para sus prácticas pre profesionales y capacitarse en lo que es la producción televisiva en magazine (Medrano & Palacios, 2016).

Las practicas pre profesionales de los estudiantes de ciencias de la comunicación es de carácter importante, puesto que se consideran como experiencias de trabajo previos al campo laboral real, así mismo se descubre si el estudiante se siente motivado con lo que esta realizando y si la carrera logró cubrir las expectativas de la elección de su carrera universitaria. Según la experiencia obtenida en las practicas pre profesionales, es que el estudiante decide su area laboral, como por ejemplo comunicador social, productor, etc (Oller, 2017)

Un claro ejemplo de lo mencionado es de los estudiantes de comunicación del país de cuba, donde tres de cada cuatro estudiantes no se decepcionan de haber elegido dicha carrera, debido a la practica pre profesional que se ejerce en las universidades, tomando como primer lugar el de comunicador social y en segundo lugar el de productor. Dicho resultado hace que la carrera de ciencias de la comunicación sea la mas demandada, por lo mismo los profesionales del periodismo y productores, pues los medios de comunicación convencionales siguen teniendo una gran fuerza notable. Esta gran demanda se debe también a la gran seguridad laboral que tienen los estudiantes pues al tener practicas pre profesionales, están completamente seguros de conseguir un trabajo al terminar su carrera universitaria, haciendo que estos se diferencien a los estudiantes de otros países, ya que al no tener experiencia previa tienen temor al fracaso laboral (Oller, et al., 2019).

A nivel nacional, los programas de magazine en la televisión peruana han evolucionado mucho, ya que encontramos muchas producciones que están orientadas al entretenimiento y otros formatos que se basan en aspectos culturales, noticieros, entre otros. Es por ello; que hoy en día, una información de calidad fortalece al aprendizaje de los jóvenes brindándoles producciones que enriquecen sus conocimientos y capacidades. Sin embargo; también existen programas de magazine que en vez de informar sobre lo que es realmente importante en la realidad nacional, estos se llenan con temas banales, violencia o chismes de farándula y no se apuesta por la creatividad del entretenimiento ni la profundidad en la información (Guzmán, 2015).

No obstante; Amaya y Espinosa (2015), señalan que cada vez existen más programas de magazine en la televisión peruana con el objetivo de entretener a un público que cree que lo que ve es divertido, dinámico e informativo, pero en

realidad, es solo presentar personajes cuya vida llamen la atención a los televidentes y genere con esto, titulares. Estos formatos televisivos trabajan frecuentemente con las emociones de sus espectadores/audiencia, utilizando para ello risas grabadas o efectuadas en vivo y sonidos especiales. Es por ello; que casi todos los programas de magazine en el Perú realizan producciones basadas en el entretenimiento y no se enfocan en formatos culturales y que ayuden al aprendizaje de los jóvenes y niños.

Así mismo; Alfaro (2017), indica que el nivel de alcance de los programas de magazines culturales es muy bajo ya que al peruano promedio le gusta el chisme, le gusta ver la denigración de las personas y mucho mejor si se vuelve un espectáculo en la televisión. La televisión peruana se ha convertido en un serio obstáculo para el saneamiento de nuestra cultura pública. Desde los espacios de entretenimiento hasta los de noticias o comentario político, la programación diaria, esa que consume una enorme proporción de nuestra población, solo ofrece trivialidad o vulgaridad o una imagen deformante de nuestra realidad.

A nivel local, como formato televisivo los magazines son programas con enfoque híbrido que venden un conjunto de géneros diversos enfocados en múltiples propuestas: Musicales, culturales, noticiosas, etc; y que generan una múltiple crítica debido a muchos contenidos no acordes con los formatos de bajo componente cognitivo y sociocultural. Dicha crítica es consecuencia de la formación universitaria de los alumnos de comunicación, los cuales desde las prácticas pre profesionales contribuyen en crear programas cuyos ratings están basados en la alta rentabilidad económica y baja performance educativa-cultural. Según el manual de práctica de la USS, la práctica pre profesional tiene como finalidad acercar a los estudiantes a la realidad laboral inmediata, permitiéndole estar más preparado y mejor capacitado para desarrollar competencias que hoy en día las empresas solicitan. Los alumnos deben desarrollar y cumplir con algunas competencias como es planificar, implementar, ejecutar acciones propias de la carrera, basado en las normas del código de ética del comunicador.

Así lo resaltan Dextre y Franco (2021), en su trabajo de investigación, donde mencionan que su casa de estudios les brindó su primera experiencia laboral en un magazine de canal web, donde se desempeñaron como camarógrafo y productor de los programas en emisión, logrando alcanzar grandes experiencias laborales

que en teoría no se pueden verificar al momento de la formación profesional. Así mismo, lograron crear material audiovisual, como es el diseño y producción para programas televisivos como para redes sociales, teniendo que aplicar los diversos factores que existen y las herramientas audiovisuales que los formatos del medio requiere, logrando de esta manera la creación de reportajes, cortometrajes, notas periodísticas y programas pilotos de televisión, radio y medio digital.

## **1.2. Antecedentes de estudio**

Dextre y Franco (2021), en la tesis para obtener el grado licenciado en Ciencias de la Comunicación titulada Comunicación Virtual en el programa “Gana con Willax” del canal Willax Televisión; tuvieron como objetivo descripción de los elementos de la identidad visual, de las producciones audiovisuales. La investigación fue de tipo cualitativo, y trabajó con instrumentos como focus group y fichas de registro. Entre los resultados se encontró que, los productores del programa no les daban importancia a las piezas gráficas de su campaña digital como elemento de identidad visual para redes sociales y se generara un mayor impacto visual y de fidelización de nuevos usuarios. Se concluyó que todo practicante de ciencias de la comunicación al realizar un programa debía tener como principal fin la realización de campañas virtuales que eran primordiales en la consideración de los elementos de la producción de los programas concursos y el utilizar frecuentemente los medios digitales, teniendo en cuenta a los conductores del programa que eran quienes llevaban a cabo toda la postproducción.

Sifuentes y Chavez (2021) en la tesis para obtener el grado de licenciadas en Administración de Servicios de la Universidad de Piura, en su estudio titulado Factores de las prácticas preprofesionales que impactan en el prospecto de empleabilidad, tuvieron como objetivos determinar la relación entre las características del trabajo, el ambiente de trabajo de prácticas pre profesionales y la experiencia de prácticas pre profesionales con respecto al prospecto de empleabilidad percibido por los estudiantes de la carrera de Administración de Servicios. La investigación fue correlacional de diseño transversal que recopiló la información a través de una encuesta aplicada a los alumnos y egresados que habían realizado sus prácticas preprofesionales por un tiempo mínimo de 3 meses y una antigüedad no mayor a 3 años. Se utilizó un cuestionario de 24 ítems que

integra por primera vez la medición de las cuatro variables estudiadas en una investigación. Los resultados indicaron que el ambiente de trabajo tiene relación positiva con el prospecto de empleabilidad de los practicantes y el análisis de los indicadores arrojó la importancia de la tarea, oportunidades de aprendizaje, satisfacción con la organización y experiencias creativas cognitivas. Se concluyó que los resultados contribuyen a las organizaciones a elevar las competencias prácticas de los estudiantes del último año de la carrera profesional.

Julca (2018), en su estudio para obtener el grado de licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, presenta su investigación titulada Programa televisivo de Cortometrajes universitarios y su influencia en la producción Cinematográfica en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de las universidades de Trujillo-2018; tuvo como objetivo determinar la influencia de un programa televisivo de cortometrajes producidos por universitarios en la producción cinematográfica de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de las universidades de Trujillo siendo estos la población. La metodología fue de diseño experimental y como instrumento para la recopilación de información se aplicó una guía de focus group como pre test y post test, además de la producción de un programa de televisión para que fuese usado como estímulo ante la muestra seleccionada. Como resultado se obtuvo que, pese a los innovadores proyectos de producción audiovisual, los estudiantes presentan falencias las cuales deben de reforzar con el propósito de lograr una mejor narrativa. La investigación concluyó que el nivel de producción diagnosticado en relación a la producción cinematográfica de los alumnos de Ciencias de la Comunicación de las universidades de Trujillo, fue bajo y que un programa televisivo de cortometrajes ayudaría a promover el cine trujillano y la actividad de proyectos audiovisuales realizado por estudiantes universitarios.

Panta y Vilchez (2018), en su estudio para obtener el grado de Licenciados en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo, presentan una investigación titulada Consumo de la publicidad televisiva y los hábitos de conducta social de los jóvenes de Chiclayo; tuvo como objetivo analizar la manera en que el consumo de la publicidad televisiva determina los hábitos de conducta social de los jóvenes entre los 16 y 20 años de edad. La investigación fue de tipo cuantitativa causal descriptivo. Se aplicaron los instrumentos de encuestas,

focus group y entrevista. Como resultado se obtuvo que el 48% asevera que la persuasión que impone la publicidad, los conlleva a comportarse de diferentes maneras, mientras que el 52% refiere que no es así. Se concluyó que la publicidad televisiva logra captar su atención por medio de los colores, la música, imágenes o los personajes, transmitiéndoles el mensaje de compra y al mismo tiempo, persuadiéndolos a hacerlo. Se debe recalcar que ellos, más que adquirir el producto, están comprando la "idea" del consumidor modelo y las cualidades que este pueda tener, ya que la expectativa los motiva más que la necesidad. Se comprobó que la publicidad televisiva transmite una serie de patrones sociales, que son aceptados e imitados, con la única finalidad de buscar su integración en el grupo de iguales.

Pilas (2017), en su estudio para obtener el grado de licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad FASTA, presenta una investigación titulada Producción de un magazine de televisión en vivo; tuvo como objetivo describir y analizar las etapas de producción del magazine "Ddiez", que se transmitía en vivo y por televisión abierta hacia Mar del Plata. La investigación fue de tipo descriptivo y para la recopilación de información se llevó a cabo la técnica de la observación, que permitió el análisis en grillas, sumado a entrevistas en profundidad a los principales intervinientes del programa. Como resultados; se halló que la producción de "Ddiez" se divide en tres etapas: preproducción, producción y posproducción. En cada una de ellas, el desarrollo de una actividad es lo que conlleva a la concreción de lo que le sigue inmediatamente después. Se concluye; que, en primera instancia del proceso de producción del programa, se destaca por la escritura del guion que sirve de guía para todo el equipo; en la segunda etapa, se utiliza la estructura de una escaleta. Sin embargo; en la preproducción de "Ddiez" llama la atención la escasez de recursos humanos del magazine; observándose, cuando se registró que más de un miembro del equipo tiene asignado el desarrollo de más de una actividad específica: la conductora es a la vez productora y el reportero/ movilero también es productor, mientras tanto, la productora general es como la Community Manager del programa trabajando en el mismo horario para el magazine y para el canal en general (como gerente de programación y Community Manager de Canal 10, respectivamente).

Quispe (2017), en la tesis para optar el grado de Licenciado en Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, titulada Las prácticas pre profesionales y su aporte en la formación académico profesional en los estudiantes de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos-2017; tuvo como objetivo determinar las características que presentan las prácticas pre profesionales que limitan una adecuada formación profesional. La metodología de esta investigación fue de tipo observacional y descriptiva y se utilizó la encuesta aplicada a 60 estudiantes que cursen el 5to año de formación y que venían realizando sus prácticas pre profesionales. Como resultado se obtuvo que el 42% de los alumnos están totalmente de acuerdo con las asignaturas prácticas dictada por el programa académico de Trabajo Social, el 30 % de acuerdo, un 17% indiferente, un 07% en desacuerdo y un 04% totalmente en desacuerdo. Se concluyó que la formación profesional es como un proceso educativo que prepara a los alumnos para una actividad profesional y les capacita para el desempeño calificado de las distintas profesiones. Su principal finalidad en el sistema educativo es la de preparar a los alumnos para la actividad en el campo profesional y facilitar su adaptación a las modificaciones laborales que pueden producirse a lo largo de su vida. Finalmente, esta investigación permitió establecer las limitaciones y posibilidades de lo que significan las prácticas pre profesionales en los estudiantes, profesores y supervisores de campo.

Palomino (2016), en su investigación para optar el grado de licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, presentó su tesis denominado Elementos de la producción en el éxito del programa Hola Yola en la perspectiva de profesionales productores de televisión, Lima 2016. La investigación tuvo como objetivo analizar los elementos de producción en el éxito del programa “Hola Yola” en la perspectiva de profesionales productores de televisión. La técnica que se utilizó fue la entrevista a expertos mediante el instrumento de guía de preguntas una técnica de recolección, la cual se presentó un cuestionario de 14 preguntas abiertas, aplicadas a 4 profesionales de la producción televisiva. Se llegó a los siguientes resultados y conclusión, que los elementos de producción, como lo son; el entretenimiento, la identificación, la calidad y la originalidad estuvieron presentes y fueron identificados en el programa, habiendo sido estos imprescindibles en la exitosa producción del programa.



Campos (2016), en su estudio para obtener el grado de Magister en Docencia Universitaria de la Universidad César Vallejo, presentó su trabajo de investigación denominada Niveles de competencias académicas y el desempeño en la práctica pre profesional de estudiantes de la Escuela de Contabilidad de la Universidad Cesar Vallejo 2015, tuvo como objetivos determinar la relación existente entre los niveles de competencias académicas y el desempeño en la práctica pre profesional de estudiantes de contabilidad de la UCV 2015. Fue un estudio correlacional de diseño no experimental transversal. Se trabajó con una población total de 60 estudiantes y la población censal fue la misma, se aplicó dos instrumentos: cuestionario sobre ambas variables. La investigación determinó una relación positiva y significativa entre los niveles de competencias académicas y el desempeño en la práctica pre profesional; por consiguiente, se acepta que existe relación positiva y significativa entre los niveles de competencias académicas y el desempeño en la práctica pre profesional de los estudiantes del IX ciclo de la Escuela de Contabilidad de la UCV

Aguilar (2015), en su tesis para obtener el grado de licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rafael Landívar, que se tituló Propuesta de un programa de televisión sobre la música urbana en Guatemala con el nombre: Así Suena, tuvo como objetivo implementar una propuesta televisiva, con el motivo de dar a conocer artistas, eventos y sobre todo música urbana con diferentes elementos los cuales identifican a este género musical que está dirigido a un público juvenil. La investigación fue de enfoque cualitativo y como instrumentos para la recopilación de la información se utilizó una encuesta cerrada a estudiantes universitarios de 18 a 25 años y entrevistas a especialistas del área musical y televisiva. Los resultados obtenidos en esta investigación, testificaron que si es necesario la creación de un programa que logre captar la atención de la juventud, por su nivel de influencia. En cuestión de los programas musicales, se profundizó los elementos de producción televisiva. Se recomendó trabajar en propuestas que promuevan al talento artístico en Guatemala, y difundir la cultura musical del país en los jóvenes. Se concluyó, que, en cuanto a la producción del demo televisivo se expusieron cuatro diferentes bloques de información, que abordaron eventos culturales, premiere, con el estreno de un nuevo videoclip nacional en el programa, Red Carpet, con una entrevista dinámica al artista, y por último, la canción de la

semana, bloque creado para lograr mejor interacción con el público; tanto la conducción y escenografía fue pensada para lograr una identidad del tipo de televidente, logrando la aceptación de los expertos en la producción televisiva.

### **1.3. Abordaje teórico**

#### **1.3.1. Teorías de la televisión**

##### **Teoría de la calidad televisiva**

El concepto de calidad televisiva puede ser definido como “la propiedad o conjunto de propiedades inseparables a algo, que consienten calificar su valor” (Real Academia Española [RAE], 2021).

