

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



**Implementación de Estrategias de Producción Multiplataforma
en Laboratorio de Ciencias de la Comunicación de una
Universidad Privada**

Trabajo de Suficiencia Profesional para obtener el Título Profesional
de Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Autor:

Amati Gershwin Shica Verástegui

Asesor:

Mtro. Jose Calsín Molleapaza

Lima, diciembre 2025

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Yo Jose Calsín Molleapaza, docente de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación,
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe titulado: **“Implementación de Estrategias de Producción Multiplataforma en Laboratorio de Ciencias de la Comunicación de una Universidad Privada”** del autor Amati Gershwin Shica Verástegui tiene un índice de similitud de 12 % verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima a los 11 días de diciembre del año 2025



Mtro. Jose Calsín Molleapaza

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a los 06 días del mes de junio del año 2025 siendo las 08:20 horas, se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del presidente del jurado: Lic. Nick Josías Brañez Medrano; la secretaria: Dra. Nidia Areli Montalvo Cárdenas; como vocal: el Mg. José Víctor Cabrera Aquino y el asesor: Mtro. Jose Calsín Molleapaza, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación del trabajo de suficiencia profesional titulado: "Implementación de Estrategias de Producción Multiplataforma en Laboratorio de Ciencias de la Comunicación de una Universidad Privada" del bachiller: Amati Gershwin Shica Verastegui, conducente a la obtención del Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

El presidente inició el acto académico de sustentación invitando al candidato a hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por el candidato. Luego se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:


Candidato-(a): Bach. Amati Gershwin Shica Verastegui

CALIFICACIÓN	ESCALAS			MÉRITO
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	18	A-	Muy bueno	Sobresaliente

(*) Ver parte posterior


Finalmente, el presidente del jurado informa la evaluación final que recibe el candidato y se concluye con el acto académico de sustentación, procediéndose a registrar las firmas respectivas.

"SUSTENTACIÓN REALIZADA BAJO LA MODADIDAD VIRTUAL SINCRÓNICA"


 Lic. Nick Josías Brañez Medrano
 Presidente


 Dra. Nidia Areli Montalvo Cárdenas
 Secretaria


 Mg. José Víctor Cabrera Aquino
 Vocal


 Mtro. Jose Calsín Molleapaza
 Asesor


 Amati Gershwin Shica Verastegui
 Candidato (a)

Agradecimiento

A Dios sobre todas las cosas. A todo los profesionales y docentes de la Universidad Peruana Unión, por haberme formado profesionalmente en valores y principios cristianos, aprendí mucho de todos aquellos que conocí en los medios y áreas en la que me toco trabajar, sin duda fueron los que me enseñaron y formaron en esta noble profesión.

Índice

RESUMEN.....	6
ABSTRACT	7
I. INTRODUCCIÓN	8
1.1 PRODUCCIÓN MULTIPLATAFORMA	10
1.2 COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL.....	11
1.3 GESTIÓN DE LABORATORIOS ESPECIALIZADOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	11
II. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN.....	13
2.1 RAZÓN SOCIAL, RUC, DIRECCIÓN	13
2.2 ACTIVIDAD PRINCIPAL DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN	13
2.3 RESEÑA HISTÓRICA	13
2.4 VISIÓN Y MISIÓN.....	15
2.5 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DONDE EL BACHILLER REALIZÓ SUS ACTIVIDADES.....	15
III. DESCRIPCIÓN DEL CARGO Y ACTIVIDADES DEL BACHILLER.....	25
3.1 DESCRIPCIÓN DEL CARGO	25
3.2 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEL BACHILLER	25
3.3 ORGANIGRAMA	25
IV. PRINCIPALES LOGROS DEL BACHILLER	27
4.1 PROGRAMAS EJECUTADOS.....	27
4.2 INFORMES ELABORADOS	33
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	35
5.1 CONCLUSIONES.....	35
5.2 RECOMENDACIONES	35
REFERENCIAS.....	38
ANEXOS.....	40
CONSTANCIA DE TRABAJO DE LOS 3 AÑOS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL	40

Resumen

El objetivo de este informe es documentar las competencias adquiridas y desarrolladas durante el ejercicio profesional en el Laboratorio Especializado de la Carrera de Ciencias de la Comunicación. Asimismo, desarrolla de manera descriptiva la experiencia profesional como jefe del Laboratorio de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación. La primera sección del informe apunta al contexto de la experiencia del autor; la segunda sección presenta los datos de la institución; la tercera describe el área y las actividades realizadas por el autor; y la cuarta evidencia los logros y programas ejecutados durante el período de trabajo. En este sentido, los resultados obtenidos evidenciaron que el laboratorio especializado en Ciencias de la Comunicación de la UPeU, área clave y fundamental en la formación de la carrera de Comunicaciones, ofrece condiciones excepcionales a nivel nacional. Este laboratorio se posiciona como uno de los más completos entre las universidades del Perú, proporcionando equipamiento e infraestructura de alto nivel que contribuyen significativamente al desarrollo académico y profesional de los estudiantes.

Palabras claves: Laboratorio de Ciencias de la Comunicación, multiplataformas digitales, producción audiovisual, enseñanza, difusión.

Abstract

The objective of this report is to document the competencies acquired and developed during professional practice in the Specialized Laboratory of the Communication Sciences Program. Additionally, it provides a descriptive analysis of the professional experience as Head of the Communication Sciences Laboratory. The first section of the report outlines the author's professional background and experience. The second section presents institutional data, while the third describes the laboratory's area and the activities carried out by the author. The fourth section highlights the achievements and programs implemented during the work period. The results demonstrate that the Specialized Communication Sciences Laboratory at UPeU, a key and fundamental area in the training of Communication students, offers exceptional conditions at the national level. This laboratory is positioned as one of the most comprehensive among Peruvian universities, providing high-quality equipment and infrastructure that significantly contribute to students' academic and professional development.

Keywords: Communication Sciences Laboratory, digital multiplatforms, audiovisual production, teaching, dissemination.

I. Introducción

En los últimos años, la producción audiovisual se ha incrementado considerablemente, y con ella, su difusión por diferentes plataformas como las redes sociales. (Scolari C. A.,2018) Este fenómeno en la creación y producción de contenidos audiovisuales, ha sido impulsado, en su amplia mayoría, por el avance tecnológico y la abundante aparición de plataformas digitales (Chalaby, 2016). Estos nuevos operadores digitales, como HBO, NETFLIX, PARAMOUNT, X, entre otros, han transformado notablemente las dinámicas de producción y distribución de contenido, compitiendo ferozmente con los canales de televisión tradicional. (Lotz, 2017)

En este contexto saturado de contenidos audiovisuales, surge la interrogante: ¿Como implementar estrategias de producción audiovisual para diferentes plataformas? Los profesionales de las comunicaciones deberán desarrollar habilidades en narrativas transmedia, adaptabilidad, participación del público y colaboraciones interdisciplinarias. Ante una creciente demanda por la formación de profesionales en el área de producción de contenidos audiovisuales, (Jenkins H., 2006). Sugiere que dicha formación debe incluir talleres prácticos, estudios de casos, enfoque en la innovación, además de la ética y la responsabilidad.

