



DOI: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i3.247>

## **Roles y funciones de periodistas y medios de comunicación, como métodos de motivación profesional, en la sociedad del conocimiento**

*Roles and functions of journalists and the media, as methods of professional motivation, in the knowledge society*

*Papéis e funções dos jornalistas e da mídia, como métodos de motivação profissional, na sociedade do conhecimento*

Tito Leonardo Moreira-Delgado <sup>1</sup>

[leomodel3@gmail.com](mailto:leomodel3@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-3493-1976>

**Correspondencia:** [leomodel3@gmail.com](mailto:leomodel3@gmail.com)

**\* Recepción:** 20/ 05/ 2020    **\* Aceptación:** 17/06/ 2020    **\*Publicación:** 27 /07/ 2020

- I. Diploma Superior en Educación Universitaria por Competencias, Doctor en Ciencias Pedagógicas, Especialista en Teoría y Metodología de la Comunicación, Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social, Profesor de la FACCO-ULEAM, Ecuador.



## Resumen

La llegada de las nuevas tecnologías, ha replanteado el papel de los medios de comunicación y de las facultades y/o universidades, frente a la formación de los potenciales talentos profesionales. De ahí que surja este estudio de caso descriptivo, de tipo exploratorio relacional, en el que se recurrió a estudiantes de la Facultad de Comunicación de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, como muestra empírica de información, para conocer sus motivaciones profesionales, luego de que ellos observaran y describieran los roles y funciones de los periodistas, durante visitas in situ que a los medios de comunicación de la provincia de Manabí, durante los semestres de estudios de los años 2018 y 2019.

El nivel de deserción de estudiantes en el transcurso de esta carrera, el porcentaje de egresados y titulados que no ejercen la profesión en los medios, constituyen el planteamiento del problema, como parte de su formación curricular. El Proyecto Integrador de Saberes, fue el medio estratégico para aplicar este estudio, cuya finalidad es que sus resultados sean considerados, para mejorar el programa académico, la formación profesional y por consiguiente el rol ético, cultural y social en las funciones para producir información, generada por los medios de comunicación, en la sociedad del conocimiento.

**Palabras claves:** Roles; funciones; medios; comunicación; motivación; estudiante; periodista; proyecto; integrador; saberes; sociedad y conocimientos.

## Abstract

The arrival of new technologies has rethought the role of the media and of the faculties and/or universities, facing the training of potential professional talents. Hence, this descriptive exploratory-relational case study emerges, in which students from the Faculty of Communication of the Laica Eloy Alfaro University in Manabí were used, as an empirical sample of information, to know their professional motivations, after that they observe and describe the roles and functions of journalists, during on-site visits to the media in the province of Manabí, during the study semesters of 2018 and 2019.

The level of dropout of students in the course of this career, the percentage of graduates and graduates who do not exercise the profession in the media, constitute the approach to the problem, as part of their curricular training. The Integrative Knowledge Project was the strategic means to apply this study, whose purpose is that its results be considered, to improve the academic program, professional training and therefore the ethical, cultural and social role in the functions to produce information, generated by the media, in the knowledge society.

**Keywords:** Roles; functions; media; communication; motivation; student; journalist; draft; integrator; knowledges; society and knowledge.

## Resumo

A chegada de novas tecnologias repensou o papel da mídia e das faculdades e/ou universidades, enfrentando o treinamento de potenciais talentos profissionais. Assim, emerge este estudo de caso exploratório-relacional descritivo, no qual estudantes da Faculdade de Comunicação da Universidade Laica Eloy Alfaro, em Manabí, foram utilizados, como amostra empírica de informações, para conhecer suas motivações profissionais, após que observem e descrevam os papéis e funções dos jornalistas, durante visitas in loco à mídia na província de Manabí, durante os semestres de estudo de 2018 e 2019.

O nível de evasão de alunos no curso desta carreira, o percentual de graduados e graduados que não exercem a profissão na mídia, constituem a abordagem do problema, como parte de sua formação curricular. O Projeto Conhecimento Integrativo foi o meio estratégico para a aplicação deste estudo, cujo objetivo é considerar seus resultados, melhorar o programa acadêmico, a formação profissional e, portanto, o papel ético, cultural e social nas funções de produção de informações, gerados pela mídia, na sociedade do conhecimento.

**Palavras-chave:** Papéis; funções; meios de comunicação; comunicação; motivação; aluna; jornalista; esboço, projeto; integrador; conhecimentos; sociedade e conhecimento.

## Introducción

Este trabajo tiene el propósito de describir, las motivaciones profesionales, de los estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, encontradas luego



de que participaron en un proceso experimental de observación, en medios de comunicación e instituciones públicas que cuentan con áreas de comunicación, en la provincia de Manabí, república del Ecuador, a fin de que sus resultados sean considerados para mejorar el programa académico en su formación profesional y por consiguiente los contenidos que emiten los medios. La estrategia metodológica fue que ellos describieran, mediante observación sistemática, los roles y funciones de los periodistas que trabajan en medios audiovisuales, impresos, online y en departamentos de comunicación institucionales, durante visitas in situ, atendiendo un proyecto integrador de saberes, como parte de su formación curricular, en los semestres de estudios universitarios 2018 y 2019.

El planteamiento del problema lo constituye el nivel de deserción de estudiantes en el transcurso de esta carrera y el porcentaje de egresados y titulados, que no ejercen la profesión en los medios. Se aprovechó del desarrollo del proyecto integrador de saberes, como medio para aplicar este estudio.

Según el nuevo re-diseño curricular de la carrera de Comunicación, de la Facultad Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, en vigencia desde el 5 de julio del 2016, consta que “para la articulación de las cátedras integradoras, se desarrolla un sistema de prácticas pre profesionales articulado mediante proyectos integradores que se describen a continuación por cada ciclo, a más de ser enunciados y articulados con las líneas institucionales en el modelo de investigación de la carrera”.

La muestra representativa de estudiantes que participaron observando y describiendo los roles y funciones en los medios de comunicación, fueron en total cuatro promociones o cohortes, de los periodos de estudios abril a octubre del 2018, de septiembre del 2018 a febrero del 2019, de abril a octubre 2019 y de septiembre a febrero 2020. Cada promoción contó con la participación de entre 75 a 80 estudiantes, los cuales se repartieron en grupo de a cinco, en cada medio o instituciones públicas con áreas de comunicación.

Los medios de comunicación que sirvieron como objetos de estudios fueron las radioemisoras: Gaviota, Marejada, Modelo; los canales de televisión regionales Manavisión, Televisión Manabita y Oro Mar y los medios impresos El Diario, La Marea y el Mercurio; los

departamentos de comunicación fueron el GAD de Manta, Empresa de Agua Potable, Corporación Eléctrica Nacional.

Los resultados de motivación profesional, se obtuvieron del proceso de descripción de los roles y funciones de periodistas en la sociedad de la información, que expusieron los estudiantes, luego de sus experiencias de observación sistemática en los medios de comunicación de la provincia de Manabí. Para un mejor entendimiento los clasificamos en información cuantitativa y cualitativa, metodología de trabajo aplicada en el análisis de este estudio.

El rol del comunicador social es de suma importancia, porque tiene profunda relación con la sociedad y las personas, para persuadir, guiar y tener siempre informado al público. La clave para entender cómo están cambiando los distintos roles profesionales, es conocer las transformaciones generadas por los avances de la comunicación virtual. Evaluar sus consecuencias sociales y determinar las necesidades, que en materia de comunicación tiene la población. Martín Barbero (2011): “Hoy día, la comunicación es el espacio desde donde se piensa y se entiende la sociedad” La confusión de los roles del comunicador en el país, parece deberse a que no ha existido una exposición muy clara de su accionar profesional ante la sociedad, a pesar de que representan un poder mediático y de grandes influencias políticas. Por eso se demanda responsabilidad para comunicar con legitimidad, teniendo siempre en cuenta el código de la Ley Orgánica de Comunicación y los manuales éticos.

Según el diccionario de la Real Academia Española (2014), rol es “la función que alguien o algo desempeña”, un ejemplo claro es el rol que los maestros cumplen en la sociedad, que es impartir sus conocimientos a sus estudiantes. Un profesional puede cumplir diferentes roles entre ellos: la producción periodística, audiovisual, estratégica, organizacional, multimedia; campos que le permiten poner en juego sus conocimientos profesionales.

Las formaciones de nuevos profesionales, en el campo de la comunicación están equiparadas de una diversidad de conocimientos y habilidades, que lo diferencian de aquel “periodista empírico”, como el trabajo de edición, el tratamiento de la información a través de medios televisivos, radiales y digitales, cuyo fundamento es informar lo más aproximado a la verdad.

El objetivo general de este trabajo fue conocer las motivaciones profesionales de los estudiantes, luego de observar y describir por el lapso de un semestre, los roles y funciones de periodistas en medios de comunicación.



Para ello nos planteamos la siguiente Hipótesis:

Observando y describiendo los Roles y Funciones de los periodistas que laboran en los medios de comunicación, los estudiantes de comunicación lograrán motivación profesional en la sociedad del conocimiento.

Para conocer más a fondo estas concepciones, estructuramos el siguiente orden de redacción: Capítulo I: Roles y funciones de los comunicadores y de los medios de comunicación, en la sociedad del conocimiento; Capítulo II: Marco Metodológico del Proyecto Integrador de Saberes en la Formación Curricular de los estudiantes de comunicación; Capítulo III Resultados de las motivaciones profesionales, descritas luego del proceso de observación de los roles y funciones de los comunicadores; Conclusiones Textos y fuentes bibliográficas.

