



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE GUAYAQUIL

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

RETOS DEL COMUNICADOR

**Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de Licenciada/o en Comunicación Social**

AUTORES: Nevill Omar Cadena De La A; Álvaro Antonio Moyano Cervantes

TUTORA: Msc. Lourdes María Ayala Dávila

Guayaquil - Ecuador

2023

1


CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotros, Nevill Omar Cadena De La A con documento de identificación N°0930670377 y, Álvaro Moyano con documento de identificación N°093093646-3; manifestamos que:

Somos los autores y responsables del presente trabajo; y, autorizamos a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Guayaquil, 15 de septiembre del año 2023

Atentamente,



Nevill Omar Cadena De La A

093067037-7



Álvaro Antonio Moyano

Cervantes

093093646-3

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

Nosotros, Nevill Omar Cadena De La A con documento de identificación No. 093067037-7 y Álvaro Antonio Moyano Cervantes con documento de identificación No. 093093646-3, expresamos nuestra voluntad y por medio del presente documento cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autores del Producto Comunicativo: Retos del Comunicador, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Comunicación Social con Mención en Producción Audiovisual, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribimos este documento en el momento que hacemos la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 15 de septiembre del año 2023

Atentamente



Nevill Omar Cadena De La A

093067037-7



Álvaro Antonio Moyano

Cervantes

093093646-3

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Lourdes María Ayala Dávila con documento de identificación N° 090969932-4 docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: Retos del Comunicador, realizado por realizado por Nevill Omar Cadena De La A con documento de identificación N° 093067037-7 y por Álvaro Antonio Moyano Cervantes con documento de identificación N° 093093646-3, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Producto Comunicativo que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 15 de septiembre del año 2023

Atentamente,



Lourdes María Ayala Dávila

090969932-4

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todos los que han hecho posible este logro. En primer lugar, quiero agradecer a nuestros familiares en especial a nuestros padres por su inquebrantable apoyo y sacrificio a lo largo de este viaje académico. Sin su amor y respaldo, este logro no habría sido posible. También queremos agradecer a nuestros profesores y mentores por su orientación, sabiduría y paciencia. Han sido una fuente inagotable de conocimiento y motivación.

Se agradece a los amigos y compañeros de clase por las risas, el apoyo mutuo y los momentos inolvidables que compartimos durante estos años de estudio. Este título es un reflejo de nuestros esfuerzos colectivos. Este título es el resultado de nuestro trabajo en equipo y compromiso conjunto, y como recordatorio de que, con determinación y perseverancia, se pueden superar obstáculos y alcanzar las metas más altas. Este es un hito en nuestras vidas que se llevará con orgullo mientras se avanza hacia el futuro. Por último, pero no menos importante, agradezco a Dios por guiarnos y darnos la fuerza para superar los desafíos.

RESUMEN

La Comunicación Social es una herramienta que sirve para mostrar los hechos que se suscitan en algún lugar determinado dentro de país, muestran las noticias más relevantes sobre acontecimientos sociales, sin embargo, en la actualidad la tecnología ha cambiado la forma en que los medios de comunicación masivo, es decir radios, canales televisivos, prensa escrita, puedan mantener su hegemonía informativa. Se hace hincapié en la tecnología debido a que el internet también se usa para informar los hechos sociales que ocurren dentro del país. Con el ingreso del internet se empiezan a crear medios digitales que ven como un nicho la oportunidad de informar a la nación, estas plataformas no necesitan de los medios tradicionales masivos para informar, ya que sus colaboradores o trabajadores son profesionales de la comunicación, gente que está capacitada para ejercer su labor como comunicadores.

Los medios masivos han tendido que adaptarse a estas plataformas digitales de información, y lo han realizado creando plataformas en canales como YouTube, redes sociales, podcast entre otro. En las entrevistas realizadas a diferentes colaboradores hay personal que trabaja en medios tradicionales e indican que su experiencia como comunicadores determinan que se deben adaptar a la rapidez de la información porque les resulta difícil no informar en las plataformas digitales, es algo necesario que ellos deben manejar para llegar a su audiencia y dar conocer los hechos de la sociedad. Por otro lado hay que poner atención a quienes trabajan en medios digitales son profesionales que manejan la información inmediata, ambos medios tienen en común que para dar a conocer los sucesos estos deben recurrir a fuentes confiables para informar correctamente los sucesos sociales, así como la información es rápida puede inferirse en ser mal intencionada y perjudicar a una persona mediática o conocida en la comunidad,

también puede ser utilizada para desinformar, engañar, tergiversar o desviar la información exacta de la noticia.