En este sentido, el laboratorio especializado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Peruana Unión ofrece condiciones destacadas a nivel nacional, pues es uno de los laboratorios más completos entre las universidades del Perú. Cuenta con más de 20 modernos ambientes, fuertemente equipados para la formación de los futuros profesionales en el campo de las comunicaciones: Dos estudios de radio, un amplio estudio de televisión comercial adaptado para la enseñanza, una sala de redacción, tres estudios fotográficos bien equipados, dos salas de edición, un amplio laboratorio de diseño gráfico y posproducción con tecnología iMac, una sala de producción radial, dos laboratorios de grabación y posproducción musical, una moderna cabina de locución de voz en off, un auditorio cinema multiusos y más de 70 licencias de software de edición y posproducción audiovisual.

Por lo tanto, este informe describe las estrategias implementadas en el Laboratorio

de Ciencias de la Comunicación de la UPeU para optimizar los procesos de producción y administración de contenido audiovisual para medios y plataformas digitales, así como los logros alcanzados en la formación de futuros profesionales en Ciencias de la Comunicación. Asimismo, se analizan los retos enfrentados y se plantean propuestas de mejora que contribuyan al fortalecimiento de este espacio académico y profesional.

Además de la experiencia acumulada, también se destaca el impacto positivo de la gestión del laboratorio especializado de Ciencias de la Comunicación en la producción de programas de radio, televisión, fotografía y prensa escrita; la promoción de la carrera; la supervisión constante de cada proyecto audiovisual; y la gestión de los recursos humanos, técnicos y logísticos, para garantizar el correcto funcionamiento del laboratorio. Todo ello ha promovido la innovación, la creatividad y el profesionalismo en cada proyecto, así como la formación de futuros profesionales de calidad en el campo de las Ciencias de la Comunicación, capaces de adaptarse a las demandas de los medios contemporáneos. Este trabajo representa una contribución significativa al desarrollo de las Ciencias de la Comunicación y al compromiso con la excelencia educativa y profesional.

En tal sentido, este informe, desde un enfoque práctico, ha sido fundamental para consolidar habilidades relacionadas a la producción de diversos contenidos en distintos formatos y plataformas, como radio y televisión. Estas competencias adquiridas no solo han permitido garantizar el correcto funcionamiento del laboratorio especializado en Ciencias de la Comunicación, sino también promover una comunicación más efectiva que responde a las exigencias de los medios de comunicación actuales. Además, este informe puede servir como un aporte valioso para futuros profesionales que ejerzan actividades similares.

Por lo expuesto, el presente informe de suficiencia profesional tiene como finalidad sistematizar la experiencia laboral y las competencias desarrolladas durante el desempeño en el Laboratorio Especializado de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación, perteneciente a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión, sede Lima.

1.1 Producción multiplataforma

La producción multiplataforma se ha convertido en una estrategia central dentro del ecosistema de medios digitales, transformando los modos de creación, distribución y consumo de contenidos. En el ámbito periodístico, esta evolución ha implicado no solo la adopción de nuevas herramientas tecnológicas, sino también la reformulación de prácticas profesionales y narrativas.

El concepto de convergencia mediática, propuesto por Henry Jenkins es clave para entender la lógica de la producción multiplataforma. (Jenkins, 2006). sostiene que vivimos en una cultura de la convergencia, en la cual los contenidos fluyen a través de múltiples canales mediáticos, y las audiencias asumen un papel activo en la interpretación y reconfiguración de dichos contenidos.

En este contexto, surge la narrativa transmedia, entendida como la técnica de contar una historia a través de diversas plataformas, donde cada medio contribuye de manera única al desarrollo del relato. (Scolari, 2013), señala que la narrativa transmedia va más allá de la adaptación multiplataforma: implica una expansión del universo narrativo que incentiva la participación del público.

Desde la perspectiva del periodismo, la producción multiplataforma también responde a una necesidad de adaptación ante los nuevos hábitos de consumo informativo. Esto ha dado lugar a una descentralización de la producción informativa, en la cual los medios deben planificar contenidos adaptados a cada canal (Salaverría, R., 2020)

Asimismo, la producción multiplataforma implica un cambio en las rutinas profesionales de los periodistas, demandando competencias digitales avanzadas y una mentalidad colaborativa (Pavlik J. V., 2013). Por otro lado, la multiplataformidad permite fortalecer el vínculo entre medios y audiencias mediante estrategias de engagement y personalización de contenidos (Barranquero & Limón, 2017).

En conclusión, la producción multiplataforma representa un modelo integral que redefine las prácticas comunicativas, tanto desde el punto de vista tecnológico como narrativo y organizacional.

1.2 Comunicación institucional

La comunicación institucional se configura como un eje estratégico fundamental en la gestión y proyección pública de organizaciones. Su finalidad no se limita a transmitir mensajes, sino que se orienta a construir identidad, fortalecer la reputación y establecer vínculos con los públicos de interés.

Desde una perspectiva teórica, la comunicación institucional puede definirse como el conjunto de procesos comunicativos que una organización desarrolla para proyectar su imagen y fomentar la interacción con sus stakeholders (Costa, 2009).

Capriotti (2009), sostiene que la comunicación institucional no solo cumple funciones operativas, sino también simbólicas, al contribuir a la construcción del capital reputacional. El mensaje institucional debe ser coherente con las acciones de la entidad para evitar disonancias.

En el ámbito periodístico, la comunicación institucional adquiere un papel mediador entre la organización y los medios, gestionando crisis y generando contenidos pertinentes. El rol del comunicador institucional exige habilidades estratégicas, digitales y sociales (Xifra, 2005).

Asimismo, se vincula con la responsabilidad social corporativa (RSC), ya que ambas buscan consolidar una imagen ética y comprometida (Villafañe, 2004). En el entorno digital, esta comunicación se expande hacia relaciones más directas y participativas con los públicos.

En síntesis, la comunicación institucional articula identidad, reputación y estrategia en un entorno de alta visibilidad.

1.3 Gestión de laboratorios especializados de ciencias de la comunicación

En el ámbito de las ciencias de la comunicación, los laboratorios especializados son espacios estratégicos para el aprendizaje práctico, la innovación tecnológica y el desarrollo de competencias. Su gestión adecuada es clave para la calidad educativa y la conexión con el entorno profesional.

Los laboratorios abarcan áreas como producción audiovisual, radio, fotografía y diseño gráfico. Son espacios pedagógicos donde los estudiantes desarrollan habilidades

técnicas y narrativas (Barranquero & Limón, 2017).