En los capítulos se incluye el planteamiento o formulación del problema (objetivos, preguntas, justificación), el contexto general de la investigación (dónde y cómo se realizó), los conceptos centrales usados en la investigación, sus limitaciones y la estructura metodológica en que se desarrolla.

## Capítulo I:

### **Roles y funciones de los comunicadores y de los medios de comunicación, en la sociedad del conocimiento**

Empezamos el desarrollo de este trabajo, planteándonos el problema que hemos identificado. Cuáles son los roles y funciones que cumplen los profesionales y medios de comunicación frente a la sociedad del conocimiento, para aproximarnos a la hipótesis de si el nivel de deserción de estudiantes en el transcurso de esta carrera y el porcentaje de egresados y titulados, que no ejercen la profesión en los medios, tienen que ver con la falta de motivación profesional.

Revisando la literatura encontrada en el contexto de la globalización, el paradigma que denominan la sociedad, es el conocimiento, donde la información es el principal recurso productivo, descartando a ese nivel de prioridad al petróleo y los minerales. El conocimiento y la información son apetecidos por el poder, porque saben que están generando un consumismo de ideologías y tecnologías, cuya intención al parecer es hacer dependientes a gran parte de la sociedad.

Un comunicador es una persona cuya profesión es el hacer eficiente la transmisión de un mensaje a un público objetivo, a través de un medio de comunicación. También es quien realiza un trabajo social para informar, expresar y convencer, que puede ser en la radio, en un periódico, en un canal de televisión, o en otro medio masivo de comunicación (Juan, s.f.). Este oficio no es tarea fácil.

La sociedad cada día avanza, surgiendo cada vez más innovaciones, donde también se encuentran relacionada los medios de comunicación y junto a ellos los comunicadores y sus roles y funciones en los diversos campos del conocimiento humano. Eso ha llevado a una modificación en la función del educador, cambiando su papel de reproductores de información en el aula de clases, por el de facilitadores y de guías del uso de los recursos que ofrecen los medios online, convirtiendo al estudiante en protagonista activo mediante estudios autónomos.

El comunicador es responsable del entorno que lee, pero, sobre todo, del entorno que construye, será entonces un individuo capaz de configurar puentes para establecer diálogos, favorecer la interacción, para comunicarnos efectivamente, fortaleciendo, facilitando y generando un mensaje para un público determinado o hacia las nuevas sociedades, ante los escenarios que un mundo globalizado como el de hoy.

Lo que caracteriza a un buen comunicador, es que posee las capacidades que pocos logran desarrollar. Es decir, es un casi completo, tiene cualidades que atribuyen a sus ámbitos laborales, así también, vive rodeado de retos, expresar la verdad a la sociedad, ponerse en la situación de las personas al contar una noticia, adquirir un lenguaje integrado para el público.

Tras la observación, es rescatable mencionar que los roles y funciones, que se vieron inmerso estos comunicadores, logran tener una gran transcendencia en la sociedad, por el nivel de información que receptan, influyen en la sociedad, de tal modo que, en lograr ser parte de un medio, hace al periodista más consciente de lo que suceden en su eterno.

Como plantea, (Badenes, 2016): Una función es una unidad especializada en la realización de una actividad y es responsable de su resultado; es decir, la función es la actividad particular que realiza una persona o una cosa dentro de un sistema de elementos.

Los desempeños del comunicador han sido identificados, por sus prácticas profesionales y los roles que están ligados a ella. Las funciones profesionales que se atribuyen a los comunicadores son de producir la información, generarla, realizarla y difundirla.





Para lograrlo, da lugar a estructuras, procesos, sistemas o medios de comunicación, elabora mensajes, discursos, relatos, define flujos de comunicación e impulsa estratégicamente la acción comunicativa, diseña y realiza productos comunicativos concretos, como programas de radio o televisión, videos, películas o audiovisión.

En concordancia con (Botero, 2017) podemos mencionar que entre las funciones que debe realizar un comunicador social, encontramos las siguientes:

- Habilidad en el manejo de las relaciones públicas y la conformación de alianzas.
- Habilidad para la redacción de textos, documentos, guiones y plantillas de programación para formatos radiofónicos y televisivos de medios comunitarios.
- Locución de programas y espacios radiales.
- Manejo de sistemas de administración de contenido, como Blogs.
- Diseño de boletines informativos digitales e impresos.
- Manejar herramientas de producción multimedia.
- Ser apto para ejercer de Comunicación Manager.
- Utilizar manejadores de contenidos.
- Crear y dirigir espacios y medios de comunicación acordes con las condiciones sociales, culturales y políticas de nuestra sociedad.

El comunicador tiene las funciones de recolectar datos, expresarse con claridad y crear la noticia con veracidad, llegando a expresar sus ideas y sentimientos, de manera objetiva. Un profesional de la comunicación cumple con las funciones de investigar y recolectar datos de la vida cotidiana, con esos datos el comunicador se encarga de producir una estrategia que luego será validada por la comunidad y posterior puesto en marcha la solución de la problemática.

En su libro (Zacharis & Coleman, 1978, pág. 26) Comunicación oral. Un enfoque racional, señalan cinco funciones que tiene el comunicador: 1. lingüística, 2. simbólica, 3. organizativa, 4. Social y 5. Cultural.

**Función lingüística:** Está ligada específicamente al estilo del lenguaje usado en el mensaje. Tal función la utiliza el comunicador desde que genera ideas, las ordena con base en su contenido y elige el tratamiento y el nivel adecuados para los receptores



**Función simbólica:** Se utiliza para representar hechos, objetos o sentimientos por medio de símbolos, señales o signos. En la comunicación que se genera se usan varios códigos o lenguajes, con cargas emocionales positivas o negativas en los mensajes, que pueden provocar efectos constructivos o destructivos en los participantes en el proceso comunicativo, según la significación que den a los símbolos utilizados.

**Función organizativa:** A través de la comunicación se ordena el conjunto de individuos por puestos, estratos y jerarquías; se generan normas, roles y funciones para construir una empresa, organización o estructura social.

**Función social:** Se refiere a la comunicación que utilizan las personas cuando representan diversos roles dentro de un sistema social, siguiendo patrones de comportamiento aprendidos para actividades ya sean de trabajo o de entretenimiento, así como en todos los ámbitos: religioso, político, académico, familiar, etcétera.

**Función cultural:** Los individuos, al comunicarse, transmiten hábitos, costumbres, valores y creencias que conforman su cultura.

Los modos de hablar y comportarse de los grupos humanos se aprenden a través de la comunicación y por medio de ella se crean, transforman y cambian con el tiempo (Fonseca, Correa, Pineda, & Lemus, 2011).

De acuerdo con las investigaciones realizadas por las autoras María Isabel Punin Larrea y Alisson Catherine Martínez Haro “De oficio o de profesión, el ejercicio del periodismo en Ecuador pasa por momentos complejo, que obliga a los medios como receptor de profesionales y a la academia, como formadores, a realizar una evaluación crítica de doble vía” (2013, pág. 506).

En otra investigación realizada por Beatriz Pérez Alonzo en la Habana, se menciona que “El desarrollo tecnológico ha impuesto a ambos escenarios la demanda de profesionales con nuevos conocimientos y habilidades para resolver los problemas que las nuevas dinámicas de la sociedad le han presentado” (2012, pág. 56).

La labor del comunicador, si bien sigue siendo subestimada, ha ido adquiriendo mayor valor desde una perspectiva social y práctica. (Corrales Díaz, 1991, pág. 40.) indica que “la profesión de la comunicación cuenta con dos realidades perfectamente identificadas y definidas: una es la práctica, la “real”, otra la académica.”

### **La sociedad del conocimiento**



El Informe Mundial de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) del año 2005, titulado “Hacia las sociedades del conocimiento” señala que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han creado las condiciones para la aparición de sociedades del conocimiento, ya que éstas se han convertido en un medio al servicio de un más elevado y deseable, que consiste en la posibilidad de alcanzar el desarrollo para todos, y sobre todo para los países subdesarrollados (ONU, 2005).

Desde la perspectiva de la UNESCO, se considera que el acceso a la educación, la información y la libertad de expresión, son los pilares de la sociedad del conocimiento.

La sociedad del conocimiento significa “que el saber y el conocimiento son los parámetros que gobiernan y condicionan la estructura y composición de la sociedad actual y, son también, las mercancías e instrumentos determinantes del bienestar y progreso de los pueblos” (Mateo, 2006).

Haciendo un hincapié a que la época en la que vivimos, para avanzar en esta nueva sociedad, cada día se estudia más y se adquieren nuevos conocimientos, ya que todo va evolucionando, ya sean: los medios de comunicación, el Internet, la forma de estudiar y el adquirir conocimientos.

Antes los profesionales adquirían un título de tercer nivel y permanecían conformes toda su vida, ahora esto no es muy común hoy en día, porque los profesionales, sobre todo los comunicadores, con certeza se lo puede decir que nunca terminan de estudiar y aprender algo nuevo cada día y si no lo hacen con la intervención de una institución académica, lo hacen mediante investigaciones y lecturas, lo observamos en nuestro entorno.

Cabe recalcar que ser comunicador en la sociedad del conocimiento, no es tarea fácil, debido a que cada día se encuentran con algo nuevo, que deberán investigar o poner claro, para poder realizar un buen trabajo y tener un buen desenvolvimiento en el área laboral, sea alcanzando nuevas erudiciones, o aprendiendo a utilizar algún dispositivo o medio que facilite su rol como comunicador.

