



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL**

**DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA) DEL EXAMEN
COMPLEXIVO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**PERSPECTIVAS DE MEDIOS COMUNITARIOS DESDE LAS VISIÓN DE LOS
ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE
BABAHOYO**

AUTOR:

JOE DANIEL PALACIOS JARAMILLO

TUTOR:

MSC. ANA ELIZABETH HERRERA FLORES

BABAHOYO – LOS RÍOS

2020



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico en primer lugar a Dios, por ser la fuente de mi fuerza y voluntad. A mis padres, Martha y Daniel, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años; gracias por inculcar en mí el ejemplo de perseverancia y dedicación. A mis hermanos, mi familia más cercana y mis amigas, por estar siempre presente, acompañándome y por brindarme su apoyo incondicional.

Joe Daniel Palacios Jaramillo



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL

AGRADECIMIENTO

Expreso mi inmensa gratitud a Dios, por ser mi guía y bendecirme en todo momento, especialmente, en los de debilidad y dificultad. Agradezco a mis padres quienes con mucho esfuerzo me ayudaron a culminar mi carrera universitaria y me dieron el apoyo suficiente para continuar. Un gran reconocimiento a mis docentes de la escuela de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, por haber compartido sus conocimientos y experiencias a lo largo de la preparación universitaria.

Joe Daniel Palacios Jaramillo

RESUMEN

Se presenta a continuación un estudio de caso que inicialmente aborda a los medios comunitarios desde la historia, la sociedad y la ley. La investigación se desarrolla dentro de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, teniendo en consideración a los estudiantes, con el objetivo de conocer su perspectiva acerca de estos medios, para lo cual se aplicó una encuesta y Focus Group como técnicas implementadas en el procedimiento de recopilación de datos. Los resultados de este estudio de caso indican que los estudiantes están relacionados con estos medios a breves rasgos y no de forma profunda, pero aun así muestran interés en aprender sobre ellos. Por tal motivo, es de vital importancia que los futuros profesionales de la comunicación social se involucren en los medios comunitarios con la finalidad de que se interesen en ellos y puedan aprovecharlos desde su rol como estudiantes y posterior como profesionales.

Palabras claves: Comunicación social; Medios de comunicación; Medios comunitarios

ABSTRAT

Below is a case study that initially addresses community media from history, society and the law. It was developed within the career of Social Communication of Universidad Técnica de Babahoyo, taking into consideration the students to know their perspective on these media, through the use of survey and focus group like techniques implemented in the procedure of data collection. Results of this case study indicate that students are briefly related to these media and not in a profound way, but they show interest in learning about community media. For this reason, it is of vital importance that future social communication professionals get involved in community media to be interested in them and to take advantage of them like students and later like professionals.

Key words: Social communication; Media; Community media

ÍNDICE GENERAL

Introducción	1
Desarrollo.....	2
Justificación	2
Objetivo	3
Objetivo general.....	3
Sustentos teóricos	4
Medios comunitarios.....	4
Carrera de Comunicación Social	13
Técnicas aplicadas para la recolección de la información.....	14
Resultados obtenidos	15
Conclusiones.....	17
RECOMENDACIONES.....	¡Error! Marcador no definido.
Bibliografía.....	18
Anexos	21

INTRODUCCIÓN

En Ecuador existen muchos medios comunitarios de tipo radial, televisivo, canales locales de audio y video por suscripción (AVS), medios en Internet e impresos. Estos aportan al desarrollo de las comunidades en donde están ubicados, e influyen en el cumplimiento de los derechos humanos de libertad de expresión y el fácil acceso a la información.

Este caso de estudio se centra en hacer un análisis de la perspectiva que los estudiantes de Comunicación Social mantienen respecto de los medios comunitarios; estudia y comprende a estos medios desde el ámbito histórico, social y legal; además de generar un registro de datos de los medios comunitarios dentro del Ecuador con base en lo expuesto por el organismo que los administran, en este caso el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación.

Para la recolección de información se usará la técnica de encuesta y de este modo generar datos estadísticos sobre los niveles de conocimiento e interés que los estudiantes de Comunicación Social mantienen de los medios comunitarios. Además, para crear una idea más cualitativa de su perspectiva se realizará un Focus Group que permita obtener datos no numéricos.

La sublínea de investigación de la carrera en la que se basa el presente estudio de caso es Medios de comunicación y su influencia en la calidad de vida de los ciudadanos/as, ubicada bajo la línea de investigación Periodismo investigativo sustentable aplicado a nuevas tecnologías, la cual aporta en la aplicación del objetivo número 7 del Plan Nacional de Desarrollo Toda una vida, destinado a incentivar una sociedad participativa, con un Estado cercano al servicio de la ciudadanía.

DESARROLLO

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto es de gran importancia, ya que requiere de un análisis profundo de los medios comunitarios y cómo estos aportan e influyen en el desarrollo comunicacional e informativo de los pueblos o sectores en donde están asentados, y tiene como propósito principal conocer la opinión que generan los estudiantes de Comunicación Social ante estos medios y determinar su perspectiva.

Es imprescindible destacar que este proyecto no sólo beneficiará a los estudiantes de Comunicación Social sino a toda una comunidad que -de crearse un medio comunitario dentro de la ciudad- se vería favorecida por los beneficios comunicacionales y de desarrollo cultural que ofrecen estos medios. Y a su vez, la carrera de Comunicación Social puede tener conocimiento del criterio y juicio que sus estudiantes mantienen de los medios comunitarios y de su labor dentro de la comunidad.

La hegemonía que existe en los grandes medios dentro del país que implica que tengan el dominio de la información y que, dependiendo el caso, se mantenga limitada de la población; la importancia de los medios comunitarios en el desarrollo cultural, educativo e informativo de las comunidades rurales y/o marginales, y su influencia en el desarrollo de comunidades más críticas y con juicio objetivo frente a las circunstancias del país; la conexión entre los medios comunitarios y el cumplimiento de los derechos humanos de libertad de expresión y el derecho a la información: estas son las razones que hacen a este trabajo trascendente, porque el conocer sobre los medios de comunicación comunitario le ayudará a los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo entender la importancia de los mismos, y apuntar hacia ellos como una herramienta de aplicación de su profesionalización.

Este proyecto, es factible porque se podrá determinar las diferentes perspectivas que mantiene los estudiantes de Comunicación Social en referencia a los medios comunitarios, tomando en cuenta que los beneficiarios directos del presente trabajo serán los estudiantes, la carrera y la comunidad, debido a que, la investigación busca determinar, además de la perspectiva, el grado de interés que los estudiantes mantienen sobre dichos medios.

OBJETIVO

Objetivo general

Analizar las perspectivas de medios comunitarios desde la visión de los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo.

SUSTENTOS TEÓRICOS

Medios comunitarios

Con el propósito de elaborar un análisis sobre el criterio que tiene los estudiantes de Comunicación Social frente a los medios comunitarios, se iniciará una reflexión desde el estudio de caso en la Universidad Técnica de Babahoyo. Este estudio será de provecho para el campo de Ciencias de la Comunicación, debido a que busca analizar e identificar los niveles de conocimiento, interés y experiencia de los estudiantes respecto a los medios comunitarios.

Para analizar el material bibliográfico que exponen los autores y organizaciones que hablan sobre los medios comunitarios y sus aportes en la democratización de la comunicación y el desarrollo de las comunidades mediante la participación activa en estos medios, se cree necesario entender de forma más profunda el origen, el contexto social y el marco legal que enmarca a los medios comunitarios.

Un primer acercamiento para conocer a los medios comunitarios, su origen y procedencia podría ser la “historia”. En esta se sitúan los medios comunitarios que por mucho tiempo se auto asignaron el término “comunitarios” y que su objetivo estaba vinculado a las funciones sociales y educativas, en mayor parte de la iglesia católica. La segunda perspectiva, podría señalarse como “social”; describe a los medios comunitarios y su rol dentro de la sociedad, sus aportes y procederes. La tercera es la “legal”; tiene que ver con la definición que contempla la Ley Orgánica de Comunicación y la Constitución del Ecuador en referencia a los medios comunitarios.

