



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y LA SALUD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**“LA INFLUENCIA DE LA PRENSA ESCRITA EN LOS CRITERIOS
IDIOSINCRÁTICOS DE LOS ADOLESCENTES DE 14 A 17 AÑOS
DEL BARRIO 6 DE DICIEMBRE DEL CANTÓN LA LIBERTAD EN EL
PERÍODO DE MAYO A JULIO DEL 2011”.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO
DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNIACIÓN SOCIAL.**

AUTOR:

MARLON IVÁN RAMÍREZ RODRÍGUEZ

ASESORA:

LIC. VERÓNICA ZAMBRANO DELGADO

LA LIBERTAD – ECUADOR

SEPTIEMBRE DEL 2011

DEDICATORIA

Este trabajo investigativo se lo dedico a Dios, Ser Supremo que me concedió la vida y me ha guiado en mi diario vivir.

A mis padres Julio Ramírez Pita, Sonia Rodríguez Miraba y familia por su ejemplo de lucha, tenacidad y apoyo incondicional motivándome hacia un camino de superación en mi vida, y que gracias a Dios se ha realizado en este importante trabajo.

AGRADECIMIENTO

Agradecido con Dios, amigo incondicional que me ha permitido realizar la tesis a favor de la juventud.

A mis hermanos, demás familiares que día a día me incentivaban a seguir en sendas de bien con la finalidad de ser cada día mejor.

A mis amigos y compañeros de clases y la Lic. Verónica Zambrano, tutora que aportaron para un desarrollo profesional dentro de la carrera.

La libertad agosto del 2011.

CERTIFICACIÓN DE TUTOR

En calidad de tutor de la carrera de Comunicación Social, nombrado por el Consejo Académico de la facultad de Ciencias Sociales y de la Salud , de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

CERTIFICO

Que he analizado el Trabajo de Titulación de grado presentado por el Sr. **MARLON IVÁN RAMÍREZ RODRÍGUEZ**, como requisito previo para optar por el grado Académico de Licenciado, cuya investigación es:

“LA INFLUENCIA DE LA PRENSA ESCRITA EN LOS CRITERIOS IDIOSINCRÁTICO DE ADOLESCENTES DE 14 A 17 AÑOS DEL BARRIO 6 DE DICIEMBRE DEL CANTÓN LA LIBERTAD EN EL PERÍODO DE MAYO A JULIO DEL 2011”.

Considerado y aprobado en su totalidad.

Lic. Verónica Zambrano Delgado

TRIBUNAL DE GRADO

Ab. Carlos San Andrés Restrepo
DECANO DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS SOCIALES
Y DE LA SALUD

Lic. Milton González Santos
DIRECTOR DE ESCUELA
CIENCIAS SOCIALES

Lic. Wilson León Valle
PROFESOR DE ÁREA

Lic. Verónica Zambrano Delgado
TUTORA

Ab. Milton Zambrano Coronado, Msc.
SECRETARIO GENERAL- PROCURADOR

INDICE GENERAL

Portada	I
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Tribunal de grado	iv
Certificado de tutor de trabajo de titulación	v
Certificado de ortografía	vi
Índice general	vii
Índice de anexo	ix
Índice de cuadro y gráficos	x
Resumen	xi
Introducción	12
Antecedente	14
Planteamiento del problema	15
Delimitación del problema	16
Formulación del problema	16
Justificación	17
Objetivos	19
Hipótesis	19
Operacionalización de variables	20

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

Marcos referencial	21
Breve historia de los medios impresos	26
Breve historia de los procesos culturales	25
Cultura y civilización	26

Marco científico

Géneros periodísticos	28
Procesamiento de la información	31
Tipos de comunicación	32
Técnicas de información impresas	33

Planificación y sectorización de distribución	38
Cultura y desarrollo social	42
idiosincrasia	48
técnicas de persuasión	55
Marco conceptual	61
Marco legal	62
CAPITULO II	
METODOLOGIA	
tipo de la investigación	68
Muestra y población	69
Procedimiento de la investigación	70
CAPITULO III	
ANALIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	
Procesamiento y análisis	71
Conclusiones	86
Recomendaciones	88
CAPITULO IV	
LA PROPUESTA	
Justificación	91
Diagnóstico	93
Fundamentación teórica de la propuesta	93
Objetivos de la propuesta	95
Factibilidad de la propuesta	97
Descripción de la propuesta	102
Bibliografía	104
Anexos	106

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1: Encuestas para los adolescentes.

ÍNDICE DE CUADROS Y GRÁFICOS

ÍNDICE DE CUADROS	ÍNDICE DE GRÁFICOS	página
TABLA #1	GRAFICO #1	74
TABLA #2	GRAFICO #2	75
TABLA #3	GRAFICO #3	76
TABLA #4	GRAFICO #4	77
TABLA #5	GRAFICO #5	78
TABLA #6	GRAFICO #6	79
TABLA #7	GRAFICO #7	80
TABLA #8	GRAFICO #8	81
TABLA #9	GRAFICO #9	82
TABLA #10	GRAFICO #10	83
TABLA #11	GRAFICO #11	84
TABLA #12	GRAFICO #12	85
TABLA #13	GRAFICO #13	86
TABLA #14	GRAFICO #14	87
TABLA #15	GRAFICO #15	88
TABLA #16		100
TABLA #17		100
TABLA #18		101
TABLA #19		101
TABLA #20		101
TABLA #21		102

RESUMEN

La finalidad del proyecto es aportar con un análisis sobre las repercusiones que produce la prensa escrita que circula dentro del contexto social del cantón La Libertad. Con el objetivo de cooperar seremos protagonista de las medidas de precaución y así contribuir con información propicia e importante fundamentada en hechos reales para un mejor entorno sociocultural. Los medios de comunicación y con mayor énfasis los escritos que son herramientas fundamentales para moldear la idiosincrasia de un sector o comunidad, motivo por el cual se ha iniciado esta investigación de campo y bibliográfica para dar a conocer a la sociedad sobre efectos colaterales que se presentan en los adolescentes que recientemente están construyendo pensamientos de vida y se podrían fijar en los modelos de los periódicos que publican una gran cantidad de publicidad y son notables y si en ellos se empleara mayor prioridad en acontecimiento y sucesos informativos de manera sustancial, entonces nuestra población obtendría diferentes criterios constructivos que aporten aún mejor desarrollo del medio. Las encuestas, entrevistas son instrumento de recolección de datos que nos permitirán medir los hechos y repercusiones en los adolescentes del barrio 6 de diciembre, que después serán sociabilizados ante la comunidad.

INTRODUCCIÓN

La necesidad de los seres humanos a emitir y difundir informaciones se generó desde los primeros días de existencia se lo considero como una herramienta fundamental para la evolución de la sociedad, el periódico el más antiguo de todos los medios de comunicación social y su constante progreso le ha permitido posesionarse como uno de los más fuerte dentro de esta rama.

Desde los antiguos tiempos los trabajos periodísticos conseguían una relevancia en la sociedad y la manera de informar que dependían las necesidades de la sociedad donde se desarrollaban, motivo por el cual se iba dando cabida al sensacionalismo como arma poderosa para sus ventas.

Desde aquel momento ha sufrido algunas alteraciones su contenido, circulación y estrategias de marketing para lograr mantenerse dentro de la competitividad que cada día era más evidente la aparición de nuevos diarios con novedosas y amarillistas propuestas al público, quienes eran afectados de manera sutil en sus pensamientos y maneras de actuar y efecto de ello era los que estaban leyendo de manera cotidiana en su comunidad.

En la actualidad la imparcialidad y ética han ido menguando dentro de directivos y trabajadores de los medios y sus ecos son aún mayores ya que sus redacciones son utilizadas como sustento periodístico por canales de televisión y estaciones radiales para su difusión en las diferentes programaciones. La incorporación de personal no profesional tiende a cambiar la perspectiva del verdadero rol de la comunicación social como medio de información y modelo de transformación de idiosincrasia de una nación.

El trabajo de investigación dará a conocer el efecto del trasfondo de la prensa escrita y será de mucha relevancia para nuestro entorno ya que nos permitirá hacer conciencia acerca del rol de la prensa y sobre la postura que se podría tener y así tener un mejor entorno sociocultural.

TEMA

“LA INFLUENCIA DE LA PRENSA ESCRITA EN LOS CRITERIOS IDIOSINCRÁTICOS DE LOS ADOLESCENTES DE 14 A 17 AÑOS DEL BARRIO 6 DE DICIEMBRE DEL CANTÓN LA LIBERTAD EN EL PERÍODO DE MAYO A JULIO DEL 2011”.

ANTECEDENTES

El incremento de medios de comunicación escritos en la novel provincia de Santa Elena y las consecuencias que ha desencadenado sus publicaciones en los adolescentes adoptan estereotipos y las estrategias de mercadeo han conllevado a que se realice la investigación con la finalidad de dar a conocer los efectos que tienden a causar las publicaciones que son originadas por diferentes factores comunicacionales.

La facilidad de adquirir la prensa ha ocasionado que tenga un mayor alcance en la colectividad y es visible los métodos a los que rigurosamente utilizan para llagar al público masculino por sus imágenes exhibicionista.

El objetivo de la presente investigación de tesis es concienciar a los lectores acerca de los riesgos que están corriendo la ser parte de la idiosincrasia de una medio determinado y de igual manera se estaría dando pie a una mejor estrategias de ventas que ayudaran a moldear mejor el comportamiento de la comunidad.

La percepción de profesionales complementará el trabajo de investigación para que se obtengan un resultado positivo en los espectadores que serán los portavoces de la deducción de la exploración de la prensa.

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A la presente fecha se evidencia que los jovencitos en actividades no productivas y al morbo en tan temprana edad, el pésimo lenguaje que adoptan y el mal concepto que tienen de la prensa, son producto de las publicaciones de farándula sensuales y amarillistas que circulan a diario, omitiendo el rol de informar, educar y entretener.

Viendo los altos índices de desorden juvenil, gran parte de ello, se presume que es ocasionado por la prensa y se estaría corroborando que si influye en sus comportamiento de los adolescentes del barrio 6 de diciembre del cantón La Libertad en el periodo de mayo a julio del 2011.

Y si se tomaría como punto de partida este análisis entonces habrá el indicio de un cambio social que con la ayuda de los medios masivos se estimularía de manera consecutiva.

CAUSAS Y CONSECUENCIAS DEL PROBLEMA

CAUSA

- Frases con sintaxis popular y condición melodramática.
- Páginas con imágenes impúdicas.
- De medio de comunicación informativo a medios sensacionalista
- Fácil acceso a los medios escritos.
- Incursión obsesionada de farándula en las publicaciones.
- Insuficientes suscripciones para financiamiento.

EFFECTOS

- Se propaga al uso del lenguaje ordinario
- Incrementan el morbo.
- Uso del periódico como una idea mercantilista.
- Adolescentes que adaptan ideologías de los medios en su contexto social
- Sometidos a poderes económicos y políticos

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

CAMPO: Comunicación Social

ÁREA: Comunicación escrita

ASPECTO: La influencia de la prensa escrita

TEMA:“La influencia de la prensa escrita en los criterios idiosincráticos de los adolescentes de 14 a 17 años del barrio 6 de diciembre del cantón La Libertad en el período de mayo a julio del 2011”.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo influye la prensa escrita en la formación de criterios idiosincráticos de adolescentes de 14 a 17 años del barrio 6 de diciembre del cantón La Libertad en el periodo de mayo a julio del 2011?

JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Los medios escritos inciden en alto grado en la formación y adaptación de ideologías difundidas en la prensa de manera continua y persuasiva los mismo según un sondeo señalan la estimulan de creación de varios estereotipo sensacionalistas en los lectores adolescentes.

Uno de los factores que originó la exposición de esta problemática es la utilización de la prensa escrita de modo mercantilista, empleando técnicas de morbo sensacionalista para cautivar al público, estos factores que de manera indirecta inciden en los pensamiento adolescentes que son asequibles a la actitudes que muestran los medios y muchas veces son asimilados como posturas normales en su diario vivir, pero se estaría violentando lo artículos del Código de la Niñez y Adolescencia.

Se consideran inadecuados para el desarrollo de los niños, niñas y adolescentes los textos, imágenes, mensajes y programas que inciten a la violencia, exploten el miedo o aprovechen la falta de madurez de los niños, niñas y adolescentes para inducirlos a comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud y seguridad personal y todo cuanto atente a la moral o el pudor.

En cualquier caso, la aplicación de medidas o decisiones relacionadas con esta garantía, deberán observar fielmente las disposiciones del Reglamento para el Control de la Discrecionalidad de los Actos de la Administración Pública, expedido por el Presidente de la República.¹

Para el análisis de la influencia que tiene la prensa en los adolescentes del barrio 6 de diciembre, se utilizará el método científico - exploratorio y para la recopilación de información se empleará las técnicas, encuestas en el sector y además se realizará entrevistas a profesionales y peritos

¹Código De La Niñez y Adolescencia, publicado por Ley No. 100. En Registro Oficial 737 de 3 de Enero del 2003

en el tema de la prensa escrita con la finalidad de conocer nivel de impacto y la manera con la que intenta influir y causar acciones determinadas en el público lector.

El periodista emplea el tiempo para transmitir informaciones y acontecimientos que luego pasarán a formar parte de nuestro escenario mental que básicamente serian relacionada a las publicaciones que se lee.

El trabajo informativo permitirá desarrollar destrezas de investigación, además de conocer el entorno y realidad social de la problemática y poder determinar cuáles son los factores de influencia y efectos de la prensa en los adolescentes.

El análisis de impacto que se compruebe de manera sutil e indirecta de las publicaciones, será sociabilizado con la finalidad de sembrar el precedentes en los jóvenes al momento de elegir un medio escrito y además se estará contribuyendo a un cambio del contexto social y a reflejar en ellos la importancia del labor periodístico en los prensa como constructor y mediador de idiosincrasia.

OBJETIVOS

GENERAL

Investigar cómo influye la prensa escrita en los criterios idiosincráticos de los adolescentes de 14 a 17 años del barrio 6 de diciembre del cantón La Libertad, para sociabilizar el impacto inadvertido que ocasiona en construcción de pensamientos, brindando una nueva opción comunicacional.

ESPECÍFICOS

Identificar las secciones y que periódicos leen los adolescentes, para conocer el uso de los medios escritos.

Comparar el contenido de los periódicos, para que los adolescentes puedan identificar y elegir según sus convicciones un canal de información.

Impulsar a los órganos pertinentes de la Provincia para la regulación de las publicaciones de los medios escritos.