Ahora, los comunicadores no solo se limitan a los medios, sino también en las instituciones públicas y privadas, en los centros educativos y en las ONG. Mónica Valle afirmó en su momento que los profesionales que ejercen la Comunicación Organizacional deben asumir las TICs como una de sus nuevas competencias "El uso y apropiación de las nuevas tecnologías de comunicación se han constituido en herramientas para la competitividad, de allí que uno de los

grandes retos que tiene el comunicador organizacional es la generación de sentido de trabajo en torno a las nuevas tecnologías" (Valle, 2003).

Por su parte Irene Martín (2007) advirtió cómo la Sociedad de la Información se hace pieza importante en las organizaciones, empresas y corporaciones que tienen como meta la competitividad y el desarrollo. Para la autora las TICs facilitan y optimizan procesos en la gestión del conocimiento. "Potencian la comunicación, la colaboración y la búsqueda y generación de información y conocimiento. Así, permiten solucionar, entre otros, los problemas de "polución informativa" y ayudan a identificar la información estratégica que debe formar parte del conocimiento organizacional".

Agrega que sus capacidades deben sobresalir por ser "... un profesional dedicado a canalizar la información externa, a editar información, a organizar la información interna, a dinamizar la cultura de la información y a gestionar el conocimiento y el capital intelectual de la empresa". (Martín, 2007).

En un principio la telefonía móvil logró mostrar que el espectro electromagnético es tan amplio que nada lo detiene, luego el chat y el Messenger hicieron lo propio para conectar a desconocidos. Hoy Twitter, Facebook y YouTube, entre otros, ofrecen entretenimiento e información, son herramientas claves al momento de buscar cambios sociales y transformaciones en estados y naciones que por largo tiempo buscaron su democratización y en algunos casos, su libertad.

Los movimientos sociales contruidos y consolidados en el ciberespacio, han ido más allá de la aprobación o negación de nuevo vídeo clip de un artista o un nuevo producto de consumo. La web, se ha convertido en el mejor escenario para la discusión geopolítica, al igual que para el llamado a actuar y participar de manera activa en temáticas relacionadas con el medio ambiente, la lucha contra el terrorismo, la exclusión, la impunidad y los Derechos Humanos.

Lo anterior, lo sustenta de mejor manera el profesor Manuel Castells, al señalar que: "En un mundo marcado por el ascenso de la auto comunicación masiva, los movimientos sociales y las políticas insurgentes tienen una posibilidad de ingresar al espacio público desde múltiples fuentes. Al utilizar tanto redes de comunicación horizontal como los medios masivos para dar a conocer sus imágenes y mensajes, aumentan sus chances de promover el cambio social y político



aun si parten de una posición subordinada en términos de poder institucional, recursos financieros, o legitimidad simbólica (Castells, 2009).

Queda pues planteada una de las prioridades que debe tener el profesional de la Comunicación Social en este siglo que avanza. Sus competencias deberán entonces, incluir, no sólo el dominar técnicamente las TICs, sino, además, comprenderlas, analizarlas y aprovechar al máximo sus potencialidades, para desde ella contribuir a la construcción del conocimiento y del cambio social.

### **Formación de Comunicadores Digitales**

La rápida expansión de los medios digitales ha tomado por sorpresa a las instituciones donde se preparan a los futuros comunicadores. El ritmo acelerado que la tecnología ha transmitido a todas las actividades sociales ha dejado a las carreras de Comunicación, tanto en América Latina como en Europa, hasta cierto punto desfasadas respecto a la realidad: nacidas en algunos casos hace dos o tres décadas, los títulos de grado en Comunicación se proyectaron pensando en un tipo de profesional y en un mercado de trabajo en vías de extinción.

En este contexto la incorporación de los contenidos digitales en las carreras tradicionales de Comunicación se ha realizado de manera aleatoria, sin tener claramente definidas las competencias que la sociedad digital exige. Lo digital, en este sentido, entra a menudo en las carreras bajo forma de asignatura al final del recorrido formativo (Periodismo Digital, Comunicación Multimedia, etc.). La realidad nos demuestra que no existen más medios de comunicación no digitales: todos los profesionales de la comunicación trabajan inmersos en un ambiente de fuerte contenido tecnológico que permea sus rutinas productivas, más allá del producto final (diario impreso, radio, portal informativo, televisión, etc.).

De la misma manera, los contenidos digitales deben integrarse en los planes de estudios a lo largo y a lo ancho de su estructura, sin quedar relegados en un espacio marginado en los últimos años de las carreras. Teniendo en cuenta este panorama, el proyecto llevado adelante por la Red Iberoamericana de Comunicación Digital (Red ICOD, 2006) ha tenido como objetivo elaborar propuestas concretas que aceleraran la adaptación de las carreras de Comunicación a la nueva realidad digital.

En el caso específico de las universidades, donde las carreras de Comunicación han sido creadas recientemente, la participación activa en el proyecto les ha permitido, por un lado, recuperar la larga experiencia acumulada por otros centros de estudio en el sector de la comunicación, y por otro, modelar los planes de estudios para ir configurándolos desde el inicio a la nueva realidad digital.

### **Rol del comunicador en la era digital**

El estudio de la comunicación como campo transdisciplinar se centra fundamentalmente en tres aspectos: la producción, la circulación y el consumo de productos comunicativos, que deben ser entendidos dentro del contexto de la cultura y la sociedad en que se insertan, incluyendo el mercado y otras formas de intercambio simbólico, y la dinámica entre lo global y lo local.

En tal sentido, la comunicación se puede considerar como un proceso determinado por tres momentos clave: la interacción, la significación y la mediación. Estos tres momentos implican la existencia de actores que realizan acciones (interacción), tendientes a la construcción y circulación de sentidos y formas de representación de la realidad (significación), mediadas a su vez por diferentes dispositivos creados por la cultura (mediación), tales como tecnologías; organización social, política y económica; ideologías, etcétera.

En el campo de la comunicación confluyen todas las esferas de la vida social, en las que la interacción se establece como un escenario de mediaciones, pero también como eje mediador en la construcción de las relaciones de la sociedad. Esta postura implica, por lo tanto, comprende que en el proceso de comunicación se establece la necesidad de construcción de sentido, así como de explicación constante de este proceso.

Es así como los nuevos procesos de info-comunicación que se suceden en todas las esferas de la sociedad, no solo son soporte cultural y tecnológico del quehacer de la sociedad contemporánea mundial, sino que ameritan su estudio, re significación e investigación. (Prieto, 1996)

Dentro de la perspectiva de los estudios de comunicación se debe enfatizar en tres aspectos que pueden dar cuenta del fenómeno de la comunicación, en relación con procesos comunicacionales mediáticos: la emisión, la construcción y circulación de sentidos (mensaje) y la recepción (Rodrigo, 2001). Hoy siguen siendo vigentes los conceptos de Martín-Barbero (1987) en referencia a que existen tres lugares clave de la mediación: la cotidianidad familiar, la



temporalidad social y la competencia cultural, espacios en los que el sujeto asume el discurso de los medios de masas y las audiencias aprenden a reconocer su identidad cultural.

El fenómeno de distanciamiento entre quienes saben de las nuevas tecnologías de la información y quienes no saben, se ha denominado brecha digital (o segregación digital). Las generaciones adultas van perdiendo poco a poco terreno frente a la tecnología. La evolución de las TIC ha traído consigo una serie de herramientas y mecanismos de intermediación e interactividad que reconfiguran el espacio mediático y que, manteniendo a los medios tradicionales como el eje central de la mediación social, la difusión de información, la propagación del conocimiento y el impulso democrático, incluyen en el horizonte a las redes sociales y los medios online.

Los medios pasan por un proceso de convergencia empresarial, tecnológico, profesional y comunicativo en el que, a través de ensayo y error, se reinventan y re-acomodan en un sistema narrativo que "se inicia en las redes sociales, se expande en los portales Web, la televisión, la radio y, el día siguiente, a los diarios impresos".

De ahí que pueda decirse que el entorno digital pide replantear los estudios en comunicación: "Se trata de ir de una teoría de la información a una teoría de la comunicación, y de allí producir el salto cualitativo hacia una teoría del conocimiento que asuma que ya no es posible hacer separaciones tajantes entre el emisor y el receptor" (Pineda, 2011, p. 3).

## Capítulo II:

### **El Proyecto Integrador de Saberes, como estrategia en la Formación Curricular de los estudiantes de comunicación**

El Proyecto Integrador constituye una "estrategia integradora de aprendizaje, con carácter investigativo y enfoque interdisciplinar, que desarrolla uno o más estudiantes, utilizando métodos científicos, que conducen a una transformación en beneficio de la realidad socio-educativa, productiva y de servicio, en correspondencia con los objetivos trazados en el proceso formativo". (CNFE), 2006.

La enseñanza basada en Proyectos integradores, es un modelo de aprendizaje en el que los estudiantes planean, implementan y evalúan proyectos que tienen aplicación en el mundo real;

más allá del aula de clase. Por lo tanto, es una estrategia metodológica de enseñanza – aprendizaje que vincula la teoría con la práctica (Blank, 1997; Dickinson, 1998; Harwell, 1997).

En el Aprendizaje Basado en proyectos se desarrollan actividades de aprendizaje interdisciplinarias, de mediano y largo plazo centradas en el estudiante. Es una estrategia metodológica y evaluativa de investigación, direccionada al planteamiento y solución de problemas relacionados con la práctica profesional y calidad de vida; requiere de la articulación de asignaturas del nivel, disciplina o carrera.