La gestión de laboratorios implica planificación, organización y evaluación de recursos humanos, técnicos y financieros. Según Chiavenato (2006), una gestión eficiente considera la asignación de recursos, capacitación del personal e innovación.

Según Canclini (2015), las universidades deben adaptar sus modelos pedagógicos a los cambios culturales y tecnológicos. Los laboratorios permiten un aprendizaje activo donde los estudiantes son productores de conocimiento.

Además, deben mantenerse actualizados con tecnología y metodologías recientes, promoviendo alfabetización mediática (Iruela, 2020). También pueden convertirse en centros de producción académica y extensión, la gestión de laboratorios debe articular recursos técnicos, humanos y pedagógicos, fortaleciendo el perfil profesional de los estudiantes.

II. Datos generales de la empresa o institución

2.1 Razón social, RUC, dirección

Universidad Peruana Unión

RUC: 20138122256

Dirección: Carretera Central Km 19.5 Ñaña, Chosica

2.2 Actividad principal de la empresa o institución

La Universidad Peruana Unión es una institución de educación superior que ofrece programas académicos desde el nivel de pregrado hasta postgrado en diversas áreas del conocimiento, distribuidas en más de cinco facultades. Entre ellas, destaca la Facultad de Ciencias Humanas y Educación, que integra la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

En este escenario, La carrera de Comunicaciones, cuenta con un Laboratorio Especializado en Ciencias de la Comunicación, cuya función principal es gestionar la producción audiovisual, así como administrar la infraestructura y prestar los equipos necesarios para el desarrollo de actividades académicas prácticas. Este espacio brinda a los estudiantes de la carrera de Comunicaciones un entorno ideal para la aplicación de sus conocimientos teóricos y prácticos, fomentando el desarrollo de habilidades técnicas y profesionales en el ámbito de la comunicación.

2.3 Reseña histórica

La Universidad Peruana Unión (UPeU) fue fundada en 1919 por la Iglesia Adventista del Séptimo Día y ha evolucionado a lo largo del tiempo bajo distintas denominaciones, hasta obtener su estatus universitario en 1983. Adquirió autonomía plena en 1989 y expandió su oferta educativa con la Escuela de Posgrado en 1993, así como con la apertura de filiales en Juliaca (2002) y Tarapoto (2005). En 2018, recibió el licenciamiento institucional de SUNEDU, consolidando así su compromiso con la calidad académica y la formación integral de sus estudiantes (Rivera, 2015)

Como parte de su crecimiento y modernización, el 12 de octubre de 2001 se creó la carrera de Ciencias de la Comunicación, diseñada por la Oficina de Planificación y Desarrollo.

En esta línea, el 19 de junio de 2003 se inauguró por primera vez el Laboratorio de Ciencias de la Comunicación, implementado gracias a una donación del Dr. Milton Afonso. A lo largo de los años, este laboratorio ha estado bajo la dirección de destacados jefes, cuyas gestiones han sido fundamentales en su evolución. (Unión, 2002). Daniel Padilla Milla (2009-2013) se destacó por su meticuloso cuidado y mantenimiento de los equipos de radio, es en su gestión que se inaugura “Radio Peruana Unión – Tu conexión con la UPEU” con la ayuda del entonces practicante Jose Calsín Molleapaza, así mismo, estuvo a cargo de televisión, fotografía e islas de edición. Además, fue responsable de la creación de manuales de funciones para el personal, así como de la producción y difusión de programas radiales.

Posteriormente, Dante López (2015-2017) orientó su gestión a la producción y difusión de programas radiales deportivos, logrando una amplia visibilidad para la universidad y la carrera a través de diversos canales de televisión comercial en el Perú. Esto consolidó la presencia de la Universidad Peruana Unión y su carrera de Ciencias de la Comunicación a nivel nacional. Nick Brañez Medrano (2018-2019), con una visión incansable de crecimiento y modernización, gestionó la edificación, modernización e implementación del nuevo laboratorio especializado en Ciencias de la Comunicación, acción de gran relevancia hasta la actualidad. Finalmente, Gershwin Shica Verástegui (2020-2025) ha destacado por su eficaz gestión en el cuidado, manejo y mantenimiento de los nuevos y sofisticados equipos de radio, televisión, fotografía e islas de edición, además de impulsar la producción y difusión de programas de radio, televisión, fotografía y prensa escrita en múltiples plataformas digitales.

El Laboratorio de Ciencias de la Comunicación de la UPeU se distingue a nivel nacional por ser uno de los más completos entre las universidades del Perú. Este avanzado equipamiento permite a los estudiantes desarrollar competencias profesionales con altos estándares tecnológicos y prácticos.

2.4 Visión y Misión

Misión

La Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión, forma comunicadores altamente capacitados y competitivos con mente y carácter cristianos, capaces de contribuir con el desarrollo de la IASD y la sociedad través del uso adecuado de los procesos de comunicación más avanzados.

Visión

Ser una Escuela acreditada y líder en la formación de comunicadores con principios y valores cristianos.

2.5 Descripción del área donde el bachiller realizó sus actividades

El Laboratorio Especializado de Ciencias de la Comunicación es un espacio diseñado y acondicionado con estándares profesionales dentro del campus de la Universidad Peruana Unión. Su infraestructura consta de tres niveles, cada uno equipado con diversas subáreas especializadas.

En el primer piso se encuentra el estudio de televisión, que dispone más de siete ambientes principales, incluyendo un set de televisión, una sala de control de video, una sala de control de audio, una cabina de locución en vivo, dos camerinos diferenciados para hombres y mujeres, un cuarto de circuito cerrado de para televisión, un área de equipos para audio, video y fotografía, así como la oficina de la jefatura del laboratorio.

El segundo piso está destinado a la producción fotográfica y editorial, contando con tres estudios fotográfico en un solo ambiente, una sala de redacción y un hall amueblado que brinda comodidad a los estudiantes.

En la planta baja (sótano), se ubican el estudio de radio de la Universidad Peruana Unión (Radio Peruana Unión), una sala de producción radial, dos islas de edición, un auditorio cinema multiusos, una sala de diseño gráfico y posproducción audiovisual, además de dos ambientes dedicados a la grabación y posproducción musical.

Asimismo, el laboratorio cuenta con un equipo, conformado por un jefe de área, tres

practicantes que cursan el décimo ciclo de la carrera y una secretaria. Además, el Laboratorio de Ciencias de la Comunicación (LabCom) opera de manera articulada con otras áreas académicas, las distintas carreras de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación, así como con el área de Imagen Institucional de la universidad. Esta colaboración promueve un trabajo interdisciplinario y fortalece la formación integral de los estudiantes.