LA HIPÓTESIS

Si la prensa escrita empleara mayor espacio en publicaciones culturales e informativas, entonces influirían en los criterios idiosincráticos de los adolescentes de manera constructiva y trascendental

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE					
Hipótesis	Variable	Definiciones	Indicadores	Ítems	Instrumentos de recolección
Si la prensa escrita empleara mayor espacio en publicaciones culturales e informativas, entonces influirían en los criterios idiosincráticos de los adolescentes de manera constructiva y trascendental	Prensa escrita	<p>Es un sistema abierto de la comunicación humana tecnificada que procesa acontecimientos, ideas y sentimientos procedentes de una o varias fuentes, para transmitirlos a destino mediante un canal llamado periódico.</p> <p>Su función no es únicamente informativa, pues compara y contrapone unos sucesos con otros, argumenta, concluye, y plantea soluciones, influye así en el público lector, esto es, orienta cultural e ideológicamente.</p> <p>Consta de varias secciones como: noticias, reportajes crónicas, reportajes, deportes y entretenimiento, con la finalidad de identificarse con cada lector.</p>	<p>35% extra.</p> <p>30% súper.</p> <p>18% universo</p> <p>12% expreso</p> <p>5% locales</p>	<p>Noticias</p> <p>Crónica roja</p> <p>Deporte</p> <p>Farándula</p> <p>Horóscopo</p> <p>Zona caliente</p>	<p>Entrevistas</p> <p>Entrevistas</p>
	Criterios idiosincráticos	<p>Conjunto de ideas que denota: Rasgos de actitud temperamento, tendencias que pueden ser distintivos propios de un individuo o de una colectividad, básicamente que se forman y fundamentan por el contexto social costumbres, raza, cultura.</p> <p>El modo de vida de un grupo social que podría variar según las ideologías planteada por la prensa mandatarios influencia social puede ser orientado a través de opiniones y labores informativas publicadas en los medios escritos.</p> <p>Que construye o sirve para construir, por oposición a lo que destruye.</p>	<p>90% considera que si influye la prensa en sus pensamientos</p> <p>El 10% considera que no influye en sus pensamientos</p>	<p>¿En qué entorno social se desenvuelve?</p> <p>¿Qué sección del periódico lee?</p> <p>¿Qué uso le da al periódico?</p> <p>¿Cómo ayudar una buena elección de un medio?</p>	<p>Entrevista</p> <p>Encuestas</p>

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

MARCO REFERENCIAL

BREVE HISTORIA DE LOS MEDIOS IMPRESOS.

La necesidad de los seres humanos a emitir y difundir informaciones se generó desde los primeros días de existencia se lo considero como una herramienta fundamental para la evolución de aquella época.

Los primeros formatos de periódicos eran reducidos y por lo general sólo tenían una página. No tenían ni cabeceras ni anuncios y se asemejaban más a un boletín que a los periódicos actuales que son de página grande con cabeceras en negrita y muchas imágenes.

La historia sus inicios los relata el libro La Prensa de la Autora Assaf Lina donde manifiesta que:

La prensa es consecuencia del invento de la imprenta de tipos móviles por Johann Gutenberg en 1438. Suceso revolucionó las comunicaciones mundialmente. El primer periódico inglés impreso en 1622, fue el Weekley News of London, el 23 de octubre de 1945, Jules L. Walkman fundó The Daily journal, que empezó la distribución dos veces por semana, tiempo después se convirtió en uno de los principales diario.²

²Assaf Lina. (2009). La Prensa – Periódico. Editorial. El Cid Editor I Apuntes.

El periódico el más antiguo y popular de todos los tiempos la conjugación de redacción e imagen hacen un mensaje complementario para los lectores.

El incremento de nuevos medios escritos despertó la competitividad en los Estados Unidos de América y se optó por explotar nuevos mecanismos para segmentar sus públicos y transformaron sus periódicos con noticias de carácter sensacionalista y escandaloso, crónicas y pasatiempos como las caricaturas de humor y que años más tarde se expandió a los demás países del mundo.

James Gordon Bennet, calificado como el padre del sensacionalismo periodístico, editaba un diario de target popular, incluyendo crímenes y violencia, artículos de actualidad y pasatiempos. Luego circularon varios diarios de manera gratuitamente con excelente calidad y en su inicio los estudios de mercado indicaban una caída imparable de la venta de periódicos y de su lectura en general, pero después se produjo un cambio inesperado, se dio un repunte en las ventas, y los ciudadanos constaban con más opciones en la comunicación.

En los países de América Latina es innegable el incremento de los habitantes anualmente y la necesidad de estar informado de cada uno de los acontecimientos y realidad del contexto social es imprescindible, motivo por el cual se fundaron varios medios impresos de manera esporádicas en diferentes naciones, marcando como precedentes ser los pioneros de la prensa escrita, entre los que se destacan los siguientes:

- ✓ *Gaceta de México y Noticias de Nueva España (México, 1722).*
- ✓ *Primicias de la Cultura de Quito, el primer periódico de Ecuador (1729).*

- ✓ *Diario Histórico, Político, Canónico y Moral (España, 1732).*
- ✓ *La Gaceta de Santa Fe de Bogotá (Colombia, 1735), el primer periódico.*
- ✓ *La Gaceta de Lima (Perú, 1743), el primero diario.*
- ✓ *Papel Periódico de la Habana (Cuba, 1790), el primer diario.*
- ✓ *Telégrafo Mercantil, Rural, Político, Económico e Historiográfico del Río de la Plata (1801) primer diario.*
- ✓ *La Gazzeta de Río de Janeiro, el primer periódico brasileño (1808).*
- ✓ *La Gaceta de Caracas (Venezuela, 1812).*
- ✓ *La Aurora (Chile, 1812), el primer diario de este país.³*

A medida que pasaba el tiempo el número de tiraje de los diarios a nivel mundial aumentaba y la necesidad de compartir noticias daba más relace a cada nación y a continuación cifras del congreso de New York donde veremos la cantidad de ejemplares con los que circulaban en aquella época.

- ✓ *China: 85.000.000 copias distribuidas en total al día.*
- ✓ *India: 72.000.000 copias distribuidas en total al día.*
- ✓ *Japón: 70.000.000 copias distribuidas en total al día.*
- ✓ *EE.UU.: 55.000.000 copias distribuidas en total al día.*
- ✓ *Disminución en un 2,2% de la difusión total en 13 de los 15 países de la Unión Europea antes del 1 de mayo del 2004 con bajas de un 7,8% en Irlanda , 4,7% en Gran Bretaña , y 4% en Portugal .*
- ✓ *Crecimiento en un 16% de los periódicos libres/gratis a lo largo del 2003 ⁴*

³Assaf Lina. (2009). La Prensa – Periódico. Editorial. El Cid Editor I Apuntes.

⁴ Cifras son tomadas del Congreso de Periódicos realizada en New York 2004.

Con el avance de los días iban evolucionando otras publicaciones escritas tales como revistas, folletos especializadas en económica, política, deportes, música, espectáculos, sucesos, entre otras, las mismas que permiten al usuario a escogerlas dependiendo de su cultura y convicción y su e circulación podría ser diaria, semanal, mensual, trimestral.

Se abarcaba más publico segmentado y la influencia de los medios escritos era evidente en la ciudadanía y en el siglo XIX en el mundo se fue perfeccionando la elaboración, edición, impresión y distribución.

En las sociedades contemporáneas es cada vez mayor la importancia de los medios masivos para el avance de una colectividad y de igual manera se puede lograr modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea.

Ecuador es nación pluricultural que consta con 24 provincias y el sistema de comunicación se originó desde los años 1906 y en la actualidad cuenta con varios medios masivos de circulación nacional y según una encuesta que realizamos los que despuntan en las ventas por la particularidad que emplea en sus publicaciones, están: El diario El Comercio de Quito, El Mercurio y El Tiempo de Cuenca, El Universo, El Expresó, El Telégrafo, El Súper y El Extra de Guayaquil.

En el país existen órganos como Unión Nacional de Periodistas (UNP) y núcleos provinciales, la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador (FENAPE) con los Colegios Provinciales que la integran, la Asociación de Facultades Ecuatorianas de Comunicación Social (AFECSE), quienes están realizando estudio de la Ley de Comunicación que se debate en la asamblea nacional, con la finalidad de conocer los pro y contra de la misma.

Se han conformado las primeras agencias y asociaciones de prensa cuyo principal objetivo es la regulación de información difundida a través de los medios, con esta iniciativa se dieron cambios en ámbito comunicacional pero también hubo diarios que fortalecieron su sensacionalismo sin considerar en los posibles efectos que esta traiga consigo en especial a la novel provincia de Santa Elena.

Su función no es únicamente informativa, pues compara y contrapone unos sucesos con otros, argumenta, concluye, y plantea soluciones, influye así en el público lector, esto es, orienta cultural e ideológicamente además son utilizadas como sustento periodístico por los otros canales de información como es la radio y televisión para su difusión en las diferentes programaciones.

BREVE HISTORIA DE LOS PROCESOS CULTURALES EN LA HUMANIDAD

Con el pasar de los años la humanidad iba evolucionando en su manera de comunicarse pero a la vez en la forma de interrelacionar y desde el siglo XIII a época medieval el término cultural se lo empleaba para designar una parcela cultivada, y tres siglos más tarde había cambiado su sentido como estado de una cosa, al de la acción: el cultivo de la tierra o el cuidado del ganado, aproximadamente en el sentido en que se emplea en el español de nuestros días en vocablos como agricultura, apicultura, piscicultura y otros

Años después cerca del siglo XVI, el término adquiere una connotación metafórica, como el cultivo de cualquier facultad. De cualquier manera, la acepción figurativa de cultura no se extenderá hasta el siglo XVII, cuando

también aparece en ciertos textos académicos que aportaban un concepto más complejo

La clásica oposición entre cultura y naturaleza también tiene sus raíces en esta época. En 1798, el *Dictionnaire* incluye una acepción de cultura en que se estigmatiza el "espíritu natural". Para muchos de los pensadores de la época, como Jean Jacques Rousseau, la cultura es un fenómeno distintivo de los seres humanos, que los coloca en una posición diferente a la del resto de animales. La cultura es el conjunto de los conocimientos y saberes acumulados por la humanidad a lo largo de sus milenios de historia.

En tanto una característica universal, el vocablo se emplea en número singular, puesto que se encuentra en todas las sociedades sin distinción de etnias, ubicación geográfica o momento histórico.

CULTURA Y CIVILIZACIÓN

También es en el contexto de la Ilustración cuando surge otra de las clásicas oposiciones en que se involucra a la cultura, esta vez, como sinónimo de la civilización. Esta palabra aparece por primera vez en la lengua francesa del siglo XVIII, y con ella se significaba la refinación de las costumbres. Civilización es un término relacionado con la idea de progreso. Según esto, la civilización es un estado de la Humanidad en el cual la ignorancia ha sido abatida y las costumbres y relaciones sociales se hallan en su más elevada expresión. La civilización no es un proceso terminado, es constante, e implica el perfeccionamiento progresivo de las leyes, las formas de gobierno, el conocimiento.

Como la cultura, también es un proceso universal que incluye a todos los pueblos, incluso a los más atrasados en la línea de la evolución social.

Desde luego, los parámetros con los que se medía si una sociedad era más civilizada o más salvaje eran los de su propia sociedad. En los albores del siglo XIX, ambos términos, cultura y civilización eran empleados casi de modo indistinto, sobre todo en francés e inglés afirmó el historiador E. Thompson, en su publicación del 2002.

Emmanuel Kant apuntaba que "nos cultivamos por medio del arte y de la ciencia, nos civilizamos al adquirir buenos modales y refinamientos sociales".

Durante el siglo XIX, en Alemania el término cultura evoluciona bajo la influencia del nacionalismo. Mientras tanto, en Francia, el concepto se amplió para incluir no sólo el desarrollo intelectual del individuo, sino el de la humanidad en su conjunto. De aquí, el sentido francés de la palabra presenta una continuidad con el de civilización.

Desde el desarrollo de nuevas percepciones la cultura iba representando las costumbres y manera de vivir de cada región tomando como raíces sus actos nobles lengua y vestimenta, esto es lo que se da a conocer como cultura en la sociedad

FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

GÉNEROS PERIÓDICOS

En las publicaciones se ubican varios géneros periodísticos. Entre los principales tenemos:

- La noticia: es una información breve y objetiva sobre un hecho. Responde generalmente a los interrogantes: qué (suceso), quién (protagonista), cuándo (tiempo), dónde (lugar), cómo (modo) y por qué (causa). Se estructura en torno a un titular, que recoge lo más importante; una entradilla, con los principales interrogantes, y un cuerpo de la noticia donde estos se amplían, siguiendo un orden de mayor a menor importancia.
- El reportaje: es un informe realizado tras una exhaustiva investigación y documentación, que presenta los acontecimientos, analizados bajo distintos puntos de vista, y complementados con fotografías.
- La entrevista: recoge las preguntas hechas por un periodista a un personaje y las respuestas dadas por éste. El interés se centra en la vida, el trabajo o la opinión del entrevistado sobre algún tema.
- La encuesta: es una entrevista múltiple, en la que varias personas exponen su opinión sobre determinados asuntos, a veces, con la intención de influir en el lector.

DE OPINIÓN:

- El editorial: es un análisis o comentario de un tema de actualidad que pone de manifiesto la ideología del periódico. Aparece en las primeras páginas, sin firma, porque el director se responsabiliza de su contenido.

- El artículo de opinión: expresa el parecer de una persona de reconocido prestigio sobre un tema, expuesto con intención crítica.

GÉNEROS MIXTOS:

- La crónica: es una noticia comentada con mucho detalle sobre el acontecimiento redactado de manera directa y realista mostrando la realidad sin filtros.
- La crítica: muestra el juicio de un experto sobre un tema, como el estreno de una obra teatral, una exposición de pintura, la actuación de un deportista, etc., con el ánimo de orientar o influir en la opinión de los lectores.⁵

Entre las publicaciones se intercambiar información pensamientos hechos a una sociedad y para ello se emplea seis elementos que son:

- Emisor: Es la persona, o lugar desde donde parte la información.
- Receptor: Es quien recibe la señal.
- Mensaje: Es la señal o cadena de signos que constituye la información.
- Canal: Es el medio físico por el cual se recibe.
- Código: Es el conjunto de signos y reglas que permiten interpretar el mensaje (no se puede entender un mensaje en Morse o en inglés si no se conocen los códigos).
- Contexto: Son las circunstancias del lugar y momento en que se produce el acto de la comunicación.⁶

Las presunciones comunicativas han ido transformando en el transcurso de la historia de los medios de comunicación y en las líneas impresas

⁵ E.L. Oseguera. Lectura Y Redacción 1 México. EDIT. Publicaciones Cultura, 1998

⁶Miralles Lucena Rafael. (2006). La prensa escrita antes el desafío de los nuevos medios.

denotan diferentes tipos de información la misma que detallamos a continuación

INFORMACIÓN PÚBLICA:

- Es la información a la que puede acceder cualquier persona por poco que se lo proponga. Este tipo de información es vital para conseguir logros comerciales. Datos de una empresa estatal que cualquier usuario puede obtener.

INFORMACIÓN INTERNA.

- Todos los datos y contenidos necesarios para la misión visión de las empresas, podríamos establecer diversos estratos de información interna, algunos más genéricos y evadibles, otros más estratégicos y delicados.

INFORMACIÓN PRIVADA

- Es la información que no puede ir más allá de las personas que deban manejarla. Datos concretos sobre contabilidad, nuevas ideas en fase de definición, negociaciones en marcha, datos internos de clientes.⁷

Y en los adolescentes suele pasar este proceso de comunicación por su atareada vida cotidiana asume por hechos acertado todo aquello que observa en su entorno sin hacer un análisis que le permita asimilar lo bueno y malo.

⁷Ciespal (2003) Fundamento del periodismo impresos.

PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

La comunicación y su proceso deben ser manejada con mucha cautela y ética para que en los receptores haya un verdadero procesamiento y no se tergiverse el mensaje esencial.

ENUNCIAR CORRECTAMENTE

El mensaje adaptar el mensaje al nivel de capacitación del receptor.

Mejorar el contenido y la forma de mensaje.

Hay que interesar a los receptores expresando nuestro mensaje con claridad y concisión.

EL RECEPTOR ES COMO UN ESPEJO

Cuando se proyecta hacia los demás una intención manipuladora, omitiendo información o exagerando en lo que más nos interesa, se recibe la misma respuesta y se tergiversa el mensaje fuente.