Este modelo tiene sus raíces en el constructivismo, que evolucionó a partir de los trabajos de psicólogos y de investigadores sobre la educación; además en grandes estudiosos tales como Lev Vygotsky, Jerome Bruner, Jean Piaget y John Dewey.

El constructivismo se apoya en la creciente comprensión del funcionamiento del cerebro humano, en cómo almacena y recupera información, cómo aprende y cómo el aprendizaje acrecienta y amplía el aprendizaje previo. Enfoca al aprendizaje como el resultado de construcciones mentales; esto es, que los seres humanos, aprenden construyendo nuevas ideas o conceptos, en base a conocimientos actuales y previos (Karlín & Vianni, 2001).

Siendo así, definimos un proyecto integrador, “como una estrategia didáctica que consiste en realizar un conjunto de actividades articuladas entre sí, con un inicio, un desarrollo y un final con el propósito de identificar, interpretar, argumentar y resolver un problema del contexto, y así contribuir a formar una o varias competencias del estudiante”.

El proyecto integración de saberes, es una estrategia metodológica y evaluativa de investigación, direccionada al planteamiento y solución de problemas relacionados con la práctica profesional y calidad de vida; requiere de la articulación de asignaturas del ciclo académico o su equivalente. Se asume el concepto integrador como la unión de dos o más conceptos, variables o elementos que sean divergentes entre sí para generar una totalidad o una síntesis.

Esta metodología de aprendizaje, que permitió a los estudiantes fomentar los siguientes aprendizajes:

Habilidades cognitivas como: creatividad, pensamiento crítico, análisis, síntesis y evaluación.

Aprendizaje de conceptos y contenidos propios de cada asignatura de estudio.

Habilidad para identificar y solucionar problemas.

Capacidad para detectar sus propias necesidades de aprendizaje.





Trabajar de manera colaborativa, con una actitud cooperativa y dispuesta al intercambio. Desarrollando el sentimiento de pertenencia grupal.

Manejar de forma eficiente diferentes fuentes de información.

Comprender los fenómenos que son parte de su entorno, tanto de su área de especialidad como contextual (político, social, económico, ideológico, etcétera)

Escuchar y comunicarse de manera efectiva.

Argumentar y debatir ideas utilizando fundamentos sólidos.

Una actitud positiva y dispuesta hacia el aprendizaje y los contenidos propios de la materia.

Participar en procesos para tomar decisiones.

Seguridad y la autonomía en sus acciones.

Cuestionar la escala propia de valores (honestidad, responsabilidad, compromiso).

La educación del siglo XXI quizás se enfrenta a los desafíos más importantes, que ha tenido la humanidad desde la invención de la imprenta. Son varios los factores que los determinan: la necesidad de un cambio educativo ante un nuevo modo de conocer; las exigencias de una sociedad compleja, en la que los fenómenos sociales están cada vez más interrelacionados y que deben aceptar la contradicción y la incertidumbre como métodos de acceso al conocimiento; la globalización; y la existencia de una cultura mediática que ha ocupado espacios hasta hace poco reservados al sistema educativo.

Como afirma Goéry Délaçôte (2015), hay tres grandes revoluciones en marcha que provocan el gran cambio educativo: la de la interactividad, la cognitiva y la de la gestión de los sistemas educativos. Afirma que ellas modifican el acto de aprender, su comprensión, su dinámica individual, las organizaciones sociales y técnicas que la sostienen, y su gestión personal y colectiva.

La aparición de los sistemas multimedia ha propiciado la primera de las revoluciones, al reconfigurar los roles y al establecer nuevas relaciones entre emisor/receptor, narrador/lector, profesor/alumno. “Es importante señalar aquí la aplicación de una característica fundamental de estos nuevos instrumentos multimedia: la transferencia al lector de lo que en medios tradicionales corresponde al periodista.

Como cátedras integradoras, los docentes tutores de los grupos de estudiantes que participaron fueron:

En Teoría de la Comunicación, Lic. Jarvin Cantos, definiendo el modelo teórico de la comunicación, que los estudiantes aplicaron para fundamentar acerca de los roles y funciones de los comunicadores en la sociedad del conocimiento, en medios impresos El Mercurio, La Marea y El Telégrafo.

En Aprendizaje de la comunicación, Lic. Mauro Andino, enseñar técnicamente a los estudiantes la redacción básica para la elaboración de los contenidos comunicacionales, acerca de los roles y funciones de la comunicadores en la sociedad del conocimiento: Televisión Manabita, Oro Mar y Manavisión.

Introducción a la comunicación, Dr. Leonardo Moreira, acercar a los estudiantes con la metodología y la estructura de redacción del proyecto acerca de los roles y funciones de la comunicadores en la sociedad del conocimiento. Comunicación ULEAM, Radio Universitaria y Alfaro TV.

Sociedad Digital, Ing. Jorge Guevara Elaborar un marco teórico y orientar a los estudiantes sobre los escenarios posibles que se enfrentan hoy en día los comunicadores acerca de sus roles y funciones en la sociedad del conocimiento: Radios Marejada, Modelo y Gaviota.

Metodología de la Investigación, Dra. Rocío Saltos. Determinar e instruir a los estudiantes sobre los instrumentos de recolección de datos, que deberán utilizar para obtener información, acerca de los roles y funciones de la comunicadores en la sociedad del conocimiento: Municipio, EAPAM, CNE.

Los estudiantes efectuaron el siguiente Protocolo temático:

1. Definición desde los componentes curriculares acerca de los roles y funciones de los comunicadores en la sociedad del conocimiento
2. Determinación de los instrumentos de recolección de datos desde el eje de epistemología de la investigación
3. Acercamiento a los profesionales en ejercicio comunicacional para la aplicación de los instrumentos
4. Talleres de reconstrucción de la información a través de la cátedra integradora
5. Realización de simposios u otras formas de difusión de los resultados obtenidos.



Uno de los pasos previos, fue revisar las competencias con las que están siendo formados los comunicadores en las universidades y los periodistas en los medios. Para esto, se presentaron algunas perspectivas sobre las competencias requeridas para el trabajo, propuestas por diferentes comunicadores y profesionales vinculados a los medios; estos postulados se contrastarán con una revisión de los contenidos curriculares que, sobre la materia, se utilizan en las diferentes facultades, escuelas y departamentos de comunicación social en el país.

Estas actividades se constituyeron en la práctica de una profesión esbozada y perfilada por la academia a partir de las reflexiones, cuestionamientos y aportes teóricos, que se hacen tratando de definir el ámbito propio del ejercicio profesional del comunicador y definiendo las necesidades que esta profesión pueda satisfacer, de acuerdo con las capacidades, desempeños y desarrollos, que la academia asigna como propios.

Para el cumplimiento de este trabajo de formación curricular académica, los estudiantes elaboraron un informe académico, limitándose a describir, argumentar, interpretar y exponer ejercicios de observación, bajo la dirección de la asignatura, curso o equivalente, denominada Cátedra Integradora: Introducción a la comunicación social y sus resultados de aprendizajes, fueron reconocer las diferencias de laboratorios, entre el aula de clases y el entorno de los medios de comunicación.

Las acciones que conformaron sus propuestas (Proyecto de Aprendizaje) siguieron una metodología lógica, como concreción de los aprendizajes: planificadas, ejecutadas, evaluadas y divulgadas, en función de los conocimientos y habilidades adquiridos, en el estudio de los contenidos de todas las unidades de las asignaturas del nivel de estudios, tanto desde el punto de vista teórico como práctico.

Presentaron informe sobre los resultados obtenidos, análisis relevantes, verificados por el realizador de dicho informe. Además, en ocasiones contienen soluciones propuestas a los problemas, los métodos, etapas y procesos, mediante los cuales hemos obtenido los datos para encontrar esa solución o recomendaciones para lograrlo.

Fue elaborado principalmente para informar, escrito con una estructura enunciativa, y aunque también compone datos para transmitir los resultados, produce una interpretación a partir de estos que detalla en la conclusión.

Según Ana Luisa Moran (2013) El informe académico es un documento que recoge los resultados de una investigación sobre un determinado tema abordado en un curso académico concreto. Este modelo de informe sirve para que los alumnos comuniquen sus conclusiones de manera formal a sus profesores, quienes serán los encargados de evaluar el estudio. A diferencia de otros tipos de informes, el informe académico une investigación y valoración, en lugar de sólo analizar o presentar resultados.

Se basó en una investigación experimental, y se estructuró inicialmente en tres partes: introducción, desarrollo y conclusión. La Introducción sirvió de presentación y donde aparecen detallados los objetivos deseados, por los cuales se realiza el informe. En el Desarrollo se presentaron los procedimientos y la metodología para lograr dichos objetivos planteados. En la conclusión se presentan los resultados obtenidos, la presentación de datos y su ligazón con los objetivos.

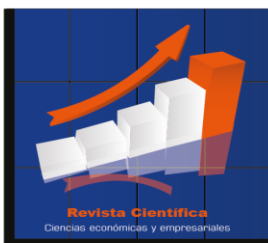
De los tipos de informes; Expositivos, Interpretativos o Argumentativos, se acogió el Expositivo, porque se enfoca en “narrar los hechos o secuencia de acontecimientos, sin análisis ni interpretaciones personales. Se especializa además por contener antecedentes sobre el hecho, que aportan a entender el porqué de su suceso. Es más bien una presentación objetiva de los hechos”.