Palabras claves: relevantes, *hegemonía, informar, medio, digitales, sociedad, podcast, YouTube.*

ABSTRACT

Social Communication is a tool that serves to show the facts that arise in a certain place within the country, show the most relevant news about social events, however, at present technology has changed the way in which the mass media, that is, radios, television channels, written press, can maintain their informative hegemony. Emphasis is placed on technology because the internet is also used to inform social events occurring within the country. With the entry of the internet, digital media begin to be created that see as a niche the opportunity to inform the nation, these platforms do not need traditional mass media to inform, since their collaborators or workers are communication professionals, people who are trained to exercise their work as communicators. The mass media have had to adapt to these digital information platforms, and they have done so by creating platforms on channels such as YouTube, social networks, podcasts among others. In the interviews with different collaborators there are personnel who work in traditional media and indicate that their experience as communicators determine that they must adapt to the speed of information because it is difficult for them not to inform on digital platforms, it is something necessary that they must handle to reach their audience and publicize the facts of society. On the other hand we must pay attention to those who work in digital media are professionals who handle immediate information, both media have in common that to publicize the events these must resort to reliable sources to correctly report social events, as well as the information is fast can be inferred in being ill-intentioned and harm a media person or known in the community, It can also be used to misinform, mislead, misrepresent or divert accurate information from the news.

Keywords: relevant, hegemony, inform, digital, media, society, podcast, YouTube.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Contenido

Certificado de responsabilidad y autoría del trabajo de titulación.....	2
Certificado de cesión de derechos de autor del trabajo de titulación a la universidad politécnica salesiana	3
Certificado de dirección del trabajo de titulación	3
Dedicatoria y agradecimientos.....	5
Resumen.....	6
<i>Abstract</i>	8
Introducción	11
Justificación	12
Marco teórico referencial.....	13
Objetivos general y específicos	21
Metodología	22
Desarrollo.....	24
Conclusión	26
Guiones	23
Apendice y/oAnexos.....	45

INTRODUCCIÓN

El comunicador es un profesional que se dedica a la gestión de la comunicación en diferentes espacios: como empresas, organizaciones, medios de comunicación, entre otros, su papel es mediar en la construcción de relaciones entre diferentes actores sociales, desarrollar estrategias de comunicación, gestionar los activos intangibles de la empresa, y ser un actor social y cultural en la construcción de sentido y la transformación de realidades; es por eso que debe tener la habilidad de desarrollar competencias tecnológicas además de comprender el ritmo y lógicas de apropiación de los nuevos territorios comunicacionales, reflexionando críticamente sobre su papel en la sociedad y su capacidad para transformar realidades.

Esto implica ser un estratega y gestor de las comunicaciones y los activos intangibles de la empresa, para ello se realiza un producto comunicativo que emerge de las entrevistas a los egresados de la carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil, buscando mostrar el papel o rol actual del comunicador como un profesional clave en la sociedad actual, ya que es relevante y crucial en el contexto actual, ya que aborda las complejidades y demandas que enfrentan los profesionales de la comunicación en un mundo en constante evolución.

PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN.

Los Retos del Comunicador de Hoy es un tema trascendental que lo hemos escogido dado la creciente importancia de la comunicación en la sociedad actual, entre algunas que respaldan nuestra elección del tema son:

Cambios tecnológicos: La comunicación se ha ido transformando de acuerdo al avance que está teniendo la tecnología digital y las redes sociales. Los comunicadores deben adaptarse a estas nuevas plataformas y aprender a utilizarlas de manera efectiva.

Fake news y desinformación: En la era de la información, la proliferación de noticias falsas y la desinformación son problemas graves. Los comunicadores deben desempeñar un papel decisivo en la verificación de hechos y la promoción de información verídica.

Diversidad y multiculturalismo: La sociedad actual es cada vez más diversa en términos de culturas, idiomas y perspectivas. Los comunicadores deben ser conscientes de esta diversidad y ser capaces de comunicarse de manera efectiva con todas las audiencias.

Ética y responsabilidad: Los comunicadores enfrentan desafíos éticos, como la privacidad, la manipulación de la información y la invasión de la privacidad. Es sustancial abordar todo tipo de temas de una manera responsable.

Cambios en el consumo de medios: La forma en que las personas consumen información ha evolucionado con la digitalización. Los comunicadores deben entender estos cambios y adaptarse a las preferencias de sus audiencias.