- ✓ *Transmitir en las mismas coordenadas.*
- ✓ *Utilizar el canal adecuado, que se la forma de expresión óptima.*
- ✓ *Recordar la importancia que tiene el mensaje y la responsabilidad que debemos tener al transmitirlo.*
- ✓ *Respetar la iniciativa de decisión de los receptores en cuanto al contenido de la información⁸.*

⁸POZO, 1989, "El procesamiento de la información como programa de investigación"

TIPOS DE COMUNICACIÓN

Sin ánimo de fijar un axioma, se puede garantizar que la comunicación informal crece cuando la comunicación formal es insuficiente y puede ser influencia cuando la comunicación oficial es escasa, incoherente, inverosímil o llega fuera de tiempo y lugar.

En la investigación nos encontramos tipos de comunicación. La comunicación se puede clasificar de diversas maneras, siendo las siguientes las más populares: comunicación verbal, no verbal, gestual, escrita, virtual etc.

Transmitir información nos conlleva a tomar de decisiones sobre lo que se observa y podría influir en la actitud de los adolescentes que por su edad son vulnerables a cambios sociales rápidamente.

El avance tecnológico ha obligado a que cada medio se digitalice para están en competencia y prueba de ellos es se intercambia información de un país a otro en cuestión de segundos. La prensa diaria se distingue por la impresión en papel barato, al contrario de las revistas que son más ilustradas y coloridas son impresas en mejor papel y así mantienen informados acerca de los avances y variantes los temas expuestos.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Un canal de comunicación es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de la información emisor y receptor. Es frecuente referenciarlo también como canal de datos.

Los canales pueden ser personales o masivos: los canales personales son aquellos en donde la comunicación es directa. Voz a voz. Puede

darse de uno a uno o de uno a varios. Los canales masivos pueden ser escritos, radiales, televisivos e informáticos.

Así sucesivamente se pueden ir identificando los diferentes canales de transmisión del pensamiento y debe ser concreta para cada tipo de señal.

Un canal está definido desde el punto de vista telemático por sus propiedades físicas: naturaleza de la señal que es capaz de transmitir, velocidad de transmisión, ancho de banda, nivel de ruido que genera, modo de inserción de emisores y receptores, etc.

TÉCNICAS DE LA INFORMACIÓN IMPRESA

Durante las dos últimas décadas, los periódicos han sufrido más avances tecnológicos que en cualquier otra época desde la aparición de las máquinas automáticas de fotocomposición y las técnicas multimedia en las salas de redacción de periódicos son frecuentes, los reporteros y los editores emplean aun personal en cada zona con herramientas contemporánea para las estrategia afanosas y de esta manera se estará optimizando tiempo y recursos al momento de recopilación de información.

Designar funciones en los trabajadores de la compañía para hacer un seguimiento sobre la noticia, antes durante y el después de la información, para un reportero investigativo. La memoria es una capacidad muy importante es necesario emplearla en bastantes ocasiones como un mecanismo y el apoyo de los sucesos documentado dan mayor credibilidad y por ende da pie a un medio para hacer noticia y destacar con las publicaciones.

"Las noticias influyen en muchas facetas de nuestra vida cotidiana. Nuestro modo de vestir para ir al trabajo, el camino que elegimos a veces para llegar a él, los planes del próximo fin de semana, nuestros sentimientos generales de bienestar o de inseguridad, el enfoque de nuestra atención sobre el mundo más allá de la experiencia inmediata y nuestras preocupaciones sobre los temas del día, están bajo la influencia de las noticias cotidianas" ⁹

Las técnicas de información de nuestro entorno varían dependiendo de los acontecimientos sus contrastes y la veracidad de las fuentes, así como también la selección de los más relevantes para luego sintetizarla y difundirla con la visión del medio.

El seguimiento de un acontecimiento es decir un antes, durante y después del hecho es técnica productiva ya que permite tener al lector al pie del diario para seguir la secuencia de la información que está recepiendo, que luego hará eco del mismo pero bajo su percepción personal

Una de las claves para conseguir una mejor calidad en la impresión se fundamenta en la calidad de la máquina impresora a la que se incorpora los más modernos procesos informáticos para controlar la tirada y los cuerpos de la rotativa.

Otras de las técnicas empleadas hace varios años y en la actualidad es la del color y diseño, según Octavio Aguilera que especifica lo siguiente el color en un periódico se aplica, además de para la publicidad y la información gráfica, para mejorar el diseño, la presentación, a través de:

⁹Maxwell McCombs, Profesor de la Universidad de Austin en Texas reflexiona sobre "La influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo":

a) *Los titulares, dado que el fondo del papel es blanco, el más frecuente, por tener más fuerza, es el color rojo, caliente, frente al azul, que es más frío.*

b) *Los fondos tramados, que "envuelven" los títulos y los textos según el color que se haya elegido para los fondos-masa, de un sólo color o con juegos de mezclas. Se trata de ofrecer al lector una "idea de color".*

c) *Las rayas o cierres, con lo que se logra un gran impacto, bien para hacer recuadros como para subrayar títulos. Rayas en rojo o azul, en magenta, en verde, mezclas, etc.*

d) *Las tramas, el bitono azul (para la imagen del cielo) o rojo (la imagen de un incendio) e incluso para el anuncio publicitario.*¹⁰

El estilo que se emplea para la redacción es vital ya que de aquello va a depender el target y localidad donde se segmentara el medio escrito y sus posibles efectos.

La estilística es la disciplina que estudia los rasgos lingüísticos que se percibe como características de un texto o conjunto de texto.

Las cualidades de un estilo varían de la cultura idiosincrasia y desarrollo de las personas pero por lo general debe constar de.

Claridad, propiedad y cohesión, ortografía, legibilidad y limpieza, organización y distribución de texto todos estos factores son parte fundamental del estilo que va más allá de una idea sino plasmar las ideas de escritor.

¹⁰Octavio Aguilera. Las Ideologías en el Periodismo. Madrid: Paraninfo, 1991.

Para atraer la atención del lector, la composición de las páginas es muy variada. En ellas hay texto e imagen. El texto se presenta en columnas, utilizando, en los titulares, diferentes formatos, colores y tipos de letras. Las imágenes ilustran y complementan al texto.

En la portada realizan una fusión de los hechos más relevantes para cautivar la atención del cliente, luego tienen la sección de noticias y crónica, economía, reportaje, entrevista, deporte y varios.

El orden de la noticia y la secciones varias muchas veces por la importancia del acontecimiento, se inicia con título que venda el suceso seguido de un subtítulo que enganche la idea principal y para complementar la redacción e imágenes que permite tener una mejor ilustración de lo publicado.

No es posible ninguna noticia sin contexto ni punto de vista. Como tampoco es posible la neutralidad en el análisis de discursos informativos. Ni es posible la contextualización y focalización de un acontecimiento sin proyectar una dimensión interpretativa y valorativa. Ya sabemos que la constatación de que un vaso está "medio lleno" cuando tiene un 50 % de contenido, subraya lo que hay en el vaso, en tanto que la afirmación de que está "medio vacío" pone el énfasis en lo que le falta. Y pese a que la formulación aparentemente cuantitativa parecería ser la más objetiva, no dejaría de ser una interpretación más, que simplemente juzga de otro modo la realidad: siempre habrá que decir que tiene un 50 % o que le falta un 50 %.¹¹

¹¹ Maxwell McCombs, Profesor de la Universidad de Austin en Texas reflexiona sobre "La influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo":

Una de las principales técnicas es que todos idealicen la misión visión del medio de comunicación y esto permitirá tener un trabajo grupal reforzado que dará como resultado un buen producto de consumo masivo.

Así pues, la evolución del periodismo se inscribe en el marco amplio de la modernidad -gestada, en gran medida, a partir de la "Galaxia Gutenberg" y el conjunto de cambios que trajo aparejados- y de sus diversas crisis, de todas las cuales la actual es -sin duda- la más profunda y, tal vez, definitiva.

Como hijo de la modernidad y, más particularmente, del racionalismo ilustrado, el periodismo se articula y desarrolla en el marco del cientificismo objetivista. De él recibe las funciones básicas que, con el tiempo, se irían perfilando hasta constituir la tríada de formar, informar y entretener, que rara vez se desarrolló en equilibrio, y que siempre enmascaró otras redes de intereses de control y prevalencia social que, si no del todo ocultas, sí permanecieron solapadas y en segundo plano. Del ideal cientificista deriva, también, la falacia de la objetividad informativa.¹²

El periodismo escrito constituye una forma de institucionalización de los procesos de construcción social: que surge como respuesta a nuevas necesidades de consensos sociales.

PLANIFICACIÓN Y SECTORIZACIÓN DE DISTRIBUCIÓN.

Por lo general las 24 provincias del Ecuador tienen un corresponsal para cada medio de comunicación lo que permite extraer los mejores titulares

¹² Manuel Ángel Vázquez Medel. La Prensa Escrita Y La Construcción Social De La Realidad Universidad De Sevilla. 1999

para que sean parte de la portada de manera sensacionalista, el número de habitantes es otro factor indispensable para realizar un tiraje del medio y a esto se le suma la idiosincrasia de la colectividad que permitiría la aceptación del diario o revista.

Una vez conocido las provincias y cantones que generan información de manera secuencial, los directivos emplean la planificación de asignar a un reportero un tema o personaje para obtener hechos sistemáticamente redactados.

La planificación y sectorización de un medio de comunicación depende básicamente de varios factores pero con mayor énfasis es por las costumbres, idiomas, etnias, territorio, clima etc. De alguna colectividad específica.

Algunos periódicos han adquirido fama por su aceptación de alguna sección en particular, ya sea que la sección sea destacada a comparación de otros periódicos, o que ésta tenga algún distintivo peculiar; por ejemplo, un periódico en una sociedad de publicación de varios periódicos puede atraer más clientela porque su sección de "anuncios clasificados" goza de fama de ser mucho más completa.

En Santa Elena un medio de comunicación escrita ha tomado el alcance diario con 6 carillas de información local lo que permite tener un constante circuito de información acerca de los hechos relevante de la comunidad y consta de "selectividad geográfica" es decir segmentar geográficamente los contenidos y sus ventas y popularidad van tomando renombre convirtiéndose en los pioneros de la prensa escrita dentro de nuestra colectividad.

LA REGULACIÓN

En el país existen órganos como Unión Nacional de Periodistas (UNP) y núcleos provinciales, la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador (FENAPE) con los Colegios Provinciales que la integran, la Asociación de Facultades Ecuatorianas de Comunicación Social (AFECSE), quienes están realizando estudio de la Ley de Comunicación que se debate en la asamblea nacional, con la finalidad de conocer los pro y contra de la misma.

Cada Provincia tiene un colegio de periodistas que debe regular y ser ese ente de regulación en las publicaciones y en Santa Elena recientemente se está organizando por el cambio de jurisdicción ya que anteriormente se pertenecía al Guayas.

Existen varios estatutos que respaldan la investigación de las publicaciones como lo establece la Federación Nacional de Periodistas, Decreto No. 799-B publicado en el Registro Oficial No. 900, de 30 de septiembre de 1975, en el Art. 37.-del directorio son atribuciones y deberes del Directorio del Colegio Provincial:

- a) *Defender la libertad de expresión y el ejercicio profesional de sus afiliados;*
- b) *Cumplir y hacer cumplir la Ley, los Estatutos y sus Reglamentos;*
- c) *Presentar el informe anual de labores a la Asamblea General;*
- d) *Llevar un registro de afiliaciones, nuevas inscripciones y transferencias de los periodistas profesionales de su jurisdicción y comunicar de inmediato nuevos ingresos al Comité Ejecutiva Nacional, de conformidad con la Ley;*

- e) *Nombrar las comisiones que estimare convenientes para el mejor cumplimiento de sus fines y propósitos;*
- f) *Propender a la capacitación y perfeccionamiento de sus miembros;*
- g) *Designar y remover a sus representantes ante la Asamblea Nacional;*
- h) *Organizar los actos de carácter cultural, científico, deportivo, social, etc., que estimare conveniente para fomentar la unidad entre los afiliados, su superación profesional y la de los miembros de la comunidad a la que pertenecen;*
- i) *Propender a la estabilidad de los cargos de sus afiliados, así como a la fijación y periódica revisión de sus sueldos y salarios, para lo cual los representará en los organismos correspondientes del Ministerio de Trabajo*
- j) *Elaborar y dictar el presupuesto anual, así como fijar cuotas extraordinarias y autorizar egresos, según la cuantía señalada en el respectivo Reglamento;*
- k) *Aceptar la renuncia de cualquiera de sus miembros y llamar al respectivo suplente, que durarán en sus funciones hasta completar el período del principal. En caso de no existir suplente, designará uno;*
- l) *Las demás que le confieren los presentes Estatutos.* ¹³

En la provincia de Santa Elena se está organizando este ente de regulación y se deberá cumplir con ciertos estatus establecidos para cada uno de ellos, ser mediador entre los diferentes profesionales de la rama y la colectividad es un factor que fortalece la institución y la unanimidad y seguir un solo objetivo fomentar un trabajo productivo con resultados positivos en la ciudadanía que día a día pide cambios

¹³ Federación Nacional de Periodistas, Decreto No. 799-B publicado en el Registro Oficial No. 900, de 30 de septiembre de 1975

Otra de las falencias que presenta nuestro entorno es la falta de personal capacitado profesional para ejercer los cargos correspondientes en los medios o en instituciones públicas y privadas, dejando la brecha de la informalidad y mediocridad en los trabajos realizados para una comunidad, el Colegio de Periodistas señala el desempeño de un profesional en cada ámbito según establece la Federación Nacional de Periodistas, Decreto No. 799-B publicado en el Registro Oficial No. 900, de 30 de septiembre de 1975 el artículo. Art. 63:

*Artículo 63 En las instituciones públicas y en las privadas con finalidad social o pública, los cargos de relacionista públicos serán desempeñados por periodistas profesionales, Licenciados/as en Ciencias de la Comunicación, de la Información y Comunicación Social del Ecuador.*¹⁴

Cada corresponsal de medio de comunicación deberá ser titulado para poder ejercer su función de comunicador así lo señala establece la Federación Nacional de Periodistas, Decreto No. 799-B publicado en el Registro Oficial No. 900, de 30 de septiembre de 1975 en el artículo 66:

Art. 66. *Las agencias noticiosas, nacionales o extranjeras que operen en el país, están obligadas a contratar exclusivamente a periodistas profesionales, Licenciados/as en Ciencias de la Comunicación, de la Información y Comunicación Social.*¹⁵

¹⁴ Federación Nacional de Periodistas, Decreto No. 799-B publicado en el Registro Oficial No. 900, de 30 de septiembre de 1975

¹⁵ Federación Nacional de Periodistas, Decreto No. 799-B publicado en el Registro Oficial No. 900, de 30 de septiembre de 1975

CULTURA Y DESARROLLO SOCIAL

CULTURAS

El narrador Jean Jacques Rousseau en 1798 define a la cultura como: un fenómeno distintivo de los seres humanos, que los coloca en una posición diferente a la del resto de animales. La cultura es el conjunto de los conocimientos y saberes acumulados por la humanidad a lo largo de sus milenios de historia. En tanto una característica universal, el vocablo se emplea en número singular, puesto que se encuentra en todas las sociedades sin distinción de etnias, ubicación geográfica o momento histórico. La cultura fue tomando similitud con la civilización que se refería al estado de la Humanidad en el cual la ignorancia ha sido abatida y las costumbres y relaciones sociales se hallan en su más elevada expresión.

Cultura es: ...aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre. La situación de la cultura en las diversas sociedades de la especie humana, en la medida en que puede ser investigada según principios generales, es un objeto apto para el estudio de las leyes del pensamiento y la acción del hombre¹⁶.