El surgimiento de los medios comunitarios en América Latina se da durante los años 40, adoptando inicialmente el formato de Radios Educativas (Brunetti, 2000). Sin embargo, cabe recalcar que “antes de que hubiera ningún planteamiento teórico para

democratizar la comunicación ya se dieron ejercicios prácticos para hacerla” (Beltrán Salmón, 2000, pág. 125), en este sentido, “las experiencias radiofónicas vinculadas a la educación y a la denuncia social datan desde los años 40 en Bolivia y Colombia” (Caiza & Nieto, 2013, pág. 5).

Entre los primeros registros de medios comunitarios de tipo radial en América latina, se dan en los años sesenta, y surgen como parte de las estrategias de los grupos guerrilleros para difundir sus acciones y establecer cercanía con campesinos. Ejemplo de esto es Radio Rebelde, en Cuba; Radio Venceremos, en El Salvador; entre otras. Por esta razón, en inicios, las radios comunitarias fueron consideradas “peligrosas” (Acosta, Calvopiña, & Cano, 2017).

Otro registro histórico de medios comunitarios, delimitado en el territorio ecuatoriano, es Radio Sucumbíos que surge como un proyecto de evangelización en la década de los 90. En aquel entonces la Iglesia de San Miguel de Sucumbíos de la mano de la comunidad de la región iniciaron este proyecto de radio que estuvo dirigido por el vicariato de Monseñor Gonzalo López Marañón y la orden Carmelitas Descalzos (Caiza & Nieto, 2013).

Ya en la época de los 90, en 1993 Teodoro Galarza, realiza un análisis amplio sobre las radios populares en el Ecuador (el medio comunitario de mayor fuerza en esa época) que generan nuevos formatos de trabajo que son vigilados por la Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador (CORAPE), este organismo inició en 1988 como un movimiento de radios, centros y organizaciones campesinas que buscaba fortalecer la comunicación comunitaria y/o alternativa mediante plataformas de opinión pública y pluralista que llegaban tanto a la comunidad de nivel primario, universitaria y analfabeta de habla quichua y castellano. Fue hasta el 4 de enero de 1990 que el

Ministerio de Educación y Cultura reconoció jurídicamente a CORAPE, y desde aquel día la coordinadora trabaja en la construcción y el fortalecimiento de medios de comunicación alternativos, populares, ciudadanos, comunitarios (Galarza, 1993).

Los medios comunitarios, también conocidos como medios populares, alternativos, de base o de tercer sector, representan una oportunidad para que la ciudadanía pueda expresarse libremente, ser exponentes públicos de datos de primera fuente de algún suceso noticioso referente a la comunidad a la que pertenecen, y de esta forma tener voz activa dentro del desarrollo de la comunicación pública, esto en referencia lo expuesto por Cerbino & Belotti (2016):

Consideramos los medios populares, alternativos y comunitarios como herramientas de empoderamiento cívico en tanto espacios de ejercicio de la ciudadanía comunicativa: ponen en escena la capacidad de los ciudadanos de ser sujetos de derecho en el terreno de la comunicación pública (pág. 53).

Para explicar el concepto de medios comunitarios Balán, Jaimes, Alegría y Borri en (Navarro , 2017, pág. 5) indican que: “todo medio de comunicación comunitario surge desde la demanda, la necesidad y la problemática más local”. Y según señala Milán (2006) estos medios “se suman a la dimensión de desarrollo social y cultural proporcionando canales de participación y de ejercicio de poder” (pág. 270).

En este sentido, el surgimiento de un medio comunitario es proporcional a la necesidad de una comunidad de expresarse y de “tener voz” dentro de la colectividad, dándole a las comunidades un rol participativo dentro de la sociedad, que le permita intervenir en la toma de decisiones de sus líderes. En concordancia con lo mencionado, Kaplún (1998) indica que en los medios comunitarios:

Se plantea un ‘cambio de actitudes’; pero no asociado a la adopción de nuevas tecnologías, ni al condicionamiento mecánico de conductas. El cambio fundamental aquí consiste en el paso de un hombre acrítico a un hombre crítico; en ese proceso de un hombre desde los condicionamientos que lo han hecho pasivo, conformista, fatalista, hasta la voluntad de asumir su destino humano; desde las tendencias individualistas y egoístas hasta la apertura de valores solidarios y comunitarios (pág. 50).

Esto denota una de las características de los medios comunitarios que es el permitirle a sus colaboradores desarrollar aptitudes en el área de la comunicación, además de “fortalecer y facilitar el ejercicio de la comunicación en una sociedad, transformando al sujeto receptor y volverlo partícipe de la comunicación y de lo que acontece en su comunidad” (Hernández & Chaguaceda , 2013).

En los medios comunitarios se destacan cuatro elementos que se relacionan entre sí: en términos de concepción y organización existe diferencia entre los medios comunitarios, y los medios comerciales y públicos; la naturaleza de la persona que presta servicios a los medios comunitarios es consustancial a la comunidad; se crea un vínculo entre la población y el medio permitiendo que ambos trabajen en beneficio del sector sea en términos culturales, políticos, turísticos, entre otros; finalmente los medios comunitarios permiten al pueblo desarrollar su propio argumento, creando nuevas corrientes de opinión que, ocasionalmente, están en contraposición con los medios de comunicación hegemónicos (Cerbino & Belotti, 2016).

En referencia a los medios comunitarios y su naturaleza, Hernández & Chaguaceda (2013) indican:

Los medios comunitarios, por su propia naturaleza, representan una amplia gama de expresiones propias de la pluralidad y diversidad sociales, y aluden a una cualidad básica de lo común: algo que no siendo particularmente de ninguno pertenece y se extiende a todos (pág. 69).

Esto refiere que los medios comunitarios, mayoritariamente, están dedicados a difundir la identidad y variedad cultural de una zona, teniendo “como motor a la misma comunidad a la que se dirigen, generándose un círculo dinámico de comunicación participativa” (Navarro , 2017, pág. 6), lo que les da una característica cíclica que permite: una conexión directa del medio con la comunidad, en cuanto a la enmarcación de los objetivos del medio frente a beneficios del sector; y también una conexión directa de la comunidad con el medio como generadores de contenido e información.

En cuanto a las personas u organizaciones encargadas de administrar y coordinar las actividades propias de un medio comunitario, Kaplún (1983) indica:

Son organizaciones tales como cooperativas, centros de educación y de cultura popular, asociaciones de vecinos, grupos de mujeres y de jóvenes, ligas campesinas, comunidades cristianas de base, bibliotecas populares, comités de salud, comunidades educativas y otras muchas formas que toma la acción popular organizada, las que crean esos medios de expresión e información y se valen de ellos como propulsores de la participación y la movilización, generadores de un mayor nivel de conciencia, canales comunicativos para el intercambio y el análisis de experiencias y animadores de la acción colectiva (pág. 41).

Por lo que concierne a la finalidad de los medios comunitarios, se menciona que son los que influyen en el progreso cultural de las comunidades pequeñas, rurales y/o

marginadas de un país (Milan, 2006). Y a su vez estos funcionan como “plataformas comunicacionales para generar proyectos en favor de la comunidad en donde están asentados” (Cabalin , 2010, pág. 2).

Es decir, todo medio comunitario persigue propiciar el desarrollo de la comunidad a la que pertenecen y permitirle a la población ser capaces de gestionar sus propios planes de crecimiento y progreso educativo, turístico, cultural, entre otros.

Los medios comunitarios “Como centros de organización barrial [...] exponen las demandas y canalizan los problemas de su entorno, acompañando una dinámica de participación y fortalecimiento de sectores que fueron históricamente relegados por el aparato estatal” (Navarro , 2017, pág. 6). En este sentido los medios comunitarios son una base de empoderamiento social destinadas a brindarle a un sector la oportunidad de dar visibilidad a sus exigencias y conflictos, adjunta a un notorio rol comunicativo e informativo dentro de la sociedad.