Es por eso que el tema "Los Retos del Comunicador " es relevante y justificable debido a la necesidad de comprender y abordar los desafíos que enfrentan los profesionales

de la comunicación en un entorno en constante evolución. Este tema puede ayudar a identificar soluciones y mejores prácticas para abordar estos desafíos y mejorar la comunicación en la sociedad actual.

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

La evolución constante de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ha transformado la forma de la comunicación. Los comunicadores sociales deben estar al tanto de las últimas tendencias y aprender a utilizar nuevas herramientas como plataformas digitales para llegar a la audiencia que se desea de manera efectiva, tener un perfil informativo con tu nombre como periodista o comunicador en redes sociales, se ha convertido en un eje importante.

El mundo periodístico se transforma todos los días, la tecnología se convirtió en el escenario del desarrollo personal y profesional, pero modificaron en 180° la comunicación y el periodismo; la alfabetización y habilidades de supervivencia, en el lenguaje binario, modifican el paradigma del periodismo en el proceso de información; los medios de comunicación, en alguna medida, dejan de tener el monopolio de la noticia (Zambrano, 2020, p. 12)

Con la abundancia de canales de comunicación, medios digitales y la personalización de contenidos, las audiencias se han vuelto más friccionadas. Los comunicadores se enfrentan día a día con el desafío de adaptar sus mensajes o notas periodísticas para alcanzar a públicos cada vez más diversos, por lo tanto, los medios tradicionales han transformado la forma de dar a conocer una noticia y se ven obligados a migrar a las plataformas digitales.

Se deben tomar acciones éticas en su trabajo diario, considerando el impacto de su mensaje comunicacional en la sociedad. Además, se espera que los comunicadores promuevan valores a la sociedad para contribuir al bienestar público.

Los términos estrategias, campañas y actividades pueden figurar como sinónimos para el significado común; a pesar de esto, para el entorno comunicativo los términos se diferencian no solo por su significante, sino por su usabilidad. Para el desarrollo de los procesos comunicativos a nivel periodístico, social y organizacional, se tienden a confundir estos términos, sin dejar claridad que, aunque diferentes, necesitan articularse para su correcta ejecución. (Arboleda, 2020 p.19)

Los comunicadores pueden enfrentar situaciones de dificultad que requieren una respuesta de forma contundente y efectiva, la gestión de la comunicación en momentos de crisis puede ser un desafío, ya que implica equilibrar con nitidez la protección de la reputación de la institución o persona que representan. En un sistema global cada vez más diverso; los comunicadores deben estimar la importancia de representar a diferentes grupos sociales y culturales en sus mensajes.

La diversidad y la inclusión se han convertido en un desafío importante para los profesionales de la comunicación, es así como “en el desarrollo humano, la comunicación permite: la participación ciudadana, el interaccionismo social, la transformación y cambio social, la construcción de una sociedad incluyente e inclusiva, diálogo, construcción de modelos de paz, entre otros”. (Arboleda, 2020 p.19)

Determinar el impacto y la efectividad de las estrategias de comunicación es una parte importante. Esto puede resultar complicado. Los comunicadores deben crear métodos y métricas apropiados para evaluar los resultados de sus acciones y ajustar sus estrategias de acuerdo con eso.

En la actualidad los comunicadores deben prepararse para ejercer su profesión no solo en medios tradicionales, sino también ocupar cargos desde la Organización Comunicacional, Community Manager, Periodismo Digital y Relaciones Públicas.

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 (Moreira, 2020 p. 7).

En cambio, para desempeñarse como un Community Manager el comunicador debe posicionar la marca en las redes sociales, el conocimiento de cómo comunicar un mensaje y mantener a los clientes es importante, es un generador de contenido.

Benassini (2023) define que posee conocimientos sobre estrategias de comunicación en línea para llegar a la comunidad de manera efectiva, no sólo se requiere ser un geek conectado todo el tiempo a las redes sociales; en realidad, es una profesión emergente que requiere de aptitudes específicas para desarrollar un buen papel. (p. 3)

En cuanto al Periodismo Digital, es informar al ciudadano de forma tradicional, pero a través de páginas o plataformas digitales. Hay que tener en cuenta que muchos medios tradicionales han realizado el cambio de analógico a digital permitiendo mantener y no perder a su audiencia con canales que habilitan por la web, por citar un ejemplo como YouTube.