Luego, se da la definición de las distintas actividades, se determinan cuáles van a ser las fuentes de información viables, la evaluación de los recursos materiales con los cuales se cuenta y la administración de los recursos humanos.

En tercer lugar, se da la etapa de recolección de datos y la obtención de la información necesaria. En cuarto lugar, se realizó el análisis de los datos, su selección y descarte de datos que no sirven, su organización y comparación. Le prosigue su evaluación y la verificación.

En quinto lugar, está la síntesis como producto del análisis, aquí se busca consolidar los resultados e integrarlos según la temática seleccionada. Por último, se da la organización y elaboración del informe escrito, incorporando los elementos que consideramos pertinentes para la demostración de los mismos.

Con estos antecedentes, generados desde la teoría en las aulas de clases, se pasó a la práctica para promover el dominio del concepto, estructura y comportamiento de cada una de las herramientas tecnológicas y de las redes sociales. Se trata de una necesidad en el entorno digital, donde se requiere saber estructurar el mensaje que se quiere hacer llegar a los demás, pues las tecnologías



son como un virus que se expande rápidamente y va generando una serie de relatos que el propio usuario ayuda a expandir.

La universidad – y la pública en particular- tiene una enorme responsabilidad en la construcción de posibilidades de participación en la sociedad del conocimiento. Las universidades tienen la responsabilidad de transferir conocimientos de manera que sean útiles para los agentes sociales, económicos y políticos.

Los medios pueden jugar un papel fundamental en ese sentido, adoptando su rol con una actitud crítica hacia su tarea y alta calidad informativa. Los medios de comunicación pueden jugar un papel fundamental en el monitoreo de la vinculación entre lo que se promete y lo que se hace, entre lo que se dice y lo que se hace.

Hacer esto con responsabilidad, es un desafío para los medios, como para los universitarios, introduciendo la perspectiva de otro desarrollo posible, distinto, integrador, equitativo, más democrático. No se trata sólo de conocimientos, sino de acción. Los medios que se mueven en una esfera pública y la universidad también, pero como expertos en comunicación, pueden trabajar juntos. Parece que esa vocación por lo público es un lugar de encuentro, entre la universidad y los medios de comunicación locales para encarar trabajos conjuntos.

### Capítulo III

#### **Resultados de las motivaciones profesionales, descritas luego del proceso de observación de los roles y funciones de los comunicadores**

El método y técnica que se aplicaron en este estudio fueron, la observación sistemática y la observación participante. Creative Commons Attribution (2015), determina que “La observación sistemática (...) es aquella que se realiza sin previa estructuración en relación a qué observar (conductas, grupos, lugares, momentos, etc.). Es la observación con mayor grado de flexibilidad y apertura a todo lo que acontece.”, es decir, este tipo de observación se emplea de tal manera en que la acción se realice en tiempo real, tal y como se está presentando el acontecimiento, sin previa estructuración de algún mecanismo de observación.

Por otro lado, este mismo autor hace referencia sobre la observación participante, como la técnica que “Permite captar no sólo los fenómenos objetivos y manifiestos, sino también el sentido

subjetivo de muchos comportamientos sociales del grupo o actor social investigado.”. Es decir, nos da la apertura de practicar una observación objetiva y sin trabas, que permite que el observador pueda ser testigo del modo en que se ejecutan la acción y comportamientos de lo observado.

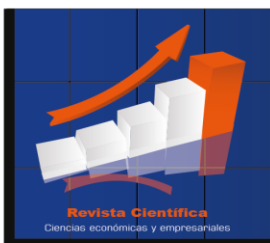
El tipo de observación usada en el proyecto fue la sistemática y participante, la utilización de la observación fue de vital importancia, se la estructuró por medio de un método descriptivo, en donde se llevó a cabo una descripción de lo observado en el medio, sus comportamientos, funcionamientos y roles realizados. Este método es cualitativo, usándose para evaluar las características que se encuentra inmersa en el entorno en el que se desarrollan las actividades.

Se utilizó una guía de observación, según (Gutiérrez, 2016), es un: “Instrumento que se basa en una lista de indicadores que pueden redactarse ya sea como afirmaciones o bien como preguntas, que orientan el trabajo de observación dentro del aula, señalando los aspectos que son relevantes al observar”. Es decir, describe los parámetros vinculados a un proceso de observación, en este caso en los medios.

La muestra representativa de estudiantes que participaron observando y describiendo los roles y funciones en los medios de comunicación, fueron en total cuatro promociones o cohortes, de los periodos de estudios abril a octubre del 2018, de septiembre del 2018 a febrero del 2019, de abril a octubre 2019 y de septiembre a febrero 2020. Cada promoción contó con la participación de entre 75 a 80 estudiantes, los cuales se repartieron en grupo de a cinco en cada medio o instituciones públicas con áreas de comunicación.

Los medios de comunicación que sirvieron como objetos de estudios fueron las radioemisoras: Gaviota, Marejada, Modelo; los canales de televisión regionales Manavisión, Televisión Manabita y Oro Mar y los medios impresos El Diario, La Marea y el Mercurio; los departamentos de comunicación fueron GAD de Manta, Empresa de Agua Potable, Corporación Eléctrica Nacional.

Esta investigación empezó con un estudio tipo exploratorio. Hernández & Fernández & Baptista (2006) afirma que: “Los estudios exploratorios son como realizar un viaje a un sitio desconocido”. (p.101). De acuerdo a la revisión de literatura preliminar, luego de identificar los elementos, actores y contenidos, que intervienen en el proceso, el estudio cambió la mirada de



exploraría a tipo descriptiva. Hernández, (2006) señala: “Los estudios descriptivos sirven para analizar cómo es, y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes”. (p.166).

El nivel de deserción de estudiantes en el transcurso de esta carrera, el porcentaje de egresados y titulados que no ejercen la profesión en los medios, constituyen el planteamiento del problema. Como parte de su formación curricular, el proyecto integrador de saberes, es el medio para aplicar este estudio, cuya finalidad es que sus resultados sean considerados, para mejorar el programa académico, la formación profesional y por consiguiente el rol ético, cultural y social, y las funciones en la producción de información, que generaran los medios de comunicación, en la sociedad del conocimiento.

Se considera que el enfoque de este estudio, es de carácter cualitativo y cuantitativo, por el tipo de información que se recolectó. Las fuentes de los datos obtenidos fueron mediante entrevistas a estudiantes de la carrera de comunicación. “Las investigaciones cualitativas se fundamentan más en un proceso inductivo (explorar y describir y luego generar perspectivas teóricas). Van de lo general a lo particular”.

La estructura de este diseño metodológico, respondió a la información que se obtuvo, de características cualitativas y cuantitativas, mediante la observación y descripción física del objeto de estudio, de modo que se facilitó contar con los resultados descriptivos y analíticos.

### **Fuentes y Unidades de Análisis**

Como fuentes de información y unidades de análisis, se consideraron los informes expuestos por grupos de estudiantes en proceso de formación como periodistas, utilizando a más de la técnica de observación, la entrevista.

La observación es una técnica de investigación, que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc., con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación. En este caso, permitió hacer una descripción visual lógica de todas las actividades, que realizaban los periodistas, clasificándolas en roles y funciones

Las entrevistas y testimonios, se consideraron herramientas apropiadas, para levantar datos de los detalles obtenidos y definir las concepciones y temáticas. “A partir de la entrevista contrastada, también de un tipo encuesta más flexible y abierta, genera un tipo de conversación más



fidedigna”. Hernández, et ál (2006) señalan que la entrevista es una “Reunión para intercambiar información” (p.597).

Por eso en esta investigación se pone énfasis en los cuantitativo y cualitativo, para lograr resultados los más fidedigno posible, analíticos y constatado, mediante el uso del método lógico inductivo se recolectaron los diferentes hechos, que giran alrededor de los roles y funciones de los comunicadores.

En la actualidad, quien asume el rol profesional de Comunicador Social o Periodista, así como quienes ofertan formación de Educación Superior en estos campos, deben ser conscientes del tipo de profesional que el mercado laboral y la sociedad requiere.

Por un lado, debe ser capaz de enfrentar y resolver situaciones propias de su campo, también debe dominar los medios tecnológicos del momento, y por otra parte, debe ser idóneo al momento de afrontar situaciones de interacción social y cultural, es decir, "no es un simple mediador o escribano, ni un "management", sino alguien capaz de analizar, interpretar, diagnosticar, gestionar, planificar y ejecutar, con pertinencia y pericia, en los diversos contextos que lo requieran" (Zalba y Bustos, 2001).

Un comunicador social, es un profesional que posee una amplia gama de competencias, posee un conocimiento básico de todas las áreas de estudio de la Comunicación, puede gestionar, de acuerdo con su vocación, la información, y desarrollar con eficiencia y eficacia tareas periodísticas de diversa índole.

Puede elaborar estrategias de marketing, y formular planes de publicidad. puede diseñar programas de identidad e imagen corporativa, y de desarrollo humano y social. También puede producir y realizar propuestas comunicativas en múltiples medios como cine, televisión, radio, video y multimedia.

Son profesionales críticos, autónomos, emprendedores y responsables, con capacidad para intervenir y gestionar productos y servicios comunicacionales, siempre al amparo de la identidad cultural, el respeto, la libertad, el derecho a la información y la primacía del bien común sobre el interés particular.