Según Pujadas (2017) señala que la teoría de la calidad televisiva se basa en el cambio de contenidos, es decir, actualizarlos, para lo cual la calidad estará estrictamente ligada a la escritura del guion, la particularidad de los personajes, las estrategias narrativas, del montaje, entre otros (p.34).

Ante ello; se puede deducir, que cuando un producto es de calidad es bien visto en la audiencia, es más fácil de comercializarse, más rentable, tiene más beneficios y gana más prestigio.

##### **La televisión**

La televisión es un medio que informa y entretiene a las personas a través de su diversos programas que presenta, el cual es a gusto y preferencia de los mismos, así mismo estos programas ejercen una influencia sobre ellos, pues hacen ver una realidad que no existe, a lo que se le conoce como efecto realidad, ya que ellos creen en lo que ven (Arroyave, 2017). Es así como la televisión pasa de ser un instrumento que refleja la realidad, a un instrumento que crea realidad.

Dicho esto, podemos decir que la televisión, no sólo es un instrumento en el cual se refleja una realidad, sino que crea una para sus espectadores.

La televisión se ha convertido en la actualidad en una empresa que no sólo transmite experiencias impactantes a sus espectadores, sino que hasta organiza la vida social, pues grandes masas de personas saben la hora de su programa favorito y en algunos casos hasta se reúnen en familia, lo que nos da a entender que es el medio audiovisual más consumido, luego de las redes sociales (Zúñiga, 2019).

Saenz (2018), manifiesta que la televisión puede ser aportante de un programa de calidad ante la sociedad, para ello tiene que tener lo siguiente:

Información verídica, independiente y abierta a todos los estratos sociales.

Mostrar sensibilidad ante el colectivo social.

Orientar hacia al educación, divulgando el conocimiento y cultura, eliminado la marginación.

Trasmitir distracción y disfrute a los espectadores, sin caer en lo vulgar e indigno

Incorporar en la producción y transmisión del programa la última tecnología, para que el espectador pueda percibir un producto audiovisual de calidad y sea más placentero para él.

### **Funciones de la Televisión**

La televisión tiene diversas funciones, las cuales se detallan a continuación:

**La televisión como objeto:** Esta función, hace referencia a la televisión no como un medio de comunicación masivo, sino al objeto en sí, ya que es considerado como un mueble en los hogares, donde ocupa un espacio y es simbolo de entretenimiento y convivencia familiar (Sarapura, 2018)

**La televisión como agente:** Esta función, hace referencia en que la televisión es parte de la vida cotidiana de las personas, pues al menos cuatro horas al día se le dedica en ver programas televisivos, en especial niños y mujeres, que son los que más disfrutan de la televisión. Esto se debe, que no sólo se aprecia programas de diversión, sino diversos programas que mantiene informados de acontecimientos fuera de la ciudad en la que se encuentra el espectador, transmitiéndoles experiencias, paisajes que aún no ha vivido ni observado. (Sarapura, 2018)

**La televisión como mediadora:** Esta función, hace referencia en que la televisión no sólo trasmite experiencias no vividas, sino que cambia la percepción de las personas, pues al encontrarse en una situación más o menos similar, ellos lo comparan a lo visto en la pantalla de la televisión, logrando de esta manera alterar la percepción psíquica del espacio (Sarapura, 2018)

## **Géneros de Entretenimiento**

Zúñiga (2019), cita la teoría de Barroso, quien menciona que “los géneros de entretenimiento son de límites indefinidos, en relación a los formatos que contiene. Este género es muy extenso, pues sus contenidos van desde el humor, baile, música, con características de espectáculo. Resaltando los formatos de programas musicales, humor, reality shows, juegos, telenovelas, series y el magazine”.

## **Formatos televisivos**

En los programas televisivos que se transmiten en la televisión, es muy prescindible que se determine el formato, es decir que género será, así como estará organizado y que limitaciones puede tener (Vera, 2021).

La RAE (2021) manifiesta que el formato es el contexto en el que se desarrollará el programa, es decir, las características técnicas y como se presentará el programas televisivo, radial o periodístico.

Por otro lado, el formato de un programa, no sólo tiene un género, sino que algunas ocasiones varios géneros, creándose de esta manera un nuevo formato., al cual se le conoce como híbridos, que es el resultado de la mezcla de diversas características de distintos formatos, así como de los géneros.

## **Programas de televisión**

Un programa de televisión, no es más que un conjunto de diversos elementos que lo componen, el cual está determinado por un tiempo, que consta de un inicio y final, según el formato del programa. Sin embargo, muchas veces la emisión de un programa de televisión tiende a ocasionar diversas controversias debido al formato de este (Vera, 2021).

De acuerdo al formato del programa televisivo, es que se le puede clasificar en una de las diversas categorías que existe, las cuales son información, publicidad, entretenimiento, educación, etc. Y según ello, esta sería la primera calificación que se le estaría haciendo a un programa de manera general por parte del espectador (Vera, 2021).

### **1.3.2. El Magazine televisivo**

Cuando se habla de un programa amplio y completo, el magazine es uno de los géneros con una variedad de contenido y un producto muy bien visto por la audiencia.

Según Zúñiga (2019), son diversos espacios televisivos que se presentan durante el día en la emisión del canal, en el cual abordan distintos temas y se presentan unos tras otros, sin importar la sincronización entre ellos, pues cada espacio va destinado a un grupo objetivo y la duración de este también va a depender de la audiencia.

Lo que quiere decir que los programas que están al aire son porque gozan de gran audiencia y popularidad y para la empresa significa rentabilidad. Los magazines, es el más ofertado por parte de los canales televisivos, ya que los presentadores, siempre enganchan con el público y se convierten en el factor clave para encaminar el éxito del mismo, además de que son ellos los encargados de llevar a cabo la heterogeneidad y coherencia de los productos que se ofrecen en el mismo por parte de los patrocinadores (Ferrer, 2018).

#### **Variedades del magazine**

Existen una gran variedad en el desarrollo de un magazine televisivo y estos son:

##### **Variedad de géneros del magazine**

Ramos (2017), menciona que estos se ejercen, a través, de variadas formas de expresión denominadas géneros, teniendo a los siguientes:

Informativos: Hibridación de híper-géneros como son las noticias, las entrevistas, las encuestas, los informes y reportajes

De opinión: comentarios de opinión, tertulias, debates con público, llamadas del público.

**Variedad de temas y de estilos:** Exhibe el mosaico de la vida, donde se yuxtaponen lo culto y lo chabacano, la inteligencia y la necesidad, el dolor y la esperanza, las ganas de vivir y la inocencia, lo de ayer y lo de hoy, las angustias íntimas y las esperanzas colectivas, la medida y el fanatismo.

**Variedad de actores del espectáculo:** Músicos y cantantes, humoristas, bailarinas y grupos de ballet, magos y malabaristas, personas ingeniosas y realizan actividades exóticas, etc.

**Variedad de enfoques:** Puntos de vistas menos habituales sobre los hechos y personajes de actualidad, su vida privada, sus aficiones, sus opiniones sobre actividades diferentes a las suyas, etc.

**Variedad de situaciones:** De lo serio a lo cómico, de lo simpático a lo trágico; de lo cotidiano a lo sorprendente y excepcional para volver luego a lo íntimo a lo personal, etc.

**Variedad de ritmos:** Los magazines matinales requieren un ritmo muy rápido, que mantienen en vilo a las audiencias con su juego de contrastes, de aficiones dispares y de emociones encontradas.

### **Características del Magazine televisivo**

Por su horario estelar, su estructura suele estar dividida en seis bloques de ocho minutos cada uno, en los que se desarrollan secuencias y que mantienen un equilibrio entre las entrevistas realizadas por el conductor y los informes especiales o investigación que se realiza a través de reportajes actuales o inactuales.

Según Malpartida (2020), indica que las características del magazine son las siguientes:

Cuentan con la presencia de colaboradores usuales de gran influencia o popularidad y que se relacionan rápidamente con el espectador.

El lenguaje que utilizan es sencillo y coloquial, sin perder el tono amable y educado.

Muestra, el fenómeno de la hibridación de los géneros, es decir la unión de del género informativo, musical, de opinión, de entretenimiento, entre otros.

### **Elementos del magazine**

Vieira (2017), hace mención de los elementos indispensable para un magazine, siendo los siguientes:

El presentador, que puede ser una persona o más, con popularidad, que sean capaces de conectarse con el público y lograr una identificación con el mismo, y que ofrecen a los oyentes un sumario de los temas del programa.

Audiencia, dirigido a una audiencia mayoritaria, sin distinción de niveles socio-económicos, académicos o culturales.

Contenido: debe contar con secciones como, debates, entrevistas, videos, tertulias, encuestas, secciones, entre otras.

Los invitados, que suelen ser artistas, intelectuales, artesanos o especialistas en un área determinada, intervienen a través de entrevistas o como participantes en la dinámica del programa.

Las actuaciones artísticas como grupos musicales, actuaciones humorísticas, coreografías, magias y piezas dramáticas breves.

Recursos técnicos, gran manejo de las cámaras, grúas, steadycam, iluminación y sonido.

El público presencial, se interactúa de forma directa con este público, y participan a lo largo del programa.

Las animaciones, brindan un realce a cada una de los escenarios donde se desarrolla el magazine, por medio de movimientos de cámara, escenografías muy elaboradas, iluminación con colores impactantes, entre otros.

### **Tipos de Magazine**

El magazine, se encuentra presente en la televisión desde sus inicios, se ha consolidado hasta convertirse en uno de los formatos más reconocibles de este medio, y se pueden diferenciar algunos tipos, como:

Los magazines matinales: son uno de los formatos más característicos de la televisión, y se caracteriza por estar presente en la televisión del hogar por las mañanas (Etura & Zapatero, 2020).

Magazine de tarde: se encuentran desarrollados en un horario de tarde, pero aborda temas con mayor seriedad, relacionados a la actualidad, pero sin perder el dinamismo de entretenimiento (Llagas & Zapata, 2017).

El magazine genérico o polémico: es el tipo más utilizado y preferido por la audiencia, donde se hace uso de diferentes géneros, es decir se combinan entre

sí y así poder brindar diferente entretenimiento al público (Angelelli, La Trama de la Comunicación).

Magazine nocturno o late show: se desarrolla en horario de noche o madrugada, abordando temas diferentes a los del matinal o de tarde, por otro lado, el late show, muestra contenidos más osados, es decir tiende a sobrepasar lo permitido por otros horarios (Peñaranda, 2018).

### **Las secciones del Magazine**

Estas secciones presentadas en un magazine televisivo son muy variadas, pues abarcan desde reportajes, hasta entrevistas y debates, en la cual puede hacerse de manera presencial o por llamada telefónica, y en algunos casos hasta se hace participar al público espectador, donde interactúan, creando un ambiente de confianza y de humor. Por otro lado, en algunas secciones se invitan a artistas o personas del medio para hablar de su agenda y proyectos, con el fin de entretenimiento (Navalón, 2018).

### **La producción Televisiva**

La producción televisiva, está enlazada con la programación, la cual tiene como finalidad fijar la visión general de la emisora, igualmente de las necesidades de producción y de compra; inmediatamente realiza la definición del punto de vista de los anunciantes y así lograr contribuir con el diseño de la parrilla acorde a los resultados obtenidos de la audiencia (Malpartida, 2020).

Actualmente, los procesos de producción, montaje y posproducción de los programas televisivos vienen definidos por su tipo de género. Indiscutiblemente la influencia que la televisión tiene sobre su audiencia no ha cambiado en los últimos años (Peñaranda, 2018)

Por otro lado; la producción consistirá en la creación de una idea completa en todos sus elementos, partiendo de la configuración y organización de los contenidos a desarrollar, la producción funciona entonces como estrategias de composición (Karbaum, 201). Los elementos son:

Título del programa; público objetivo (target); franja de emisión sugerida; duración; resumen de la idea del programa; escaleta; estructura del programa; sinopsis; ejemplos de preguntas y juegos; imágenes; sugerencia de



presentadores; presupuesto aproximado; diseño del decorado; oportunidades de merchandising y sugerencias sobre otras vías de ingreso.

EL modelo de Ortiz (2018), hace mención de algunos elementos indispensables para la realización:

**Puesta en escena:** por contenido entiende la iluminación, el vestuario, el color, el decorado, el atrezzo y los actores. Se trabaja todo lo relacionado con el espacio, el encuadre, la posición de la cámara, el movimiento de cámara, los objetivos utilizados y las demás decisiones de fotografía.

**Esquemas proxémicos:** aquellos que no solo tienen que ver con la distancia entre los personajes, sino, también, entre los personajes y el espectador. Cada bloque a desarrollarse sugiere una distancia física entre los participantes.

**Bloque:** relacionado a cada una de las secciones del programa sin interrupción, solo contando sus cambios escénicos entre sí mismos.

**Duración:** relacionado a la hora de inicio y fin de cada bloque del programa, contando el espacio publicitario.

**Contenido:** donde se indicará si es una entrevista, un vídeo, una actuación, una conexión en directo, etc. Teniendo en claro el nombre de los invitados que participarán con sus respectivos rótulos. Si se trata del final de un bloque, es conveniente enlazar con el siguiente indicando el contenido al que se da paso.

**Línea exterior o conexión:** En este punto se especifican todos los datos técnicos necesarios, por ejemplo, la procedencia de la señal (satélite, unidad móvil, fibra óptica, etc.). En el caso de conexiones con el exterior o con otros estudios, es necesario especificar si se trata de una conexión unidireccional o si se va a realizar un dúplex, lo que implica el mantenimiento de las dos líneas abiertas para permitir el diálogo entre las dos partes.

**Audiovisión:** relacionado a la asociación del sonido y la imagen que genera una percepción completamente distinta a la que produce cada uno de ellos por separado. Se aprecia la fuente de sonido que puede proceder del estudio (micrófonos), de equipos de reproducción, de conexiones, etc.

## **Fases de la producción**

### **Pre producción**

Para Giraldo y Gutiérrez (2018), es una de las etapas de más trabajo, lo primero que se debe tener en cuenta es el contenido que se va desarrollar, es decir el guion, así mismo todo lo referente a la parte técnica. Se debe tener en cuenta la nuevas formas de narrar que hoy en día la audiencia solicita que estén presentes en la televisión, con un contenido flexible.

Esta fase incluye dos tareas profesionales: la concepción de la valoración en la noticia (que condicionan con todo el resto del proceso) y la organización de las tareas que se deben dar mediante la distribución de las funciones, la decisión acerca de los recursos humanos y técnicos necesarios para llevarla a cabo, la elaboración de un presupuesto que contemple todas las partidas, la organización de la documentación escrita, sonora, visual y audiovisual, la fijación de la agenda de trabajo, etc. Es por ello; que comprende todas las acciones que se llevan a cabo antes de iniciar el registro de las imágenes y se deben marcan las líneas maestras de la producción.

### **Producción**

La producción es la etapa de rodaje de todo el material informativo, es decir, el desarrollo de los guiones y textos escritos. Se acoplarán tanto el recurso humano como los recursos técnicos necesarios y así tener imágenes y sonidos, para luego darle forma a lo que se pretende comunicar (Giraldo & Gutiérrez, 2018).

En esta fase se registran las imágenes, siguiendo las indicaciones del plan de producción. Habitualmente intervienen un mayor número de personas y donde los errores cometidos en la pre producción se ponen claramente de manifiesto.