El concepto de cultura generalmente es relacionado con la antropología. Una de las ramas más importantes quizá por la centralidad que la palabra tiene en la teoría de la antropología, el término ha sido desarrollado de diversas maneras, que suponen el uso de una metodología analítica basada en premisas que en ocasiones distan mucho las unas de las otras.

¹⁶, Edward B. Tylor. Publicó en *Primitive Culture*. 1871.

Una persona culta es aquella que posee extensos conocimientos en los más variados campos del saber y los campos pueden literatura, la pintura, la filosofía y las ciencias. Al paso del tiempo, como cultura se entenderá la formación de la mente. Es decir, se convierte nuevamente en una palabra que designa un estado, aunque en esta ocasión es el estado de la mente humana.

La civilización no es un proceso terminado, es constante, e implica el perfeccionamiento progresivo al igual que las culturas, también es un proceso universal que incluye a todos los pueblos, incluso a los más atrasados en la línea de la evolución social.

La Ley de Cultural de Ecuador es clara en hacer énfasis en recibir información libre dando la libertad a la formación de sus habitantes dependiendo su entorno así lo estipula el artículo 1 literal b.

b) Propiciar el acceso a la cultura de todos los ecuatorianos, creando las condiciones apropiadas para que puedan informarse, formarse, conocer y disfrutar libremente de los valores y bienes culturales;¹⁷

Si bien el estudio de la cultura nació como una inquietud por el cambio de las sociedades a lo largo del tiempo, el desprestigio en el que cayeron los primeros autores de la antropología fue un terreno fértil para que arraigaran en la reflexión sobre la cultura las concepciones a históricas. Salvo los marxistas, interesados en el proceso revolucionario hacia el socialismo, el resto de las disciplinas sociales no prestaron mayor atención al problema de la evolución cultural.

¹⁷Ley de Cultura, Registro Oficial 465 .19 de noviembre de 2004

El emplear mayor cantidad de información sobre las culturas y temas relacionados que nos ayuden a formar el criterio de nuestra tierra y derechos serían los más apropiados para leer cada día de forma libre en la prensa y lo establece el artículo 3 literal g:

- g) Coordinar los planes de desarrollo cultural con los medios de comunicación social y con las demás entidades culturales del país para su mayor y mejor difusión; y,*
- h) Las demás establecidas por la ley y los reglamentos¹⁸*

CLASIFICACIÓN

La cultura es el producto de las relaciones históricas entre un grupo humano y su medio ambiente según Boas Franz se clasifica en:

- *Tópica: La cultura consiste en una lista de tópicos o categorías, tales como organización social, religión o economía.*
- *Histórica: La cultura es la herencia social, es la manera que los seres humanos solucionan problemas de adaptación al ambiente o a la vida en común.*
- *Mental: La cultura es un complejo de ideas, o los hábitos aprendidos, que inhiben impulsos y distinguen a las personas de los demás.*
- *Estructural: La cultura consiste en ideas, símbolos o comportamientos, modelados o pautados e inter-relacionados.¹⁹*

La cultura puede también ser clasificada del siguiente modo:

¹⁸Ley de Cultura, Registro Oficial 465 .19 de noviembre de 2004

¹⁹Boas Franz. 1964: *Cuestiones Fundamentales en Antropología Cultural*. Buenos Aires.

SEGÚN SU EXTENSIÓN

- Universal: Cuando es tomada desde el punto de vista de una abstracción a partir de los rasgos que son comunes en las sociedades del mundo. Por ej., el saludo.
- Total: Conformada por la suma de todos los rasgos particulares a una misma sociedad.
- Particular: Igual a la subcultura; conjunto de pautas compartidas por un grupo que se integra a la cultura general y que a su vez se diferencia de ellas. Ej.: las diferentes culturas en un mismo país.

SEGÚN SU DESARROLLO

Primitiva: Aquella cultura que mantiene rasgos precarios de desarrollo técnico y que por ser conservadora no tiende a la innovación.

Civilizada: Cultura que se actualiza produciendo nuevos elementos que le permitan el desarrollo a la sociedad. ²⁰

SEGÚN SU CARÁCTER DOMINANTE

- Censista: Cultura que se manifiesta exclusivamente por los sentidos y es conocida a partir de los mismos.
- Racional: Cultura donde impera la razón y es conocido a través de sus productos tangibles.
- Ideal: Se construye por la combinación de la censista y la racional

SEGÚN SU DIRECCIÓN

Post figurativo: Aquella cultura que mira al pasado para repetirlo en el presente. Cultura tomada de nuestros mayores sin variaciones. Es generacional y se da particularmente en pueblos primitivos.

²⁰Boas Franz. 1964: *Cuestiones Fundamentales en Antropología Cultural*. Buenos Aires.

Configurativa: La cultura cuyo modelo no es el pasado, sino la conducta de los contemporáneos. Los individuos imitan modos de comportamiento de sus pares y recrean los propios.

Pre figurativo: Aquella cultura innovadora que se proyecta con pautas y comportamientos nuevos y que son válidos para una nueva generación y que no toman como guía el modelo de los padres a seguir pero sí como referentes.²¹

El dialecto es clave importante de un país y nos caracteriza el idioma oficial y de relación intercultural el español, con sus peculiaridades y modismos propios de cada zona o región. El quichua, el shuar, el tsáfiqui en regiones indígenas.

La transformación y seguir un modelo de vida y cada acontecimiento va marcando a una comunidad determinada que debe tomara muchos factores para su composición cultural como lo detalla Lévi-Strauss de buenos aires en su libro.

ELEMENTOS DE LA CULTURA

Concretos o materiales: fiestas, alimentos, ropa (moda), arte plasmado, construcciones arquitectónicas, instrumentos de trabajo (herramientas), monumentos representativos históricos.

Simbólicos o espirituales: creencias, valores, actos humanitarios, normas y sanciones, organización social y sistemas políticos, símbolos que son

²¹ Boas Franz. 1964: *Cuestiones Fundamentales en Antropología Cultural*. Buenos Aires.

representaciones de creencias de algún arte o lenguaje que se complementa con tecnología y ciencia.

CAMBIOS CULTURALES

La emigración acontecimiento que en nuestro país es bastante visible y nos ha permitido relacionarnos con diferentes personas internacionales lo que conlleva su radicación en nuestra tierra y por ende a la formación de familias que se van formando con dos culturas diferentes.

Existe una variante de comportamiento dentro de las comunidades que habitan y los cambios son largo del tiempo de todos o algunos de los elementos culturales de una sociedad.

Según el libro de antropología de Argentino Levi Strauss nos da a conocer lo que conlleva un cambio cultural.

Enculturación: Es el proceso en el que el individuo se culturiza, es decir, el proceso en el que el ser humano, desde que es niño o niña, se culturiza. Este proceso es parte de la cultura, y como la cultura cambia constantemente, también lo hacen la forma y los medios con los que se culturaliza.

Aculturación: Se da normalmente en momento de conquista o de invasión. Es normalmente de manera forzosa e impuesta, como la conquista de América, la invasión de Iraq. Ejemplos de resultados de este fenómeno: comida (potaje, pozole), huipil. El fenómeno contrario recibe el nombre de des culturización, y consiste en la pérdida de características culturales propias a causa de la incorporación de otras foráneas.

La transculturación: Es un fenómeno que ocurre cuando un grupo social recibe y adopta las formas culturales que provienen de otro grupo.

Inculturación: Se da cuando la persona se integra a otras culturas las acepta y dialoga con la gente de esa determinada cultura²².

La Unesco, en 1982, *Declaración de México*)

...que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden²³.

IDIOSINCRASIA

La Idiosincrasia se relaciona con temperamento particular y la palabra que denota: Rasgos, carácter, pensamiento, etc. Pueden ser distintivos y propios de un individuo o de una colectividad nacional, regional o étnica.

En nuestra investigación la idiosincrasia es muy relevante para obtener resultados de la ciudadanía acerca de desarrollo de entorno en el que se desenvuelven que son fisonomías que caracteriza a las personas que pertenecen a un determinado grupo social.

²²Lévi-Strauss, Claude (1977): *Antropología estructural*. Buenos Aires

²³ Declaración de Los derechos humanos Unesco. México. 1998

En nuestro país se pueden determinar por el temperamento, estatus, tendencias en sus gustos, etc. Identifica claramente similitudes de comportamiento en las costumbres sociales, en el desempeño profesional y en los aspectos culturales y se utiliza para enfatizar las diferencias entre personas de diferente origen y costumbres

Las relaciones que se establecen entre los grupos humanos según su idiosincrasia, son capaces de influir en el comportamiento individual de las personas y en especial en los adolescentes que por edad no se están convencidos con certeza de las ideas que se asimilan en masa.

Del conocimiento y la idiosincrasia, escrita por Emanuel Resto-Marcano:

*Idiosincrasia es la valoración individual o colectiva de una idea pensada o argumentada, recogiendo así los elementos inherentes en la estructura humana: los arreglos compartidos por lo biológico, lo psicológico y lo social. También estableceremos cómo la subjetividad es parte inseparable de la formación de idiosincrasias y cómo esto cambia el arreglo particularmente establecido de la formulación de dogmas o doctrinas objetivos como descripción de la realidad.*²⁴

PARENTESCO:

Constituye la forma de organización y las relaciones básicas en todas las culturas, la trascendencia podría ser distinta en las sociedades, pero habitualmente son basadas por la estructura social.

²⁴Emanuel Resto-Marcano: *Del Conocimiento y la Idiosincrasia*.

La ilustración más frecuente del término parentesco es la que vislumbra las relaciones entre parientes, y desprende los lazos biológicos y se apoya en unos principios básicos que lo estructuran así, generacional, división de parientes por el sexo, distinción de parientes lineales colaterales.

Los conjuntos de parentescos se podrían designar bajo la distinción filiación creencia de que determinadas personas y el rol de nacimiento o crianza de los hijos es fundamental para direccionarlos en grupos.

ESTRUCTURA SOCIAL

En sociología la estructura sociales el concepto que describe la forma que adopta el sistema global de las relaciones entre individuos.

Se denomina a la estructura social a una población con una organización y una tecnología, que vive y se desarrolla en un medio ambiente y se está estableciendo con hecho esa sociedad, llenándola de contenidos, que interactúan por las redes de la estructura, usando cualquier tabla que puede ser: cultura, lenguaje, arte, religión, etc.

Los medios de comunicación influyen mucho en nuestro comportamiento y en el de la sociedad en la que vivimos: crean una cultura, unos valores y unas pautas de consumo; es decir, pueden llegar a dictar lo que está bien o lo que está mal, qué tenemos que comprar y dónde, etc.

En nuestro entorno vivimos rodeados por publicidad en gran intensidad lo que conlleva una persuasión en gran magnitud en especial a los jóvenes que son un público vulnerable y novedoso

Para la mayoría de los periódicos, su mayor fuente de ingresos es la publicidad, lo que ganan de la venta de ejemplares a sus clientes suele

equivaler a algo más de lo que cuesta la impresión del producto es debido a esto que el precio de los periódicos es relativamente bajo.

Los editores de periódicos siempre buscan mayor difusión para así ganar más dinero por la venta de publicidad debido a la mayor eficacia de publicitar en sus hojas. Sin embargo, algunos sacrifican una mayor difusión a cambio de tener una audiencia más específica.

El término publicidad se utilizado para todo anuncio impreso que este destinado a la comunidad con el objetivo de promover la venta de bienes y servicios, mueve y segmenta de grandes grupos humanos que se dé adaptan al mensaje emitido, también se utilizada como medio influyente de regeneración social.

La difusión tiene un gran alcance y las tarifas de una campaña publicitaria dependerán de su ámbito de contratación y están pueden ser: formas de ocio, cuestiones legales, políticas, financieras, religiosos o campañas destinadas a recoger donaciones para financiar actividades caritativas o humanitarias.

COMPORTAMIENTO SOCIAL

Se determina al comportamiento social como el conjunto de modelos de conducta que organizan la relación entre los individuos que conforman un grupo, dependiendo de su contorno, es decir el medio en el que habita, y por lo general son de constante variación.

Existen varios sistemas de interacción social y pueden ser alteradas por la genética la actitud, control del comportamiento y por criterio histórico económico, intrínseco que van aportando al proceso progresivo de la humanidad

El comportamiento varía en muchas ocasiones con la influencia que tiene la prensa en el entorno donde circula, los titulares con frases melodramáticas de corte sensacionalista alista vende la idea al consumidor a una formación informal que conlleva aun modismo regional que se extiende a nivel nacional.

La adopción de ideas pautadas hacen eco en los adolescente que se ubican dentro de sí la ideas que los medios son exclusivamente para aquello, sin poder visualizar una nueva opción de información comunicacional fundamentada con criterios que conlleven a la formación de una mejor cultura .

Adolescencia según Erikson: “la adolescencia es una crisis normativa, es decir, una fase normal de incremento de conflictos, donde la tarea más importante es construir una identidad coherente y evitar la confusión de papeles”

La adolescencia en el desarrollo social se relaciona con la emancipación familiar, donde los espacios son posibles las interacciones sociales se expanden, mientras que se debilita la referencia familiar. La emancipación respecto a la familia no se produce por igual en todos los adolescentes; la vivencia de esta situación va a depender mucho de las prácticas imperantes en la familia. Junto a los deseos de independencia, el adolescente sigue con una enorme demanda de afecto y cariño por parte de sus padres, y estos a su vez continúan ejerciendo una influencia notable sobre sus hijos.

En nuestra sociedad se está produciendo cada vez más un aplazamiento de las responsabilidades sociales y la adquisición de la propia independencia. Algunos adultos continúan siendo eternamente adolescentes: se habla del síndrome de “perpetua adolescencia”, con

sentimientos de inferioridad, irresponsabilidad, ansiedad, egocentrismo y va conllevando a los que tienes a su alrededor.

El grupo de compañeros del adolescente se establece con lazos más estrechos con el grupo de compañeros, que suelen tener un curso típico: primero es la pandilla de un solo sexo, más tarde se fusionan con las pandillas de distinto sexo, y al final se acaban consolidando las relaciones de pareja y los medios de comunicación alimentan las ideologías contemporáneas a ellos.

La sociabilidad es la capacidad, la aptitud que permite al individuo vivir con los otros y en grupo, y es fruto de comprensión hacia el otro, de posibilidad de simpatía, empatía y por general se van clasificando dependiendo de las personalidades.

PERSONALIDAD:

La personalidad no es más que el patrón de pensamientos, sentimientos y conducta de presenta una persona con características o cualidades originales distinguiéndose de otra y pueden persistir a lo largo de toda su vida, a través de diferentes situaciones.

Rasgos de la personalidad: No son más que las disposiciones persistentes e internas que hacen que el individuo piense, sienta y actúe, de manera característica.

Las cinco grandes categorías de la personalidad, extroversión, afabilidad, dependencia, estabilidad emocional y cultura e independencia.

La personalidad de adolescentes son en su mayoría de rebeldía a querer llamar la atención de una y mil maneras con la finalidad no pasar desapercibido y van tomando como ejemplos a los mayores pueden ser

hermanos, tíos amigos en común que al no estar en un sentido profesionalmente y moralmente instruido simplemente ayudaran a seguir heredando conformismo y una des culturización que se visualiza en la urbe.

PUBLICIDAD.

Desde sus inicios en la edad antigua, la publicidad ha evolucionado hasta convertirse en una enorme industria. Y en la actualidad el término publicidad común usarlo para referirse a cualquier anuncio destinado al público y cuyo objetivo es promover la venta de bienes y servicios. La publicidad está dirigida a grandes grupos humanos.