Descripción gráfica del Laboratorio Especializado de Ciencias de la Comunicación – 2025

Piso 1

En el primer piso del Laboratorio Especializado de Ciencias de la Comunicación se encuentra el Estudio de Televisión, espacio diseñado para el desarrollo de prácticas académicas, producción audiovisual y simulación de entornos profesionales propios de la industria televisiva.

Este nivel concentra diversas áreas operativas y técnicas que permiten el funcionamiento integral del estudio:

Área de Producción y Dirección: Espacio destinado a la planificación, coordinación y supervisión de los contenidos audiovisuales. Desde aquí se organizan escaletas, guiones técnicos y se coordina el trabajo del equipo de producción.

Cabina de Audio: Ambiente acondicionado acústicamente para el control y monitoreo del sonido durante las grabaciones. Cuenta con consola de mezcla, micrófonos profesionales y equipos de procesamiento de audio que garantizan calidad sonora en las producciones.

Cabina de Video (Control Máster): Área técnica donde se realiza la dirección en tiempo real de las grabaciones. Aquí se operan los switchers de video, monitores de control, sistemas de grabación y edición en línea, permitiendo la supervisión de cámaras, iluminación y señal audiovisual.

Set o Sala de Grabación: Espacio principal del estudio, equipado con sistema de iluminación profesional, cámaras de video de alta definición, fondos modulares y escenografía adaptable según el tipo de producción (informativos, entrevistas, programas educativos, debates, entre otros).

Almacén Técnico: Área destinada al resguardo y organización de equipos audiovisuales, tales como cámaras, trípodes, micrófonos, cables, luminarias y accesorios. Este espacio permite mantener el orden y la conservación adecuada de los recursos tecnológicos.

Oficina de Jefatura del Laboratorio: Ambiente administrativo donde se gestionan las actividades académicas y operativas del laboratorio. Desde esta oficina se coordina el préstamo de equipos, la programación de prácticas, el mantenimiento técnico y la supervisión del uso adecuado de los recursos.

El diseño funcional del primer piso responde a una lógica de flujo de trabajo profesional, permitiendo que los estudiantes desarrollen competencias técnicas, narrativas y de producción audiovisual en un entorno que simula condiciones reales del ejercicio comunicacional.

Figura 1

Set de televisión del laboratorio de Ciencias de la Comunicación



Nota: 12 de enero del 2025 autoría propia.

Figura 2

Set de televisión del laboratorio de Ciencias de la Comunicación



Nota: 15 de noviembre del 2024

Figura 3

Control de video del laboratorio de Ciencias de la Comunicación



Nota: 28 de noviembre del 2024 autoría propia

Figura 4

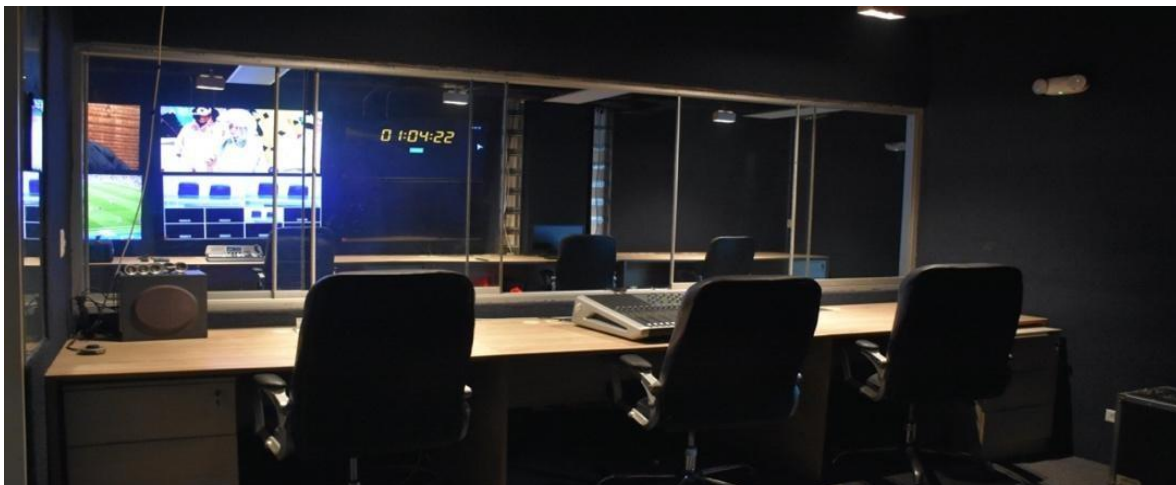
Cuarto de data en el control de video del laboratorio de Ciencias de la



Nota: 18 de octubre del 2024

Figura 5

Control de audio del laboratorio de Ciencias de la Comunicación



Nota: 18 de octubre del 2024

Figura 6

Cabina de locución voz en off del laboratorio de Ciencias de la Comunicación



Nota: 18 de octubre del 2024

Figura 7

Almacén (equipos de audio, video, fotografía v luces)



Nota: 12 de octubre del 2024

Figura 8

Jefatura del laboratorio de Ciencias de la Comunicación



Nota: 12 de octubre del 2024

Figura 9

Hall del laboratorio de Ciencias de la Comunicación



Nota: 12 de octubre del 2024

Figura 10

Estudio fotográfico del laboratorio de Ciencias de la Comunicación.



Nota: 03 de diciembre del 2024

Figura 11

Sala de redacción del laboratorio de Ciencias de la Comunicación.



Nota: 03 de diciembre del 2024

Figura 12

Hall 2 del laboratorio de Ciencias de la Comunicación.



Nota: 03 de diciembre del 2024

Piso sótano

Figura 13

Islas de edición v posproducción audiovisual (diseño, fotografía, video v audio).



Nota: 03 de diciembre del 2024

Figura 14

Estudio de radio2 Arumanthy (auditorio multiusos)



Nota: 03 de diciembre del 2024

Figura 15

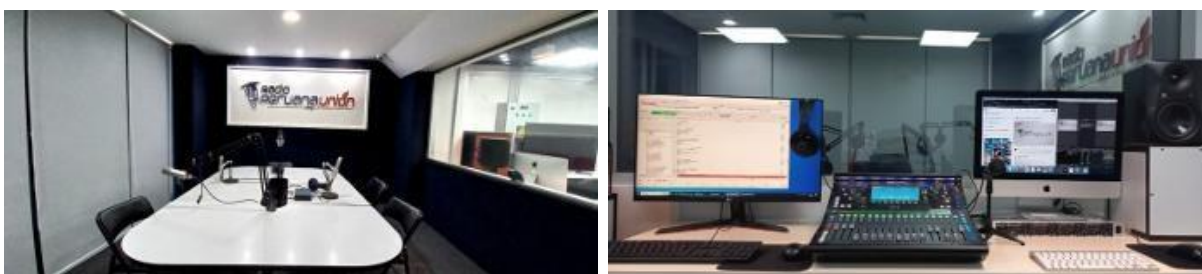
Sala de producción radial del laboratorio de Ciencias de la Comunicación.