En un artículo que estudia los medios comunitarios de dos poblaciones en Santiago (Chile), y la perspectiva que tienen los pobladores sobre ellos, se destaca que los medios comunitarios permiten a la comunidad ser más críticos frente a los problemas sociales de la comunidad o el país en general, permitiéndoles ser más objetivos sobre su realidad, y de esta forma favorecen el cumplimiento de dos derechos humanos importantes: el derecho a la información y la libertad de expresión. Sin embargo, la intervención de la comunidad en los medios comunitarios es mínima debido al desapego de los pobladores respecto a los procesos de elaboración de contenidos (Cabalin , 2010).

Se ha mencionado que los objetivos de los medios comunitarios son consecuentes a las necesidades de los pobladores de la zona en la que se encuentran, en relación con lo que se menciona los autores Balan, Jaimes, Alegria, & Borri explican cuatro objetivos

bases de un medio comunitario: En primer lugar se busca que los pobladores se informen y tengan una fuente cercana de información; que interpreten y sean críticos frente a un suceso; que participen y se involucren en los temas que competen a su comunidad; y que construyan con alégrala, es decir que la comunicación que se genere sea solidaria y sirva de integración (2013).

Los medios comunitarios, son parte de los tres tipos de medios de comunicación social registrados en la Ley Orgánica de Comunicación , no son de dominio público , ni privado (Asamblea Nacional del Ecuador , 2013), pero todas las personas, en forma individual o colectiva pueden: crear un medio de comunicación comunitaria y tener acceso a las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión del mismo (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008). El estado en aval de promover la pluralidad y la diversidad comunicacional, se asegurará de emplear métodos diáfanos e igualitarios para la asignación de dichas frecuencias, además de procurar el fácil acceso a la creación y consolidación de los medios comunitarios, haciendo énfasis en las comunidades y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada, garantizando que en su aplicación predomine el interés colectivo (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008).

En este mismo contexto, la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) en el artículo 85, determina a los medios comunitarios como aquellos “cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades. Los medios comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social” (Asamblea Nacional del Ecuador , 2013).

Bajo esta concepción legal se puede determinar que un medio comunitario puede ser: una directiva barrial, una comunidad indígena, un centro educativo, una fundación,

pero también un organismo religioso –sea católico, evangélico, cristiano, etc.– siempre que posea una personería jurídica sin fines de lucro.

Con referencia al financiamiento de los medios comunitarios la Ley Orgánica de Comunicación, en el artículo 87 indica:

Los fondos para el funcionamiento de los medios comunitarios provendrán de la venta de servicios y productos comunicacionales, venta de publicidad, donaciones, fondos de cooperación nacional e internacional, patrocinios y cualquier otra forma lícita de obtener ingresos. Las utilidades que obtengan los medios de comunicación comunitarios en su gestión se reinvertirán con prioridad en el mejoramiento del propio medio, y posteriormente en los proyectos sociales de las comunidades y organizaciones a las que pertenecen (Asamblea Nacional del Ecuador , 2013).

En otras palabras, un medio comunitario puede ofertar la venta de servicios que generen activos, siempre y cuando estos se destinen a pulir el medio en interés de su desarrollo y -de ser posible- apoyar a los emprendimientos sociales que surjan en la comunidad.

En lo tocante a la distribución de las frecuencias del espectro radioeléctrico empleadas para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión de señal abierta, la Ley Orgánica de Comunicación destina el 34% de este espectro para los medios comunitarios, el mismo que se conferirá para toda organización o comunidades con personería jurídica y sin fines de lucro –y que no tengan inhabilidades o prohibiciones legales- mediante un concurso público, abierto y transparente dirigido por el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, organismo que

además se encarga de presentar un parte anual acerca de las disposiciones de política oficiales adoptadas por el país, vinculadas a la estructuración o fortalecimiento de los medios comunitarios; parte que es obligatoriamente publicado en su página web (Asamblea Nacional del Ecuador , 2013).

El Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación mediante el Registro Público de Medios (RPM) publicado en el portal web oficial del mencionado consejo, expresa que hasta el 05 de agosto de 2019 se registran en Ecuador un total de 1187 medios: 647 radiales; 316 impresos; 94 canales locales de audio y video por suscripción (AVS); 86 televisivos; y 44 medios en Internet. En la provincia de Los Ríos se ubican 50 medios de comunicación: 17 radiales; 20 impresos; 8 canales locales de audio y video por suscripción (AVS); 3 portales en Internet; y 2 televisivos (Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, 2019).

Del 100% de los medios de comunicación en Ecuador, el 6,23% son comunitarios que es semejante a 74 medios de comunicación comunitaria, ubicando a los medios públicos con un porcentaje de 6.91% que equivale a 82 medios de comunicación pública y a los medios privados con un porcentaje 86.86% equivalente a 1031 medios de comunicación privada (Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, 2019).

De los 74 medios de comunicación comunitaria dentro del país: 56 son radiales, 7 son impresos, 6 son medios en internet, y 5 son televisivos. Estos medios comunitarios están ubicados, de forma regional, mayoritariamente en la Sierra abarcando 43 medios comunitarios equivalente al 61%, en la Costa y Oriente, cada región abarca 15 medios comunitarios que se traduce a 19% y la región Insular abarca 1 medio comunitario que

representa el 1%. Cabe recalcar que en la provincia de Los Ríos no existen ningún medio de comunicación comunitario (Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, 2019).

Carrera de Comunicación Social

La carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo fue creada en 1990 por gestiones de la Lcda. Cumandá Campi Cevallos, docente de esta universidad, y por el Ing. Bolívar Lupera Icaza, rector en aquella época. Inicialmente la carrera ofertaba un título intermedio de Periodista profesional (era un nivel tecnológico), igual que la Universidad Laica Vicente Rocafuerte (se escogió mediante convenio el pensum para ponerlo en práctica en esta universidad, con respecto a la carrera).

Después de algunos rediseños a la malla curricular, desde el 2011 en adelante ya los egresados podían acceder al título de Licenciados en Comunicación Social. En 2018 nuevamente la carrera se rediseña mediante oficio Nro. CES-SG-2017-3159-, el CES, aprueba el proyecto de rediseño curricular de la carrera, de este modo el nuevo nombre de la carrera es Comunicación, la misma que tiene una duración de 9 periodos y oferta actualmente el título de Licenciado en Comunicación.

Esta carrera es de modalidad presencial, y se desarrolla en 8 periodos semestrales que conforman un número de 20 semanas por periodo académico, y tiene un total de 4300 horas. Actualmente está conformada por 325 estudiantes. Dentro de la malla curricular para ofertar al título de Licenciado en Comunicación Social, existen un total de 54 materias entre básicas y de profesionalización, pero cabe recalcar que en ninguna de ellas se aborda a los medios comunitarios de forma completa y profunda.

En cuanto al perfil profesional de un Licenciado de Comunicación Social graduado en la Universidad técnica de Babahoyo, es un profesional con conocimientos

teóricos, prácticos e investigativos, adaptándolos en el contexto cultural, para gestionar los procesos comunicacionales con pertinencia y para afrontar la cambiante realidad del entorno laboral. Profesionales dispuestos para desarrollar proyectos que mejoraren los procesos de la comunicación en beneficio de la sociedad; reconocer los procesos, fenómenos e interpretación de la comunicación en las diferentes dimensiones de la actividad práctica- social; aplicar técnicas y herramientas tecnológicas de la información y comunicación como recurso de la telecomunicación, educación en la sociedad; entre otras aptitudes.

TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

En el presente estudio de caso se utilizará la modalidad de revisión documental ya que se recabará información proveniente de textos, revistas y artículos científicos, así como, de la revisión de archivos en las instituciones ya que es importante conocer antecedentes similares al tema de investigación

El método de investigación de este trabajo es cuali-cuantitativo, por ende, como técnicas utilizadas para la realización del mismo: se aplicó una encuesta, teniendo como instrumento un cuestionario estructurado que contiene 26 preguntas de selección múltiple y además se realizó un Focus Group teniendo como instrumento un cuestionario de 19 preguntas abiertas para generar un diálogo y obtener información o datos no numéricos.

Las encuestas se desarrollaron dentro de los predios de la Universidad Técnica de Babahoyo, siendo la población los 325 estudiantes de Comunicación Social y la muestra los 43 estudiantes del octavo semestre, tanto del paralelo “A” y “B”, se tomó en consideración este grupo ya que han cumplido con la totalidad de la malla y tienen una opinión más amplia y sostenible. El Focus Group se llevó a cabo en un aula con cinco estudiantes de octavo semestre, y con un mediador.