El rol de comunicador exige a una persona observar y conocer el sistema social en donde se comunica; hacer predicciones o inferencias sobre la forma en que responderán a la comunicación los miembros del grupo de acuerdo con sus valores, normas y papeles establecidos; luego,



seleccionar los niveles de lenguajes adecuados para cada persona, situación o, con la finalidad de llegar a establecer mayor identificación interpersonal y una interacción más significativa. Rivas, J (2018).

Son varias las actividades que dentro del campo laboral el comunicador debe de desempeñar Paz, M. (2009), las mismas que coinciden con las expuestas por los estudiantes en formación, de lo que observaron:

- Elaborar mensajes públicos noticiosos o de opinión, para transmitirlos a través de los medios de Comunicación masiva
- Manejar y procesar información en periódicos, diarios, revistas, publicaciones, al igual que en radio, cine y televisión
- Desempeñarse como reportero, diagramador, diseñador, fotógrafo y gerente de información y redacción en el medio impreso y audiovisual
- Laborar en oficinas públicas y privadas, como relacionista público y gerente de comunicación
- Procesar textos en editoriales
- Planificar, producir y elaborar mensajes de carácter informativo y de opinión
- Planificar, programar, desarrollar e implementar estrategias comunicacionales que le permitan influir en la opinión pública y aceptación masiva de las ideas que genera.

### **Resultados cualitativos:**

De acuerdo a la información aportada por los estudiantes, en calidad de informantes y por los datos facilitados por los medios de comunicación, se pudo obtener los siguientes desempeños en términos general de los periodistas:

Redactores, editores y líderes de proceso en la producción de información para medios impresos, radiales, televisivos y online, tanto convencionales como alternativos.

Analistas de medios de comunicación y audiencias, con dominio sobre la pertinencia y rigor metodológicos de los distintos paradigmas de la investigación.

Realizadores y productores audiovisuales en todos los formatos, con capacidad para asumir funciones de dirección, conceptualización técnica y composición creativa.

Comunicadores organizacionales y relacionistas públicos, formulando y diseñando estrategias de comunicación asertiva en gobiernos, empresas privadas e instituciones no gubernamentales.

Asesores y consultores de políticas públicas que propenden por procesos de desarrollo y estrategias de mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Gestores en ambientes culturales, con responsabilidad sobre procesos

Si bien es ciertos, encontramos que los roles y funciones, que realizan los periodistas en los medios de comunicación casi son similares, difieren en algunos casos de entre los medios impresos, los audiovisuales, los radiales, los online y los institucionales.

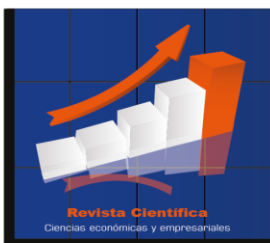
Por ejemplo en un medio impresos, los periodistas empiezan su jornada diaria con la revisión de los periódicos, en un tiempo promedio de 15 minutos, especialmente analizan periódicos ajenos a su establecimiento, para lograr asimilar en que mejorar como medio, se crea un espacio de charla entre este personal, por otro lado, se hace seguimiento a las noticias con relevancia, recolectan información para sustentar su investigación, recurren a fuentes primarias, recolectando la mayor cantidad de información, para previamente analizar lo recolectado, y socializarlo, y luego redactarlo, una vez realizado se comienza a la previa revisión de los diferentes aspectos mejorables, logrando destacar a su vez que la labor del periodista no tiene horario definido.

### **Radioemisoras**

El personal de las Radioemisoras, se caracterizan por trabajar en programas de entretenimientos que a su vez fueron creciendo en contenidos e investigaciones, en noticieros, programas deportivos y los que más ocupan horarios es el musical.

Generalmente cuentan con una cabina de control, donde se emite toda la clase de sonidos, un estudio de grabación y el panel, donde se ubican los locutores, quienes deben tener un buen manejo del léxico, muy claro y convencible, que lo adquiere ejercitando y educando su voz, preparación que existió en sus años de estudios en la academia.

En un programa deportivo los periodistas cumplen varios roles y funciones como, relator, comentarista, encargado de llevar estadísticas interiores del campo de juego. En los “Noticieros” que inician desde las primeras horas del día y allí trabajan el que hace las funciones de control de sonidos y los locutores de leer noticias, de transmitir las vía online y el entrevistador en cabina.



como avanza a tecnología, brinda al personal que trabaja en radio, una mejor difusión, ya que antiguamente, el comunicador solo se enfocaba en locutor, mientras que, en la actualidad, ya no solo se basa en aquello, sino en entretener a los oyentes.

Durante el proceso de observación, en una emisora, los estudiantes pudieron constatar, que los conductores, mantienen una armonía a lo largo del programa, hablando por su nivel de claridad. El operador técnico, regula los niveles de sonidos, adicional emplea uso de 3 pantallas de edición, para una mejor trasmisión de los programas. Se encargan de escuchar las problemáticas de la población, con el motivo de hacer llamado a las autoridades o empresas competentes que permitan la resolución de las mismas.

Buscan educar, entretener e informar a los oyentes. con aparatos de última tecnología. Quien hace el papel de operador, planifica con anterioridad, el material extra para el transcurso del programa. Usan información de fuentes oficiales (Gobierno Nacional, Departamento de Comunicación del Municipio de Manta, etc). Hacen uso de fuentes oficiales para la difusión de información. Buscan solucionar los problemas existentes de la población. Realizan transmisiones, dentro de la Red Social Facebook, para una mayor audiencia y, sobre todo, para la interacción con los oyentes.

Realizan un programa de música tropical, durante 4 horas interrumpidas, es un espacio de entretenimiento (música, entrevistas, saludos a los radioescuchas, publicidad).

La estructura de un área de locución de noticias de una radio en Manabí, generalmente cumple con las siguientes características: Cabina de control: En buenas condiciones, cuenta con aire acondicionado y buena iluminación, 3 computadoras de mesa, 3 asientos (director, gerente, control de cabina) donde se controla el sonido, audio, música, monitoreo de las redes sociales, utilización de paneles de reducción del ruido. Cabina de estudio: En buenas condiciones, con aire acondicionado, buena iluminación, estudio con vista al mar, escritorio grande que cuenta con 4 micrófonos, 4 auriculares, 4 asientos para los conductores y, en cada puesto, un computador para leer información y mantener al tanto las redes sociales,

mantiene el contacto a través de sus teléfonos celulares para una mejor interacción con el público. Se constató que el operador técnico, posee implementos de última tecnología, también hace uso de las redes sociales. Material debidamente planificado del programa a presentar.

Publicidades representativas de los segmentos que posee la Radio dentro de las programaciones existentes.

En cuanto a un canal de televisión regional de Manabí, los roles y funciones no están lógicamente definidos, se los denominar multifacéticos, puede realizar el rol de sonidista, pero cuando se le asigna ser camarógrafo (Hacer tomas de reportajes o grabar en el canal de televisión), Vtr, (es realizar las publicidades, armar los bloques de programación), Siwtcher (Manejar los aparatos que dan transición a lo que es videos, pasar a las los espacios publicitarios), inmediatamente asume su cargo asignado como comunicador dando a entender que no se centran en un solo rol, si no que generalmente, se acoplan a los diversas actividades que se le asignen en su lugar de trabajo.

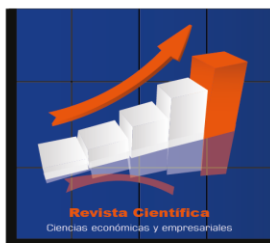
En cuanto a un departamento de comunicación de una institución pública, los roles y funciones del periodistas, están basada en diferentes áreas, como lo es, jefatura de marketing y publicidad, en la cual se maneja artes creativos y publicaciones multimedia, otro área es la jefatura de medios institucionales que entran los contenidos de sitio web a nivel periodístico, que se modificaron para cumplir con la demanda comunicacional que tiene la institución, utilizando estrategias tecnológicas de persuasión, para llamar la atención del usuario por medio de sitios web.

Podemos decir que la comunicación institucional es tradicionalmente definida como: “El conjunto de operaciones de comunicación llevados a cabo por instituciones (empresas, asociaciones, administraciones públicas, partidos políticos) con el propósito de hacerse conocer o de mejorar su imagen” (Westphalen y Piñuel, 1993).

“El término Comunicación Corporativa posee una cierta polisemia ya que, en sentido estricto, debería abarcar a la totalidad de las comunicaciones de la empresa. No obstante, el sentido con el que hasta ahora lo he venido utilizando y de nuevo reitero es el de la comunicación de la personalidad de la empresa hacia el exterior” (Villafañe, J. 1993).

La comunicación institucional hace posible que las organizaciones puedan afirmar y comunicar su identidad en un mundo cuya aceleración, proliferación y saturación informativa hacían cada vez más difícil distinguir una organización de otra a partir de la obsolescencia de las modalidades de identificación y difusión tradicionales originada por:

- a) El incremento de la competitividad, la estridencia y la saturación informativa
- b) La alta entropía del mensaje mercantil por aceleración y masificación del consumo



- c) El aumento de los ritmos de modificación del propio sujeto social receptor debido a la permanente innovación de las matrices de selección en el mercado
- d) La hipertrofia del cuerpo institucional por proliferación de entidades que deben “hacerse oír” socialmente, que provocan un cambio de la comunicación social y sus medios que va: “del área táctica de la complementariedad a la producción del Campo Estratégico del desarrollo” (Chávez N.,1988).