La publicidad en la prensa escrita en los países Americanos se ha convertido a escala mundial como fuente indispensable par el sustento de circulación y no sólo por su volumen, sino también en cuanto a la complejidad de su organización y técnicas publicitarias.

*La publicidad actual desempeña un papel crucial en la civilización industrial urbana juvenil condicionando todos los aspectos de la vida cotidiana, siempre se distinguirá entre la publicidad y otras actividades que también pretenden influir en la opinión pública, como la propaganda o las relaciones públicas. Hay una enorme variedad de técnicas publicitarias, desde un simple anuncio en una pared hasta una campaña simultánea que emplea periódicos, revistas, televisión, radio, folletos distribuidos por correo y otros medios de comunicación de masas.*²⁵

Los jóvenes es el público con mayor segmentación de las cuales se pueden distinguir dos importantes categorías de publicidad: la de

²⁵Ferrer Rodríguez, Eulalio. La historia de los anuncios por palabras. Madrid: 1989.

bienes de consumo, dirigida hacia el consumidor final, y la empresarial, que apela a los empresarios mediante periódicos, revistas de economía y otros medios especializados de comunicación. Ambas utilizan multitud de técnicas para fomentar el consumo.

La publicidad puede tener un alcance local, nacional o internacional. Los precios de una campaña publicitaria dependerán de su ámbito de implantación. También variarán en función de lo que se anuncia: formas de ocio, cuestiones legales, políticas, financieras, temas religiosos o campañas destinadas a recoger donaciones para financiar actividades caritativas o humanitarias.

En fin son sinnúmeros e de motivo para poner andar la publicidad y está claro que en tiene un lace en un 75% del consumo de producto y por ende de los periódicos donde va el enganche de ventas diarias hacia una colectividad.

TÉCNICAS DE PERSUASIÓN EN LA PUBLICIDAD SUBLIMINAL

Aunque siempre se esté buscando nuevas técnicas de venta, siguen utilizando de un modo preferente los métodos que, a lo largo de los años, han resultado más eficaces. Ante todo se trata de ofrecer mayores niveles de ahorro, un trabajo mejor, seguridad ante problemas de salud o edad, popularidad y prestigio personal.

La publicidad moderna no sólo subraya las ventajas del producto, sino también los beneficios que al adquirirlo obtendrán sus consumidores. Para atraer al potencial comprador de un automóvil, el vendedor no sólo realzará las características mecánicas del vehículo, sino también la

*comodidad, la seguridad y el prestigio que ese modelo proporcionará al comprador.*²⁶

Las múltiples técnicas de persuasión dependen del ingenio de su artífice y sólo están limitadas por los medios de comunicación, algunas restricciones legales y el código deontológico elaborado al efecto por las propias agencias de publicidad.

Una de las técnicas elementales, utilizada desde la aparición de la publicidad, se basa en la repetición del mensaje. Por lo general, el publicista intentará captar la atención del cliente potencial repitiendo sus anuncios. Es frecuente encontrar el mismo anuncio que se puede ver o escuchar en la televisión y la radio, en periódicos y revistas, tanto locales como nacionales e internacionales, además de aparecer en vallas publicitarias, folletos o a la entrada de las tiendas.

En ese proceso constante de bombardeo de publicidad es donde inicia los ataques subliminales entre ellos a la mujer como arma de seducción y potencial de ventas y así mismo los modismos de cada sector y se hace la imagen de la prensa como mercado más no como un medio informativo.

Otro instrumento fundamental que ayuda a aumentar las ventas son las marcas registradas. Los productores gastan enormes sumas de dinero en crear y consolidar sus marcas como garantía de fiabilidad y valor.

La publicidad actual reúne multitud de técnicas de persuasión la ventas de productos anunciados por personajes famosos, comunicaciones dirigidas a los padres para que proporcionen a sus hijos una vida mejor y les aseguren un mejor futuro, reclamos dirigidos a los hijos para que pidan a su madre que compren determinados cereales para el desayuno, así

²⁶Ferrer Rodríguez, Eulalio. La Historia de los Anuncios Por Palabras. Madrid: 1989.

como la controvertida utilización del miedo, a veces de modo encubierto y otras en un lenguaje visual muy explícito.

Son mensajes intuyen a nuestro ser a través de los sentidos externos y usualmente es receptada de manera inconsciente y pocas veces se percatan de ser afectado por subliminalmente.

En las publicaciones a diario se observa las portadas que incluyen imágenes sangrientas y sensuales que finalmente terminan impactando por su sensacionalismo que por su contenido educativo e informativo.

Las ventas de productos masivos y ofertas sexuales son los tópicos de sus últimas ediciones, y según los adolescentes les gusta por el entretenimiento que presenta y esto determina el consumo de las mismas.

Estas publicaciones se van convirtiendo en parte de la vida cotidiana lo que permite la comercialización como normal dentro del contexto social y no los lleva discernir el trasfondo del periódico como medio de marketing mas no como un medio de información cultural y profesional.

Debido aquello se estaría perdiendo el verdadero sentido de la prensa ser un canal de información y ahora más bien se la cataloga como marketing y sensacionalismo que radica de hace varios años lo que ha permitido que la sociedad se acople a este sistema de comunicación sin visualizar sus efectos.

Jorge Beneito nos da conocer que la prensa estaría pasando por momento críticos y su desenlace se conocería un tiempo determinado.

"La espina dorsal de la que subyacen todas las críticas del periodismo es que están dejando de cumplir con su función principal y propia, es decir, acercar a los ciudadanos la

información necesaria para que puedan tomar mejores decisiones, orientarse en vida pública, conocer aquello que no puede vivir de forma directa y controlar a quienes ejercen el poder. A lo que hay que sumar, que lejos de garantizar la salud del sistema democrático, la práctica periodística estaría incluso poniéndolo en la cuerda floja. No es de extrañar, por tanto, que denunciar la crítica del periodismo, e incluso pronosticar su desaparición como conocemos, sea algo a habitual”²⁷

El verdadero rol de la prensa es informar educar y entretener pero bajo normas que permitir un avance cultural y mejor desarrollo social pero en el proceso de investigación se emplean diferentes métodos y técnicas para lograr aprehender la realidad social. En el caso de la prensa escrita, poseemos a la técnica del análisis de contenido como la más importante para debelar esa complejidad que es el discurso y su significado.

La finalidad del trabajo investigativo es averiguar el trasfondo del discurso, lo que quiso decir el redactor y de qué manera intenta influir y causar acciones determinadas en el público lector. Es decir, a través de esta técnica se busca determinar la influencia que los medios de comunicación de masas, en nuestro caso la prensa, ejercen sobre la conducta humana. Revelar, también, lo que un periódico ha querido comunicar a sus lectores.

²⁷ Jorge Carlos Beneito. Ética en la Profesión: la conexión ética. Universidad Pontificia Comillas. Madrid España.

MARCO CONCEPTUAL

COMUNICACIÓN

Comunicar, palabra que deriva del latín “comunicare”, significa participar, poner en relación, en común o comunión. La comunicación es el proceso mediante el cual se transmite información en tiempo lugar y personas determinadas. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.²⁸

MEDIOS ESCRITOS

Según Miralles Lucena Rafael en su libro” La prensa escrita antes el desafío de los nuevos medios” Se considera medios escrito como al sistema abierto de la comunicación humana tecnificada que procesa acontecimientos, ideas y sentimientos procedentes de una o varias fuentes, para transmitirlos a destino mediante un canal llamado periódico.

CULTURA

La cultura es el conjunto de todas las formas, los modelos o los patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que la conforman.

Es el conjunto de maneras de vivir y de pensar de determinado grupo humano en particular. Engloba múltiples aspectos como los valores, creencias, costumbre, intereses, lenguaje, formas de organización

²⁸ Peter Schenkel y Marcos Ordoñez. (1981). Comunicación y cambio social, editorial, Ciespal.

familiar, laboral, económica entre otras, que condicionan el modo de vivir de un grupo social.²⁹

IDIOSINCRACIA

Conjunto de ideas que denota: Rasgos de actitud temperamento, tendencias que pueden ser distintivos propios de un individuo o de una colectividad, básicamente que se forman y fundamentan por el contexto social costumbres, raza, cultura.³⁰

MARCO LEGAL

La investigación que dará a conocer la influencia de la prensa escrita en los adolescentes está respaldada por artículos que detallan generalidades sobre los derechos de la ciudadanía con relación a la información, así lo menciona la Constitución de la República del Ecuador en la sección tercera, Comunicación e información:

Art. 18. *Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:*

1 buscar, recibir, intercambiar, producir, y difundir información veraz, verificada y oportuna, contextualizada, plural sin censura previa cerca de los hechos, acontecimiento y procesos de interés general con responsabilidad ulterior.

Art. 19. *La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación y fomentará la*

²⁹. Izquierdo Escribano, Antonio. Sociología: Cultura y Estructuras. Firms Prensa .2009.

³⁰ Izquierdo Escribano, Antonio. Sociología: Cultura y Estructuras. Firms Prensa .2

creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.³¹

Código de la Niñez y Adolescencia, también consta de artículos concretos para los adolescentes, los mismos que son amparados en ante cualquier situación que atente contra sus derechos y lo reconoce en Capítulo III, Derechos relacionados con el desarrollo:

Art. 46. *Prohibiciones relativas al derecho a la información.- Se prohíbe:*

- 1. La circulación de publicaciones, videos y grabaciones dirigidos y destinados a la niñez y adolescencia, que contengan imágenes, textos o mensajes inadecuados para su desarrollo; y cualquier forma de acceso de niños, niñas y adolescentes a estos medios;*
- 2. La difusión de información inadecuada para niños, niñas y adolescentes en horarios de franja familiar, ni en publicaciones dirigidas a la familia y a los niños, niñas y adolescentes; y,*
- 3. La circulación de cualquier producto destinado a niños, niñas y adolescentes, con envoltorios que contengan imágenes, textos o mensajes inadecuados para su desarrollo. Estas prohibiciones se aplican a los medios, sistemas de comunicación, empresas de publicidad y programas.*

³¹Constitución de la República del Ecuador del 2008.

Título II, Derechos, Capítulo segundo, Del buen vivir, Sección tercera, Comunicación e información.

Art. 47. Garantías de acceso a una información adecuada.- Para garantizar el derecho a la información adecuada, de que trata el artículo anterior, el Estado deberá:

a) *Requerir a los medios de comunicación social, la difusión de información y materiales de interés social y cultural para niños, niñas y adolescentes;*

d) *Requerir a los medios de comunicación la producción y difusión de programas acordes con las necesidades lingüísticas de niños, niñas y adolescentes pertenecientes a los diversos grupos étnicos;*

f) *Sancionar de acuerdo a lo previsto en esta Ley, a las personas que faciliten a los menores: libros, escritos, afiches, propaganda, videos o cualquier otro medio auditivo y/o visual que hagan apología de la violencia o el delito, que tengan imágenes o contenidos pornográficos o que perjudiquen la formación del menor;*

g) *Exigir a los medios de comunicación audiovisual que anuncien con la debida anticipación y suficiente notoriedad, la naturaleza de la información y programas que presentan y la clasificación de la edad para su audiencia.*³²

También realiza acotaciones en defensa de los programas televisivos que atente contra el desarrollo.

Se consideran inadecuados para el desarrollo de los niños, niñas y adolescentes los textos, imágenes, mensajes y programas que inciten a la violencia, exploten el miedo o aprovechen la falta de madurez de los niños, niñas y adolescentes para inducirlos a comportamientos

³²Código De La Niñez Y Adolescencia, publicado por Ley No. 100. En Registro Oficial 737 de 3 de Enero del 2003. Derechos, Garantías y Deberes, Capítulo III, Derechos relacionados con el desarrollo

perjudiciales o peligrosos para su salud y seguridad personal y todo cuanto atente a la moral o el pudor.

En cualquier caso, la aplicación de medidas o decisiones relacionadas con esta garantía, deberán observar fielmente las disposiciones del Reglamento para el Control de la Discrecionalidad de los Actos de la Administración Pública, expedido por el Presidente de la República. ³³

La FENAPE (Federación Nacional de Periodistas) también ampara entre sus estatutos el libre acceso a la información, base de datos de los profesionales y su vigilancia como lo estipula el comité ejecutivo continuación:

El Ministerio de Educación y Cultura, en uso de sus atribuciones, dicta los siguientes Estatutos que regirán la vida de la Federación Nacional de Periodistas, creada mediante Decreto No. 799-B publicado en el Registro Oficial No. 900, de 30 de septiembre de 1975.

Art. 12. Son obligaciones y derechos del Comité Ejecutivo:

a) Velar porque se cumpla la Ley de Ejercicio Profesional del Periodista, este Estatuto, el Reglamento de la Federación, la Ley de Escalafón sueldos y Salarios y las decisiones y resoluciones de la Asamblea Nacional;

b) Presentar anualmente a la Asamblea Nacional el informe de labores;

c) Velar porque se garantice el ejercicio profesional de los periodistas, Licenciados/a en Ciencias de la Comunicación, de la Información y Comunicación Social del Ecuador, la

³³Código De La Niñez Y Adolescencia, publicado por Ley No. 100. En Registro Oficial 737 de 3 de Enero del 2003. Derechos, Garantías y Deberes, Capítulo III, Derechos relacionados con el desarrollo.

estabilidad en sus cargos y todos los derechos conferidos por la Ley;

d) Respaldo las reivindicaciones clasistas;

e) Propender a la organización y buena marcha de los Colegios Provinciales;

f) Reorganizar los organismos de los Colegios Provinciales por inactividad o cuando hayan transgredido o incumplido las disposiciones legales estatutarias y/o reglamentarias de la Federación, de conformidad con el respectivo Reglamento y la Ley de Escalafón Sueldos y Salarios;

g) Llevar el registro actualizado de todos los periodistas profesionales, Licenciados/a en Ciencias de la Comunicación, de la Información y Comunicación Social del Ecuador.³⁴

En cada sede provincial habrá un delegado elegido presidente el mismo que tendrá que acatar cada una de las cláusulas que se resuelven y detallamos a continuación:

Art. 37. *Son atribuciones y deberes del Directorio del Colegio Provincial:*

a) Defender la libertad de expresión y el ejercicio profesional de sus afiliados;

b) Cumplir y hacer cumplir la Ley, los Estatutos y sus Reglamentos;

c) Presentar el informe anual de labores a la Asamblea General;

d) Llevar un registro de afiliaciones, nuevas inscripciones y transferencias de los periodistas profesionales de su

³⁴Federación Nacional de Periodistas, Decreto No. 799-B publicado en el Registro Oficial No. 900, de 30 de septiembre de 1975.

jurisdicción y comunicar de inmediato nuevos ingresos al Comité Ejecutiva Nacional, de conformidad con la Ley;
e) *Nombrar las comisiones que estimare convenientes para el mejor cumplimiento de sus fines y propósitos.*³⁵

Cesar de las funciones de un profesional que ha atentado contra sus derechos y libertades ser sancionado:

Art. 51. Son funciones del Tribunal de Honor:

- b) *Propiciar el acceso a la cultura de todos los ecuatorianos, creando las condiciones apropiadas para que puedan informarse, formarse, conocer y disfrutar libremente de los valores y bienes culturales;*³⁶
- c) *el tener el libre albedrío de conocer información y cambios nos permitirá relacionarnos e ir evolucionando en nuestra sociedad que cada día se ve el obligación de someterse a cambios sociales rigurosos que de ciertamente nos están impidiendo la conexión de los medios de comunicación y su ciudadanía, sino más bien nos presionan sutilmente a seguir un modelo establecido de diferentes formas.*

Los medios de comunicación son indispensables para realizar ecos de nuestra cultural e idiosincrasia y el reglamento de Cultura nos a conocer sus literales de amparo:

³⁵Federación Nacional de Periodistas, Decreto No. 799-B publicado en el Registro Oficial No. 900, de 30 de septiembre de 1975.