Nota: 03 de diciembre del 2024

Figura 16

Estudio de radio (radio peruana unión) del laboratorio de Ciencias de la Comunicación



Nota: 03 de diciembre del 2024

III. Descripción del cargo y actividades del bachiller

3.1 Descripción del cargo

En la Jefatura del Laboratorio Especializado de Ciencias de la Comunicación (LabCom), es responsable de administrar, planificar, organizar, coordinar, ejecutar, evaluar, crear, producir y controlar las actividades y funciones del laboratorio, de conformidad con las normas institucionales y los principios promovidos por la Iglesia Adventista del Séptimo Día.

3.2 Descripción de las actividades del bachiller

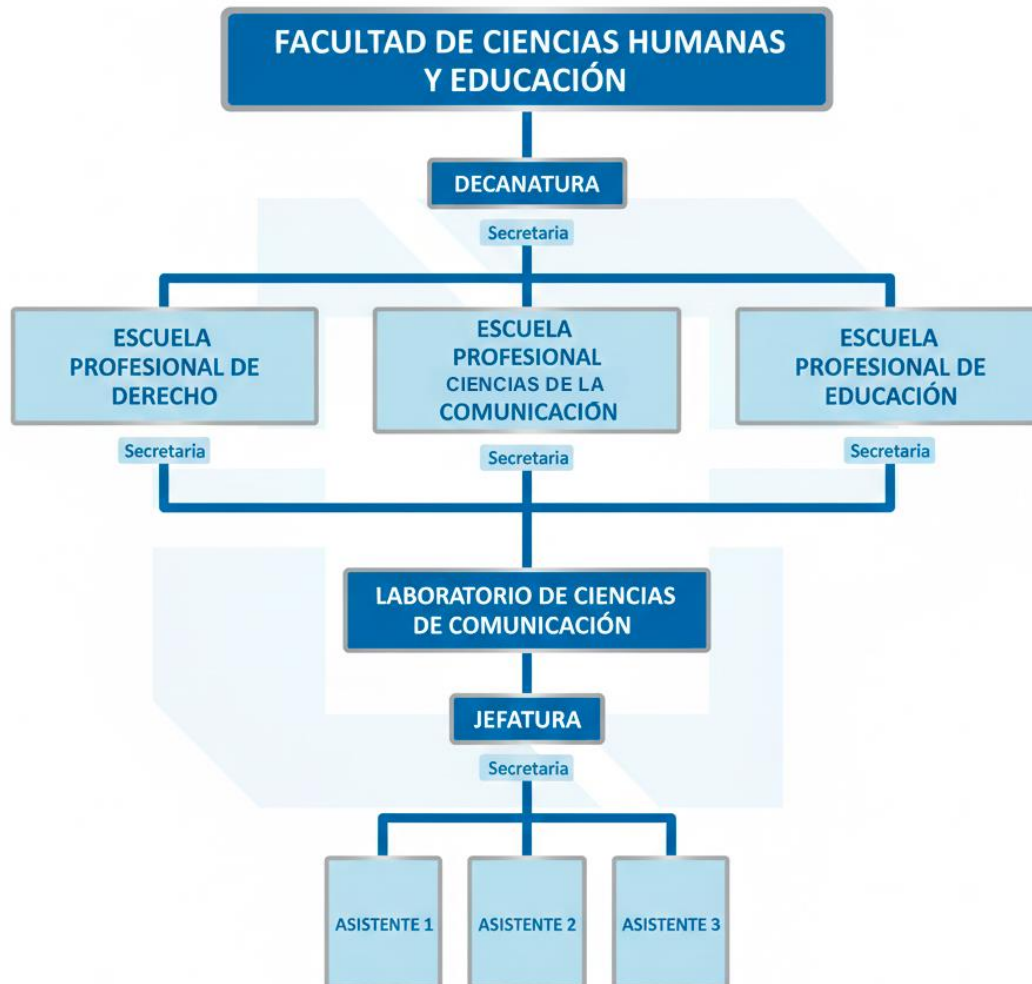
- Coordinar con el director de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación las actividades académicas que correspondan.
- Organizar y supervisar al personal de apoyo.
- Asumir la responsabilidad por cualquier incidente que ocurra dentro de los ambientes del laboratorio.
- Orientar a los alumnos de la carrera en el uso adecuado de los ambientes y equipos del laboratorio.
- Aplicar la disciplina correspondiente si algún usuario comete una falta, conforme a los reglamentos establecidos.
- Autorizar la salida de equipos requeridos por los alumnos, previa autorización del profesor del curso correspondiente.
- Remitir informes, sugerencias y solicitudes a las áreas pertinentes.
- Produce contenidos para las multiplataformas digitales.

3.3 Organigrama

El Laboratorio de Ciencias de la Comunicación se encuentra integrado dentro de la estructura organizacional de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación, bajo la dirección del Decanato y la Secretaría Académica. Forma parte del órgano de línea correspondiente a la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación y se articula como un órgano de apoyo académico, contribuyendo al desarrollo formativo, técnico y profesional de los estudiantes.

Figura 17

Organigrama de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación



Nota: este informe se desarrolla desde la Jefatura del Laboratorio especializado de Ciencias de la Comunicación.

IV. Principales logros del bachiller

4.1 Programas ejecutados





En el marco de las funciones académicas y formativas del Laboratorio de Ciencias de la Comunicación (LabCom), desde su jefatura se planificó, coordinó y ejecutó una serie de programas de televisión difundidos a través de plataformas digitales institucionales. Estas producciones respondieron a un enfoque integral que combinó dimensiones académicas, informativas y de entretenimiento, articulando la teoría impartida en aula con la práctica profesional en entornos reales de producción audiovisual multiplataforma.

Los programas desarrollados no solo constituyeron espacios de difusión institucional, sino también escenarios formativos donde los estudiantes asumieron roles técnicos y editoriales producción, conducción, dirección, guionización, edición y gestión de contenidos digitales fortaleciendo así sus competencias en comunicación audiovisual, narrativa digital, trabajo colaborativo y planificación estratégica de contenidos. Asimismo, estas iniciativas promovieron el liderazgo estudiantil, al permitir que los alumnos participaran activamente en la toma de decisiones creativas y en la gestión operativa de los proyectos comunicacionales.

Desde el punto de vista institucional, la transmisión de estos programas mediante redes sociales y plataformas digitales contribuyó significativamente al posicionamiento de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación y de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación, ampliando su alcance hacia públicos internos y externos. De esta manera, el LabCom se consolidó como un espacio de innovación académica y producción mediática, fortaleciendo la visibilidad institucional y generando impacto formativo en el desarrollo profesional de los estudiantes.