El periodismo en este siglo se está adaptando a la sociedad de la información y, sobre todo, a través del fenómeno Internet, que ha surgido un medio digital, interactivo y de multimedia, que representa un método de elaboración, estructuración y difusión de nueva información (Cabrera et al., 2023, p. 995).

Las Relaciones Públicas suponen implantar el modelo estratégico de comunicación en la esfera pública y son toda una declaración de principios sobre el papel que toda institución le otorga a las relaciones con su público como eje central de toda actividad pública. Es así como Castillo (2020) indica que esa significación se torna en esencial cuando acontecen hechos sanitarios como una pandemia en el que se hace imprescindible el uso de una adecuada gestión de la comunicación a partir de las necesidades informativas, la escucha de la conversación acción social y la segmentación de los públicos para satisfacer las necesidades de información.

Los periódicos y publicaciones digitales cuentan con una variedad de recursos multimedia: Texto, fotografía, video, audio e infografía. Usando el vídeo, el audio y las infografías como los principales, estos son los componentes diferenciadores entre noticias impresas y noticias digitales, ya que dan acceso a los lectores, a una colección de

recursos imposibles en papel, además de dos versiones recomendadas, por la audiencia, el medio de comunicación debe tener ambos al mismo tiempo.

Esta nueva modalidad de comunicación ha reformado a la sociedad en sus gustos, ideas y objetivos, haciéndose cada día más exigente y demandante en los aspectos comunicacionales que espera tener, lo que radica en la imprescindible y constante preparación de los profesionales de la comunicación en un universo transformado por las tecnologías digitales. En tal virtud, la presencia de la tecnología en la humanidad no se manifiesta por simple casualidad, sino por la necesidad perenne de instituir un arquetipo de profesional conforme a la actual sociedad competitiva en su cambio de época (Moreira Cedeño, 2021).

La Web 2.0, en todas sus aplicaciones, conlleva a un cambio de paradigma y el comunicador empresarial está obligado a conocer las alternativas que brinda y aplicarlas para beneficio de la organización, reto que rompe de plano con las viejas formas de entender la comunicación y el conocimiento. Otro reto para los comunicadores en las organizaciones actuales es servir de facilitadores de los procesos de gestión de calidad, estos procesos van de la mano de un cambio cultural.

A diferencia de lo que sucede en los medios tradicionales, ahora es posible evidenciar “una relación transformativa entre el usuario del medio y el medio de comunicación”. La interactividad en la web vuelve al sujeto

un prosumidor y rompe el esquema funcional mediático unidireccional del emisor receptor - mensaje. El sitio web sigue bajo control del medio, pero es el usuario el que decide qué quiere leer, qué quiere comentar, qué sitios desea visitar o qué información desea compartir. (Guarnizo, 2022, p.364)

Las comunicaciones representativas están cobrando importancia actualmente en el mundo tecnológico, ya que están reemplazando el lenguaje escrito por el multimedia, por lo que la publicación de imágenes y su difusión no debe tomarse de forma imprudente e irresponsablemente.

El formato digital en la prensa ecuatoriana aún se ve enmarcada por la necesidad de incluir ciertos elementos del periodismo convencional (fotos, vídeos, audios, etc.) son considerados simplemente como accesorios en el periodismo digital. Sin embargo, es pertinente acotar que el uso de aquellos elementos constituye una parte fundamental para la redacción de los contenidos informativos (Guarnizo, 2022, p.365).

Lo que parece cierto es que se observa una tendencia a la concentración, con medios de comunicación que son, cada vez más, grandes corporaciones multimedia capaces de producir contenidos para distintos soportes que juegan con las sinergias para optimizar la producción y que apuestan por controlar toda la cadena de producción, desde la idea hasta el soporte que permitirá a los consumidores acceder al producto final.

La ciudadanía ecuatoriana en general, tiende a centrar su búsqueda en redes sociales, videos, interacciones y noticias, no obstante, el consumo digital va evolucionando día a día al utilizar más recursos y formatos digitales, tomando en cuenta los resultados estadísticos donde vemos el alcance de las plataformas web, es necesario que los periodistas aprendan a forjar un espacio en las plataformas digitales, donde las redes sociales son más que una herramienta, son la conexión inmediata con el mundo, donde hay que aceptar la dinámica de la audiencia.