³⁶Ley de Cultura, Registro Oficial 465 .19 de noviembre de 2004

c) Armonizar los planes y programas de política cultural con los del sector educativo y de promoción social;

g) Coordinar los planes de desarrollo cultural con los medios de comunicación social y con las demás entidades culturales del país para su mayor y mejor difusión;

h) Las demás establecidas por la ley y los reglamentos.³⁷

Como entes público tiene la facultad de realizar convenios de intercambios culturales y así ir conociendo otras costumbres de países que poco a poco se va adoptando , el rubro para poner en prácticas proyecto son bastante viables solo que a veces no se los empela de manera oportuna en nuestro entorno.

Los reglamentos y estatutos son los principales para que se cumpla como lo detallamos continuación:

Art. 6. *Son atribuciones del Consejo Nacional de Cultura:*

a) Aprobar los planes y programas anuales de desarrollo cultural;

b) Establecer las prioridades del gasto público para los planes y programas nacionales de cultura, asegurando una equitativa distribución de los fondos entre las distintas provincias del país;

c) Recabar de los organismos estatales competentes la asignación de recursos económicos para el cumplimiento de aquellos planes y programas;

d) Conocer de los proyectos de convenios culturales internacionales e informar sobre ellos al Ministerio de

³⁷Ley de Cultura, Registro Oficial 465 .19 de noviembre de 2004

Relaciones Exteriores, y evaluar el cumplimiento de los que están en vigencia;

e) Elaborar el proyecto de reglamento de esta Ley, de los sustitutivos y de sus reformas, y someterlos a consideración del Presidente de la República para su expedición;

f) Dictar sus reglamentos internos y los del Comité Ejecutivo;

g) Señalar la política financiera del Fondo Nacional de la Cultura;

h) Establecer el porcentaje de las utilidades del Fondo Nacional de Cultura destinado a préstamos no reembolsables;

i) Conocer y aprobar el informe anual del Fondo Nacional de Cultura;

j) Aprobar el plan anual de empleo de los recursos del Fondo Nacional de la Cultura; y,

k) Cumplir con las demás establecidas en la ley y reglamentos.³⁸

³⁸Ley de Cultura, Registro Oficial 465 .19 de noviembre de 2004

CAPITULO II

METODOLOGÍA

Para la indagación de la influencia de la prensa escrita en criterios idiosincráticos de los adolescentes de 14 a 17 años del barrio 6 de diciembre del cantón La Libertad en el periodo de mayo a julio 2011 se aplicará el método científico y exploratorio por el estudio sistemático de la problemática que emplea y además se incluirá técnicas de observación, que permitirán extraer ideas, criterios sobre la experimentación planificada y los resultados serán analizados e interpretados para desarrollar el trabajo de manera oportuna.

La conversación con los adolescentes, protagonistas de esta investigación nos dará facilidad para ir formando las ideas principales del consumo de la prensa escrita y las consecuencias que repercuten en la sociedad.

Los procesos de la comunicación son indispensables para llegar a conocer el avance que tiene el periódico ante la ciudadanía, y conoceremos de primera mano sus reacciones, razones y actitudes ante las publicaciones.

La investigación de campo que empleáramos contribuirá a reconocer la zona y entorno en que se desarrollan los adolescentes y diagnosticar si aquello también repercute en la formación al igual que los medios de comunicación.

TIPO DE LA INVESTIGACIÓN

Para la recolección de información de campo emplearemos opinión profesional y pública con objetivo de poder realizar contrastes de los datos para la elaboración de un reporte fundamentado con la finalidad de conocer varios tópicos de la influencia de los medios escritos y la repercusión que podrían tener.

Para conocer datos fundamentados y científicos se empleará las técnicas investigativas:

- ✓ Bibliográfica
- ✓ Documenta
- ✓ Exploratoria.
- ✓ Entrevistas
- ✓ Encuestas

POBLACIÓN Y MUESTRA

El universo principal son los habitantes es el barrio 6 de diciembre del cantón La Libertad y como fuente fidedigna la Empresa Eléctrica nos dio a conocer las 2114 familias que existen Y realizamos un censo poblacional para constatar la cantidad de adolescentes existían.

MUESTRA

Como el universo era el barrio seis de diciembre la muestra son los 366 adolescentes cifra que nos arrojo el censo realizado

N= 366 adolescente

PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Una vez conocidas nuestra muestra se procede a la realización del cuestionario destinado para realizar una encuesta en le barrio 6 de diciembre del cantón La Libertad.

El cuestionario consta de preguntas básicas con opciones basadas en el modelo de Likert la información se tomará de la misma fuente valedera de los adolescentes que nos dará argumento necesario para realizar la investigación con sus diferentes puntos de vistas.

CAPITULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

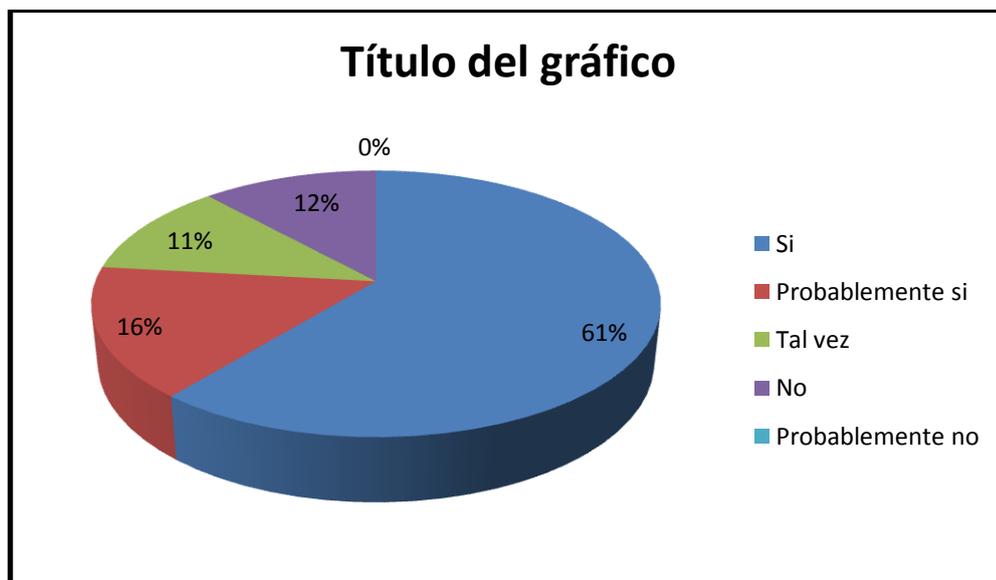
PREGUNTA # 1 ¿LEE USTED PERIÓDICOS?

Tabla #1.

Opciones	Total
Si	223
Probablemente si	58
Tal vez	42
No	43
Probablemente no	0
Total	366

Fuente: Encuestas Elaborado por: Marlon Ramírez.

Gráfico#1.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Marlon Ramírez.

Como resultado de la pregunta el 61% de los adolescentes día a día leen los diarios mientras tanto 16% de los encuestados argumentó que no. Es bajo el porcentaje que excluyen la prensa de su vida cotidiana acotando que no les ayuda de nada lo que hay en ellos.

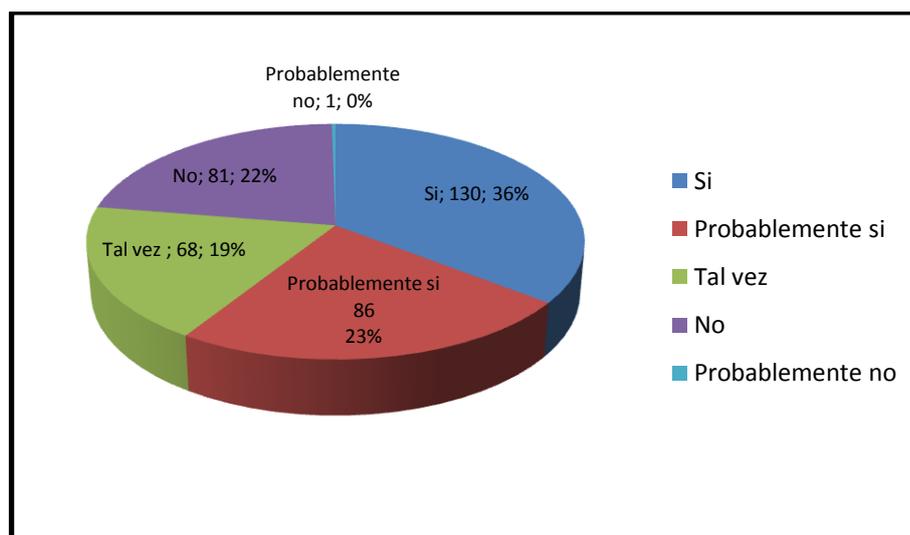
PREGUNTA #2: ¿CREE USTED QUE EL CONTENIDO DEL DIARIO INFLUYE EN SU MANERA DE PENSAR?

Tabla #2.

Opciones	Total
Si	130
Probablemente si	86
Tal vez	68
No	81
Probablemente no	1
Total	366

Fuente: Encuestas **Elaborado por:** Marlon Ramírez.

Gráfico#2.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Marlon Ramírez.

Como resultado de la consulta, el 36% considera que el contenido de la prensa sí influye en sus pensamientos y el 81% de las personas acotaron que no influye en su manera de pensar, esto nos da a conocer que los adolescentes están consiente de la persuasión que los periódicos ocasionan en el transcurso de sus vidas acostumbradas.

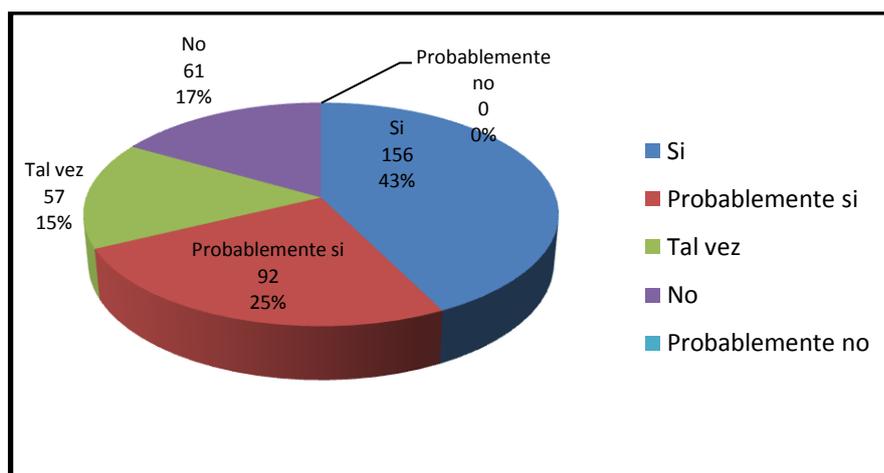
PREGUNTA #3: ¿CONSIDERA QUE LA PRENSA Y SUS IMÁGENES SENSUALES INDUCEN AL DESPERTAR SEXUAL A TEMPRANA EDAD?

Tabla #3

Opciones	Total
Si	156
Probablemente si	92
Tal vez	57
No	61
Probablemente no	0
Total	366

Fuente: Encuestas Elaborado por: Marlon Ramírez.

Gráfico#3.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Marlon Ramírez

Como resultado de la consulta 43% contestaron que si son influenciados por su imágenes impúdicas al inicio de la vida sexual a temprana edad y tan solo 17% señalaron que no al menos hasta el momento no. Sería mejor que la portada sea ocupada por sección de información para evitar se cierta forma esta problemática.

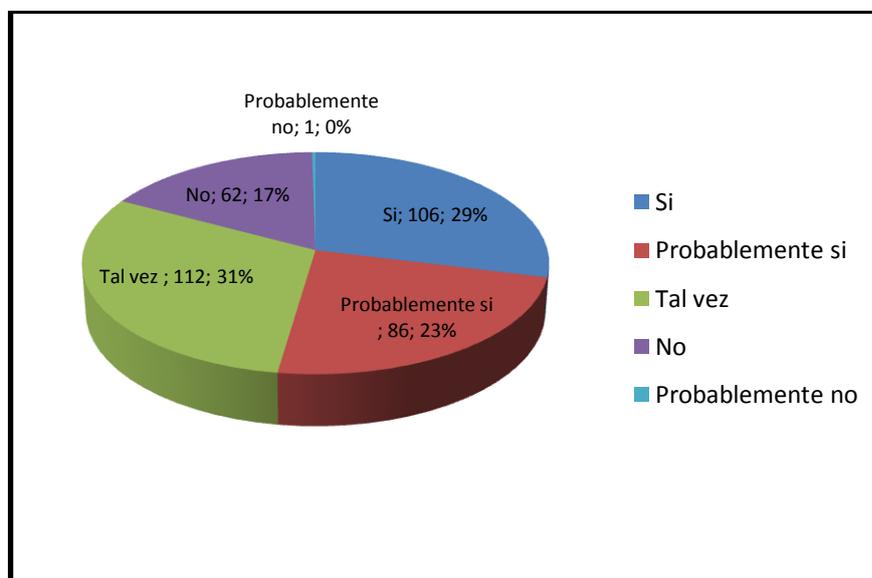
PREGUNTA #4: ¿CREES QUE TIENE EFECTOS NEGATIVOS LAS PUBLICACIONES DE LA PRENSA?

Tabla #4

Opciones	total
Si	106
Probablemente si	86
Tal vez	112
No	62
Probablemente no	1
Total	366

Fuente: Encuestas Elaborado por: Marlon Ramírez

Gráfico#4.



Fuente: Encuestas Elaborado por: Marlon Ramírez.

Como resultado de la consulta 29% consideran que si son negativos sus influencias y 31% dudan de su poder de convencimiento lo que nos da a conocer que son susceptibles a cambios rápidamente y que varían dependiendo de las publicaciones que si fuesen positivas ayudarían a un cambio sociocultural en nuestro entorno.

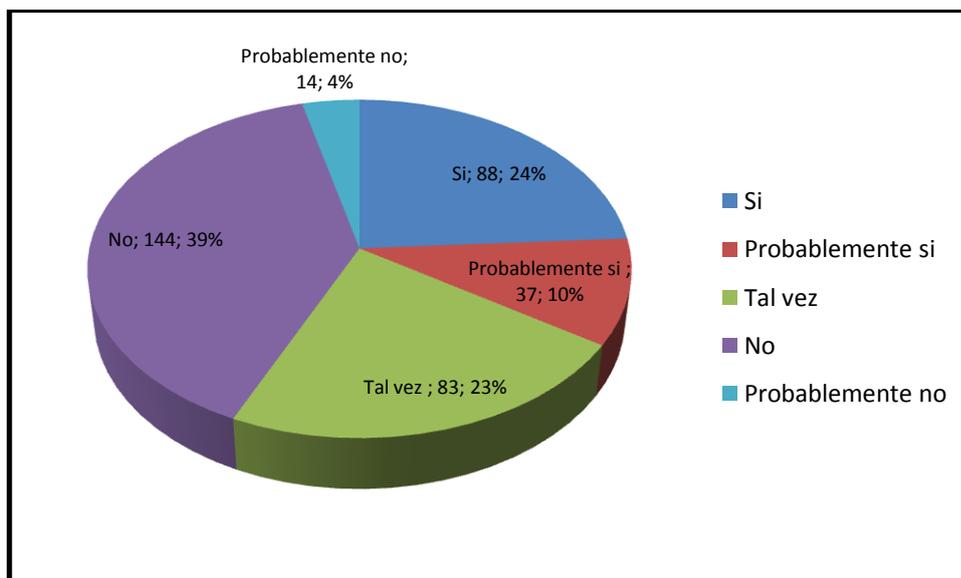
PREGUNTA#5: ¿INFLUYE EN SUS HÁBITOS DIARIOS LO QUE VE PUBLICADO?