Tabla 1


Principales programas de televisión en plataformas digitales (2023–2024)

Programa de TV	Objetivo	Descripción	Fecha	Medios de difusión	Productos	Resultados
Global Spark	Fomentar el liderazgo estudiantil en la Facultad de Ciencias Humanas y Educación (primer a cuarto año).	Programa producido por estudiantes de la carrera de Comunicaciones. Participa activamente en el culto de sábado y es transmitido por las plataformas digitales institucionales.	Set. 28, 2024 – Nov. 16, 2024	Facebook, YouTube, Instagram, TikTok	Transmisiones en vivo y contenido digital multiplataforma. 	Fortalecimiento del liderazgo estudiantil y posicionamiento digital institucional. 
Diálogo Abierto	Fortalecer la formación de los estudiantes de tercer año de Comunicaciones mediante el desarrollo de habilidades especializadas.	Espacio formativo orientado a la continuidad y sostenibilidad del proyecto académico-comunicacional.	Set. 28, 2024 – Mar. 22, 2025	Facebook, YouTube y Radio Nuevo Tiempo	Producción de programas audiovisuales y radiales. 	Desarrollo de competencias profesionales en comunicación. 

Dones Cristianos	Promover valores y formación espiritual mediante contenido audiovisual.	Programa transmitido en plataformas digitales institucionales.	Nov. 14, 2024 – Dic. 19, 2024	Facebook, YouTube, Instagram, TikTok	Contenido audiovisual temático cristiano. 	Fortalecimiento de la identidad espiritual institucional.
Zonne Sport	Informar y actualizar sobre noticias deportivas a nivel institucional, nacional e internacional.	Programa deportivo radial que informa, entretiene y destaca noticias deportivas, campeonatos, resultados, debates y entrevistas.	Nov. 16, 2023 – Nov. 19, 2024	Facebook, YouTube, Instagram, TikTok	Programa deportivo radial y contenido digital. 	Mayor participación e interés en actividades deportivas institucionales. 

Nota: La tabla presenta la sistematización de los principales programas de televisión difundidos en plataformas digitales institucionales durante los años 2023 y 2024.

Tabla 2*Principales programas de radio en plataformas digitales (2018–2025)*

Programa de Radio	Objetivo	Descripción	Fecha	Medios de difusión	Productos	Resultados
Zonne Sport	Fortalecer la formación de estudiantes de tercer año de Comunicaciones mediante el desarrollo de habilidades especializadas.	Programa radial deportivo que informa, entretiene y destaca noticias deportivas a nivel institucional, nacional e internacional.	Nov. 16, 2023 – Nov. 19, 2024	Facebook, YouTube, Instagram, TikTok	Programa radial deportivo y transmisiones digitales.	Desarrollo de competencias profesionales y posicionamiento deportivo institucional.
Informativo RPU Noticias	Fortalecer la formación profesional de estudiantes de Comunicaciones en producción radial informativa.	Programa radial informativo de noticias.	Mar. 25, 2024 – Nov. 06, 2024	Facebook, YouTube, Instagram, TikTok	Producción de contenidos informativos radiales.	Consolidación de habilidades periodísticas en entorno digital.
Radio Joven	Fortalecer la formación estudiantil mediante formatos de opinión.	Programa radial de opinión.	Abr. 12, 2024 – Nov. 04, 2024	Facebook, YouTube, Instagram, TikTok	Contenido radial de opinión y debate. https://www.youtube.com/watch?v=Ksz-QqY-BQw	Promoción del pensamiento crítico y participación estudiantil.
Triple Golazo	Difundir nuevos formatos en programación diversa con rigor informativo.	Programa radial informativo deportivo.	Set. 02, 2024 – Set. 29, 2024	Facebook, YouTube, Instagram, TikTok	Producción deportiva en formato digital. https://www.youtube.com/watch?v=icxYWieK7DY	Innovación en formatos radiales deportivos.
Entre Cotaz	Informar y actualizar sobre noticias, propuestas y debates en Arquitectura y Urbanismo.	Programa radial informativo educativo en formato mesa redonda.	Set. 19, 2019 – Nov. 12, 2019	Facebook, YouTube	Programa educativo con enfoque académico. 	Difusión de contenidos especializados y cobertura de eventos institucionales.

60 Minutazoz con Josh	Posicionar la carrera de Ciencias de la Comunicación en producción radial universitaria en internet.	Programa radial de entretenimiento y musical.	Dic. 02, 2018 – Mar. 12, 2019	Facebook, YouTube	Programa radial musical y de entretenimiento.	Interacción con audiencia y fortalecimiento del posicionamiento digital.
						
Esperanza que Sana	Promover apoyo emocional y espiritual mediante acompañamiento radial.	Programa radial de entrevistas y crónicas orientado al acompañamiento en procesos de diagnóstico, tratamiento y recuperación.	Nov. 08, 2024 – Ago. 30, 2025	Facebook, YouTube, Radio Nuevo Tiempo	Entrevistas y contenido testimonial. https://www.youtube.com/watch?v=xYKsndFePFQ	Fortalecimiento del apoyo emocional y espiritual comunitario.
						

Nota: La tabla presenta la sistematización de los principales programas de radio difundidos en plataformas digitales institucionales entre los años 2018 y 2025.

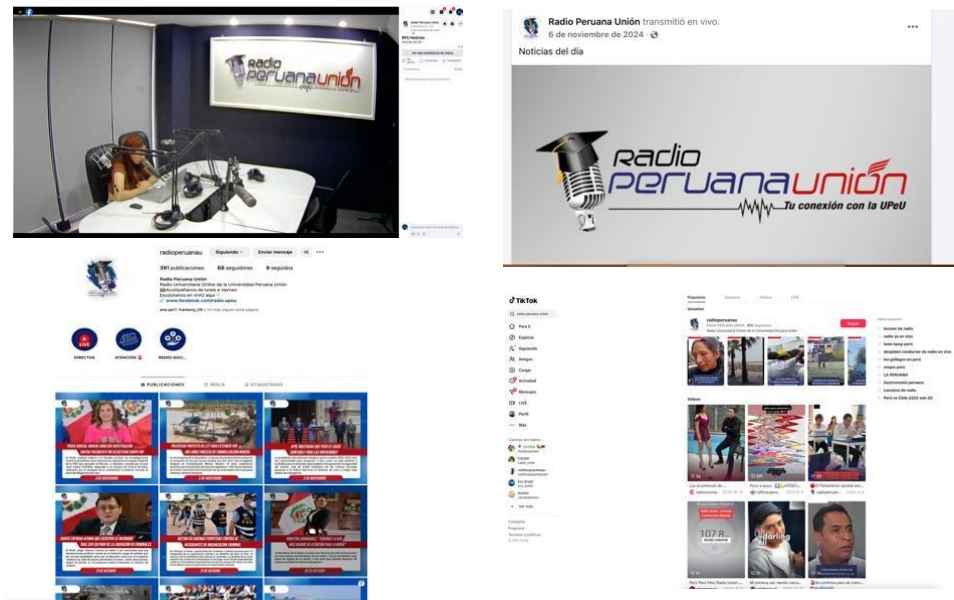
Figura 18

Programas deportivos radiales



Figura 19

Programa informativos radiales



4.2 Informes elaborados

El presente informe sistematiza las acciones desarrolladas en el marco del programa universitario “*Educando Generaciones*”, ejecutado el 01 de julio de 2024 en la zona de Huaycán. Esta iniciativa, impulsada por la Facultad de Ciencias Humanas y Educación (FACIHED), tuvo como propósito fortalecer la vinculación universidad–comunidad mediante intervenciones educativas y acciones de acompañamiento social. En este contexto, la participación del comunicador social resultó estratégica para garantizar la adecuada difusión, documentación y visibilidad de las actividades realizadas, contribuyendo a consolidar el impacto social del programa y su proyección institucional.