Es por eso que Guarnizo (2022) menciona que algo que promovió y aumentó el uso de la red para mantenerse informado, es la inmediatez con lo que se recibe la noticia, la colectividad constantemente busca enterarse lo que está ocurriendo en el momento; lo de ayer desaparece ante el usuario digital (p.365).

OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS

Objetivo General:

Crear un producto comunicativo, donde se muestre al comunicador de hoy y sus nuevas habilidades hacía con la comunicación.

Objetivos Específicos:

- Visualizar como los comunicadores se han adaptado a las nuevas plataformas y ¿cómo? Aprendieron a utilizarlas de manera efectiva para alcanzar y comprometer a su audiencia.
- Mostar las necesidades de las organizaciones y que estrategias están diseñando para la incorporación y evolución de la sociedad.
- Evidenciar y documentar los nuevos retos que realizan las personas egresadas al momento de ejercer su profesión.

METODOLOGÍA

El contenido a manejar dentro de las cápsulas audiovisuales es de carácter informativo descriptivo por lo que se emplea también el método del aprendizaje experiencial para destacar la vida profesional de cada uno de los ex alumnos de la Universidad Politécnica Salesiana, la recolección de información se suscita por medio de preguntas elaboradas para cada tipo de cargos tales como: marketing digital, community manager, periodismo tradicional, periodismo digital, productor audiovisual, comunicación organizacional, relacionista público, con la intención de crear una información que sirva para los futuros comunicadores sociales y permita también una conexión entre el espectador y el entrevistado a través de su relato

Analizar y proporcionar soluciones a estos desafíos, contribuyendo así a la formación y desarrollo de profesionales más competentes y efectivos en el campo de la comunicación. Además, su enfoque en la actualización y mejora constante de las habilidades y estrategias de comunicación refleja la necesidad imperante de adaptarse a un entorno comunicativo en constante cambio.

Se realizó un seriado de 22 videos con una duración máxima de 1 min 20 seg en formato horizontal. Dado que el enfoque de este producto comunicativo es destacar la importancia del comunicador social dentro de una organización, de la misma manera conocer cómo influye su papel en la toma de decisiones a nivel estratégico de la organización y su participación en la formulación y ejecución de las estrategias de comunicación, se optó por elegir la metodología de carácter

cuantitativo con un alcance descriptivo. Rosado (2018) indica que “la metodología cualitativa permite profundizar en las causas de los fenómenos sociales, lo que resulta indispensable para su comprensión”. (p. 3)

DESARROLLO

Preproducción:

Se solicita a la Carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana una lista de graduados que se encuentren laborando en áreas relacionadas a la comunicación. Una vez obtenida la lista se procede a realizar una preselección de graduados.

Seguido se coordina con cada persona una entrevista de carácter explicativo y cualitativo, identificando y describiendo cual ha sido su función laboral dentro de sus respectivos trabajos y el desempeño de sus actividades en el departamento destinado por la organización o grupo de trabajo.

Producción:

Para llevar a cabo las entrevistas, con los graduados se usó una cámara profesional, con trípode de 360°, un micrófono corbatero, y un celular para hacer las respectivas tomas de paso de los entrevistados, mientras se realizaban las entrevistas, las mismas que fueron realizadas la mayoría durante el día para tener la luz idónea para grabar, y para las tomas que fueron grabadas durante la noche se usó luces led, para darle mayor calidad al video.

Postproducción:

Se dio uso a los laboratorios de la Universidad, tanto el de radio como el de Multimedia, en la edición se adjuntaron fotos de los entrevistados e imágenes citadas relacionas a las actividades que realizan dentro de sus jornadas de trabajo,

también, se implementó una animación en el logo de la Universidad Politécnica Salesiana al final de los videos, para darle un mayor énfasis a los videoclips.

CONCLUSIÓN

Los comunicadores desempeñan un papel fundamental en la sociedad moderna, ya que son responsables de transmitir información, influir en la opinión pública y facilitar la comunicación entre individuos, organizaciones y comunidades. Sin embargo, este papel crucial viene acompañado de una serie de retos y desafíos en constante evolución que deben abordarse de manera efectiva para tener un impacto positivo y ético en el entorno de comunicación actual.

Uno de los retos más notorios para los comunicadores en la era digital es el exceso de información y la propagación de desinformación. La disponibilidad de información en línea a menudo abruma a la audiencia, lo que dificulta que los comunicadores lleguen a su público de manera efectiva. Además, la facilidad con la que se puede difundir información errónea o falsa en las redes sociales y otros medios digitales exige que los comunicadores sean responsables de verificar la precisión de sus fuentes y contenido.