Pilas (2017), menciona que existen dos tipos fundamentales de controles de realización: el primero denominado de disposición en sala común, y es donde todo el equipo de trabajo realiza las reuniones en la misma sala; y el segundo denominado de disposición seccionalizada, es decir, que la sala se encontrará dividida en varias partes, dependiendo de las secciones de desarrollo.

## **Post producción**

En esta etapa se realiza la selección y maquetación de todos los datos de los textos, imágenes y sonidos. Se desarrolla entonces la fase del montaje final, de tal manera que el programa queda realmente listo para su emisión (Giraldo & Gutiérrez, 2018).

Por ende, es la etapa decisiva donde implica como va a quedar conformado el final del programa, realizándose la edición e inclusión de los diferentes efectos digitales. Para ello, se cuenta con:

**Equipo de producción:** Según La base principal de cualquier proyecto colaborativo que se quiere poner en práctica es contar con un sólido grupo humano que mezcle ideales, competencias y aptitudes. Cada uno con su rol y su cometido (Lopez, et al., 2020).

**Productor:** encargado desde el inicio de la concepción de la idea hasta su realización final, debe de ser el responsable de cada etapa del desarrollo, así como del financiamiento (Lopez, et al., 2020).

**Director:** es el jefe del equipo, y cuenta con amplia trayectoria en el ejercicio televisivo, teniendo conocimiento del panorama a desarrollar y estará a cargo de que todos los equipos efectúen con sus funciones (Canales, 2019)

**Asistente de Producción:** El asistente de producción realiza diversas tareas, brinda cobertura asiste al reportero y al camarógrafo con distintas funciones, todas ellas apuntan a que realicen su trabajo de la mejor manera (Linares, 2021).

**Camarógrafo:** este profesional periodístico está encargado de registrar las imágenes y los sonidos que darán cuenta de los hechos (Linares, 2021)

**Sonidista:** personal que tendrá a cargo el registro de las tomas de audio en todas sus fases (Canales, 2019).

**Personal de post producción:** Su trabajo consiste en seleccionar y combinar los distintos elementos que el reportero le ha indicado que debe utilizar a través del guion (Linares, 2021).

## **Funciones del comunicador en Pantalla**

En su condición prioritaria, son varias las funciones elementales que cumple el comunicador. Una función comunicativa o pragmática es como el emisor y

vocero es el responsable del relato, es un constructor social, es responsable de conectar -la historia con el espectador. Es el mensaje o una buena parte del mensaje; y la segunda es una función sintáctica o gramatical que abarca los siguientes puntos: Ordena y organiza el discurso (Texto o relato de la historia); participa en la organización del relato; le da continuidad, pausa, ritmo al relato; le da cohesión y coherencia al relato y le impone un estilo y coherencia; es el responsable de despertar y mantener el interés en el espectador, de manera agradable entretenerlo para hacer efectiva y eficaz la comunicación.

### **1.3.3. Prácticas pre profesionales**

Se define como, es una estrategia por parte de las casas de estudio, en el cual estudiantes de pregrado se desempeñan en empresas como profesionales, poniendo en práctica todo lo aprendido académicamente como parte de un proceso integral de aprendizaje ante problemáticas que pueden suceder en el mundo laboral, logrando con esto resolver problemas complejos a través de la comprensión y de la aplicación de lo teórico y de esta manera estén preparados, para cuando egresen como verdaderos profesionales (Giraldo & Gutiérrez, 2018).

La práctica pre profesional es un espacio creado para terminar de formar a los profesionales en su campo laboral, es decir, que ellos aprendan a desarrollar sus competencias, así como también a dominar sus emociones y pongan en práctica sus conocimientos, con el único fin de prepararlos para un correcto desempeño laboral en el futuro (Manrique, et al., 2020).

### **Legislación reguladora de la práctica pre Profesional**

El presente Decreto Legislativo N°1401 tiene por objeto crear el régimen especial que regula las modalidades formativas de servicios en el sector público. (Diario El Peruano, 2018)

La práctica pre profesional tiene por objetivo desarrollar capacidades de los estudiantes de universidades, institutos de Educación Superior, escuelas de Educación Superior y Centros de Educación Técnico Productiva, a partir del último o los dos últimos años de estudios, según corresponda, excepto en los casos que el plan de estudios contemple un criterio distinto para la realización de prácticas, caso en el cual prevalecerá este último.

El Decreto Legislativo N°1401, hace énfasis en lo referente a la práctica preprofesional, estableciendo su durabilidad, las horas de jornada laboral por semana, entre otros aspectos, así se detalla en los siguientes artículos:

#### **Artículo 6. Convenio de práctica pre profesional**

Las prácticas pre profesionales se encuentran reguladas por el presente Decreto Legislativo y el convenio respectivo que suscriben el estudiante, el centro de estudios y la entidad pública en la que se desempeñan las actividades.

#### **Artículo 7. Tiempo de Duración**

El convenio y las prácticas pre profesionales no podrán extenderse más allá de un período de dos (2) años aun en el caso de que dichas prácticas se desarrollen en más de una entidad; a excepción de los casos en los que el plan de estudios contemple un criterio distinto para la realización de prácticas, situaciones en las que prevalecerá este último.

El convenio de prácticas pre profesionales caduca automáticamente al adquirirse la condición de egresado.

#### **Artículo 8. Jornada Semanal**

La jornada semanal máxima de las prácticas pre profesionales no será superior a 6 horas cronológicas diarias o 30 horas semanales.

#### **Artículo 9. Prácticas pre profesionales durante el último año de estudios.**

Únicamente para efectos del acceso al sector público, se podrá validar el último año de prácticas pre profesionales desarrolladas en el marco de la presente norma, como experiencia profesional.

#### **Competencias de las prácticas pre profesionales de la USS.**

La realización y desarrollo en la práctica pre profesional, genera las capacidades de identificar y diagnosticar problemas que conformen los puntos bases de formación en la praxis profesional y que se encuentran caracterizados por la pertinencia, tomando en cuenta las demandas de desarrollo socioeconómico de la región y sus sustentos de buen vivir (Cedeño, et al., 2017).

Según la descripción de las experiencias curriculares el alumno de Práctica I y II debe cumplir con las siguientes competencias tal como lo señala el currículo de la E.A.P de Ciencias de la Comunicación (2015). El estudiante desarrolla acciones propias de la carrera en medios de comunicación, para contrastar sus habilidades de planificar, implementar ejecutar y evaluar procesos comunicacionales, con profesionalismo científico tecnológico y amplio marco ético.

Desarrolla acciones propias de la carrera en organizaciones públicas y privadas no mediáticas, para contrastar sus habilidades de planificar, implementar ejecutar y evaluar procesos comunicacionales, con profesionalismo científico – tecnológico y amplio marco ético.

### **Perfil Profesional**

La práctica pre-profesional instituye relaciones entre los procesos académicos e investigativos con la sociedad, contribuye a consolidar la integralidad del futuro profesional al formar procesos de reflexividad que dirigen a la autovaloración y compromiso social de las personas en formación y conlleva a una relación de identidad con el perfil profesional (Cedeño & Santos, 2017).

#### **1.4. Formulación del problema**

¿De qué manera el magazine televisivo coadyuva en la práctica pre profesional de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán – Chiclayo 2019?

#### **1.5. Justificación e importancia del estudio**

La presente investigación es relevante porque determina un mejor conocimiento de la estructura de un magazine televisivo orientado a un target juvenil que requiere dinamismo y variedad de contenidos en esparcimiento y cultura.

La implicancia practica es conveniente para los estudiantes de ciencias de la comunicación que desarrollan su práctica pre profesional en entornos audiovisuales apropiados en donde se direccionan programas a un mercado juvenil de nivel

socioeconómico medio y estilos de vida modernos, que buscan en estos programas información relevante respecto a farándula, ocio, música y cultura en un mismo paquete comunicacional.

El valor teórico de la investigación está relacionado al conocimiento de nuevos formatos televisivos orientados a multi-factores culturales que tienen un efecto de cambio conductual en un público joven y que repercuten en la psicología del consumidor televisivo.

El aspecto práctico es determinante porque los instrumentos de esta investigación pueden ser aplicados en otras de la misma línea investigativa con resultados obviamente diferenciales.

El aspecto social, radica en que la propuesta se enfoca en ofrecer un espacio televisivo que va enriquecer el aspecto cultural del público al cual va dirigido y sobre todo fortalece las competencias pre profesionales en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación para elaborar formatos de magazine de calidad.

El valor metodológico está directamente relacionado con la propuesta de investigación que recomienda la intervención a través de las prácticas pre profesionales de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán.

## **1.6. Objetivos**

### **1.6.1. Objetivo general**

Proponer el proceso de producción de un magazine televisivo que beneficie en la práctica pre profesional de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán – Chiclayo 2019.

### **1.6.2. Objetivos específicos**

Identificar las competencias necesarias para el manejo de producción televisiva del magazine en la práctica pre profesional de los estudiantes de Ciencias de Comunicación de la Universidad Señor de Sipán.

Identificar las necesidades para el manejo de producción televisiva del magazine de la práctica pre profesional de los estudiantes de Ciencias de Comunicación de la Universidad Señor de Sipán

Evaluar el manejo de producción televisiva en magazine de la práctica pre profesional de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán.

Diseñar los procesos, características, contenidos de producción televisiva para la creación de un modelo de magazine para la práctica pre profesional de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán.

### **1.7. Limitaciones**

El costo que representa la realización de la presente investigación, debido que es una investigación autofinanciada.

El poco tiempo en la realización, debido a la presentación de otros trabajos que la escuela demanda.

Falta de información referente al tema debido a que la web no brinda muchos datos con respecto al lugar.



## **II. MATERIAL Y MÉTODO**

### **2.1. Tipo de estudio y diseño de la Investigación**

“La investigación de tipo mixta implica recolectar y el analizar datos cuantitativos y cualitativos, integrando sus resultados y discutiéndolos conjuntamente, para brindar resultados de toda la información recogida y conseguir entender el suceso en la investigación”. Así mismo, “El diseño de investigación no experimental, es cuando no se logra manipular deliberadamente a las variables, es decir observó al fenómeno tal y como se dan en su contexto natural, para luego analizarlos” (Hernández & Mendoza, 2018, p. 152).

Entonces, según los objetivos establecidos, se encontró en el enfoque mixto con un diseño de investigación no experimental, debido a que no se manipuló ninguna de las variables estudiadas, y los datos fueron recolectados en un determinado momento.

Así mismo, la investigación fue descriptiva - propositiva, porque busca describir el proceso que se utiliza en la producción televisiva de un magazine e identificar cuáles serían los beneficios de esta variable para la práctica pre profesional en los alumnos de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán en Chiclayo 2019.

### **2.2. Escenario de Estudio**

El escenario de esta investigación se desarrolló en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán ubicado en Pimentel Chiclayo en el Departamento de Lambayeque.

La Escuela de CC.CC cuenta con un Centro Académico Multiplataforma que fue aperturado como laboratorio para que los alumnos generen contenidos y donde fácilmente se podría llevar a cabo la propuesta del magazine televisivo y sean ellos quienes lo realicen.

### **2.3. Caracterización de Sujetos**

Los sujetos de la investigación fueron los estudiantes de 9no a 10mo ciclo que estaban registrados en el curso de práctica pre profesional I y II de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán del

semestre 2019-II; es decir 08 alumnos entre hombres y mujeres y que en su mayoría viven en Chiclayo.

Se tiene en cuenta como requisito haber aprobado la asignatura de producción y realización televisiva.

Así mismo, se tuvo en cuenta a dos especialistas en producción audiovisual y producción de Tv; realizándose un análisis de información y documentos relacionados con el silabo del curso de práctica pre profesional de la E.A.P. de Ciencias de la Comunicación.

#### **2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Las técnicas que se utilizaron para poder recolectar la información necesaria de la investigación fueron las siguientes:

##### **Entrevista**

La entrevista en términos generales cumple con la función de precisión de la pregunta y la complejidad de la respuesta, para poder llegar adjuntar toda la información posible y necesaria que ayude a nuestro tema de investigación. Se aplicó entrevistas a especialistas con experiencia en el área de producción televisiva, todos ellos cuentan con una Maestría y años de experiencia en medios televisivos o audiovisuales.

El tipo de entrevista que se utilizó es la entrevista semiestructurada. Según Hernández y Mendoza (2018), este tipo de entrevistas “cuentan con una guía de preguntas, donde el entrevistador tiene la posibilidad de agregar preguntas adicionales y así obtener información más precisa sobre el tema abordado” (p.449).

##### **Focus Group**

El focus group es considerado por Hernández y Mendoza (2018), como “un tipo de entrevista grupal, en donde todos participan y conversan sobre determinado tema y se busca conocer las inquietudes, actitudes, necesidades de los participantes” (p.455).

## **La encuesta**

La encuesta es una técnica de investigación que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios.

## **Instrumentos de recolección de datos**

### **Guía de Focus Group**

- El Focus Group, estuvo formado por dos temas principales: Producción audiovisual y Producción televisiva.
- Participaron estudiantes de 9no a 10mo ciclo que estaban registrados en el curso de práctica pre profesional I y II de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán del semestre 2019-II.
- El Focus Group con los alumnos se realizó en una de las aulas del edificio principal de la Universidad Señor de Sipán, adecuado para la dinámica grupal. Se realizó la respectiva grabación para registrar las respuestas de cada estudiante.
- Esta técnica permitió conocer las inquietudes, opiniones, sugerencias, carencias y necesidad de un magazine televisivo para reforzar la práctica pre profesional de esa manera hacer una propuesta de investigación más acertada.

### **Guía de Entrevista**

Se desarrolló un cuestionario de entrevista que contuvo un aproximado de 12 preguntas relacionados con el magazine televisivo y la práctica pre profesional. Se aplicó la entrevista semiestructurada a tres especialistas los cuales dieron 15 respuestas a nuestro cuestionario con los temas de nuestra investigación.

### **Cuestionario**

El cuestionario es un instrumento de recopilación de datos que es apropiado para conseguir gran cantidad de información de una mayor población, así como facilitar el análisis de la información.

## **2.5. Procedimiento para la recolección de datos**

Se recopiló la información y/o datos que eran necesarios para la investigación de forma directa y confiable.

Se diseñó los instrumentos entrevista y focus group de acuerdo con la información obtenida para un mejor orden de preguntas.

Aplicación de instrumentos: En el trabajo de investigación se aplicó el Focus Group y encuestas, a los estudiantes del curso de práctica pre profesional (I y II).

Ejecución de una entrevista a los especialistas, todo ello fue registrado en una grabación con sus respectivos informes.

Esta recolección de información y datos facilitó el análisis e interpretación de instrumentos registrados en informes que ayudaron a una buena investigación.

## **2.6. Procedimiento de análisis de datos**

Con respecto al procedimiento de análisis de datos, se analizó toda la información obtenida de la entrevista, la encuesta y el focus group. Es por ello; que después de haber obtenido todos los datos de los instrumentos se procedió a la realización de las tablas y sus respectivos análisis e interpretaciones.

## **2.7. Criterios éticos**

Los criterios éticos de esta investigación estuvieron conformados por el respeto a las personas, ya que han sido tratados con cortesía y honestidad. Así mismo; por la confidencialidad ya que toda la información obtenida se mantenido en anonimato y solo ha sido utilizada en esta investigación.

## **2.8. Criterios de rigor Científico**

En esta investigación los criterios de rigor científico estuvieron compuesto por la confiabilidad y validez; debido a que los instrumentos utilizados fueron sometidos al juicio de expertos en el tema.