En el ámbito de la cobertura informativa, se elaboraron notas periodísticas destinadas a radio, televisión y plataformas digitales, con el fin de comunicar de manera clara y oportuna los objetivos, actividades y resultados del programa. Estas piezas comunicacionales permitieron amplificar el alcance de la intervención, generando un flujo informativo constante hacia la comunidad universitaria y el público externo. Asimismo, se desarrollaron publicaciones estratégicas en redes sociales institucionales, orientadas a evidenciar los avances del proyecto, fortalecer la transparencia de la gestión y posicionar el compromiso social de la FACIHED en entornos digitales.

En relación con las entrevistas, se realizaron diálogos estructurados con organizadores, docentes y participantes del programa, recogiendo testimonios que permitieron visibilizar la experiencia formativa y el impacto educativo alcanzado. De igual manera, se entrevistó a voluntarios y miembros de la comunidad beneficiaria, destacando percepciones, aprendizajes y transformaciones generadas a partir de la intervención. Estas narrativas no solo enriquecieron el contenido informativo, sino que también aportaron un componente humano y testimonial fundamental para evidenciar la pertinencia social del proyecto.

En cuanto al registro audiovisual, se efectuó la grabación de notas informativas destinadas a su emisión en el programa evangelístico de televisión *Global Spark*, así como la producción de material audiovisual adaptado a formatos digitales. Este trabajo incluyó la

planificación de tomas, captura de imágenes, edición y adecuación de contenidos para distintos canales de difusión, asegurando coherencia narrativa y calidad técnica. El material producido permitió documentar de manera sistemática las actividades desarrolladas, constituyéndose en evidencia institucional del trabajo de proyección social.

Finalmente, en el marco de la cobertura de actividades de extensión universitaria, se documentaron las acciones de vinculación desarrolladas en la zona R de Huaycán, incluyendo reportes sobre la implementación, seguimiento y avances del programa educativo. Esta labor contribuyó a fortalecer la articulación entre la universidad y la comunidad, evidenciando el compromiso institucional con el desarrollo educativo y social del entorno. En conjunto, las actividades realizadas reflejan una gestión comunicacional estratégica que no solo acompañó la ejecución del proyecto, sino que también potenció su alcance, legitimidad y sostenibilidad en el tiempo.

V. Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones

El Laboratorio Especializado de Ciencias de la Comunicación de la UPeU ha demostrado ser un espacio clave para la formación de profesionales capaces de responder a estas demandas, gracias a su infraestructura de vanguardia y su enfoque en la práctica y la innovación. Esto subraya la necesidad de que las instituciones educativas continúen invirtiendo en recursos tecnológicos y programas de formación que preparen a los estudiantes para los desafíos del mercado audiovisual actual.

El Laboratorio de Ciencias de la Comunicación no solo ha contribuido a la formación técnica y profesional de los estudiantes, sino que también ha fortalecido la visibilidad de la carrera y la universidad a nivel nacional. A través de la producción de programas multiplataformas: Radio, televisión, fotografía y prensa escrita, los estudiantes han adquirido experiencia práctica y han demostrado su capacidad para adaptarse a las necesidades de los medios contemporáneos. Este éxito refleja la importancia de contar con espacios académicos que integren la teoría con la práctica, fomentando la creatividad, la innovación y el profesionalismo.

5.2 Recomendaciones

A los docentes profesionales en el rubro de las comunicaciones, se sugiere promover proyectos de investigación que exploren nuevas formas de narrativa transmedia y la aplicación de tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial y la realidad virtual, en la producción de contenidos audiovisuales.

A los directores de la carrera de ciencias de la comunicación, establecer colaboraciones con empresas líderes en la industria audiovisual, como Tondero Producciones, Iguana Producciones o Cinecolor Perú, para ofrecer a los estudiantes oportunidades de prácticas profesionales y proyectos conjuntos que enriquezcan su experiencia y formación.

Para garantizar la sostenibilidad y el liderazgo del laboratorio en la formación de comunicadores altamente capacitados, es esencial que los jefes del laboratorios de

comunicaciones y los directivos académicos puedan actualizar constantemente los equipos, ampliar las colaboraciones interdisciplinarias, integrar nuevas tecnologías y plataformas digitales, fortalecer la gestión de recursos humanos y técnicos, y organizar talleres, seminarios y cursos de actualización en áreas como producción multiplataforma, ética en los medios y gestión de contenidos digitales, asegurando que estudiantes y docentes estén al día con las últimas tendencias y herramientas del sector.

Sugerencia para estudiantes de Ciencias de la Comunicación

A los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación, aprovechar al máximo los recursos del Laboratorio Especializado de la Universidad Peruana Unión, no solo como un espacio técnico, sino como un ecosistema creativo donde pueden consolidar habilidades en producción multiplataforma. En palabras de (Jenkins H., 2006). La convergencia mediática demanda que los nuevos comunicadores no solo sean emisores de contenido, sino constructores de narrativas complejas que circulen por diversos medios. La exposición directa a programas reales como Global Spark o Diálogo Abierto permite a los estudiantes enfrentarse a retos reales, afinar competencias transmedia (Scolari, 2013), y adaptar sus contenidos a las particularidades de cada plataforma. Por tanto, se les anima a desarrollar proyectos personales y colaborativos dentro del laboratorio, explorando géneros y formatos diversos, y cultivando una mentalidad crítica e innovadora acorde con las exigencias del mercado mediático contemporáneo (Salaverría, R., 2020)

Sugerencia para la institución universitaria (Universidad Peruana Unión)

A la Universidad Peruana Unión, continuar consolidando su liderazgo en formación profesional mediante la constante actualización tecnológica, curricular y pedagógica del Laboratorio Especializado de Ciencias de la Comunicación. Según (Chiavenato, I., 2006), la gestión educativa eficaz implica una adecuada planificación y renovación de recursos humanos y técnicos. En un entorno mediático altamente competitivo y digitalizado, contar con infraestructura moderna no es solo una ventaja, sino una exigencia para garantizar una formación profesional de calidad (García Canclini, N., 2015). Asimismo, se sugiere fortalecer los vínculos del laboratorio con iniciativas comunitarias y alianzas con medios externos para

proyectar el impacto institucional en la sociedad y fomentar la responsabilidad social universitaria. Este enfoque integral reforzará la reputación académica de la universidad y atraerá tanto a nuevos estudiantes como a socios estratégicos.