Estas encuestas y Focus Group fueron realizadas a los estudiantes de la mencionada carrera, para reflejar por medio de este proyecto las perspectivas que mantienen sobre los medios comunitarios, el conocimiento que tienen sobre ellos, su interés por involucrarse con los medios comunitarios y –de existir el caso- las experiencias que han obtenido a partir de ellos.

RESULTADOS OBTENIDOS

Los resultados obtenidos son en base a la técnica de encuesta realizada en los 43 estudiantes de octavo semestre de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo. Inicialmente se estudió el grado de conocimiento que tienen los estudiantes mencionados referente a los medios comunitarios, quienes en su mayoría –en específico el 81%- muestran estar relacionados con estos medios. Además, del total de encuestados, una gran parte expresó conocer los tipos de medios comunitarios, su auge, las personas o comunidades que pueden acceder a ellos, el organismo que los rige, sus objetivos para con las comunidades en donde están asentados, e identifican las diferencias entre los medios comunitarios y los medios públicos y privados.

Tocante al interés y la experiencia de los estudiantes de Comunicación Social en relación con los medios comunitarios, manifiestan que dentro de su malla curricular hay materias que aborda a los medios comunitarios, pero a breves rasgos, mas no los profundiza, además son muy pocos los estudiantes que han podido estar dentro de un medio comunitario y observar su funcionamiento. Sin embargo, existe en ellos la voluntad de aprender sobre estos medios y que, de existir un medio comunitario dentro de la ciudad, se involucrarían en él desde su rol como futuros comunicadores sociales ya que los beneficia en su desarrollo profesional.

Adicional a esto, se obtuvo información cualitativa de los estudiantes de octavo semestre de Comunicación Social, mediante un Focus Group que se realizó a cuatro estudiantes de nombre Omar García de 23 años; Karla López de 21 años; José Ramírez de 23 años; y Harold Zamora de 22 años. De los sectores Vinces, San José del Tambo, Babahoyo y Baba, respectivamente.

Por lo que concierne a los medios comunitarios los estudiantes señalan que no están tan empapados del tema, pero si tienen cierta idea acerca de ellos, en este sentido tienen claro que las personas que dirigen estos medios son las comunidades en donde están ubicados, y que los objetivos de estos se vinculan a la comunidad, permitiéndoles desarrollarse en el ámbito de la comunicación y tener libertad de expresión, además de aportar en la solución de los problemas de la comunidad y a dar a conocer las necesidades que aqueja a ese sector.

Estos estudiantes consideran que a estos medios se los vincula mayoritariamente a las comunidades indígenas porque es en la región Sierra la mayor concentración de estos, y porque estas comunidades muestran una mejor organización frente al resto de comunidades o grupos sociales existentes. Además, estiman que las personas que manejan un medio comunitario deben ser personas que, aunque no sean profesionales en la comunicación social, estén capacitadas y tengan conocimientos empíricos en redacción, producción, fotografía, y liderazgo que les permita producir contenidos para ese medio.

Los mencionados estudiantes indican no conocer ningún medio comunitario dentro de la ciudad, además señalan que no existe dentro de su malla curricular una materia específica dedicada a los medios comunitarios. Sin embargo, muestran interés en

aprender todo lo referente a medios comunitarios ya que de este modo amplían su visión y no se enmarcan en los medios tradicionales.

CONCLUSIONES

Al término de esta investigación se concluye que, no se está cumpliendo la disposición de la distribución legal de los medios comunitarios dentro del país, que determina que el 34% del espectro radioeléctrico debe ser destinado para medios comunitarios, ya que los medios comunitarios en Ecuador representan el 6,23% del espectro radioeléctrico a diferencia de los medios privados que ocupan el 86.86%, seguido de los públicos que ocupan el 6.91%. Además, un dato relevante es que la mayor concentración de medios comunitarios está en la región Sierra, y en lo que refiere a la provincia de Los Ríos, no se registra ningún medio comunitario.

Tocante a la perspectiva de los estudiantes de Comunicación Social con referencia a los medios comunitarios, se concluye que pese a que el conocimiento que tienen estos estudiantes frente a los medios comunitarios es muy básico y aún les falta profundizar mucho sobre estos medios, el interés que muestran por aprender de ellos es muy alto porque los ven como una oportunidad de poner en práctica lo que aprenden en las aulas, en un medio que para ellos es de fácil acceso a diferencia de los medios de comunicación grandes a los que muy difícilmente podrían acceder como instrumento de práctica

Por tal motivo, es de vital importancia que los futuros profesionales de la comunicación social y quienes ejercen hoy en día la profesión, se involucren en los medios comunitarios y mantener una interactividad con los mismos, que les permita conocer sus falencias en cuanto a sus fines para con la comunidad y mejorarlas, con la finalidad de garantizar el cumplimiento del objetivo de los medios comunitarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, A., Calvopiña, V., & Cano, J. (2017). Medios comunitarios y democratización de la comunicación en Ecuador: aporte para el debate sobre el Concurso Público de Frecuencias. *Friedrich-Ebert-Stiftung (FES-ILDIS) Ecuador*, 57.
- Asamblea Nacional del Ecuador . (25 de junio de 2013). Ley Orgánica de Comunicación. Ecuador. Obtenido de <https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/ley-organica-de-comunicacion.pdf>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (20 de octubre de 2008). Constitución de la República del Ecuador. Ecuador. Obtenido de https://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/06/constitucion_2008.pdf
- Balan, E., Jaimes, D., Alegria, H., & Borri, N. (2013). *Barrio Galaxia. Manual de comunicación comunitaria*. Buenos aires: Centro nueva tierra. Obtenido de https://www.academia.edu/8984789/Barrio_Galaxia_Manual_de_comunicaci%C3%B3n_comunitaria
- Beltrán Salmón, L. R. (2000). *Investigación sobre comunicación en Latinoamérica: inicio, trascendencia y proyección*. La Paz, Bolivia: Plural.
- Brunetti, V. (2000). Desarrollo de Medios Comunitarios en América Latina. En S. Kwame Boafo (Ed.), *Promoting community media in África* (pág. 36). París: UNESCO. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/70729213/Desarrollo-de-Medios-Comunitarios-en-America-Latina>

- Cabalin , C. (2010). Democracia y Comunicación: Un Lugar para los Medios Comunitarios. *Revista F@ro – Estudios*(11), 1-9. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3321008>
- Caiza, M., & Nieto, I. (2013). *ROL DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS EN EL ECUADOR. ESTUDIO DE CASO “RADIO ILUMÁN”*. Tesis previa a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social, Universidad Central del Ecuador, Carrera Comunicación Social, Quito.
- Cerbino, M., & Belotti, F. (2016). Medios comunitarios como ejercicio de ciudadanía comunicativa: experiencias desde Argentina y Ecuador. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, XXIV(47), 49-56.
- Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación. (05 de Agosto de 2019). Registro Público de Medios. Obtenido de <http://www.consejodecomunicacion.gob.ec/rpm/>
- Galarza, T. (1993). Construyendo radio y pueblo. *Chasqui. Revista latinoamericana de comunicación*.(45), 20-22. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10469/14384>
- Hernández, I., & Chaguaceda , A. (2013). La comunicación alternativa y los medios comunitarios en Nicaragua: la experiencia del colectivo Agentes de Cambio. *Quórum Académico*, 10(1), 63-86. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4335788>
- Kaplún, M. (1983). La Comunicación Popular ¿Alternativa válida? *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*(7), 40-43. doi:<https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i7.1736>
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.

Milan, S. (2006). Medios comunitarios y regulación: una perspectiva de comunicación para el desarrollo. *Investigación y desarrollo*, 14(2), 268-291. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26814202>

Navarro , F. (Octubre-Diciembre de 2017). Comunicación popular, historia y medios comunitarios. *Question. Revista especializada en periodismo y comunicación*, 1(46), 1-16. doi:<https://doi.org/10.24215/16696581e012>

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario de encuestas

1. ¿Conoce que son los medios comunitarios?