TABLA #5.

Opciones	total
Si	88
Probablemente si	37
Tal vez	83
No	144
Probablemente no	14
Total	366

Fuente: Encuestas **Elaborado por:** Marlon Ramírez.

Gráfico#5.



Fuente: Encuestas **Elaborado por:** Marlon Ramírez.

Como resultado de la consulta el 24% creen que si influye en sus hábitos diarios, basándose en las historias y reportaje que suelen publicar y los acoplan a sus vidas como algo normal sin medir las consecuencias que puedan presentar de fondo en el entorno donde se desarrollan.

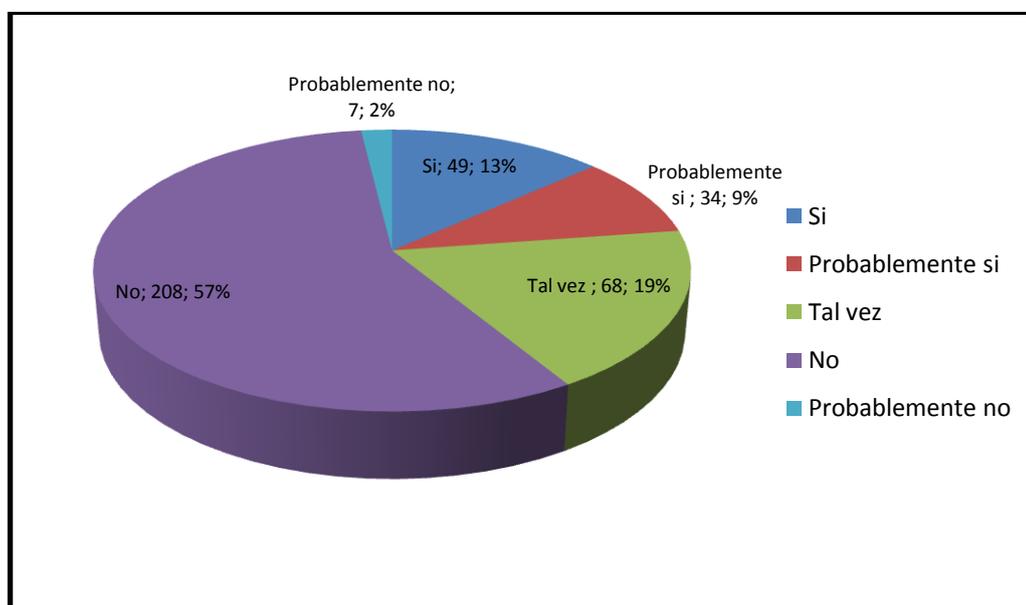
Pregunta #6: ¿Su vestimenta varía de acuerdo a lo que observa en las publicaciones?

Tabla#6.

Opciones	total
Si	49
Probablemente si	34
Tal vez	68
No	208
Probablemente no	7
Total	366

Fuente: Encuestas **Elaborado por:** Marlon Ramírez.

Gráfico# 6.



Fuente: Encuestas **Elaborado por:** Marlon Ramírez.

Como resultado de la pregunta nos a da a conocer que el 13% de los encuestados acotaron que si varia su vestimenta , mientras tanto 19% dijeron que probablemente no dejando la duda del resultado que las indumentaria varían según estereotipos publicados que son extravagante y raciales basados en rebeldías de celebridades internacionales

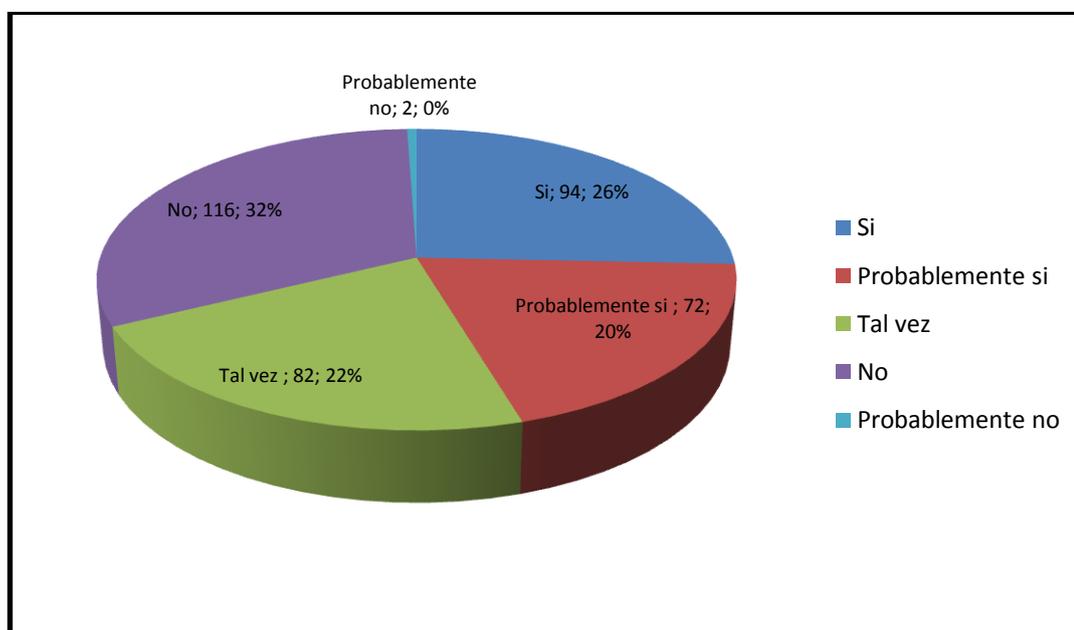
PREGUNTA #7: ¿USTED ADOPTAN CULTURAS INTERNACIONALES?

Tabla#7

Opciones	total
Si	94
Probablemente si	72
Tal vez	82
No	116
Probablemente no	2
Total	366

Fuente: Encuestas Elaborado por: Marlon Ramírez.

Gráfico#7



Fuente: Encuestas Elaborado por: Marlon Ramírez.

Como resultado de la pregunta el 26% adoptan culturas internacionales, mientras que 32% señalaron que no, argumentando que nuestra patria tiene de todo lo que necesitamos, pero sin embargo la influencia de afuera llega sutilmente de manera rápida y asimilada de igual manera.

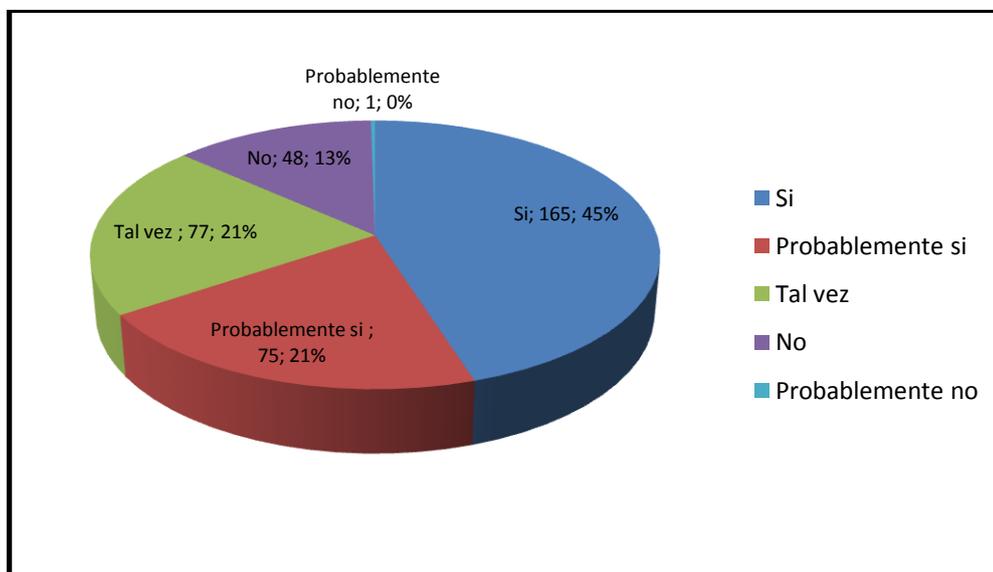
PREGUNTA #8: ¿TE AYUDA EN TU FORMACIÓN ACADÉMICA LOS PERIÓDICOS?

Tabla#8

Opciones	total
Si	165
Probablemente si	75
Tal vez	77
No	48
Probablemente no	1
Total	366

Fuente: Encuestas Elaborado por: Marlon Ramírez.

Gráfico#8



Fuente: Encuestas Elaborado por: Marlon Ramírez.

Como resultado de las encuestas el 45% escoges medios informativo como fuente de conocimiento, mientras el 21% que consumen sensacionalismo argumentan que les gustas más la sección recreativas de las publicaciones que le ayudan a distraerse con los periódicos, perdiendo la idea principal de los medios.

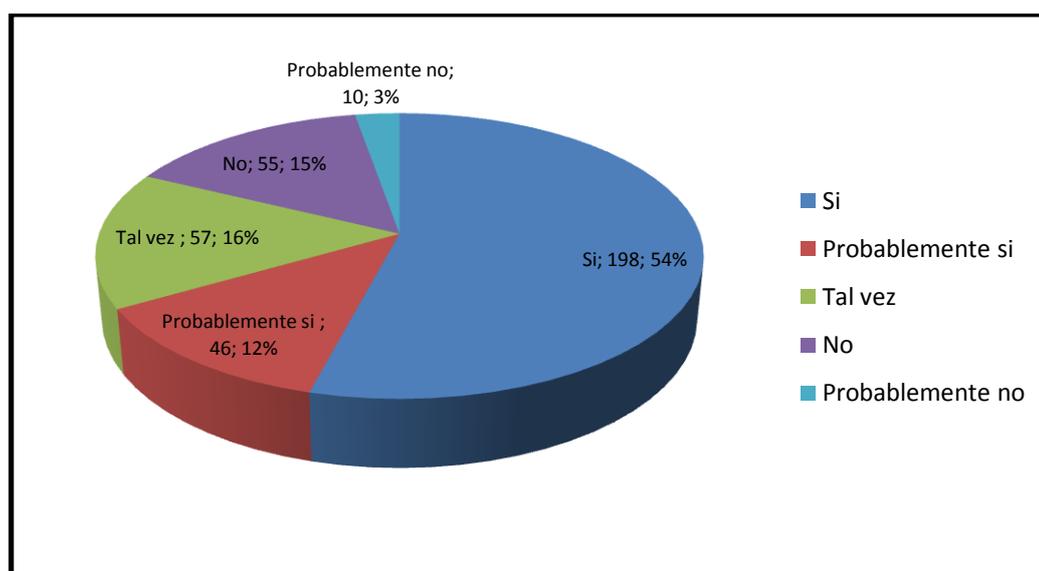
PREGUNTA #9: ¿COMPARTE CON OTROS LO QUE SE OBSERVA EN EL MEDIO ESCRITO?

Tabla #9

Opciones	total
Si	198
Probablemente si	46
Tal vez	57
No	55
Probablemente no	10
Total	366

Fuente: Encuestas Elaborado por: Marlon Ramírez.

Gráfico# 9



Fuente: Encuestas Elaborado por: Marlon Ramírez.

Como resultado de la encuesta, 54% de los adolescentes comparte la infamación que ve publicado, lo que nos da a conocer que hace eco de las publicaciones con su entorno en el que se desarrolla y solo 15% nos comentaron, no es necesario porque el mensaje llega por otros canales.

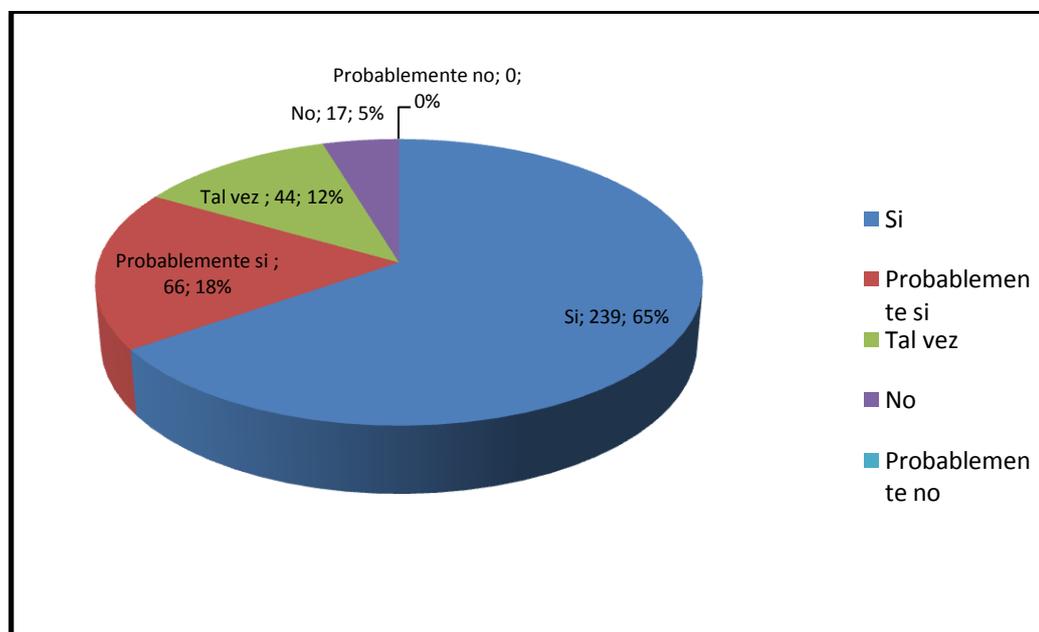
PREGUNTA #10: ¿CONSIDERAS A LOS PERIÓDICOS COMO UN MEDIO DE COMUNICACIÓN INFORMATIVO?

Tabla#10.

Opciones	total
Si	239
Probablemente si	66
Tal vez	44
No	17
Probablemente no	0
Total	366

Fuente: Encuestas Elaborado por: Marlon Ramírez.

Gráfico #10.



Fuente: Encuestas Elaborado por: Marlon Ramírez.

Como resultado de la encuesta: el 65% nos refleja que lo consideran como medio informativo, pero no a todos, lo que da a conocer que solo extraen lo que producirá efectos positivos pero en determinados medios que por lo general tiene mayor cantidad publicaciones donde ubican secciones exclusivamente para acontecimiento culturales que le son de ayuda para los deberes escolares.