Sugerencia para profesionales del medio de la comunicación

A los profesionales del medio, establecer vínculos colaborativos con el Laboratorio de Ciencias de la Comunicación de la UPeU, a fin de generar proyectos conjuntos de innovación, mentoría y transferencia de conocimientos. Las alianzas entre la academia y la industria son claves para el desarrollo de nuevas prácticas narrativas que respondan a las exigencias de audiencias activas y plataformas emergentes (Pavlik & Barranquero, 1013, 1017) Estos espacios permiten nutrir el campo profesional con nuevas generaciones de comunicadores formados en ambientes altamente equipados y con experiencia previa en producción multiplataforma. Además, tales colaboraciones pueden derivar en contenidos coproducidos, investigaciones aplicadas y formatos experimentales que fortalezcan tanto la agenda académica como el dinamismo de la industria audiovisual.

Reflexión final

La experiencia en el Laboratorio Especializado de Ciencias de la Comunicación de la UPeU marcó un antes y un después en mi desarrollo profesional. No solo fortalecí competencias técnicas y de gestión, sino que comprendí el valor de la innovación, la narrativa multiplataforma y la formación práctica como ejes de transformación educativa.

Este recorrido confirmó que la comunicación actual exige adaptabilidad, pensamiento estratégico y compromiso ético. Cada proyecto ejecutado fue una oportunidad para crecer, enseñar y aprender.

A futuro, asumo el reto de seguir promoviendo la excelencia en la formación de comunicadores integrales, impulsando la investigación aplicada, el uso de tecnologías emergentes y la vinculación activa entre academia e industria.

Más que un cierre, esta etapa representa el inicio de una proyección profesional comprometida con el cambio y la calidad comunicacional.

Referencias

- Scolari, C. A. (2018). *"La transformación de la televisión en la era digital: Nuevos modelos de negocio y consumo"*. España: Universidad: Universitat Pompeu Fabra (España).
- Chalaby, J. K. (2016). *"The Format Age: Television's Entertainment Revolution"*. Cambridge, Reino Unido: Polity Press.
- Lotz, A. D. (2017). *"The Transformation of Television: From Traditional Broadcasting to Digital Platforms"*. Publicado en: Journal of Communication.
- Jenkins, H. (2006). *"Convergence Culture: Where Old and New Media Collide"*. Nueva York, Estados Unidos: New York University Press (NYU Press).
- Jenkins, H. (2006). *"Convergence Culture: Where Old and New Media Collide"*. Nueva York, Estados Unidos: New York University Press (NYU Press).
- Rivera, J. C. (2015). *"Historia de la Educación Adventista en el Perú"*. Perú: Asociación Casa Editora Sudamericana (ACES). .
- union, u. p. (2002). *eco 2002*. Perú: Editorial de la Universidad Peruana Unión (UPeU).
- Jenkins. (2006). *Where old and new media collide*. New York University Press.
- Scolari, C. A. (2018). *"La transformación de la televisión en la era digital: Nuevos modelos de negocio y consumo"*. España: Universidad: Universitat Pompeu Fabra (España).
- Pavlik, J. V. (2013). Innovation and the future of journalism. *Digital Journalism*, 1(2), 181–193.
- Barranquero, A., & Limón, N. (2017). Educación mediática y competencias digitales: Retos para la formación universitaria en comunicación. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 8(2), 25–35.
- Costa, J. (2009). *La imagen de marca: Teoría y práctica*. España: Paidós.
- Capriotti, P. (2009). *Branding corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. España: Ariel.
- Xifra, J. (2005). *Comunicación corporativa: Estrategias y competencias*. España : Ariel.
- Villafañe, J. (2004). *La gestión profesional de la imagen corporativa*. España : Pirámide.
- Barranquero, & Limón, N. (2017). Educación mediática y competencias digitales: Retos para la formación universitaria en comunicación. *Revista Mediterránea de Comunicación*,

8(2), 25–35.

Chiavenato, I. (2006). *Administración de recursos humanos*. México: McGraw-Hill. .

Canclini, N. G. (2015). *El aula sin muros: Nuevas formas de aprendizaje y creatividad*. España: Gedisa.

Iruela, R. S. (2020). Medios nativos digitales en España: Caracterización y tendencias. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(1), 97–108.

Scolari. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. España: Deusto.

Jenkins, H. (2006). *Where old and new media collide*. Estados Unidos: New York University Press.

Salaverría, R. (2020). Medios nativos digitales en España: Caracterización y tendencias. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(1), 97–108.

Salaverría, R. (2020). Estudios sobre el Mensaje Periodístico. *Medios nativos digitales*, 26(1), 97–108.

Chiavenato, I. (2006). *Administración de recursos humanos*. México: McGraw-Hill.

García Canclini, N. (2015). *El aula sin muros: Nuevas formas de aprendizaje y creatividad*. España: Gedisa.

Pavlik, & Barranquero. (1013, 1017). Innovation and the future of journalism; Retos para la formación universitaria en comunicación. *Digital Journalism*, 1(2), 181–193; 8(2), 25–35.

Anexos

Constancia de trabajo de los 3 años de experiencia profesional



CONSTANCIA DE TRABAJO

Quién suscribe, **Mg. INES ELENA JAIMES SONCCO**, identificada con **DNI N° 41098688**, apoderado según poder inscrito en el A00070 de la Partida Nro. 01894897, Zona registral N° IX - sede Lima de la Universidad Peruana Unión, con RUC N° 20138122256,

Deja constancia que, **AMATI GERSHWIN SHICA VERASTEGUI** identificado con **DNI N° 44381023**, trabaja en nuestra casa superior de estudios, según detalle:

Área	Periodo		Cargo
	Inicio	Fin	
UN LAB. DE COMUNICACIONES	01/03/2018	30/06/2018	Asistente de Laboratorio
UN EAP Ciencias de la Comunicación - EA	01/08/2018	30/11/2018	Asistente de Laboratorio
UN Imagen Institucional	07/01/2019	31/07/2019	Asistente de Comunicaciones
UN EAP Ciencias de la Comunicación - EA	01/08/2019	A la fecha	Jefe de Laboratorio

Se expide este documento a solicitud del interesado para los fines que estime convenientes.

Villa Unión, febrero 12 de 2026



INES ELENA JAIMES SONCCO
Dirección de Talento Humano
Universidad Peruana Unión
UNIVERSIDAD SEDE