<i>SI</i>	35
<i>NO</i>	8
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	43

Tabla realizada por Joe Palacios

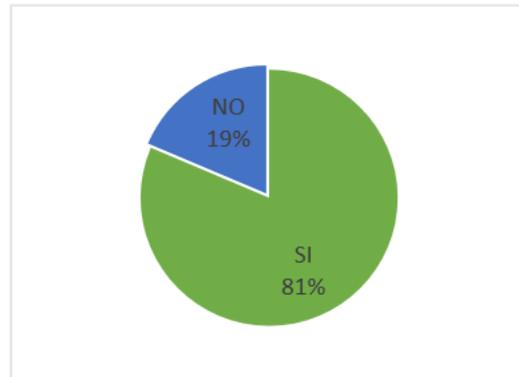


Gráfico realizado por Joe Palacios

2. ¿Sabe si los medios comunitarios son un auge actual o si ya existían?

<i>ACTUAL</i>	11
<i>EXISTIAN</i>	32
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	43

Tabla realizada por Joe Palacios

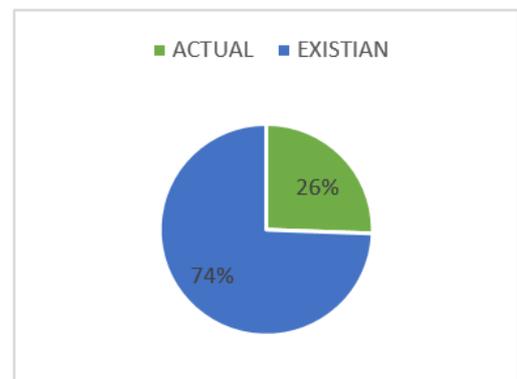


Gráfico realizado por Joe Palacios

3. ¿Conoce los tipos de medios comunitarios?

<i>SI</i>	29
<i>NO</i>	14
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	43

Tabla realizada por Joe Palacios

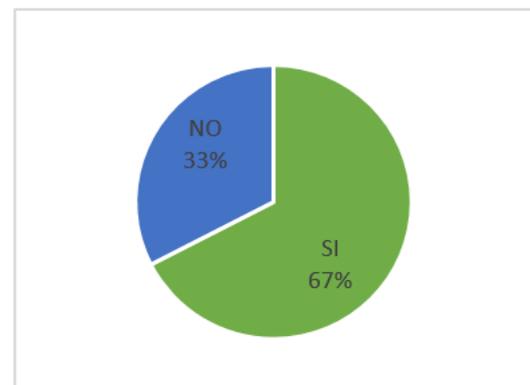


Gráfico realizado por Joe Palacios

4. ¿El primer tipo de medio comunitario fue la radio?

<i>SI</i>	<i>15</i>
<i>NO</i>	<i>28</i>
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	<i>43</i>

Tabla realizada por Joe Palacios

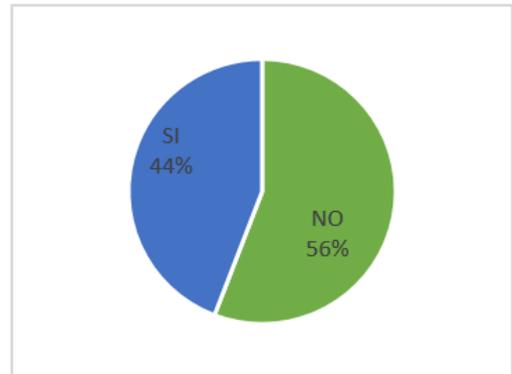


Gráfico realizado por Joe Palacios

5. ¿Los medios comunitarios siguen el mismo orden administrativo y conceptual que los medios públicos y privados?

<i>SI</i>	<i>15</i>
<i>NO</i>	<i>28</i>
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	<i>43</i>

Tabla realizada por Joe Palacios

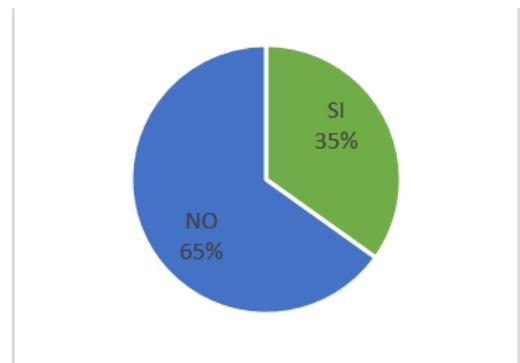


Gráfico realizado por Joe Palacios

6. ¿El contenido que se produce dentro de un medio comunitario se limita a la comunidad en donde están ubicados?

<i>SI</i>	<i>26</i>
<i>NO</i>	<i>17</i>
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	<i>43</i>

Tabla realizada por Joe Palacios

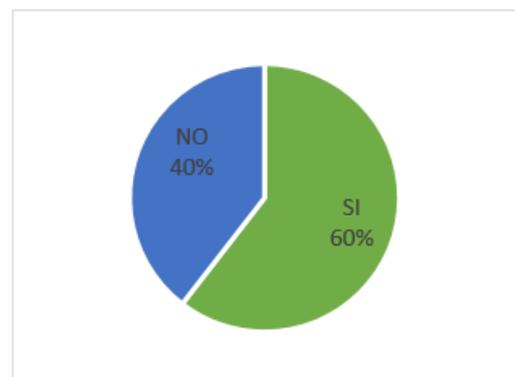


Gráfico realizado por Joe Palacios

7. ¿Los medios comunitarios y los medios alternativos son lo mismo?

<i>SI</i>	35
<i>NO</i>	8
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	43

Tabla realizada por Joe Palacios

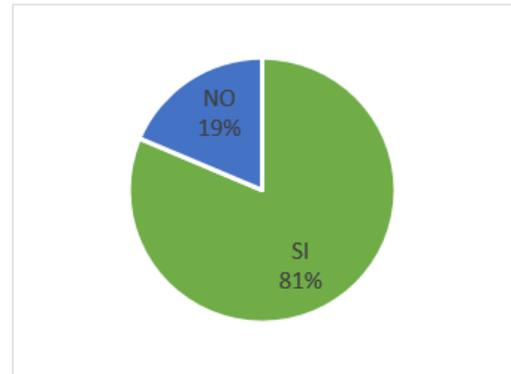


Gráfico realizado por Joe Palacios

8. ¿Los medios comunitarios son específicos para las comunidades indígenas?

<i>SI</i>	9
<i>NO</i>	34
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	43

Tabla realizada por Joe Palacios

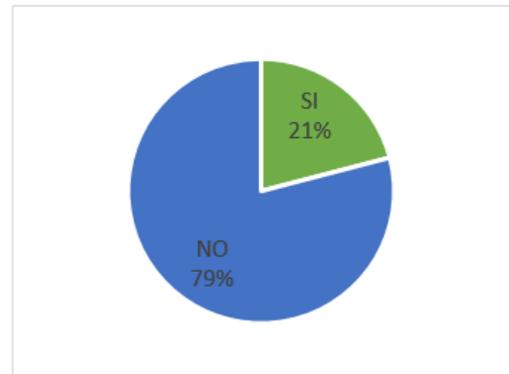


Gráfico realizado por Joe Palacios

9. ¿Sabe si los medios comunitarios influyen en el desarrollo de las comunidades?

<i>SI</i>	37
<i>NO</i>	6
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	43

Tabla realizada por Joe Palacios

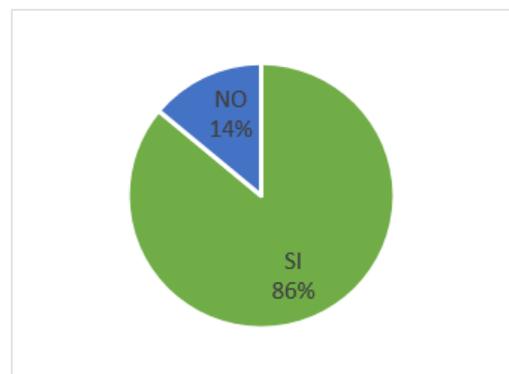


Gráfico realizado por Joe Palacios

10. ¿Crees que los medios comunitarios aportan en la libertad de expresión de las comunidades en donde están asentados?