### III. REPORTE DE RESULTADOS

#### 3.1 Análisis y discusión de los resultados

##### 3.1.1 Identificación del perfil ocupacional y competencias en los alumnos de prácticas pre profesional.

Tabla 1. *Alumnos que realizan sus prácticas pre-profesionales en el área de su futura especialización.*

Alumno 1	Alumno 2	Alumno 3	Alumno 4	Alumno 5	Alumno 6	Alumno 7	Alumno 8
No	No	No	No	No	No	No	No

Fuente: Elaboración propia

#### **Apreciaciones:**

Los estudiantes indicaron que no están realizando sus prácticas pre-profesionales en el área de tu futura especialización.

Tabla 2. *¿Qué áreas de la carrera de Ciencias de la Comunicación les llama más la atención?*

ALUMNO	Producción Audiovisual	Producción Televisiva	Diseño y Fotografía	Periodismo e investigación	Marketing y publicidad
1	X				X
2				X	
3	X	X	X		X
4					X
5					X
6	X	X	X		
7	X				
8	X	X			

Fuente: Elaboración propia

**Apreciaciones:**

Los estudiantes tienen mayor preferencia por las áreas de producción audiovisual y marketing. Solo uno se inclinó por el área de periodismo e investigación.

Tabla 3. *¿Cree que el área en la que desea especializarse esta correctamente implementada?*

ALUMNO	SI	NO
1		X
2		X
3		X
4		X
5		X
6		X
7		X
8		X

Fuente: Elaboración propia

**Apreciaciones:**

Se evidencia, que los alumnos no consideran que está bien implementada su área que desean especializarse, situación puede afectar es su desempeño en el área.

Tabla 4. *Área de las ciencias de la comunicación que le gustaría trabajar.*

ALUMNO	Área de la ciencias de la Comunicación
1	Comunicación política y comunicación para el desarrollo en la resolución de conflictos socio ambientales y dialogo en comunidades
2	Audiovisual
3	Enseñanza en comunicación
4	Marketing y publicidad
5	Producción audiovisual
6	Audiovisual o prensa de investigación (imagen o vídeo)
7	Televisión o imagen institucional de las empresas
8	Relaciones Públicas

Fuente: Elaboración propia

### **Apreciaciones:**

Los estudiantes indicaron que una vez finalizada su carrera les gustaría trabajar en las áreas de producción audiovisual y marketing. Solo algunos se inclinaron por el área de periodismo e investigación y comunicación para el desarrollo.

Tabla 5. *¿Se siente preparado para salir al campo laboral?*

ALUMNO	SI	NO
1	x	
2	x	
3	x	
4	x	
5		X
6		X
7		X
8		X

Fuente: Elaboración propia

### **Apreciaciones**

De acuerdo a la tabla 5, la mitad de los alumnos encuestados indican que si se sienten preparados para salir al campo laboral y la otra mitad manifestaron lo contrario.

### **3.1.2 Identificación de las necesidades que encuentran los alumnos en la práctica pre profesional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.**

Tabla 6. *Percepción de los alumnos con respecto a los equipos técnicos y espacios necesarios para realizar los diferentes procesos de producción audiovisual y/o televisiva.*

ALUMNO	SI	NO
1		X
2		X
3		X
4		X
5		X
6		X
7		X
8		X

Fuente: Elaboración propia

**Apreciaciones:**

Los estudiantes consideran que la Escuela de Ciencias de la comunicación no cuenta con los equipos técnicos y espacios necesarios para realizar los diferentes procesos de producción audiovisual y/o televisiva.

Tabla 7. *Percepción con respecto a la existencia de docentes especialistas para la producción audiovisual y/o realización de un magazine televisivo.*

ALUMNO	SI	NO
1		X
2		X
3		X
4		X
5		X
6		X
7		X
8		X

Fuente: Elaboración propia

**Apreciaciones:**

Los estudiantes consideran que la Escuela de Ciencias de la Comunicación no cuenta con los docentes especialistas para la producción audiovisual y/o realización de un magazine televisivo.

Asimismo; se afirmó las coincidencias en cuanto a las deficiencias en equipos técnicos como acceso a cámaras o laboratorios con las herramientas eficientes para realizar trabajos audiovisuales de pre producción, producción y post producción. Además; también manifiestan la importancia de contar con docentes o especialistas que tengan experiencia en el área audiovisual, para que les proporcione los conocimientos necesarios para un mejor desempeño en el mundo laboral.

Por último; también se evidencio el talento que hay en los estudiantes el deseo que tienen por potenciar y fortalecer sus conocimientos para desarrollar sus habilidades.



### 3.1.3 Evaluar el manejo de producción audiovisual y televisiva de los alumnos de prácticas pre profesional.

El Focus Group, estuvo formado por dos temas principales: Producción audiovisual y Producción televisivo.

Participaron estudiantes del curso de prácticas pre profesionales I y II de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

El Focus Group con los alumnos se realizó en una de las aulas del edificio principal de la Universidad Señor de Sipán, adecuado para la dinámica grupal. Se realizó la respectiva grabación.

Tabla 8. *Experiencia en la realización de alguna producción audiovisual, al inicio y final de la participación.*

Alumno	Inicio	Final
1	Experiencia atractiva desde las aulas	
2	Con temor por desconocimiento, de algunos procesos de producción en medios externos.	Lo que aprendemos en la Universidad es muy distinto a la realidad de la mayoría apelan a la improvisación
3	Un poco complicado en cuanto a conocimientos y práctica.	Ya con la práctica de volver hacer y corregir y experiencia se puede uno desempeñar mejor.
4	Considero que los docentes que enseñen los cursos deben trabajar o haber tenido experiencia en lo que está enseñando.	Aprendí en un canal externo lo que es pre producción pero no tengo un conocimiento fuerte de lo que es lenguaje audiovisual.
5	Mucha teoría desde el curso poca practica en la Universidad.	Gratificante por la participación de alumnos y docente especialista (Gisela Burga)

6	En cuestión de Universidad siempre nos ingeniamos en cuanto a recursos, presupuestos y preparación. Uno descubre diferencias de la U y es mundo laboral real.	A las finales uno termina adaptándose un poco a los procesos de cada medio y también aplicando lo aprendido en la U.
7	Experiencia bonita en las aulas ya que contábamos con una especialista en audiovisual que nos guiaba en la práctica (Gisela Burga)	Aunque la realidad y la Universidad son muy distintas cuando hay una base teórica relaciona con la práctica esta te puede ayudar a prepararte mejor en medios televisivos y con productos audiovisuales (cortometrajes)
8	Mostré interés por lo audiovisual desde las aulas, aprendo lo básico, sobresalí y tuve la oportunidad de ser parte de un espacio televisivo donde me desempeñé en casi todas las áreas.	Cuando estas en un medio televisivo te queda aceptar el reto, aplicando lo aprendido, aprendiendo y adaptándote a los procesos del medio.

Fuente: Elaboración propia

### **Apreciaciones:**

En la tabla 8 se puede evidenciar que todos los estudiantes que formaron del focus group han participado en la realización de alguna producción audiovisual dentro de la Universidad que con la ayuda del docente han podido realizar pequeñas producciones donde han puesto en práctica los conocimientos recibidos en aulas, sin embargo, coinciden que al ser partícipes de producciones externas al inicio es un poco complicado ya que es otra realidad en lo laboral pero que por medio de la práctica y experiencia han ido mejorando.

Tabla 9. *Tipo de producción y rol que desempeñaron durante la realización*

Alumno	Tipo de producción	Rol que desempeño
1	Spot Publicitario	Productor
2	Videoclip	Productor y Guionista
3	Canal de Tv	Productor y varias áreas
4	Canal de Tv	Conducción y Producción
5	Magazine, Reality	Productor, Asistente de producción, reportero
6	Canal de Tv	Reportera y Guionista
7	Cortometraje, canal de Tv, Magazine	Reportera, edición, maquillista
8	Magazine, cortos	Conductor, reportero

Fuente: Elaboración propia

#### **Apreciaciones:**

En la tabla 9, se puede evidenciar que el tipo de producción que realizaron los estudiantes fue en TV, videoclips, spot y cortometrajes. Así mismo; el rol que desempeñaron fue el de asistentes de producción, editores, maquillistas, reporteros y en algunos casos como productores.

Tabla 10. *Tipo de equipos técnicos y programas que dominan para realización de una producción audiovisual.*

¿Qué tipo de equipos técnicos y programas dominan para realización de una producción audiovisual?		
Alumno	Equipos Técnicos	Programas Para Post Producción
1	Cámaras DsrI, Switcher, Trípodes, etc.	Adobe Premier, ilustrator, Photoshop
2	Cámaras, equipo técnico y sonido	Domina toda la familia de Adobe y Sonido.
3	Cámaras de video, fotos y luces	Adobe Photoshop, indesing e ilustrator
4	Cámara de fotos y video básico	Adobe premier y Photoshop básico
5	Cámara de fotos y video básico, switcher	Adobe Photoshop, After Effects.

6	Cámara de fotos, video y trípode.	Audition, Photoshop Illustrator
7	Cámara de fotos, video	Adobe Photoshop, Adobe Premier. Ligthroom
8	No domina ningún tipo de cámaras	No domina ningún programa

Fuente: Elaboración propia

### Apreciaciones:

En la tabla 10, se evidencia que el tipo de equipos que mayormente dominan los estudiantes en una producción audiovisual son las cámaras de fotos, cámara de video, trípode y cámaras Dsrl. Por otro lado, los entrevistados indicaron que los programas que suelen utilizar son el Adobe premiere, Photoshop, indesing, ilustrator. Por último, uno de ellos indicó no dominar ningún tipo cámaras y programas de edición.

Tabla 11. *Importancia del curso de producción televisiva*

¿Cuán importante para Ustedes el curso de producción televisiva y por qué?		
Alumno	Muy Importante	Poco Importante
1	Muy importante pero la realidad es distinta	
2	Muy importante por el trabajo en equipo y porque hay mucho que aprender	
3	Es importante porque me han enseñado varias cosas	
4	Importante porque puedes hacer magia detrás y delante de una pantalla.	
5	Muy importante porque nos da un concepto más claro de lo que queremos. Y nos muestra como es la realidad externa.	
6	Muy importante porque te prepara para el mundo laboral	
7	Muy importante porque puedes crear algo diferente	
8	Es importante porque nos da las bases pero que nos enseñen no lo ideal sino lo real de lo externo.	

Fuente: Elaboración propia

### Apreciaciones:

Se puede apreciar que los estudiantes indicaron que el curso de producción televisiva es muy importante durante su formación académica, porque a través de esta asignatura se les brindó las pautas necesarias para realizar diversos trabajos audiovisuales y prepararlos para el competitivo mercado laboral.

Tabla 12. *¿Creen que los temas considerados en el curso de producción televisiva son los adecuados para su formación profesional en algún medio televisivo? Si/No ¿Por qué?*

¿Creen que los temas considerados en el curso de producción televisiva son los adecuados para su formación profesional en algún medio televisivo? Si/No ¿Por qué?		
Alumno	Si / No	¿Por qué?
1	SI	Si teóricamente, pero deberían mejorar en contratar a profesores que sean más especializados en las ramas para desarrollar el tema práctico. Y que nos den acceso a los equipos y laboratorios que nos van ayudar a desenvolvemos mejor.
2	SI	Sin embargo, en mi tiempo no pudimos practicarla ya que el set de Tv estaba cerrado. Y los docentes la mayoría no dominan programas de edición.
3	SI	En mi caso tuve mucha práctica ya que tuve la oportunidad de salir por sobresaliente
4	SI	Pero el tema práctico como talleres de realización práctico nos ayudaría mucho más
5	SI	Bueno si ya que no caemos en lo empírico pero nos olvidamos de la realización
6	SI	Pero todo lo que he aprendido lo he aprendido por cuenta propia solo me ha servido como una guía.
7	SI	Pero es muy teórico y nada práctico ya que nos enseñaban distintos docentes. No solo es teórico si no lo técnico también es muy importante.
8	NO	Porque el tiempo de práctica no es suficiente y los equipos de edición no son los adecuados para poner en práctica la teoría.

Fuente: Elaboración propia

**Apreciaciones:**

Los estudiantes consideran que los temas abordados en el curso de producción televisiva son los adecuados para su formación profesional. Sin embargo, algunos indicaron que se deberían contratar a docentes más capacitados en la línea audiovisual; asimismo destacaron en que la escuela debe brindarles acceso a los equipos y que a su vez puedan equipar las aulas con programas de edición con licencias actualizadas, debido a que muchos no dominan estos programas.

Tabla 13. *Que entienden por el formato de Magazine Televisivo*

<b>¿Qué entienden Ustedes por el formato de Magazine Televisivo?</b>	
<b>ALUMNO</b>	<b>MAGAZINE ES...</b>
1	Programa familia que abarca distintos temas, espectáculo, cocina, etc. que lo aterriza todo en un producto audiovisual
2	Tiene que tener la capacidad de divertir y sorprender al espectador.
3	Programa de entretenimiento con valor agregado de educar a la gente.
4	Es el intervalo entre entretenimiento e información
5	Es un híbrido de sano que mezcla entretenimiento información
6	Es entretenimiento e información
7	Es una mixtura de entretenimiento e información
8	Es información útil y de entretenimiento.

Fuente: Elaboración propia

**Apreciaciones:**

Los estudiantes definen un programa magazine como un programa de entretenimiento familiar que contiene varios segmentos con la finalidad de divertir al televidente.

Tabla 14. *Tipo de Magazines es de su preferencia*

Alumno 1	Alumno 2	Alumno 3	Alumno 4	Alumno 5	Alumno 6	Alumno 7	Alumno 8
Magazine Informativo.	Magazine cultural.	Magazine Informativo y de entretenimiento.	Magazine cultural.	Magazine cultural.	Magazine de entretenimiento y cultural.	Magazine cultural	Magazine de entretenimiento y cultural.

Fuente: Elaboración propia

### Apreciaciones:

Los estudiantes indicaron que el programa magazine de su preferencia son los de entretenimiento, seguidos de los culturales y por último los informativos.

Tabla 15. *Elección del tipo de contenido del Magazine televisivo*

ALUMNO	CONTENIDO
1	Sección de noticias abarcado de distintos temas por distintos profesionales
2	Entrevistar a un personaje que pueda sorprender y enseñar por medio de sus acciones o resultados.
3	Le pondría contenido informativo y entretenido, por ejemplo: que te informen de las noticias de manera divertida y concisa
4	Me gustaría que se haga un magazine tipo reality por ejemplo: si estudian medicina hagan el recorrido de un día con un Doctor y compartan su experiencia y que hagan contrastes entre lo académico teórico y la realidad laboral.
5	Mezclaría lo cultural e informativo que sea atractivo y bien alineado de entretenimiento sano. Y cultural turístico.
6	Magazine familiar con temas de interés para las amas de casa.
7	Cultural y entretenimiento de viajes y gastronomía. También de retos extremos.
8	Cultural enseñarle a la gente a conocer lugares de manera económico. Entretenimiento me basaría por ejemplo de ir a comer en lugares ricos.

Fuente: Elaboración propia

### Apreciaciones:

Los estudiantes indicaron que si pudieran hacer un Magazine televisivo tendrían contenido informativo, cultural y de contenido de entretenimiento atractivo para lograr captar la atención del televidente. Otros consideraron incluir un reality show debido al éxito que tiene este tipo de formatos en la televisión.