Otro reto importante es la velocidad a la que se desarrollan las tecnologías de comunicación. Los comunicadores deben mantenerse al día con las últimas tendencias y plataformas digitales para llegar a su audiencia de manera efectiva. Además, la privacidad y la seguridad de los datos se han convertido en preocupaciones críticas, lo que significa que los comunicadores deben ser conscientes de las implicaciones éticas y legales de la recopilación y el uso de datos de la audiencia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arboleda, S. (2021). ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN. Redipe.org. de <https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>

Benassini Felix, C. (2023). La Caja de Pandora los Medios de Comunicación desde una Perspectiva Diferente. Razón y Palabra. Revista Iberoamericana Especializada en Comunicología.

http://www.razonypalabra.org.mx/caja_pandora/community%20manager.html

Cabrera Almeida, S., Vásquez Bohórquez, E. y Barreth Gonzáles, A. (2023). Medios de Comunicación Digitales: una Nueva Forma de Ver el Periodismo. Polo del Conocimiento, vol. (8), pp. 994-1007.

Chávez Murga, J. (2022). Perfil profesional del comunicador en la sociedad actual: tareas y funciones. Universidad Privada César Vallejo.

Fernández Hernández, Z. (2012). EL Comunicador en la Gestión Integral de la Comunicación. Ciencia en su Pc, núm. 2, pp. 87-99.

Guarnizo Delgado, J. B., Villarroel Silva, D. E., & Romero Quiroga, K. R. (2022).

Transformación del periodismo hacia las plataformas digitales. RECIAMUC, 6(3), 359-366. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.\(3\).julio.2022.359-366](https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.(3).julio.2022.359-366)

Gumucio Dagrón, A. (2007). Tres Retos de la Comunicación para el Cambio Social. Contratexto, núm. 16, 2008, pp. 59-64.

Gutiérrez Jerez, A. (2013). Community Manager Nuevo Campo de Acción para el Comunicador Organizacional. Pontificia Universidad Javeriana.

<https://bibliotecas.ups.edu.ec:2708/lib/upsal/detail.action?docID=6514520>.

<https://bibliotecas.ups.edu.ec:2708/lib/upsal/detail.action?docID=7016084>.

Lazo, C., Lazo, M. (2018). Calidad informativa en la era de la digitalización: Fundamentos profesionales vs. Infopolucion. Dykinson, pp. 110.

Maldonado Castro, J., Gómez Pérez, R., Aguirre Valverde, D., & Andrade Arias, M. (2023). Relaciones Públicas: El rol de la comunicación y su incidencia en la Transformación Digital: Public Relations: The Role of Communication and Its Impact on Digital Transformation. LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades, 4(1), 772–787. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.295>

Martínez, V., Cabrera, J. (abril 2020). Community Manager, un Perfil Hiperespecializado del Comunicador Social.

https://www.researchgate.net/publication/341446054_Community_manager_un_perfil_hiperespecializado_del_comunicador_social
[Community manager un perfil hiperespecializado del comunicador social](https://www.researchgate.net/publication/341446054_Community_manager_un_perfil_hiperespecializado_del_comunicador_social)

Revista Digital CEMCI, pp. 42. <https://revista.cemci.org/numero-25/pdf/trabajos-de-evaluacion-3-la-comunicacion-como-instrumento-gerencial.pdf>

Rivadeneira, E., Montoya, T. (2017). Orientaciones Profesionales de los Comunicadores Sociales. INNOVA Research Journal, vol. (2), núm. 5, pp. 60-87

Trejo Sirvent, M., Llaven Coutiño, G., Culebro Mandujano, M. (2014). Retos y Desafíos de las TIC y la Innovación Educativa. Atenas, vol. (4), núm. 28, pp. 130-143.

Villegas, (2014). Comunicación empresarial: plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones. Editorial Uoc. Ed. 1, pp. 17.

Vista de Roles y funciones de periodistas y medios de comunicación, como métodos de motivación profesional, en la sociedad del conocimiento. (s. f.). Fipcaec.com. de <https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/247/414>

Zambrano Ayala, W. (2020). Convergencia Mediática Nuevos Retos y Escenario del Comunicador Social y Periodista. Universidad Sergio Arboleda.

APÉNDICE Y/O ANEXOS

Producto Comunicativo: Retos del Comunicador

Autores: Nevill Cadena; Álvaro Moyano.

Duración: 1 min por graduado