<i>SI</i>	33
<i>NO</i>	10
TOTAL DE ENCUESTADOS	43

Tabla realizada por Joe Palacios

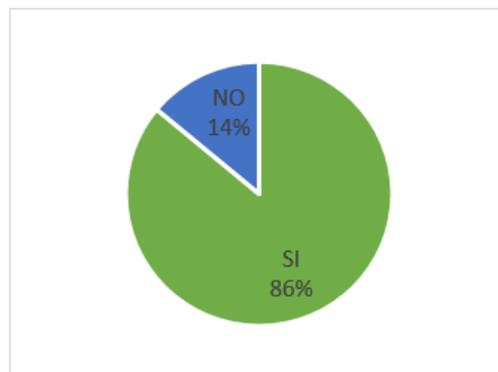


Gráfico realizado por Joe Palacios

11. ¿Los medios comunitarios permiten que las comunidades rurales e indígenas tengan mayor reconocimiento dentro de la sociedad?

<i>SI</i>	36
<i>NO</i>	7
TOTAL DE ENCUESTADOS	43

Tabla realizada por Joe Palacios

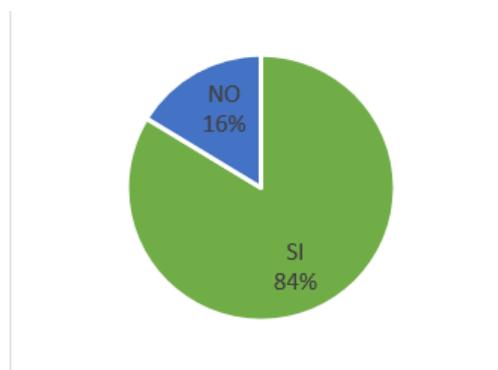


Gráfico realizado por Joe Palacios

12. ¿Los objetivos de un medio comunitario están vinculados al país?

<i>SI</i>	26
<i>NO</i>	17
TOTAL DE ENCUESTADOS	43

Tabla realizada por Joe Palacios

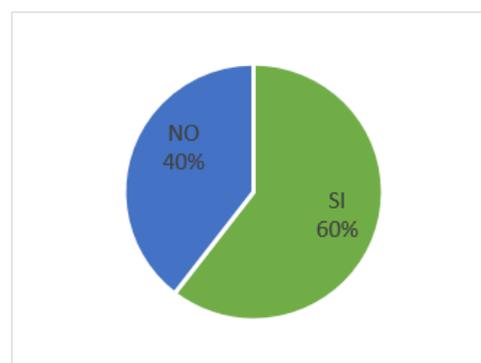


Gráfico realizado por Joe Palacios

13. ¿Sabe quienes dirigen los medios comunitarios?

<i>SI</i>	<i>19</i>
<i>NO</i>	<i>24</i>
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	<i>43</i>

Tabla realizada por Joe Palacios

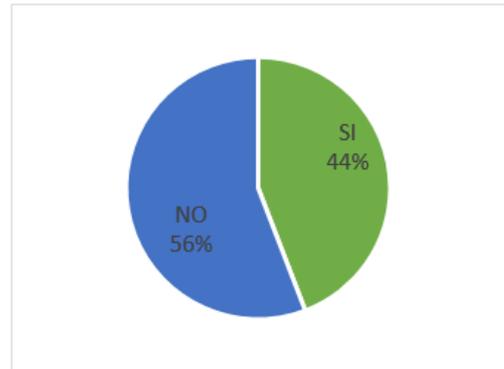


Gráfico realizado por Joe Palacios

14. ¿Sabe que organismo rige a los medios comunitarios?

<i>SI</i>	<i>14</i>
<i>NO</i>	<i>29</i>
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	<i>43</i>

Tabla realizada por Joe Palacios

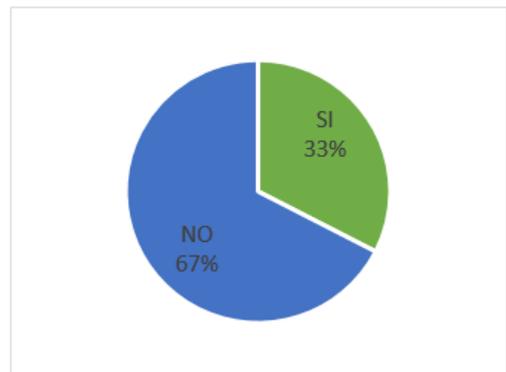


Gráfico realizado por Joe Palacios

15. ¿Conoce el porcentaje de frecuencias del espectro radioeléctrico que la LOC destina para los medios comunitarios?

<i>SI</i>	<i>19</i>
<i>NO</i>	<i>24</i>
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	<i>43</i>

Tabla realizada por Joe Palacios

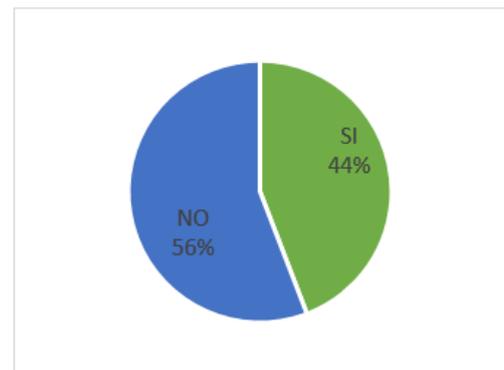


Gráfico realizado por Joe Palacios

16. ¿Sabe de algún medio comunitario dentro de la ciudad?

<i>SI</i>	<i>19</i>
<i>NO</i>	<i>24</i>
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	<i>43</i>

Tabla realizada por Joe Palacios

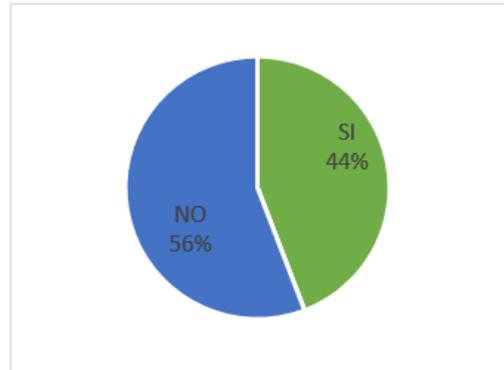


Gráfico realizado por Joe Palacios

17. ¿Le gustaría que exista un medio comunitario en la ciudad?

<i>SI</i>	<i>38</i>
<i>NO</i>	<i>5</i>
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	<i>43</i>

Tabla realizada por Joe Palacios

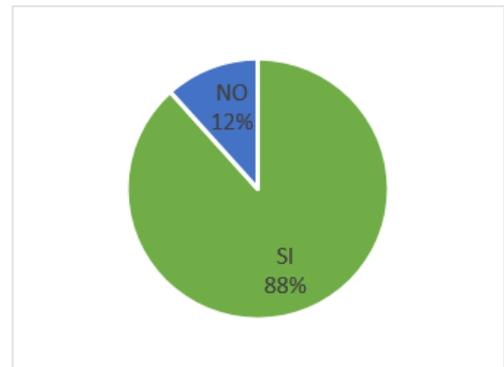


Gráfico realizado por Joe Palacios

18. ¿Dentro de su malla curricular existe una materia que se vincule a los medios comunitarios? Mencionala

<i>SI</i>	<i>9</i>
<i>NO</i>	<i>34</i>
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	<i>43</i>

Tabla realizada por Joe Palacios

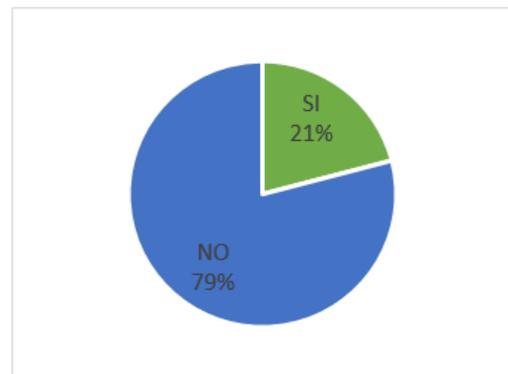


Gráfico realizado por Joe Palacios

De los 9 encuestados que respondieron SI, indicaron las siguientes materias:

<i>MEDIOS IMPRESOS</i>	<i>6</i>
<i>PROD. RADIOFÓNICA</i>	<i>3</i>

Tabla realizada por Joe Palacios

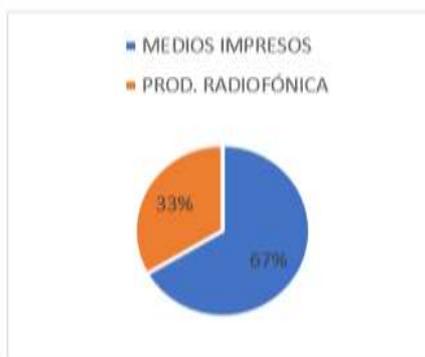


Gráfico realizado por Joe Palacios

19. ¿Le gustaría aprender acerca de los medios comunitarios?