Tabla 16. *Importancia y motivos de realizar sus prácticas pre profesionales en un espacio de producción televisiva de un magazine de entretenimiento.*

ALUMNO	SI, IMPORTANTE	NO
1	Sí, porque a mí me interesa que haya un espacio para hacer ese tipo de prácticas para que así vuelva a despertar el gusto por la televisión.	
2		No, no sería importante, he tenido experiencia, pero sirvió para saber que no quería hacerlo.
3	Sí, porque puedes aprender de manera teórica y práctica	
4		No, no me gustaría
5	Sí, porque si me agrada la producción audiovisual y en todo espacio que pueda aplicar los conocimientos que me puedan dar en aulas.	
6	Sí, porque me gustaría ahondar más mis conocimientos.	
7	Si, si es que hubiera el formato que te mencione hace rato	
8	Sí , pero si hay los presupuestos y equipos técnicos	

Fuente: Elaboración propia

### Apreciaciones:

Los estudiantes indicaron que si sería importante para ellos realizar sus prácticas pre profesionales en un espacio de producción televisiva de un magazine de entretenimiento porque les permitiría aprender de forma práctica y así incentivar el gusto por la televisión. Sin embargo, otros indicaron que no les gustaría esta posibilidad debido a que lo consideran innecesario.



Los estudiantes resaltaron la importancia de contar con un magazine televisivo por las siguientes razones:

Aterrizar los conceptos, teorías e información recibidos en las aulas de la mano con la práctica.

Adquirir la experiencia en lo técnico y profundizar sus conocimientos.

Aprendizaje y la creación de nuevos contenidos.

Reforzar sus competencias y preparación para un mejor desempeño el mundo laboral.

De acuerdo a las respuestas obtenidas y los resultados que se reflejan en el focus group con los alumnos del curso de prácticas pre profesionales de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. 06 de 08 alumnos manifestaron su aprobación para la propuesta de un magazine televisivo para la práctica pre profesional, resaltaron la importancia de:

Aterrizar los conceptos y teorías recibidas en las aulas

Adquirir experiencia en lo técnico y ahondar más sus conocimientos.

Aprendizaje y creación de nuevos contenidos.

Mejor preparación y desempeño para el mundo laboral real.

Se dio a conocer los gustos y preferencias en las distintas áreas de las comunicaciones que ellos les gustaría aprender. Así mismo los temas y contenidos que podrían elegir para un magazine televisivo. Por otra parte, también desean involucrarse más en el trabajo en equipo que se vive a la hora de elaborar los procesos de producción, tener experiencias audiovisuales que les ayude a generar confianza en sí mismos y se familiaricen con el lenguaje audiovisual y televisivo.

Así mismo; se evidencio que existe un gran número de alumnos que desde un inicio optaron por la carrera de Ciencias de la Comunicación solo por los audiovisuales y la producción televisiva; sin embargo, sus expectativas no han sido cubiertas. Ante esto, es de vital importancia señalar que existe un número de alumnos que ya han tenido de alguna otra manera experiencia en algún proyecto televisivo o audiovisual fuera de la universidad, siendo un poco difícil al comienzo por falta de preparación.

Por ello, es de suma importancia la participación activa en la creación de contenidos, la guía correcta en la utilización de equipos técnicos y las herramientas adecuadas para el diseño de un magazine televisivo competitivo para la práctica pre profesional. Ante esto; lo que se busca es involucrándolos antes del salir al campo laboral para su pronta inserción al mundo laboral real.

## Resultados de la entrevista

### Guía de Entrevista a Especialistas

Se desarrolló una guía de entrevista a 02 especialistas en Producción de televisión y Producción audiovisual.

#### Entrevistado 1

Magíster Faustino Pisfil Llontop, quien se inició en el mundo de la radio y luego realizó producción televisiva. Fue Director del canal en UCV filial Chiclayo y actualmente es docente de la Universidad Señor de Sipán.

#### Entrevistado 2

Magister Dennis Perinango especialista en realización y producción audiovisual. Trabajó en España, Lima y Chiclayo. Actor de teatro, dirección en televisión y en Cine. Ganador de un fondo del Estado para la realización de su propio cortometraje. Actualmente es docente en Universidad Señor de Sipán y Universidad de San Martín.

Tabla 17. *Resultados de la entrevista a los especialistas*

PREGUNTAS	ENTREVISTADO 1	ENTREVISTADO 2
1.- ¿Qué es un Magazine televisivo de entretenimiento y cuáles son sus características?	Es un formato de los más usados en Tv local, Nacional e Internacional. Segmentos con información variada con el fin de brindar entretenimiento puro, Se caracteriza por ser dinámico, busca que el televidente en el tiempo de ocio puede servirle y pueda serle útil.	Formato que busca entretener al espectador con todo tipo de información, miscelánea, concursos. Tiene una estructura de programa digerible y con un lenguaje accesible.

---

<p>2.- ¿Qué requisitos debe tener un magazine televisivo para que sea un producto de calidad y competitivo?</p>	<p>Buen equipo técnico Buen equipo Humano Presupuesto para seguir todos los procesos correctos.</p>	<p>El trabajo en audiovisual es trabajo en equipo, todos son piezas que suman a un producto. El equipo humano que domine la parte técnica, guiado de una idea Creativa plasmada en un guion. Dinámico para el espectador.</p>
<p>3.- ¿Cuáles son los procesos de producción que debe tener un magazine televisivo para su correcta realización?</p>	<p>Las etapas que exige todo producto audiovisual que es Pre- producción – Producción y post producción.</p>	<p>Los procesos típicos como es la pre producción, la producción y post producción, para mi es importante la pre producción y la idea.</p>
<p>4.- ¿Cuáles son los problemas más frecuentes que ha logrado identificar en los estudiantes de Ciencias de la comunicación a la hora de realizar proyectos audiovisuales o magazine televisivo?</p>	<p>Básicamente falencias en dominar la parte técnica que es lo fundamental para desarrollarse en audiovisuales. Dominio de equipos y herramientas básicas.</p>	<p>Les falta manejo técnico, edición, montaje, cámara, sonido, etc. Hay que trabajar en el desarrollo de la creatividad ya que hay chicos que si tienen potencial solo falta pulirlos y asesorarlos correctamente.</p>
<p>5.- ¿Considera Usted que las Universidades fomenten la producción televisiva en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación?</p>	<p>Si, aunque veo que les faltan algunas cosas que deben. Se necesita un lugar cómodo con acceso para sacar productos de calidad.</p>	<p>Considero que, si apuestan un poco pero quizás dentro de sus limitaciones por falta de infraestructura, pero hay una intención.</p>

---

<p>6.- ¿Qué metodología o propuesta plantearía para impulsar o mejorar la deficiencia académica respecto a la realización audiovisual o producción de magazines televisivos?</p>	<p>Buscar que sea creativa, integradora, plantear ideas y que se respete. Que la práctica y la teoría se sincronicen y que se anexen a una guía práctica en el set. Para que los chicos conozcan el manejo técnico de equipos y enseñarles a asumir su rol con responsabilidad para un mejor desempeño y producto de calidad.</p>	<p>Se debería trabajar los contenidos de los cursos donde el alumno se involucre, se motive y desarrolle su creatividad. Trabajar una formación complementaria como talleres especializados con distintos temas dirigidos por especialistas en audiovisuales.</p>
<p>7.- ¿Considera usted que las producciones de magazines en Chiclayo cumplen con los requisitos y procesos necesarios para tener un producto de calidad? Si /No - ¿Por qué?</p>	<p>No, y tiene que ver con los presupuestos. Sin ello se va inventar o utilizar procesos empíricos. (El presupuesto determina la calidad del personal que va hacerse responsable de la realización y producción de ese programa.</p>	<p>Es muy escasa, todavía es demasiada insipiente, Yo creo que todavía no, porque no hay una formación o una generación de comunicadores audiovisuales involucrados, calificados por ende tener productos de mejor calidad.</p>
<p>8.- ¿Cuál es su opinión respecto a que una de las carencias en las producciones locales podría ser la falta de profesionales competentes y con experiencia en producción audiovisual y televisiva?</p>	<p>Muy poco interés para hacer televisión sin embargo exhorto a mis alumnos a que tengan iniciativa de aprender, investigar y mejorar, aunque no les guste puede ser el inicio de descubrir nuevas cosas o una tener una mejor preparación.</p>	<p>Es importante motivar a los alumnos para que puedan trabajar ese lado que puedan invertir y desarrollar su creatividad en productos audiovisuales como en este caso un magazine. Necesitamos más profesionales de esta línea para que los alumnos los tomen como referencia.</p>
<p>9.- ¿Cuál es su opinión respecto a considerar laboratorios en las Universidades para la realización de</p>	<p>Es importante que haya laboratorios adecuados, dispuestos con los equipos de última tecnología y adecuar los sílabos a una teoría que te lleve inmediatamente a la</p>	<p>Es muy importante que las Universidades inviertan en laboratorios en buenas condiciones para que los chicos descubran todo el potencial del discurso</p>

práctica profesional?	pre práctica y que se adapte un poco al contexto local para así poder realizar productos en bien a la Región y la sociedad.	audiovisual y mostrarles las nuevas plataformas donde se generan contenidos audiovisuales y en donde también hay un nicho de mercado.
10.- ¿Considera que el estudiante de comunicación tiene las competencias necesarias en la práctica pre profesional para enfrentar el mercado de los medios televisivos?	Si y no, no todos están en la capacidad de afrontar la responsabilidad de desempeño profesional y es natural. Sin embargo, necesitamos incentivar al estudiante. Yo siempre digo el profesor puede mejorarte la vida o arruinarte la vida. Hay que guiarlos a autoevaluarse permanentemente y mejorar como profesionales.	Algunos chicos que, si tienen las competencias, otros que están en proceso de, sin embargo, depende también del compromiso o la respuesta de cada alumno, muchos chicos necesitan de alguna motivación para desarrollarlas.
11.- ¿Considera necesario la existencia de egresados especializados o preparados en la producción televisiva de un magazine en la actualidad para la Ciudad de Chiclayo?	Necesitamos enamorar a nuestros alumnos para que desarrollen programas de televisión aquí en la Universidad mirando a la realidad Chiclayana. No hay pretexto para contribuir con profesionales enamorados de su carrera y apasionados con la televisión.	Sí, es necesario que haya egresados especializados en producción audiovisual y televisiva para poder generar un buen contenido en la Ciudad de Chiclayo.
12.- ¿Considera que la propuesta de un magazine televisivo ayudaría al desarrollo y preparación para la práctica pre profesional en los estudiantes de Ciencias de la	Si, ayudaría mucho porque es un formato con elementos y temas que a los chicos les gusta. Pueda llevar al estudiante a otros formatos. Si educamos a los alumnos de la manera correcta en este formato probablemente puede hacerlo a través de una	Por supuesto que sí porque es un producto audiovisual al fin y al cabo y como producto audiovisual ellos van estar en contacto con toda la etapa del proceso de producción como es la pre producción, producción y post

---

Comunicación? /No ¿Por qué?	Si	secuencia estructurada y guiones atractivos, es un formato muy utilizado en Universidades.	bien	producción, si creo que les serviría mucho y sería importante la propuesta de un formato como este.
--------------------------------	----	--	------	---

---

## Discusión

Las competencias necesarias para el manejo de producción televisiva del magazine de los alumnos de las prácticas pre profesionales, se evidencia que estos no están desempeñándose en el área de su futura especialización; es por ello, que el área que más les llama la atención a los alumnos es producción audiovisual, televisiva, marketing y publicidad. Sin embargo; perciben que hay deficiencias en las áreas mencionadas, siendo la más resaltante la producción audiovisual y marketing.

También se encontró que la mitad de los alumnos que participaron en el focus Group no se sienten tan preparados para el campo laboral, que según Julca (2018), los estudiantes necesitan destacar proporcionalmente las capacidades cognitivas siendo ideal la producción cinematográfica, ideal para potenciar las capacidades de los estudiantes; ya que requieren cumplir con un perfil, así como competencias para un adecuado desempeño de las prácticas pre profesionales.

Las necesidades para el manejo de producción televisiva del magazine en los alumnos de las prácticas pre profesionales, se evidencia que la Escuela de Ciencias de la Comunicación no cuenta con los equipos técnicos y espacios necesarios para realizar los diferentes procesos de producción audiovisual y/o televisiva. Tampoco hay docentes especialistas para la producción audiovisual y/o realización de un magazine televisivo, con estas situaciones Piña (2016), los estudiantes requieren de una educación experiencial, que lo pueden encontrar en el desarrollo de la práctica profesional, la misma que juega un papel vital en la mejora y en el éxito de los estudiantes a nivel de desempeño en el mercado de trabajo. Es decir, permite disminuir la brecha entre las expectativas de carrera desarrolladas en la sala de clases y la realidad del empleo en el mundo real. Por lo tanto, los alumnos requieren un mejor escenario acompañado de infraestructura y docentes que permitan satisfacer las expectativas que esperaban recibir al momento que eligieron estudiar la carrera profesional.

El manejo de la producción audiovisual y televisiva de los alumnos de prácticas pre profesional, se encontró que con la ayuda del docente han podido

realizar pequeñas producciones donde han puesto en práctica los conocimientos recibidos en aulas, sin embargo, coinciden que al ser partícipes de producciones exteriores al inicio es un poco complicado ya que es otra realidad en lo laboral pero que por medio de la práctica y experiencia han ido mejorando, además dentro del tipo de producción que realizaron los estudiantes fue en medios televisivos, videoclips, spot y cortometrajes; que según Quispe (2017), la formación profesional como proceso educativo que prepara a los alumnos para una actividad profesional y les capacita para el desempeño cualificado de las distintas profesiones. Para que, al momento de ingresar en la actividad en un campo profesional, sea capaz de adaptarse a las modificaciones laborales que pueden producirse a lo largo de su vida y las prácticas profesionales deben orientarse a propiciar aprendizajes operativos instrumentales para el desempeño de la profesión.

Finalmente; el diseño de procesos del modelo de magazine para la práctica pre profesional de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán, se basa en tres bloques importantes como presentación de los conductores, entrevista a especialistas y un bloque variado, el mismo que se caracteriza por el fortalecimiento de las competencias de los alumnos que buscan ganar experiencia, los contenidos se encuentran estructurados en ocho segmentos.



## **PROPUESTA DE PROGRAMA TELEVISIVO**

### **I. INTRODUCCIÓN**

La enseñanza teórica en las universidades es tan tónica hoy en día sin embargo en la actualidad también es imprescindible la práctica para el mejor desenvolvimiento y experiencia en los estudiantes de ciencias de la comunicación. Ante esto; la finalidad de esta propuesta denominada BoxUSS Tv es ser un magazine universitario orientado a complementar la información dada en las aulas y llevarlo a la práctica en este espacio televisivo.

El magazine televisivo tiene variedad de contenido, es una combinación de varios géneros donde se puede encontrar la información, opinión, actualidad y entretenimiento siendo más flexible para las prácticas de los estudiantes.

Es por ello que BoxUss estará dividida en bloques de contenido dinámico con información valiosa que ayude en lo profesional, personal y que brinde sano entretenimiento al espectador, para ello se invitará a las distintas facultades y áreas de la Universidad que deseen participar en el contenido del programa quienes serán guiados por los especialistas de producción de televisión y profesionales de ciencias de la comunicación, de la mano con la creatividad de los propios alumnos de la carrera.

### **II. VISIÓN**

En el 2021 ser un programa líder en magazine televisivo Universitario producido y realizado por estudiantes de ciencias de la comunicación para los jóvenes y adolescentes de la Ciudad de Chiclayo.

### **III. MISIÓN**

Ofrecer un programa magazine universitario con estilo propio de contenido interesante para los jóvenes con temas informativos, culturales y de entretenimiento.

### **IV. OBJETIVOS**

#### **Objetivo general:**

Proponer el programa BoxUss Tv que coadyuva a la práctica pre profesional en los alumnos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán.