Se encontrado una dirección de comunicación que tiene numerosos y nutridos grupo de talento humano de aproximadamente 20 personas. Se manejan 3 áreas: relaciones públicas, la comunicación interna y el marketing ese es el nuevo modelo de gestión que tiene la Dirección de Comunicación del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Manta.

Sus tareas son investigar, analizar, planificar, innovar, proceder ya con un procedimiento planificado y proceder, todo es un círculo virtuoso, en el buen sentido de la palabra de lo que es realmente ciencia, la dirección de comunicación antes no solo esta sino muchas arrastran problemas de que se da una dirección y se cree que es hacer un boletín de prensa y esta es una dirección estratégica fundamental para proteger justamente lo más importante de una institución, de un producto, persona o cosa, que es la reputación eso intangible representa mínimo el 75% del capital de una persona, institución o cosa.

¿Qué hace el director de comunicación? Es el que gestiona, es el guardián de la reputación del municipio. Se van a manejar cerca de 20 procesos de contratación pública no puede ser solamente alguien con perfil de secretaria, tiene que ser una persona que conozca de compras públicas, va haber un control interno en estadísticas como les decía hay muchos mitos sobre la comunicación de que como mides la comunicación, por su puesto se mide atreves de percepciones para eso se hacen encuestas, análisis de medios todo ese tipo de cosas.

Coordinador de multimedia: Se encarga de todo lo que es la comunicación de masas lo que se dice también como la comunicación de aire es decir la que sale por medios tradicionales y no tradicionales pero los que no tienen ese contacto tu a tu, ya lo otro es más de la comunicación de tierra que se denomina es de puerta a puerta.

Periodista: Que dicta, escribe, que son periodistas multimedia, ya no es que solamente escribe ya no existen esos periodistas no debe existir, tienen que saber escribir, editar, hacer una presentación, locución lo que sea, se buscan profesionales que puedan hacer varias cosas a la vez.

Coordinación de marketing: Donde están los comunicadores del marketing.

Coordinación de relaciones publicas: Es un ala de la dirección de comunicación.

Asistente técnica de comunicación: Las funciones son edición, redacción, locución y animación.

Analista de medios impresos: Se dedica más a la cuestión de prensa escrita.

Realizador audiovisual: Comprende desde fotografía hasta dirección de cámara y edición y post.

Actualmente hay 4 fotógrafos.

Periodista audiovisual: Es de conocimiento que la comunicación, en el caso de las empresas en particular la transmisión de información es una actividad diaria y de gran importancia, es por ello que existe la “comunicación organizacional”. Un comunicador organizacional es parte fundamental de las tareas administrativas, es el elemento que hace posible la unión entre todos los individuos que forman parte de una empresa.

Además de generar canales de comunicación, es crear estrategias que permiten a las empresas crear mayor valor, como:

- Facilitar el camino a los éxitos comerciales y los servicios de la organización.
- Ofrece recursos efectivos de coordinación.
- Apoyo en los procesos de cambio.
- Refuerzos en la integración del personal.

Por todo lo que hemos observado y analizado, el comunicador organizacional es el responsable de alcanzar equilibrios internos para dar a conocer una imagen sana, competitivas capaz de mantener interesados a los clientes y proveedores, generando buenas relaciones con su entorno.

De su desempeño depende que influya en las evaluaciones del total de la organización.

Pudimos notar que el comunicador organizacional siempre mantiene rasgos esenciales para lograr los objetivos antes mencionados, como, por ejemplo: Desarrollar estrategias y políticas de comunicación. Aquí se puede determinar cuál es el alcance de la función en la organización.

El rol es fundamental, siempre están en constante comunicación con la gobernación, para así dar a conocer ciertos temas que se deben trabajar en unión por el bien de una sociedad completa. Un





comunicador es un profesional que aplica su formación, conocimiento y experiencia al diseño, ejecución y evaluación de la comunicación en organizaciones.

Es una persona que conoce a profundidad los objetivos de la organización y orienta la comunicación a la estrategia general de la misma. La responsabilidad primaria de un comunicador organizacional es facilitar las interacciones, entre quienes integran la organización, el profesional será el encargado de dialogar con los distintos públicos y, desde allí, sacar un jugoso contenido para volcarlo en su estrategia de negocios.

Enterará contenidos de valor: para la web, las redes sociales, los materiales de comunicación interna y externa –como hacia los medios de comunicación-.

Fortalecerá los vínculos internos y externos existentes. Detectará fugas de energía y a la vez, incorporará muchas de esas fugas como insumos interesantes para seguir creciendo y progresando hacia su meta corporativa.

Otro rol importante es el de armonizar y acercar posibilidades para la toma de decisiones, las más ajustadas posible a los requerimientos de la organización.

Una herramienta a tal afecto es la creación, diseño e implementación del plan estratégico del comunicador institucional.

### **Resultados cuantitativos:**

Existe una necesidad innegable de re-ubicar el papel del comunicador dentro de este nuevo entorno multimedia, así mismo como la modificación de los entornos laborales gracias a los cambios que se han venido produciendo en el entorno digital, que está cargada de posibilidades para todos los profesionales, fue notorio el uso que hicieron los estudiantes, como práctica profesional.

Según los estudiantes, el nuevo perfil de la comunicadora digital, se contempla desde un punto de vista audiovisual, la estructura de los medios, la tendencia hacia un contexto de política empresarial. El nuevo lenguaje digital, es un fenómeno transversal que tiene sus raíces en los primeros pasos del sistema educativo y la necesidad de desarrollar un auténtico plan de alfabetización digital, que debería alcanzar tanto a los estudiantes, como a los profesores encargados de impartir las nuevas asignaturas.

Los estudiantes experimentaron la auto edición y el montaje, implantados en las redacciones de informativos de los medios que visitaron, como radio, televisión: telediarios, boletines de informaciones cortas y canales de noticias ininterrumpidas, asientan sus emociones en esa nueva figura polifacética de un informador que, sentado frente a su ordenador y con un sistema básico de auto-edición, informa a la comunidad.

Esta multitarea frente a especialización, nada equiparable a un rápido cursillo, concebido para que el novel periodista, que no ha tenido esa formación específica, aprenda casi de la noche a la mañana unas reglas básicas de construcción de la noticia, narración con imágenes y ritmo de las secuencias.

Los nuevos perfiles y la figura del profesional multiuso, de una forma u otra, la revolución digital en las redacciones de los medios informativos exige un replanteamiento integral de la formación en el ámbito de la comunicación y son los recursos estos los que motivan a los estudiantes seguir en esta profesión, para ser competitivos.

En cuanto a los roles y funciones en los multimedios, tomamos como ejemplo a un programa de televisión educativo universitario, como Alfaro TV, donde los periodistas son multifuncionales, cumplen diversos roles derivados de sus funciones en la generación del material informativo, capaces de elaborar estrategias para la difusión del contenido audiovisual, basándose en la constante innovación de sus habilidades tecnológicas, cubren las eventualidades que se presentan dentro y fuera del campus universitario, siempre relacionado con la vinculación de la comunidad. Del total del universo de estudio, que lo constituyeron aproximadamente 300 estudiantes, una muestra de 180, que representan algo más allá del 60%, expresaron que el acercarse por primera vez a los medios, les despertó un mayor interés por continuar estudiando esta carrera.

Un porcentaje del 75% de los estudiantes, reconoció que una de las razones que despertaron sus motivaciones, fue haber visitados los medios de comunicación y descubrir que existen nuevas tecnologías, aunque fueron momentáneas, por los que aspiran regresar para seguir aprendiendo y de ser posible trabajando, si es que le dan las oportunidades los medios, para lo cual sugieren que se realicen convenios.

Lo que más les levanto el ánimo a un porcentaje de casi el 80% de estudiantes, fue el hecho de haber conocidos y relacionarse con periodistas profesionales, muchos de los cuales no aparecen



en públicos, pero poseen muchos conocimientos de la profesión, de los cuales se aprende mucho, porque son prácticos y pro-activos.

Un mayor porcentaje, casi al 80% coincidieron en que una cosa son las actividades en el aula de clases, pero otra cosa más motivante es estar en los medios de comunicación experimentando como se produce un programa de televisión, de radio o un periódico, como el hecho de laborar en un departamento de comunicación pública, lo cual origina un sentido de pertenencia hacia las fuentes de trabajo.

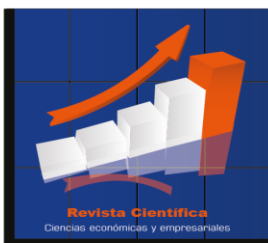
## Conclusiones

1. Una primera conclusión es que el comunicador que trabaja en los medios de comunicación, en su mayoría se formaron en la Facultad de Comunicación de la ULEAM, está capacitado para informar, entretener y educar de una manera ética, profesional y eficiente. Además, está abierto y tiene toda la disposición para adaptarse los constantes cambios que se están produciendo en la sociedad del conocimiento.
2. Las funciones y roles que ejercen los periodistas en los medios regionales de Manabí, son cambiantes y están definidos en función de las necesidades de cobertura, investigación, promoción, edición y publicación, que tiene los medios de comunicación, lo cual ha permitido que cada uno tenga algo que los hace únicos, creativos, innovadores, diversos y multifacéticos.
3. A pesar de la prioridad de las tecnologías en la producción de información, los medios más apuntan por el talento de los periodistas que salen de las aulas universitarias, que no solo consiste en dominar los formatos, manejar un computador, saber moverse en Internet, descargar archivos, crear audios mp3, un iPad o un iPhone, defenderse en Skype, sino profesionales con bases éticas, conocimientos de las normas de redacción.
4. Los medios requieren estudiantes que reflejen en su actitud ganas de aprender, de formarse y de confrontarse, formados por docentes que en lo posible estén siempre vinculados a los medios. De ahí que desde la academia surjan propuestas de empresas mediáticas digitales, espacios que permiten forjar, en una práctica guiada desde las universidades, acompañado de una formación humanística que despierte iniciativas.