<i>SI</i>	<i>40</i>
<i>NO</i>	<i>3</i>
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	<i>43</i>

Tabla realizada por Joe Palacios

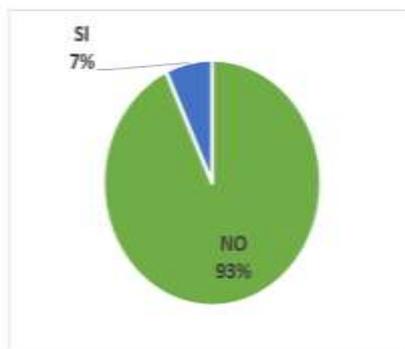


Gráfico realizado por Joe Palacios

20. ¿Le gustaría saber los pasos a seguir para crear un medio comunitario?

<i>SI</i>	<i>37</i>
<i>NO</i>	<i>6</i>
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	<i>43</i>

Tabla realizada por Joe Palacios

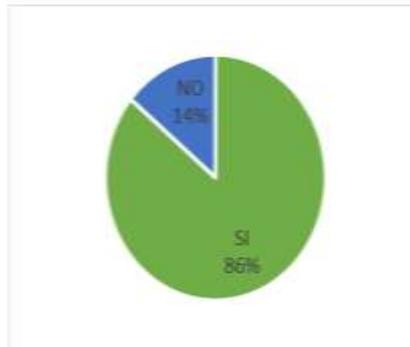


Gráfico realizado por Joe Palacios

21. De existir un medio comunitario en la ciudad: ¿Le gustaría aportar en él como estudiante de comunicación social?

<i>SI</i>	<i>39</i>
<i>NO</i>	<i>4</i>
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	<i>43</i>

Tabla realizada por Joe Palacios

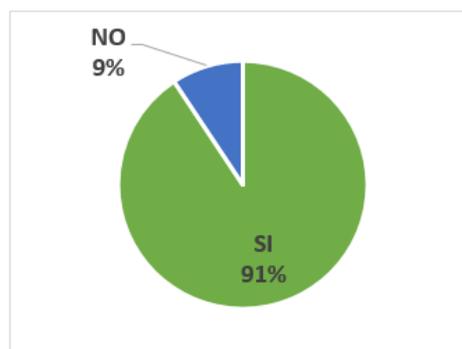


Gráfico realizado por Joe Palacios

22. ¿Cree que un medio comunitario dentro de la ciudad favorecería a los estudiantes de Comunicación social

<i>SI</i>	<i>41</i>
<i>NO</i>	<i>2</i>
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	<i>43</i>

Tabla realizada por Joe Palacios

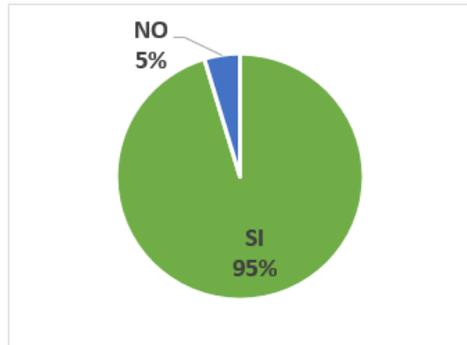


Gráfico realizado por Joe Palacios

23. ¿Ha estado dentro de las instalaciones de un medio comunitario?

<i>SI</i>	<i>15</i>
<i>NO</i>	<i>28</i>
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	<i>43</i>

Tabla realizada por Joe Palacios

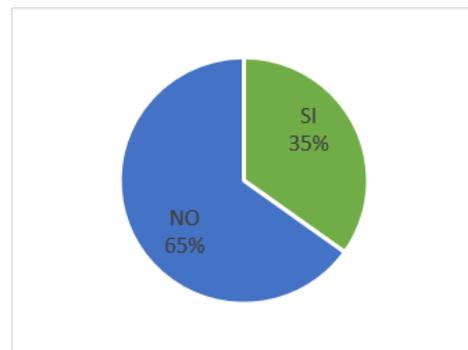


Gráfico realizado por Joe Palacios

24. ¿Ha tenido alguna experiencia dentro de un medio comunitario?

<i>SI</i>	<i>11</i>
<i>NO</i>	<i>32</i>
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	<i>43</i>

Tabla realizada por Joe Palacios

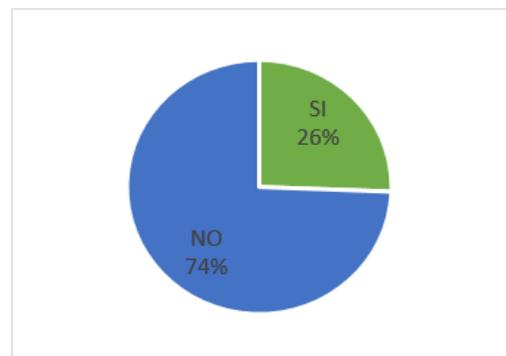


Gráfico realizado por Joe Palacios

25. ¿Considera que un medio comunitario es una fuente de trabajo para un Comunicador social?

<i>SI</i>	<i>31</i>
<i>NO</i>	<i>12</i>
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	<i>43</i>