### **Objetivos específicos:**

Diseñar el proceso de producción del magazine BoxUss Tv que contribuya a la práctica pre profesional en los alumnos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán.

Elaborar los segmentos y contenido del magazine BoxUss Tv para la práctica pre profesional en los alumnos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán.

Elaborar el guion y desglose de producción que tendrá el programa BoxUss Tv para la práctica pre profesional en los alumnos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán.

## **V. Fundamentación de la propuesta**

Esta propuesta de magazine televisivo busca conectar a los alumnos con la práctica pre profesional de manera didáctica incentivándolos a que sean realizadores de producciones audiovisuales y televisivas competitivos que les permita ganar experiencia y una mejor preparación profesional de cara al mundo laboral real.

Ya que el magazine es un híbrido versátil, flexible con una variedad de elementos de producción y una combinación de géneros televisivos se busca integrar los conocimientos de los docentes, sus experiencias con las nuevas ideas y propuestas de contenido de los estudiantes que se desarrollarán por medio de la práctica pre profesional todo esto es pos de un mejor aprendizaje.

Por medio, de esta propuesta de magazine televisivo y su contenido informativo de calidad realizado por especialistas y futuros profesionales en las ciencias de la comunicación se brindará una opción de programación y entretenimiento sano en bien de los ciudadanos de la región Lambayeque.

## **VI. Organización Responsable**

Esta propuesta para las prácticas pre profesionales de los estudiantes de ciencias de la comunicación tendría como responsable a los siguientes:

Producción Ejecutiva: Escuela Académico de Ciencias de la Comunicación

Producción General: Especialista (s) en producción televisiva asignado por la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

### **VII. Propuesta del diseño de logo:**

Para el diseño del logo se presenta la siguiente propuesta:

Colores: Fucsia - #c70835 - Verde – # 5bb067

Tipografía: Geometr415 Blk BT

#### **Logo**



Se eligió el color fucsia por ser un color atractivo, juvenil y en tendencia.

Acompañado del logo oficial de USS con el color verde que está asociado con el desarrollo, el progreso, la frescura y la esperanza.

Y con la palabra Tv en negrita para resaltar que es un formato de programación para un medio televisivo.

### **VIII. Estructura del programa**

Magazine: BOXUSS Tv

Género: Entretenimiento

Días de emisión: Domingos

Horario: 12: 00 a 12:30 am (30 minutos)

Estructura: 03 bloques de 10 minutos  
(08 minutos de contenido y 02” de publicidad)

Medio: (02 Opciones)

En Tv local y/o plataforma de la Escuela.

Tipo de transmisión:

Grabado: Centro Académico Multiplataforma de la EAP de Ciencias de la Comunicación e interiores de la Universidad.

## **Bloques televisivos**

### **1.- Primer bloque:**

En el primero bloque los conductores darán apertura al programa, donde se presentarán dando la bienvenida al espectador universitario o público en general. En este bloque se hace preámbulo de lo que habrá en el contenido del programa y se lanza la primera nota.

### **2.- Segundo bloque:**

En este bloque se dará el pase a la entrevista puede ser un invitado interno de la universidad ya sea autoridad, docente o alumno que pueda tener información valiosa que compartir. Las entrevistas la realizarán los conductores alumnos de ciencias de la comunicación seleccionados.

### **3.- Tercer bloque:**

Este bloque será variado ya que aquí se dará pase a la escena artística con un invitado o varios invitados ya sea internos o externos que no sean necesariamente de la universidad.

Los invitados serán del mundo artístico o promotores de cultura, tecnología o sean partícipes de algún evento social.

## **IX. Propuestas de segmentos del magazine**

El contenido del programa tendrá variedad de segmentos creados exclusivamente para la universidad con la colaboración de otras facultades u áreas de nuestra universidad que participen en el contenido del programa. Así mismo con personajes e invitados externos. Estos serán emitidos en los distintos sábados del mes para tener así una variedad de contenido y mantener enganchado al público televidente.

Estos segmentos son los siguientes:

### **1.- Segmento buenas nuevas**

En este espacio se dará prioridad a sucesos o noticias que influyan positivamente al espectador ya sea institucional, local, nacional e internacional.

## **2.- Segmento te cuento**

Este segmento busca reunir a personajes locales, autoridades, docentes y estudiantes que tengan una historia que inspire a los espectadores.

## **3.- Segmento escolares corresponsales**

En este segmento se retomará la participación de los alumnos del 5to año de secundaria de los colegios nacionales o particulares que hayan venido al expo carreras. Se les convocará a participar en la realización de un video reportaje con algún tema actual de mayor impacto en bien de la sociedad. Pueden ser tópicos como medio ambiente, promover la cultura, adopción de mascotas, etc.

Los mejores videos serán seleccionados para seguir algunas fases de selección para encontrar al ganador.

Primera fase: Elegidos por la producción

Segunda fase: Elegidos por un jurado

Tercera fase: Elegidos por el público en general.

El equipo ganador tendrá capacitación especial en el área de producción audiovisual y asistirán a la grabación del magazine televisivo en la multiplataforma CAM en donde luego de ello se les hará entrega de un diploma. Además de una entrevista contándonos sus experiencias en la realización de su reportaje.

## **4- Segmento USS**

En este segmento se cubrirán actividades, eventos que nuestra casa universitaria realiza en bien del alumno o público en general. Así mismo brindarán tips para la formación profesional del alumno. Ej. Tips para emprender, Tips para elaborar una buena propuesta de trabajo. Tips para encontrar los mejores buscadores de redes sociales, Tips para tener una buena imagen personal, etc.

## **5.- Segmento de Play**

Este es un espacio importante ya que busca mostrar y promover los talentos de los estudiantes, música, baile, etc. Además, tener un feedback con el público espectador a través de redes sociales de la Escuela y plataforma donde se promueva el programa con el fin premiarlos por medio de concursos y regalos.

## **6.- Segmento Chiclayo cultural y turístico**

Es un pequeño segmento dedicado a resumir los diversos eventos culturales de nuestra ciudad promoviendo el arte en todas sus manifestaciones (museos, teatro, cine, pintura, etc.) Así también conocer la parte turística de nuestra región Lambayeque.

## **7.- Segmento de Sondeos / Vox populi/ Experimento social**

El equipo de reporteros y practicantes de la CC.CC recorrerán la Universidad y las calles para conocer la opinión del público en temas de interés, relevancia y entretenimiento.

## **8.- Segmento Yo quiero ser**

Este segmento permitirá al alumno ser por un día una de las profesiones que brinde nuestra Universidad. Ejemplo: Yo quiero ser Enfermera. Aquí el estudiante acompañará por un día a un profesional en enfermería quien le mostrará cómo es el trabajo real y la vocación que se debe tener en esa profesión.

Todos estos segmentos serán seleccionados para ser transmitidos en distintos sábados de esa manera intercalar la transmisión y ofrecer un contenido más variado y entretenido.

## **X. Desglose de producción**

Para la realización del programa y sus fases se requieren de un equipo técnico y humano. Esta propuesta considera la participación de alumnos que estén interesados en formar parte de este proyecto con la anticipación debida se selecciona al equipo de producción bajo la supervisión y dirección del especialista asignado por la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

### **Equipo Técnico**

#### **Para grabar notas para el programa:**

- 1 cámara profesional o DSRL
- 1 trípode o monopié
- 1 micrófono de mano

### **Para grabación del programa**

3 cámaras profesionales  
3 trípodes 1  
3 solaperos inalámbricos  
3 micrófonos alámbricos  
1 consola  
1 cámara de fotografía  
1 luces reflectores o lámparas led.  
1 dolly  
1 grabador Digital

### **Personal de producción**

Productor General - 01  
Director - 01  
Asistente de producción -02  
Conductores -02  
Reporteros - 03  
Camarógrafos - 03  
Escenógrafo - 02  
Coordinador de sonido y música - 01  
Coordinador de Luces e iluminación - 01  
Director de fotografía - 01  
Guionista - 02  
Personal técnico – 01 (Externo)  
Asistente técnico - 01

### **Edición y post producción**

1 Editor  
1 Post productor  
1 Isla de edición de edición para post producción  
2 computadoras para la redacción del guion.  
1 Editor de vídeo  
2 Discos duros externos (HDD)

## **Elementos de Esenciales para la decoración**

### **Para la Escenografía:**

Set de Tv: Set de televisión del Centro Multiplataforma

Escenografía: Backing de madera para tela verde.

3 Muebles

4 Puff

### **Para la decoración del set:**

Mesas: 01 mesa de centro

02 sillas

Tv para el set: LCD de 50

### **Otros requerimientos:**

Material Logístico:

Impresora

Papel Bond (blanco y de colores)

Lapiceros

Plumones

Pizarras

DVD's

Viáticos

## **Presupuesto**

### **Materiales**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor (S/.)</b>	<b>Total (S/.)</b>
Hojas bond A4	1000	20.00	20.00
Dvd's	50	40	40.00
Plumones y lapiceros	8	80.00	80.00
Pizarra acrílica	1	25.00	25.00



Papel bond de colores	1	20	20.00
<b>Sub Total</b>			185.00

### Servicios

Detalle	Cantidad	Valor (S/.)	Total (S/.)
Movilidad y viáticos	20	700	700
Personal técnico	1	1,300	1,300
<b>Sub Total</b>			2,000.00

### Otros varios

Detalle	Cantidad	Valor (S/.)	Total (S/.)
Tv LCD 50	1	1,300.00	1,300.00
Computadora	3	0.00	0.00
Impresora	1	250.00	250.00
Cámaras de Video	3	0.00	0.00
Cámaras de fotos	1	0.00	0.00
Disco duro	2	240.00	240.00
Solaperos	3	0.00	0.00
Micrófonos	3	0.00	0.00
Trípode	3	0.00	0.00
Ambiente	1	0.00	0.00
Escritorio	3	0.00	0.00
Puff	5	500	500
Mesa de centro	1	150	150

Mesa bar	1	350	350
Sillas bar	2	200	200
Backing de madera e instalación	2	800	800
<b>Sub Total</b>			3.790.00
<b>TOTAL</b>			<b>5, 975.00</b>

Teniendo en cuenta que esta suma es el total del presupuesto como primera compra sin embargo el gasto mensual solo será el que se especifica en el cuadro de servicios (S/. 2,000) y la compra de materiales se realizará cada 03 meses de acuerdo con una solicitud de requerimientos de materiales a la Escuela.

Se resalta que los equipos técnicos como cámaras, trípodes, etc. Son con las que cuenta la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Los alumnos serán los que asuman los cargos de la producción televisiva del magazine como productor, conductores, etc. Bajo la guía y dirección del especialista.

## XI. Proceso de producción

Nos guiaremos de este cuadro de proceso de producción sugerido por el autor Guerrero. E.

IDEA	DESARROLLO DEL PROYECTO	PROYECTO
------	-------------------------	----------

	Viabilidad	Preproducción	Producción	Post producción	Comercialización	Evaluación
<b>Propósito</b>	Pensar Decidir contactar – Que, como, cuánto	Organizar Casting Preparar la idea Ejecutar coordinación	Realización Grabaciones o emisiones	Editar el material	Vender Distribuir Exhibir	Nuevos mercados Nuevos proyectos
<b>Personas que intervienen</b>	Ejecutivos Productores ejecutivos Dirección Producción Jefe de prensa Director/ realizador	Director Productor Jefe de prensa Jefe. Producción Dir. Artístico Diseñador Gráfico	Jefe. Producción Jefe. De prensa Reporteros Equipo Técnico Conductores	Director Productor Editor Post productor Sonidista Script	Prod. Ejecutivo Personal de Mkt	Prod. Ejecutivo  Inversionistas

	Guionista		Camarógrafos			
<b>Trabajos a realizar</b>	Viabilidad Económico Presupuesto Financiamiento Guion	Guion Locaciones Equipos Personal Casting Plan de rodaje	Grabación Control. Plan de rodaje Supervisión	Editar Sonorizar Master Validación	Promoción Publicidad Merchandising Distribución Exhibición o Venta	Evaluación de la rentabilidad económica
<b>Contratos</b>	Derechos de autor- guion, contratos, casting, fanpage-web	Equipo, actores, personal, proveedores, catering, pr ventas.	Edición Laboratorio Gráfica- web	Prensa Promoción	Ventas Publicidad Merchandising	Nuevos proyectos Subproductos
<b>Productos</b>	Presupuesto Plan estratégico	Presupuesto Guion Desglose Plan de rodaje	Material Original Making off	Producto final	Producto Final	Productos Derivados

**GUIÓN O PAUTA DEL PROGRAMA BOXUSS**

**Hoja**

**N° 01**

<b>Programa N° 01</b>	<b>Fecha de transmisión</b>	<b>Temática:</b> Lanzamiento de programa
-----------------------	-----------------------------	---

Bloque	Segmento	Contenido	Tiempo	Observaciones
<b>01</b>	Bienvenida	Conductores se presentan y saludan al público, dan la bienvenida y realizan una pequeña intro de lo que habrá durante todo el programa.	Tiempo 2" min	De pie y emocionados Música de fondo Escenografía decorada con globos y flores en mesa de centro.
	Buenas Nuevas	Mandan la primera nota: La nueva imagen y relanzamiento del centro multiplataforma de CC.CC	1" min	
	EDITOR	Nota de C. Multiplataforma	5" min	
01		Comentan la nota y felicitan. Mandan a corte	1	Efectos de audio aplausos.
	EDITOR	PRIMER CORTE	1" min	Publicidad de USS
<b>02</b>	Entrevista	Conductores hacen preámbulo de la entrevistada que viene a continuación. Todos sobre "Festibarrío en Chiclayo"	8" min	Música de fondo con el nivel adecuado. Ubicar al entrevistado en medio de los conductores, pero en forma de U
		Claudia Inchaustegui – Representante  Invitan al Público asistir Despiden a la entrevistada Mandan a corte.	1"min	
	EDITOR	SEGUNDO CORTE		Publicidad
<b>03</b>		Los conductores hacen un preámbulo al experimento social que realizo nuestro reportero en las calles que tanto conocen los padres a sus hijos y los hijos a sus padres por el día del padre a los ganadores se les premio con globos metálicos  Manden la nota	2" min	
	EDITOR	NOTA DE EXPERIMENTO SOCIAL	6' Max	Publicidad
		Comenta la nota del experimento  Envían saludos a las autoridades de la Escuela de Ciencias de Comunicación saludos e invitan al público	1 min	Música de fondo  Efectos aplausos

		Agradecen al espectador por ver el programa y crean una intriga para el nuevo segmento de corresponsales escolares. Se despiden bailando.  Despiden el programa.	1" min	Música de despedida
--	--	---	--------	---------------------

**MODELO DE GUION TÉCNICO DEL PROGRAMA BOXUSS**  
**Hoja N° 01**

<b>Programa N° 01</b>	<b>Fecha de transmisión</b>	<b>Temática:</b> Lanzamiento de programa
-----------------------	-----------------------------	---

SECUENCIA / ESCENA	PLANO MOV.Cam	IMAGEN	AUDIO	TIEMPO
01 - 01 – interior del set de Tv – delante de la escenografía del programa.	<b>P. E.</b> Cámara 2	Fade In  Conductores de pie Que demuestren la simpatía y empatía con el público. Mostrando de fondo la escenografía con el plano entero	02 micrófonos 01 músicos de fondo Efectos de audio aplausos, sorpresa y alegres.	2 min de interacción
<b>Post producción</b>	<b>P. M</b> Cámara 1	Cambio de plano medio en el transcurso de la presentación. Intercambiando ambos planos durante la presentación de primera nota.	Efectos de audio Con música de fondo.	1" min
<b>Regresa a Escena</b>	<b>P. M</b>	<b>ENVIAR LA NOTA</b>		05" min
01 – interior del set de Tv – delante de la escenografía del programa.	Paneo <b>P.M.C</b>	Regreso de los conductores Al set comentan la nota Envían a pausa comercial	Fondo musical	01" min
		<b>PRIMERO CORTE</b> Publicidad		01" min

<p>02 02 – Escenografía mini sala de entrevistas en el mismo set.</p> <p><b>Post producción</b></p>	<p><b>P.M.C</b> Cam 2</p> <p>Intercambi a con cámara 01 y 02</p>	<p><b>ENTREVISTA</b></p> <p>A los conductores Sentados con la entrevistada – La presentan y realizan la entrevista</p> <p>Durante la entrevista intercambian planos medios y primer plano.</p> <p>Agradecen y despiden a la entrevistada Mandan a corte.</p> <p><b>2DO CORTE</b> Publicidad</p>	<p>Fondo musical acorde con el tema de la entrevista</p>	<p>7" min</p> <p>2" min</p> <p>1"min</p>
---	--	---	--	--

### **3.2. Consideraciones finales**

En la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación; se evidencia que un importante número de alumnos realizan sus prácticas pre profesionales en áreas que no cumplen con sus expectativas y en organizaciones no afines a la carrera profesional; dejando de lado la práctica en especialidades tales como: producción audiovisual, televisiva, marketing y publicidad; en las cuales están centradas en las competencias de los estudiantes.