5. La responsabilidad y re-validación de la esencia de la profesión de Comunicadores Sociales - Periodistas corresponde a la academia, cuyo quehacer debe estar orientado a formar periodistas no solo para los medios, sino para la sociedad, para la comunicación institucional, sin embargo, es fundamental el rol de los medios en admitir las prácticas y pasantías para darle así valor y seguridad al estudio de esta profesión.
6. Se puede decir que el comunicador de hoy, además de talento, innovación y creatividad, requiere dos cualidades básicas: la especialización en el medio, sus lenguajes, contexto y mecanismos de actuación; y el manejo de las nuevas tecnologías, facultado para ir al lugar de los hechos, conseguir el material requerido, contrastar fuentes, elaborar la información, editar las notas y ponerlas al aire. Especializados en redes.

## Referencias

1. BARBERO Martín-, J. (2012). Los Oficios del Comunicador. Signo y Pensamiento.
2. BARBERO Martín-, J. (2012). El Papel del Comunicador en la Sociedad. Pág. 20.
3. BARRERO, A., & Palacios, J. (2015). Reflexiones sobre El Papel del Comunicador Social y Competencias del Comunicador en las Organizaciones. Poliantea, 197-221.
4. BARRIOS Rubio, A. (2014). El Comunicador en el Entorno Digital. Cuadernos de Información N34, 165-179.
5. BELTRÁN: L. R. (2015). El comunicacional. En e. p. Comunicacional, el Pensamiento Comunicacional. (Bolivia).
6. BOMBARDELLI, V. (2008). Comunicación Institucional: Un campo laboral para explorar. Campos, 149-155.
7. CORNEJO Urbina, F. (2011). El Rol del Comunicador frente a las Personas y los Medios. Web Conference. Roma.
8. CORRALES-Díaz, C. (1991). La Profesión del Comunicador. Revista Reglones, 37-42.
9. EDUCALINGO. (2019). Significado de "Comunicador" en el diccionario de español. Recuperado de <https://educalingo.com/es/dic-es/comunicador>.
10. FERNÁNDEZ, L. V. (2000). Periodista Digital: De MacLuhan a Negroponte. Revista Latina de Comunicación Social N 98-106.

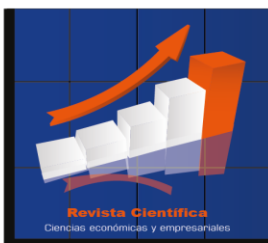


11. FLÓREZ, J. L. (2018). ¿Qué es una Estrategia de Comunicación? Obtenido de POPUP NETWORKING: <https://medium.com/@julianlopez/que-es-una-estrategia-de-comunicaci%C3%B3n-210bf83c9e48>
12. FRANCO, (2011) Yuri Tatiana. Comunicador Social. <http://uncomunicadorsocial.blogspot.com/2011/10/caracteristicas-del-comunicador-social.html>.
13. GARCIA, Canclini (1995) obtenido de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0719-367X2014000100013](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2014000100013)
14. KAPUSCINSKI, Ryszard. (2015) Los Estudios de Periodismo en Latinoamérica: en el Bosque de la Comunicación y las Ciencias Sociales.
15. LOPEZ, E. O. (2012). Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/85658671/La-Etica-Profesional-en-El-Comunicador-Social>
16. MASSONI. (2017) Nuevos Roles y Responsabilidades del Comunicador Social. <http://ces.unne.edu.ar/prealas/eje2/bloque2/Ponce2.pdf>.
17. MARIE H. Westphalen y J.L. Piñuel, Justo Villafañe, Norberto Cháves. Comunicación Institucional. <https://www.comunicologos.com/teorias/comunicaci%C3%B3n-institucional>
18. MARÍN, J. Á. (2010). La Era Digital: Nuevos Medios, Nuevos Usuarios y Nuevos Profesionales. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación, 1
19. ORTIZ González, J. (2010). El Rol del Comunicador en la Era Digital. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño Y Comunicación N33, 73-84.
20. PÉREZ Alonzo, B. (2012). Competencias y Roles del Comunicador Social en la Era Digital. Ciencias de la Información Vol. 43, No. 3, 55-58.
21. PRIETO, Daniel. (1996). Obtenido de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0719-367X2014000100013](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2014000100013)
22. RAFFINO, María Estela (2017), Como Hacer un Informe, última edición. Disponible en: <https://concepto.de/como-hacer-un-informe/>

23. ROSADO, M. A. (2013). La Sociedad del Conocimiento. San Luis Potosi: Creative Commons. Obtenido de <https://www.uninorte.edu.co/web/comunicacion-social-y-periodismo/perfiles>.
24. SARMIENTO, (2001) Campus de la Universidad, el Rol Social de los Medios de Comunicación y Comunicadores en el contexto local y regional Mesa-debate inaugural martes 8 de mayo.
25. SALAZAR, M. y Sepúlveda, R. (2011). Perspectivas y Proyección Profesional de la Comunicación Social.
26. SCOLARI. (2013). Obtenido de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0719-367X2014000100013](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2014000100013)
27. ZALBA, E., Bustos, J. (2001). Problemas y Desafíos de la Formación Académico-Profesional ante la diversidad de los actuales escenarios de la Comunicación Social.

## References

1. BARBERO Martín-, J. (2012). The Offices of the Communicator. Sign and Thought.
2. BARBERO Martin-, J. (2012). The Role of the Communicator in Society. P. 20.
3. BARRERO, A., & Palacios, J. (2015). Reflections on the Role of the Social Communicator and Competencies of the Communicator in Organizations. Poliantea, 197-221.
4. BARRIOS Rubio, A. (2014). The Communicator in the Digital Environment. Information Notebooks N34, 165-179.
5. BELTRÁN: L. R. (2015). The communicational. Jan. p. Communicational, Communicational Thought. (Bolivia).
6. BOMBARDELLI, V. (2008). Institutional Communication: A labor field to explore. Campos, 149-155.
7. CORNEJO Urbina, F. (2011). The Role of the Communicator vis-à-vis People and the Media. Web Conference. Rome.
8. CORRALES-Díaz, C. (1991). The Communicator's Profession. Reglones Magazine, 37-42.
9. EDUCALINGO. (2019). Meaning of "Comunicador" in the Spanish dictionary. Recovered from <https://educalingo.com/es/dic-es/comunicador>.



10. FERNÁNDEZ, L. V. (2000). Digital Journalist: From MacLuhan to Negroponte. Latina Magazine of Social Communication N 98-106.
11. FLÓREZ, J. L. (2018). What is a Communication Strategy? Obtained from POPUP NETWORKING: <https://medium.com/@julianlopez/que-es-una-estrategia-de-comunicaci%C3%B3n-210bf83c9e48>
12. FRANCO, (2011) Yuri Tatiana. Social communicator. <http://uncomunicadorsocial.blogspot.com/2011/10/caracteristicas-del-comunicador-social.html>.
13. GARCIA, Canclini (1995) obtained from [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0719-367X2014000100013](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2014000100013)
14. KAPUSCINSKI, Ryszard. (2015) Journalism Studies in Latin America: in the Forest of Communication and Social Sciences.
15. LOPEZ, E. O. (2012). Obtained from <https://es.scribd.com/doc/85658671/La-Etica-Profesional-en-El-Comunicador-Social>
16. MASSONI. (2017) New Roles and Responsibilities of the Social Communicator. <http://ces.unne.edu.ar/prealas/eje2/lock2/Ponce2.pdf>.
17. MARIE H. Westphalen and J.L. Piñuel, Justo Villafañe, Norberto Cháves. Institutional communication. <https://www.comunicologos.com/teorias/comunicaci%C3%B3n-institucional>
18. MARÍN, J. Á. (2010). The Digital Age: New Media, New Users and New Professionals. First Electronic Magazine in Latin America Specializing in Communication, 1
19. ORTIZ González, J. (2010). The Role of the Communicator in the Digital Age. Notebooks of the Center for Design and Communication Studies N33, 73-84.
20. PÉREZ Alonzo, B. (2012). Competencies and Roles of the Social Communicator in the Digital Age. Information Sciences Vol. 43, No. 3, 55-58.
21. PRIETO, Daniel. (nineteen ninety six). Obtained from [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0719-367X2014000100013](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2014000100013)
22. RAFFINO, María Estela (2017), How to Make a Report, last edition. Available at: <https://concepción.de/como-hacer-un-informe/>



23. ROSADO, M. A. (2013). The Knowledge Society. San Luis Potosi: Creative Commons. Obtained from <https://www.uninorte.edu.co/web/comunicacion-social-y-periodismo/perfiles>.
24. SARMIENTO, (2001) University Campus, the Social Role of the Media and Communicators in the local and regional context Opening table-debate Tuesday, May 8.
25. SALAZAR, M. and Sepúlveda, R. (2011). Perspectives and Professional Projection of Social Communication.
26. SCOLARI. (2013). Obtained from [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0719-367X2014000100013](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2014000100013)
27. ZALBA, E., Bustos, J. (2001). Problems and Challenges of Academic-Professional Training in the face of the diversity of the current scenarios of Social Communication.

©2020 por el autor. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).