Tabla realizada por Joe Palacios

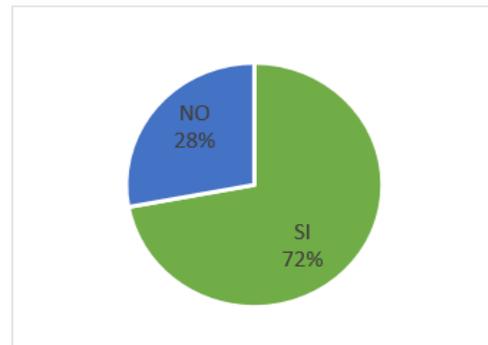


Gráfico realizado por Joe Palacios

26. Al profesionalizarte: ¿trabajarías en un medio comunitario?

<i>SI</i>	<i>26</i>
<i>NO</i>	<i>17</i>
<i>TOTAL DE ENCUESTADOS</i>	<i>43</i>

Tabla realizada por Joe Palacios

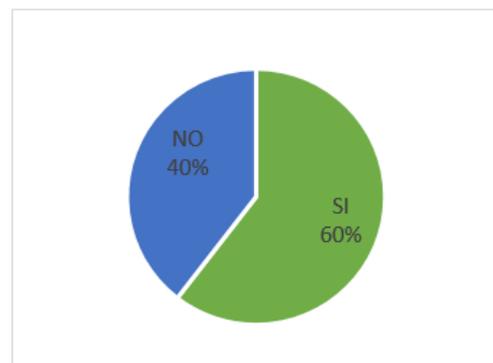


Gráfico realizado por Joe Palacios

Anexo 2: Cuestionario de preguntas para Focus Group

1. ¿Qué sabes sobre los medios comunitarios?
2. ¿Crees que un medio comunitario es administrado por una comunidad o por el Estado?
3. ¿Por qué crees que se vincula mayoritariamente a los medios comunitarios con las comunidades indígenas?
4. ¿De qué formas crees que aportan los medios comunitarios a la libertad de expresión?
5. ¿De qué formas crees que aportan los medios comunitarios a las comunidades marginales, rurales e indígenas?
6. ¿Qué tipo de personas crees que dirigen un medio comunitario?
7. ¿Qué tipo de contenido crees que se produce en los medios comunitarios?
8. ¿Crees que el contenido de los medios comunitarios se limita geográficamente a la comunidad o abarca mucho más?
9. ¿Podrías nombrar un medio comunitario y explicar tu perspectiva sobre él?
10. ¿Crees que los objetivos de un medio comunitario están vinculados a la comunidad o al estado?
11. ¿Cuáles crees que son los aportes de los medios comunitarios para con las comunidades donde están ubicados?
12. ¿Cuáles crees que son las diferencias que hay entre los medios comunitarios frente a los medios públicos y privados?
13. ¿Qué sabes sobre la Ley orgánica de comunicación y su vínculo con los medios comunitarios?
14. ¿Por qué consideras que es importante que dentro de la carrera se enseñe sobre los medios comunitarios?
15. ¿Por qué te gustaría aprender sobre los medios comunitarios y los pasos a seguir para crear uno?
16. De existir un medio comunitario dentro de la ciudad ¿Lo verías como una herramienta para aplicar tu profesionalización?
17. ¿Por qué crees que es importante un medio comunitario dentro de la ciudad para los estudiantes de comunicación social de la UTB?
18. ¿Consideras que un medio comunitario es una fuente de trabajo para un Comunicador social?
19. Al profesionalizarte: ¿trabajarías en un medio comunitario?

Anexo 3: Malla curricular de carrera Comunicación Social

CARRERA		COMUNICACIÓN SOCIAL									
CODIGO CARRERA		LCCS-00997									
MODALIDAD		PRESENCIAL									
N°	SEMESTRE	CÓDIGO	ASIGNATURAS	CRÉDITOS	TOTAL CRÉDITOS	HORAS SEMANA	HORAS TOTAL	PRERREQUISITO	CÓDIGO DE PRERREQUISITOS	CORREQUISITO	CODIGO DE CORREQUISITO
1	I	LCCS-00997-101	LENGUAJE Y COMUNICACIÓN I	5	30	4	80				
2		LCCS-00997-102	INVESTIGACION I	2,5		2	40				
3		LCCS-00997-103	PSICOLOGÍA GENERAL	2,5		2	40				
4		LCCS-00997-104	ANTROPOLOGÍA CULTURAL	5		4	80				
5		LCCS-00997-105	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN I	5		4	80				
6		LCCS-00997-106	TEORÍA DE LA IMAGEN Y FOTOGRAFÍA I	7,5		6	120				
7		LCCS-00997-107	FILOSOFÍA	2,5		2	40				
1	II	LCCS-00997-201	LENGUAJE Y COMUNICACIÓN II	5	27,5	4	80	LENGUAJE Y COMUNICACIÓN I	LCCS-00997- 101		
2		LCCS-00997-202	INVESTIGACION II	2,5		2	40	INVESTIGACIÓN I	LCCS-00997-102		
3		LCCS-00997-203	MATEMÁTICAS BÁSICAS	2,5		2	40				

4	LCCS-00997-204	PSICOLOGIA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL	5		4	80	PSICOLOGÍA GENERAL I	LCCS-00997-103		
5	LCCS-00997-205	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN II	5		4	80	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DE LA INFORMACIÓN I	LCCS-00997-105		
6	LCCS-00997-206	TEORIA DE LA IMAGEN Y FOTOGRAFÍA II	7,5		6	120	TEORÍA DE LA IMAGEN Y FOTOGRAFÍA I	LCCS-00997-106		
1	LCCS-00997-301	DESARROLLO DEL PENSAMIENTO	3,75	III	3	60				
2	LCCS-00997-302	INVESTIGACIÓN III	3,75		3	60	INVESTIGACIÓN II	LCCS-00997-202		
3	LCCS-00997-303	FILOSOFÍA DE LA COMUNICACIÓN	2,5		2	40	FILOSOFÍA	LCCS-00997-107		
4	LCCS-00997-304	TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN I	5		4	80				
5	LCCS-00997-305	EXPRESIÓN ORAL I	5		4	80				
6	LCCS-00997-306	DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN I	7,5		6	120	TEORÍA DE LA IMAGEN Y FOTOGRAFÍA II	LCCS-00997-206		
7	LCCS-00997-307	PERIODISMO DEPORTIVO	2,5		2	40				
1	LCCS-00997-401	ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA	3,75	IV	3	60				
2	LCCS-00997-402	REALIDAD SOCIOECONÓMICA NACIONAL E INTERNACIONAL I	2,5		2	40				
3	LCCS-00997-403	TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN II	5		4	80	TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN I	LCCS-00997-105		
4	LCCS-00997-404	REDACCIÓN PERIODÍSTICA I	6,25		5	100				
5	LCCS-00997-405	EXPRESION ORAL II	6,25		5	100	EXPRESIÓN ORAL I	LCCS-00997-305		

6		LCCS-00997-406	SEMIÓTICA	5		4	80						
1	V	LCCS-00997-501	INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN	3,75	32,5	3	60						
2		LCCS-00997-502	REALIDAD SOCIOECONÓMICA NACIONAL E INTERNACIONAL II	2,5		2	40	REALIDAD SOCIOECONÓMICA NACIONAL E INTERNACIONAL I	LCCS-00997-402				
3		LCCS-00997-503	REDACCIÓN PERIODÍSTICA II	5		4	80	REDACCIÓN PERIODÍSTICA I	LCCS-00997-404				
4		LCCS-00997-504	INGLÉS I	5		4	80						
5		LCCS-00997-505	GÉNERO Y ESTILOS PERIODÍSTICOS I	5		4	80						
6		LCCS-00997-506	PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA I	7,5		6	120						
7		LCCS-00997-507	PERIODISMO DE CONFLICTO Y PAZ	3,75		3	60						
1	VI	LCCS-00997-601	ÉTICA PROFESIONAL	3,75	28,75	3	60						
2		LCCS-00997-602	EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN	2,5		2	40						
3		LCCS-00997-603	INVESTIGACIÓN APLICADA I	2,5		2	40						
4		LCCS-00997-604	INGLES II	5		4	80	INGLÉS I	LCCS-00997-504				
5		LCCS-00997-605	ADMINISTRACION DE EMPRESAS INFORMATIVAS	2,5		2	40						
6		LCCS-00997-606	GÉNEROS Y ESTILOS PERIODÍSTICOS II	5		4	80	GÉNEROS Y ESTILOS PERIODÍSTICOS I	LCCS-00997-505				
7		LCCS-00997-607	PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA II	7,5		6	120	PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA I	LCCS-00997-506				

6	LCCS-00997-806	PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN II	7,5		6	120	PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN I	LCCS-00997-706			
TOTAL DE CREDITOS DE LAS ASIGNATURAS			243,75	243,75		3900					
TRABAJO DE INVESTIGACION			20	20		400					
TOTAL DE CREDITOS DE LA CARRERA			263,75	263,75		4300					
1	VII	LCCS-00997-701	ECO-PERIODISMO	2,5	35	2	40				
2		LCCS-00997-702	INVESTIGACIÓN APLICADA II	2,5		2	40	INVESTIGACIÓN APLICADA I	LCCS-00997-603		
3		LCCS-00997-703	PUBLICIDAD Y MARKETING	5		4	80				
4		LCCS-00997-704	INGLES III	5		4	80	INGLÉS II	LCCS-00997-604		
5		LCCS-00997-705	COMUNICACIÓN EN IMPRESOS I	6,25		5	100				
6		LCCS-00997-706	PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN I	7,5		6	120				
7		LCCS-00997-707	LEGISLACIÓN PERIODÍSTICA	2,5		2	40				
8		LCCS-00997-708	CINE DOCUMENTAL	3,75		3	60				
1	VIII	LCCS-00997-801	GESTIÓN Y EMPRENDIMIENTO	2,5	31,25	2	40				
2		LCCS-00997-802	METODOLOGÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	5		4	80				
3		LCCS-00997-803	INGLES IV	5		4	80	INGLÉS III	LCCS-00997-704		
4		LCCS-00997-804	COMUNICACIÓN EN IMPRESOS II	6,25		5	100	COMUNICACIÓN EN IMPRESOS I	LCCS-00997-705		
5		LCCS-00997-805	COMUNICACIÓN MULTIMEDIA	5		4	80				