En la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, los estudiantes manifestaron que los productos académicos que tuvieron mayor relevancia en su aprendizaje fueron: Cortometrajes, videoclips, medios televisivos y spot.

El género propuesto para el magazine es de entretenimiento, con emisión de una vez por semana, dividido en tres bloques de 10 minutos, transmitido por medio de tv local y/o plataforma de la escuela, y para ello, es necesario contar con un equipo de producción, en promedio de 25 estudiantes que necesiten realizar sus prácticas pre profesionales.

#### **Recomendaciones**

Según los resultados del focus group; los alumnos sugieren valorar los perfiles por competencias de los estudiantes que inician sus prácticas pre profesionales; para determinar sus potencialidades en algunas de las especialidades que ofrece la Escuela.

Según los resultados de la encuesta, los alumnos, mencionan que se proponga talleres con especialistas externos en producción audiovisual o televisiva que les ayude a mantenerse actualizados con la información y técnicas utilizadas hoy en día en el mundo audiovisual para elaborar proyectos de mejora continua en el Centro Académico Multiplataforma; con el fin de reforzar los contenidos teóricos-prácticos y generar una ampliación de la oferta especializada.

Según la propuesta planteada para los alumnos, se sugiere implementar la propuesta de Magazine Televisivo BoxUss como experiencia académica pre profesional dirigida a los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y potencialmente integrar a otras escuelas de la universidad como parte del contenido.

## REFERENCIAS

- Aguilar , J. (2015). *Propuesta de un programa de televisión sot* na  
*en Guatemala con el nombre: Así Suena*. Tesis de pregrado, Universidad  
Rafael Landívar, Guatemala de la Asunción.
- Alfaro, M. (2017). *La situacion televisiva peruana en la actualidad*. La Republica,  
Lima.
- Amaya, L., & Espinosa, B. (2015). *La televisión y las repercusiones en la sociedad*.  
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas , Lima.
- Angelelli, M. B. (La Trama de la Comunicación). Estrategias de enunciación en  
programas magazines. El caso de El Show de la Mañana y Bien Despiertos.  
*La Trama de la Comunicación*, 24(1), 55-69.
- Arroyave, N. (2017). *Propuesta de programa televisivo de entretenimiento juvenil  
para el canal CaliTV*. Santiago de Cali: Universidad Autónoma de Occidente  
.
- Barroso, J. (2008). *Realización Audiovisual*. Madrid: Síntesis.
- Campos , L. (2016). *Niveles de competencia y el desempeño de las prácticas pre  
profesionales de los estudiantes en la universidad Cesar Vallejo 2015*.  
Universidad César Vallejo, Chiclayo.
- Canales, R. (2019). *El servicio de noticias en el Perú*. Lima : Universidad de San  
Martín de Porres.
- Cedeño, L. V., & Santos, J. (2017). La Práctica Preprofesional: Vía para la  
formación profesional integral desde sus indicencias en la investigación.  
*Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 9(2), 109-114.
- Dextre, A. S., & Franco, B. B. (2021). *Comunicación Virtual en el programa “Gana  
con Willax” del canal Willax Televisión*. Lima: Universidad Tecnológica del  
Perú .
- Diario El Peruano. (12 de Diciembre de 2018). Decreto legislativo N° 1401. págs.  
1-2.



- Etura, D., & Zapatero, C. (2020). Los magazines matinales en la televisión pública española (1987-2019). *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 26(2), 529-539.
- Fernández, J. (2015). *La influencia de la television en los habitos de consumo del telespectador: dictamen de las asociaciones de telespectadores*. Andalucía: Confederación ASGECO.
- Ferrer, R. M. (2018). El análisis de la calidad televisiva sobre los magazines a través de los discursos de la audiencia en Facebook y Twitter. *Universitat Autònoma de Barcelona*, 59(1), 91-104.
- Giraldo, C., & Gutiérrez, J. (2018). *Diseño de una estrategia educomunicativa mediada por el lenguaje televisivo para apoyar procesos informativos sobre culturas juveniles de la ciudad de Pereira emprendidos desde el magazín Enfokados TV*. Pereira: Universidad Tecnológica de Pereira.
- Guzmán, L. (2015). *Articulo sobre la televisión peruana*. Lima.
- Hernandez, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw-Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de Investigación*. México: McGRAW-HILL.
- Julca, T. (2018). *Programa televisivo de Cortometrajes universitarios y su influencia en la produccion Cienmatografica en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de las univerisdades de Trujillo-2018*. Universidad Cesar Vallejo , Trujillo.
- Karbaum, G. (201). *La producción de los noticieros de televisión y la hibridación de los géneros audiovisuales*. Boletín del Centro de Investigación de la Creatividad UCAL.
- Linares, R. (2021). *Producción periodística televisiva y lenguaje audiovisual en el noticiero ÑUQANCHIK*. Lima : Universidad de San Martin de Porres.
- Llagas, M., & Zapata, D. A. (2017). *Tratamiento periodístico de la sección cultural de los diarios el informador de Guadalajara (México) y la industria de Chiclayo (Perú), 2016*. Perú : Universidad Señor de Sipán.
- Lopez, A., García, C., & Montojo, R. (2020). *Creación de contenido audiovisual de información y entretenimiento. Un magazine televisivo en el Campus María Zambrano*. Segovia: Universidad de Valladolid.

- López, N., & Gómez, L. (2016). Géneros, formatos y programas de televisión preferidos por los jóvenes. *Icono14*.
- Malpartida, A. G. (2020). *Impacto de la narración audiovisual del programa “la banda del chino” en la opinión pública de los jóvenes del distrito de San Martín de Porres, 2017*. Lima : Universidad Privada del Norte.
- Manrique, L., Valle, A., & Revilla, D. (2020). *La investigación Formativa y la Práctica reflexiva en la formación de Profesores de la Facultad de educación*. Lima : Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Medrano, C., & Palacios , S. (2016). Los hábitos y preferencias televisivas en jóvenes y adolescentes. *Revista Latina de Comunicación Social*.
- Navalón, A. (2018). *Las estrategias comunicativas de los magazines informativos en Twitter y Facebook*. España: Universitat Jaume I.
- Oller, M. (2017). *Cultura Periodística Iberoamericana. La diversidad de un periodismo propio* . Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Oller, M., Arcila, C., & Olivera, D. (2019). Cultura Periodística Pre-profesional de Cuba, Ecuador y Venezuela: Motivación, expectativas y experiencia profesional de los estudiantes de Periodismo y Comunicación Social. *Revista Latina de Comunicación Social*, 477-498.
- Ortiz, M. d. (2018). *Producción y realización en medios audiovisuales*. Alicante: RUA Universidad de Alicante.
- Palomino, K. (2016). *Elementos de la producción en el éxito del programa Hola Yola en la perspectiva de profesionales productores de televisión, Lima 2016*. Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo, Lima.
- Panta, P., & Vilchez , A. (2018). *Consumo de la publicidad televisiva y los hábitos de conducta social de los jóvenes de Chiclayo*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Chiclayo.
- Peñaranda, M. C. (2018). *Diseñar una micro sección audiovisual para el programa News Magazine del Canal Tigo UNE*. Caldas: Corporación Universitaria Lasallista.
- Pilas , M. (2017). *Producción de un magazine de televisión en vivo*. Tesis de pregrado, Universidad Fasta, Argentina.
- Pilas, M. (2017). *Producción de un magazine de televisión en vivo*. Buenos Aires: Universidad FASTA.

- Pujadas, E. (2017). *La televisión de calidad: Contenidos y debates*. Valencia: Universitat de Valencia.
- Quispe, C. (2017). *Las prácticas pre profesionales y su aporte en la formación académico profesional en los estudiantes de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos-2017*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.
- Ramos, C. F. (2017). *Cobertura a las Noticias Sangrientas en los Diarios Impresos de Arequipa 2016*. Arequipa : Universidad Nacional de San Agustín.
- Real Academia Española RAE. (2021). Definiciones. *RAE*.
- Saenz, J. C. (2018). *Análisis de los criterios de calidad del programa televisivo Patriotas según la opinión de expertos. Lima, 2018*. 2018: Universidad César Vallejo.
- Sarapura, M. M. (2018). Propósitos y funciones de la televisión en la era digital a partir de un análisis de la televisión peruana. *Instituto de Investigaciones en Comunicación, 1(61)*, 1-15.
- Sifuentes, N.N., & Chavez, T.R. (2021). *Factores de las prácticas preprofesionales que impactan en el prospecto de empleabilidad*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Piura , Piura.
- Toledo, S. (2012). *Como crear un programa de televisión*. Barcelona: Laertes.
- Vega, A., & Arakaki, M. (2011). Las prácticas preprofesionales en la formación en Ciencias de la Información. *Revista Interamericana de Bibliotecología*.
- Vera, C. (2021). La Neo Televisión en los programas magazine y Talk Show. *Revista ComHumanitas, 12(1)*, 125-143.
- Vieira, V. C. (2017). *Grado de cumplimiento de los objetivos de servicio público en los programas magazine de la televisión generalista portuguesa*. España : Universidad de Valladolid .
- Zúñiga, M. E. (2019). *Influencia de la era digital en el Magazine televisivo*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.

# ANEXOS

# ANEXO 1: RESOLUCIÓN DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



FACULTAD DE HUMANIDADES  
RESOLUCIÓN N°0333-2019/FH-USS

Pimentel, 05 de junio del 2019

## VISTO

El informe N°0136-2019/FH-DCC-USS, de fecha 28 de mayo del 2019, presentado por la Dra. Paredes Delgado Sharon Soledad, Directora de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, quien informa que la estudiante **PARDO RODRIGUEZ SIDIA JOSEFA** solicita el cambio de título de tesis y contando con la aprobación de Decanato se autoriza el cambio de Título; y;

## CONSIDERANDO:

Que, la Constitución Política del Perú en su Artículo 18° establece que: "La educación universitaria tiene como fines la formación profesional, la difusión cultural, la creación intelectual y artística y la investigación científica y tecnológica (...)"

Que, acorde con lo establecido en el Artículo 8° de la Ley Universitaria, Ley N° 30220, "La autonomía inherente a las Universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente ley demás normativa aplicable. Esta autonomía se manifiesta en los siguientes regímenes: normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico". La Universidad Señor de Sipán desarrolla sus actividades dentro de su autonomía prevista en la Constitución Política del Estado y la Ley Universitaria N° 30220.

Que, el Artículo 6 (6.5) de la Ley Universitaria, Ley N° 30220 Fines de la universidad que señala: "Realizar y promover la investigación científica, tecnológica y humanística la creación intelectual y artística".

Que, de acuerdo a los Artículos N° 31, y 33 del Reglamento de Investigación de la USS versión 4, aprobado con Resolución de Directorio N°015-2019/PD-USS, que indica:

- Artículo N°31: "La tesis, es un estudio que debe denotar rigurosidad metodológica, originalidad, relevancia social, utilidad teórica y/o práctica en el ámbito de la Escuela Profesional".
- Artículo N°33: "La tesis con fines de obtención del título profesional será elaborado de acuerdo a la especialidad de cada escuela profesional respetando los esquemas respectivos (...)"

Que, según los Artículos N° 27, 29 y 30 del Reglamento de Grados y Títulos Versión 04 aprobado con resolución de directorio N°040-2019/PD-USS, que indica:

- Artículo 27°: "Para la sustentación, se otorgará según sea el caso; el plazo de 06 (seis) meses calendarios contados a partir del día hábil siguiente en que obtuvo el dictamen de expedito para la sustentación".
- Artículo 29°: "(...), después de haber transcurrido un plazo de 01 mes calendarios contados a partir de la fecha en que desaprobó o desaprobaron según sea el caso".
- Artículo 30°: "Si el (los) egresado (s) fue desaprobado y no solicita nueva fecha de sustentación, su plazo para sustentar la misma tesis, vence a los seis meses (...) Vencido el plazo deberá presentar nuevo tema de investigación y realizar los trámites correspondientes".

Que con Resolución N°967-2015/FH-USS, se aprobó la inscripción del proyecto de tesis: "PROPUESTA DE MAGAZINE TELEVISIVO PARA FOMENTAR LA PRÁCTICA PRE PROFESIONAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN – CHICLAYO 2015".

Estando a lo expuesto, en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

## SE RESUELVE:

**PRIMERO:** APROBAR, la solicitud de cambio de título de tesis presentada por el estudiante **PARDO RODRIGUEZ SIDIA JOSEFA**.

**ADMISIÓN E INFORMES**

074 481610 - 074 481632

**CAMPUS USS**

Km. 5, carretera a Pimentel

Chiclayo, **Perú**

Distribución: Rectorado, Vicerrectorado Académico, Vicerrectorado de Investigación, Decanos de Facultad, Jefes de Oficina, Jefes de Área, Archivo.

**RESOLUCIÓN N°0333-2019/FH-USS**

**SEGUNDO:** REGISTRAR el proyecto de tesis "MAGAZINE TELEVISIVO PARA PRÁCTICA PRE PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN – CHICLAYO 2019".

**TERCERO:** Dejar sin efecto la resolución N°967-2015/FH-USS.

**CUARTO:** DISPONER que las áreas competentes tomen conocimiento de la presente resolución con la finalidad de dar las facilidades para la ejecución de la presente Investigación.

**REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE**



*Nelly Discepolo*  
Dra. Discepolo Nelly  
Decana de la Facultad de Humanidades  
Universidad Señor de Sipán



*Paula Elena Delgado Vega*  
Mg. Paula Elena Delgado Vega  
Secretaria Académica Facultad Humanidades

**ADMISIÓN E INFORMES**

074 481610 - 074 481632

**CAMPUS USS**

Km. 5, carretera a Pimentel  
Chiclayo, Perú

Distribución: Rectorado, Vicerrectorado Académico, Vicerrectorado de Investigación, Decanos de Facultad, Jefes de Oficina, Jefes de Área, Archivo.



## **ANEXO 2: CARTA DE ACEPTACIÓN DE LA INSTITUCIÓN PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS**

**SOLICITO: Permiso para realizar trabajo de investigación**

**DRA. PAREDES DELGADO SHARON SOLEDAD**

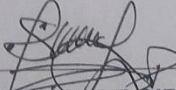
**DIRECTORA DE ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN**

Yo **Pardo Rodríguez Sidia Josefa**, identificada con DNI N° 41740537, respetuosamente me presento y expongo:

Que siendo estudiante la carrera profesional de **CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Señor de Sipán (USS), solicito a Ud. Permiso para realizar mi trabajo de investigación en su escuela, sobre **“MAGAZINE TELEVISIVO PARA LA PRÁCTICA PRE PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN – CHICLAYO 2019”**, para lograr optar el grado de Licenciada en Ciencias de Comunicación.

Por lo expuesto, ruego a usted acceder a mi solicitud.

Chiclayo, Marzo del 2019

  
\_\_\_\_\_  
**PARDO RODRÍGUEZ SIDIA JOSEFA**  
DNI N° 41740537

## ANEXO 3: INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### FOCUS GROUP

#### ESQUEMA DE FOCUS GROUP (A ESTUDIANTES)

##### Introducción:

En esta oportunidad desarrollo este Focus Group, planteado en mi proyecto de tesis titulado “**MAGAZINE TELEVISIVO PARA LA PRÁCTICA PRE PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN – CHICLAYO 2019**”

##### 1. Explicación Introductoria

El objetivo de aplicar este instrumento es diagnosticar las condiciones en las que se encuentra los estudiantes de práctica pre profesional de Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación para conocer la realidad existente sobre realización de productos audiovisuales específicamente producción televisiva de un Magazine y la realización de prácticas profesionales en este espacio. Por favor, responda con sinceridad y confianza.

##### 2. Ronda de preguntas

1- ¿Han participado en la realización de alguna producción audiovisual? SI/No

*En el caso que si hayan participado:*

a) ¿Cómo fue su experiencia al inicio y al final de su participación?

*En el caso que no hayan participado:*

¿Cuán importante sería para Ustedes participar de una producción audiovisual?

a) Muy importante    b) Algo de importante    c) Poco importante

2- ¿Qué tipo de producción y cuál fue el rol que desempeñaron en la realización?

3- ¿Qué tipo de equipos técnicos y programas dominan para realización de una producción audiovisual?



- 4- ¿Cuán importante para Ustedes el curso de producción televisiva y por qué?
- 5- ¿Creen que los temas considerados en el curso de producción televisiva son los adecuados para su formación profesional en algún medio televisivo?  
Si/No  
¿Por qué?
- 6- ¿Qué entienden Ustedes por el formato de Magazine Televisivo?
- 7- ¿Qué tipo de Magazines es de su preferencia?
- a) Magazine informativo
  - b) Magazine de entretenimiento
  - c) Magazine Deportivo
  - d) Magazine cultural
- 8- ¿Si ustedes pudieran hacer un Magazine televisivo que contenido elegirían?
- 9- ¿Consideran que la Escuela de Ciencias de la comunicación cuenta con los equipos técnicos y espacios necesarios para realizar los diferentes procesos de producción audiovisual y/o televisiva?
- 10- ¿Creen que la Escuela de Ciencias de la Comunicación cuenta con los docentes especialistas para la producción audiovisual y/o realización de un magazine televisivo?
- 11- ¿Sería importante para Ustedes realizar sus prácticas pre profesionales en un espacio de producción televisiva de un magazine de entretenimiento y por qué?
- 12- ¿Están realizando tus prácticas pre-profesionales en el área de tu futura especialización?

## CUESTIONARIO

### CUESTIONARIO (A ESTUDIANTES)

En esta oportunidad desarrollo este Focus Group, planteado en mi proyecto de tesis titulado **“MAGAZINE TELEVISIVO PARA LA PRÁCTICA PRE PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN – CHICLAYO 2019”**

1.- ¿Qué áreas de la carrera de Ciencias de la Comunicación le llama más la atención?

- a) Producción Audiovisual
- b) Producción televisiva
- c) Diseño y fotografía
- d) Periodismo e investigación
- e) Marketing y publicidad
- f) Comunicación social y comunicación para el desarrollo

2.- ¿Cree que el área en la que desea especializarse esta correctamente implementada?

- a) Mucho
- b) Poco
- c) Nada

3.- ¿Qué área de la ciencia de la comunicación le gustaría capacitarse mejor?

4.- ¿Una vez finalizada su carrera en que área de las ciencias de la comunicación le gustaría trabajar?

5.- ¿Se siente preparado para salir al campo laboral?

## ENTREVISTA

### GUÍA DE ENTREVISTA PARA ESPECIALISTAS

Se desarrolló un cuestionario de entrevista al especialista en producción de televisión al Magister Tino Pisfil Llontop, aproximado de 12 preguntas relacionados con el magazine televisivo.

1. ¿Qué es un Magazine televisivo de entretenimiento y cuáles sus características de este formato?
2. ¿Qué requisitos debe tener un magazine televisivo para que sea un producto de calidad y competitivo?
3. ¿Cuáles son los procesos de producción que debe tener un magazine televisivo para su correcta realización?
4. ¿Cuáles son los problemas más frecuentes que ha logrado identificar en los estudiantes de Ciencias de la comunicación a la hora de realizar proyectos audiovisuales o magazine televisivo?
5. ¿Considera Usted que las Universidades fomenten la producción televisiva en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación?
6. ¿Qué metodología o propuesta plantearía para impulsar o mejorar la deficiencia académica respecto a la realización audiovisual o producción de magacines televisivos?
7. ¿Considera usted que las producciones de magazines en Chiclayo cumplen con los requisitos y procesos necesarios para tener un producto de calidad?  
Si /No ¿Por qué?
8. ¿Cuál es su opinión respecto a que una de las carencias en las producciones

locales podría ser la falta de profesionales competentes y con experiencia en producción audiovisual y televisiva?

9. ¿Cuál es su opinión respecto a considerar laboratorios en las Universidades para la realización de practica pre profesional?
10. ¿Considera que el estudiante de comunicación tiene las competencias necesarias en la práctica pre profesional para enfrentar el mercado de los medios televisivos?
11. ¿Considera necesario la existencia de egresados especializados o preparados en la producción televisiva de un magazine en la actualidad para la Ciudad de Chiclayo?
12. ¿Considera que la propuesta de un magazine televisivo ayudaría al desarrollo y preparación para la práctica pre profesional en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación? Si /No ¿Por qué?

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS


Mediante la presente, El Magister Giancarlo Paredes Garboza especialidad en producción de Tv y audiovisuales deja constancia de haber revisado la propuesta de magazine televisivo que el investigador Sidia Josefa Pardo Rodríguez aplicará para su trabajo de tesis **"MAGAZINE TELEVISIVO PARA LA PRÁCTICA PRE PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN – CHICLAYO 2019"**

Dichos instrumentos demuestran con claridad el cumplimiento de los objetivos propuestos por la investigadora (a).

En tal sentido, la Mgtr Giancarlo Paredes Garboza la validez de dichos instrumentos presentados por el o la referida investigadora.

Chiclayo 16 de Junio de 2019

Firma

  
DNI : 42666007

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, El Licenciado Manuel Ricardo Salvador Eyzaguirre Brazo docente de Universidad de Chiclayo deja constancia de haber revisado los instrumentos guía de focus group y Cuestionario a Estudiantes que el investigador Sidia Josefa Pardo Rodríguez aplicará para su trabajo de tesis "MAGAZINE TELEVISIVO PARA LA PRÁCTICA PRE PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN – CHICLAYO 2019"

Dichos instrumentos demuestran con claridad el cumplimiento de los objetivos propuestos por la investigadora (a).

En tal sentido, El Licenciado Manuel Ricardo Salvador Eyzaguirre Brazo garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el o la referida investigadora.

Chiclayo 19 de abril de 2019

Firma



DNI: 40774999

## ANEXO 4: CONSENTIMIENTO INFORMADO



### CERTIFICADO DE CONSENTIMIENTO

Me encuentro informado del tema de investigación, quedando todo muy claro. He tenido la oportunidad de hacer preguntas al respecto, las cuales han sido respondidas a mi satisfacción. Doy mi consentimiento voluntario para participar en esta investigación.

Nombre del participante: Jorge Luis Pluiter Vasquez

Firma del participante: [Firma manuscrita]

Fecha (Día/Mes/Año): 03/04/2019

#### Declaración del investigador:

He informado del tema de investigación al posible participante y, en la medida de mis posibilidades, me he asegurado de que el participante entienda que se hará lo siguiente:

1. Responder el cuestionario.
2. Participar en el FOCUS GROUP.
3. La información brindada será procesada para obtener un resultado conciso.

Confirmando que se le dio al participante la oportunidad de hacer preguntas sobre el estudio, y todas las preguntas hechas por el participante han sido contestadas correctamente y lo mejor que puedo. Confirmando que el participante no ha sido coaccionado para dar su consentimiento, y que el consentimiento ha sido dado libre y voluntariamente.

Así mismo, se ha proporcionado una copia de este FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO al participante

Nombre del investigador: Sidia Pardo Rodriguez

Firma del investigador: [Firma manuscrita]

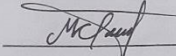
Fecha (Día/Mes/Años): 03/04/2019



**CERTIFICADO DE CONSENTIMIENTO**

Me encuentro informado del tema de investigación, quedando todo muy claro. He tenido la oportunidad de hacer preguntas al respecto, las cuales han sido respondidas a mi satisfacción. Doy mi consentimiento voluntario para participar en esta investigación.

Nombre del participante: Mileydi Chuque Palomino

Firma del participante: 

Fecha (Día/Mes/Año): 03/04/2019

**Declaración del investigador:**

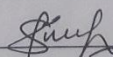
He informado del tema de investigación al posible participante y, en la medida de mis posibilidades, me he asegurado de que el participante entienda que se hará lo siguiente:

1. Responder el cuestionario.
2. Participar en el FOCUS GROUP.
3. La información brindada será procesada para obtener un resultado conciso.

Confirmando que se le dio al participante la oportunidad de hacer preguntas sobre el estudio, y todas las preguntas hechas por el participante han sido contestadas correctamente y lo mejor que puedo. Confirmando que el participante no ha sido coaccionado para dar su consentimiento, y que el consentimiento ha sido dado libre y voluntariamente.

Así mismo, se ha proporcionado una copia de este FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO al participante

Nombre del investigador: Sonia Perico Pombo

Firma del investigador: 

Fecha (Día/Mes/Años): 03/04/2019



**CERTIFICADO DE CONSENTIMIENTO**

Me encuentro informado del tema de investigación, quedando todo muy claro. He tenido la oportunidad de hacer preguntas al respecto, las cuales han sido respondidas a mi satisfacción. Doy mi consentimiento voluntario para participar en esta investigación.

Nombre del participante: Jozmin Bustamante

Firma del participante: [Firma]

Fecha (Día/Mes/Año): 03/04/2019

**Declaración del investigador:**

He informado del tema de investigación al posible participante y, en la medida de mis posibilidades, me he asegurado de que el participante entienda que se hará lo siguiente:

1. Responder el cuestionario.
2. Participar en el FOCUS GROUP.
3. La información brindada será procesada para obtener un resultado conciso.

Confirmando que se le dio al participante la oportunidad de hacer preguntas sobre el estudio, y todas las preguntas hechas por el participante han sido contestadas correctamente y lo mejor que puedo. Confirmando que el participante no ha sido coaccionado para dar su consentimiento, y que el consentimiento ha sido dado libre y voluntariamente.

Así mismo, se ha proporcionado una copia de este FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO al participante

Nombre del investigador: Sidic Pardo Forniver

Firma del investigador: [Firma]

Fecha (Día/Mes/Años): 03/04/2019

**CERTIFICADO DE CONSENTIMIENTO**

Me encuentro informado del tema de investigación, quedando todo muy claro. He tenido la oportunidad de hacer preguntas al respecto, las cuales han sido respondidas a mi satisfacción. Doy mi consentimiento voluntario para participar en esta investigación.

Nombre del participante: Erick Roncal

Firma del participante: [Firma]

Fecha (Día/Mes/Año): 03/04/2019

**Declaración del investigador:**

He informado del tema de investigación al posible participante y, en la medida de mis posibilidades, me he asegurado de que el participante entienda que se hará lo siguiente:

1. Responder el cuestionario.
2. Participar en el FOCUS GROUP.
3. La información brindada será procesada para obtener un resultado conciso.

Confirmando que se le dio al participante la oportunidad de hacer preguntas sobre el estudio, y todas las preguntas hechas por el participante han sido contestadas correctamente y lo mejor que puedo. Confirmando que el participante no ha sido coaccionado para dar su consentimiento, y que el consentimiento ha sido dado libre y voluntariamente.

Así mismo, se ha proporcionado una copia de este FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO al participante

Nombre del investigador: SIDIO PANDO RODRIGUEZ


Firma del investigador: [Firma]

Fecha (Día/Mes/Años): 03/04/2019

**CERTIFICADO DE CONSENTIMIENTO**

Me encuentro informado del tema de investigación, quedando todo muy claro. He tenido la oportunidad de hacer preguntas al respecto, las cuales han sido respondidas a mi satisfacción. Doy mi consentimiento voluntario para participar en esta investigación.

Nombre del participante: Pere Vela Sánchez.

Firma del participante: 

Fecha (Día/Mes/Año): 03/04/2019

**Declaración del investigador:**

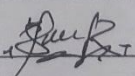
He informado del tema de investigación al posible participante y, en la medida de mis posibilidades, me he asegurado de que el participante entienda que se hará lo siguiente:

1. Responder el cuestionario.
2. Participar en el FOCUS GROUP.
3. La información brindada será procesada para obtener un resultado conciso.

Confirmando que se le dio al participante la oportunidad de hacer preguntas sobre el estudio, y todas las preguntas hechas por el participante han sido contestadas correctamente y lo mejor que puedo. Confirmando que el participante no ha sido coaccionado para dar su consentimiento, y que el consentimiento ha sido dado libre y voluntariamente.

Así mismo, se ha proporcionado una copia de este FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO al participante

Nombre del investigador: Severino Parro Rodríguez

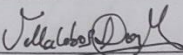
Firma del investigador: 

Fecha (Día/Mes/Años): 03/04/2019

**CERTIFICADO DE CONSENTIMIENTO**

Me encuentro informado del tema de investigación, quedando todo muy claro. He tenido la oportunidad de hacer preguntas al respecto, las cuales han sido respondidas a mi satisfacción. Doy mi consentimiento voluntario para participar en esta investigación.

Nombre del participante: Meliss Villalobes Diaz

Firma del participante: 

Fecha (Día/Mes/Año): 03/04/2019

**Declaración del investigador:**

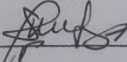
He informado del tema de investigación al posible participante y, en la medida de mis posibilidades, me he asegurado de que el participante entienda que se hará lo siguiente:

1. Responder el cuestionario.
2. Participar en el FOCUS GROUP.
3. La información brindada será procesada para obtener un resultado conciso.

Confirmando que se le dio al participante la oportunidad de hacer preguntas sobre el estudio, y todas las preguntas hechas por el participante han sido contestadas correctamente y lo mejor que puedo. Confirmando que el participante no ha sido coaccionado para dar su consentimiento, y que el consentimiento ha sido dado libre y voluntariamente.

Así mismo, se ha proporcionado una copia de este FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO al participante

Nombre del investigador: Sidiro Porro Rodriguez

Firma del investigador: 

Fecha (Día/Mes/Años): 03/04/2019



**ANEXO 5: FOTOS**