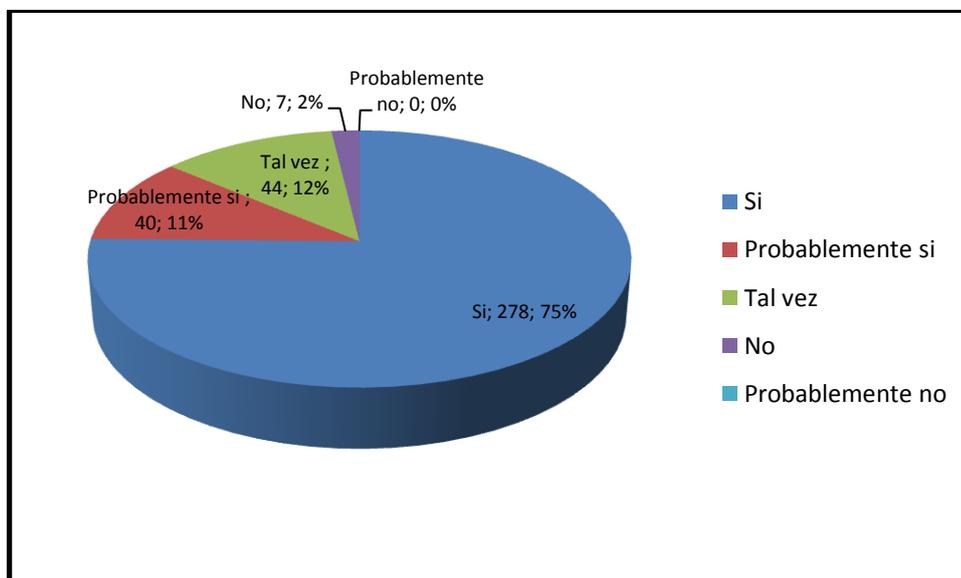
Pregunta #11: ¿Le gustaría que se cree un medio escrito juvenil informativo?

Tabla#11.

Opciones	total
Si	278
Probablemente si	40
Tal vez	44
No	7
Probablemente no	0
Total	366

Fuente: Encuestas Elaborado por: Marlon Ramírez.

Gráfico #11



Fuente: Encuestas Elaborado por: Marlon Ramírez.

Como resultado de la encuesta, podemos observar que el 75% de los adolescentes les gustaría que se brinde una nueva opción de información que les permita identificarse con su edad y por ende que ayude a su formación socio cultural lo que viabiliza el progreso de la propuesta para llegar con nuevas opciones que satisfaga sus necesidades de este grupo social.

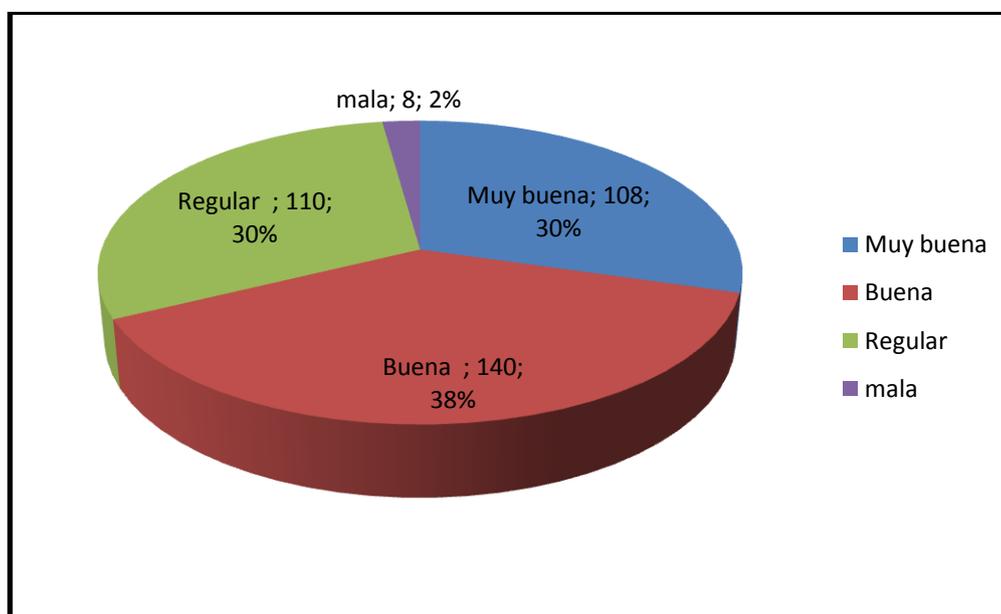
Pregunta #12 ¿Cómo califica usted la calidad de información que difunde los medios escritos?

Tabla # 12.

Opciones	total
Muy buena	108
Buena	140
Regular	110
mala	8
Total	366

Fuente: Encuestas Elaborado por: Marlon Ramírez.

Gráfico#12



Fuente: Encuestas Elaborado por: Marlon Ramírez.

Como resultado de las encuestas planteadas, dan a conocer que el 30% de los usuarios consideran regular la calidad de información, dejando una brecha abierta en su sensacionalismo evidente en la ciudadanía, señalan que es aceptable pero no la mejor, dejando a evidencia sus anhelos de conseguir medios de alta calidad motivacional.

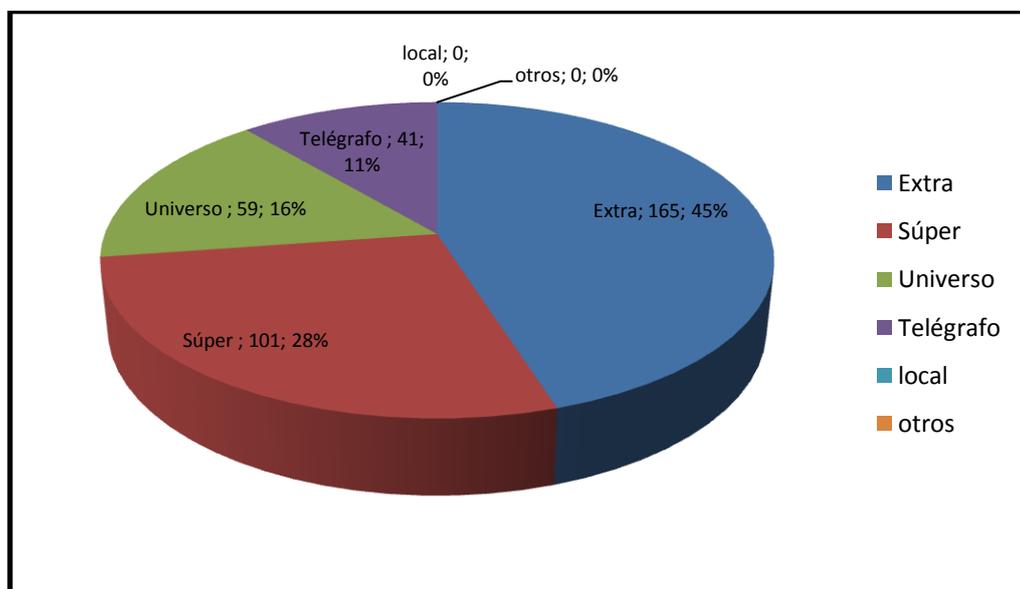
PREGUNTA #13: ¿QUÉ MEDIO IMPRESO COMPRA USTED?

Tabla #13

Opciones	total
Extra	165
Súper	101
Universo	59
Telégrafo	41
local	0
otros	0
total	366

Fuente: Encuestas Elaborado por: Marlon Ramírez.

Gráfico #13.



Fuente: Encuestas Elaborado por: Marlon Ramírez.

Como se observa en los resultados 45% de encuestados señalan comprar el diario Extra conocido en nuestro medio como el sensacionalista seguido por el 28% de Súper que ha seguido el formato de publicaciones que en nuestro entorno llama la atención de la colectividad y los medios formales despuntan sus vetas en fechas cívicas.

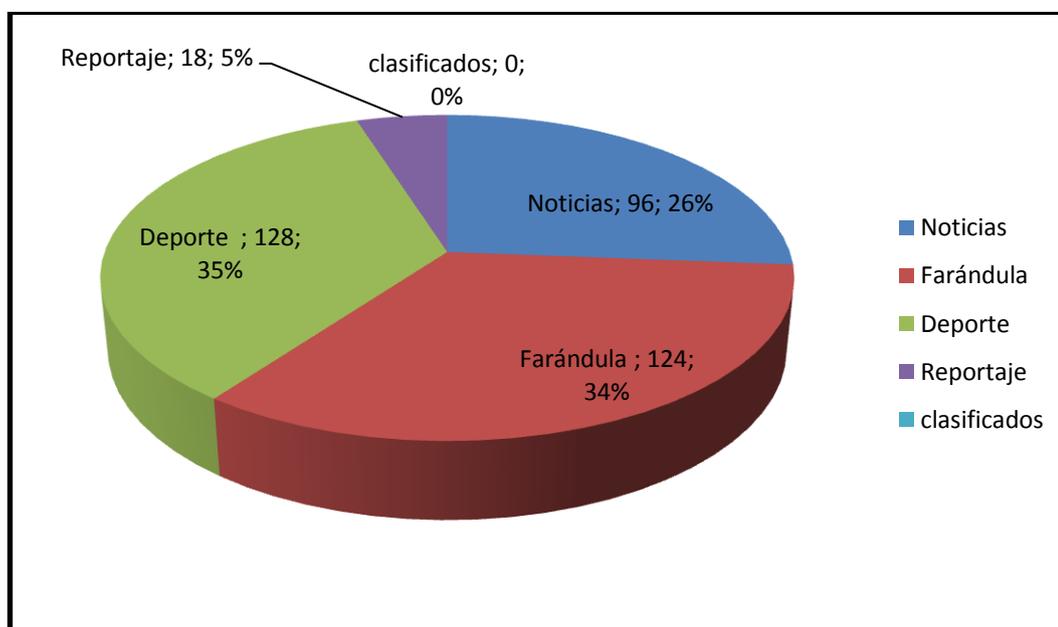
PREGUNTA #14. ¿QUÉ SECCIÓN LE LLAMA LA ATENCIÓN?

Tabla#14

Opciones	total
Noticias	96
Farándula	124
Deporte	128
Reportaje	18
clasificados	0
total	366

Fuente: Encuestas Elaborado por: Marlon Ramírez.

Gráfico#14.



Fuente: Encuestas Elaborado por: Marlon Ramírez.

Como se observa en los resultados los deportes con el 35% es la sección más leída y le sigue el 34% de la farándula nuestro país que ocupan varias páginas de las publicaciones diarias, dejando a lado las noticias o más bien el formato de difundirlas que finalmente motivan a que sus ventas dependan de esas secciones desplazando más paginas en ellas.

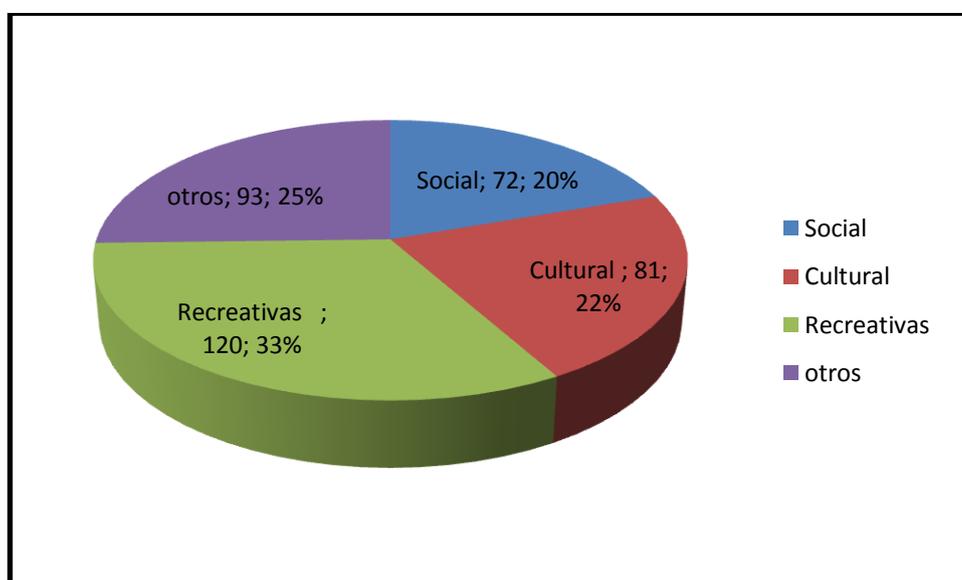
PREGUNTA #15: ¿QUÉ USO LE DA USTED AL PERIÓDICO?

Tabla#15

Opciones	total
Social	72
Cultural	81
Recreativas	120
otros	93
total	366

Fuente: Encuestas Elaborado por: Marlon Ramírez.

Gráfico#15



Fuente: Encuestas Elaborado por: Marlon Ramírez.

Como se observa en los resultados el 33% considera que las publicaciones son creativas un 20% sociales y otros 25% y en la cultural solo un 22%, pero si se empelara más espacios en publicaciones que ayuden a la formación, nuestro entorno cambiaria y con la propuesta contribuirá a este cambio dentro de la provincia de Santa Elena.

CONCLUSIONES

En la investigación de “la influencia de la prensa escrita en los criterios idiosincrático de adolescentes de 14 a 17 años del barrio 6 de diciembre del cantón la libertad en el período de mayo a julio del 2011”.

Se ha determinado lo siguiente:

- ✓ Los adolescentes si tiene fácil acceso a la prensa escrita nacional que circula en la provincia de Santa Elena, pero en su mayoría optan por lo más populares de contenidos melodramáticos y sensacionalistas y un grupo determinado no considerar oportuno y no había medios como para leer periódicos.
- ✓ La persuasión de la publicaciones se notaba evidente entre los encuestados argumentando que se vuelven consumistas de manera rápida pero pocas veces asimilan los que se está leyendo.
- ✓ Las imágenes impúdicas que suelen usar en las portadas son utilizadas de manera morbosa entre los adolescentes lo que podría propiciar un despertar sexual a temprana edad, lo que conlleva un sinnúmero de factores negativos dentro de su entorno social psicológico y sexual en sus vidas.
- ✓ La repercusión en los hábitos vestimenta son pocos en ellos ya que por lo general querrían imponer sus modas según sus convicciones no permitiendo que la prensa pueda sugerir entre sus gustos diarios.
- ✓ En un bajo porcentaje de los encuestados consideran a la prensa escrita como un medio de comunicación informativa más bien lo utilizan como pasatiempo (Extra y Súper) recreándose con la farándula y deportes

catalogando su la calidad de información como regular dejando su interés por información productiva a una lado.

- ✓ es evidente que cuando son fechas históricas optan por adquirir los diarios formales (Universo, Expreso, Telégrafo, Comercio, Hoy etc.) del país argumentando que son extenso pero de gran ayuda al momento de realizar tareas escolares teniendo muy poco el acceso a ellos sino más bien esporádicos.

RECOMENDACIONES

- ✓ Como resultado de la investigación se pudo constatar que las decisiones e ideas son variantes en cuestión de segundo lo que nos les permite tener una estabilidad emocional social y por ende son vulnerables a ser modificaos por lo que circula en la prensa escrita es decir están en la edades donde van fondo sus criterios que según los resultados un 65% dependerá de los medios de comunicación en especial de la escrita
- ✓ Conociendo el trasfondo de la persuasión y la utilización de bombardeo de publicidad subliminal en la prensa hacia los adolescentes, se recomienda emplear más secciones que contribuyan un cambio social y cultural de nuestra colectividad.
- ✓ Fusionando la información cultural y trascendental ayudaran que los adolescentes adopten una nueva cultura aprovechando su rapidez para asimilar y así poder contribuir con un nuevo modelo de cultura en la sociedad.
- ✓ Fomentar los valores humanitarios en la prensa ayudará a que los jóvenes se motiven a practicarlos en sus vidas diarias y sus repercusiones positivas dentro de su entorno.

CAPITULO IV

PROPUESTA

CREACIÓN DE UNA REVISTA CRISTIANA JUVENIL E INFORMATIVA.

SHEKINA MAGAZINE

JUSTIFICACION

La investigación se planteó en el barrio Seis de Diciembre como muestra por que consta de iglesia, colegios, escuelas, cachas recreativas y demás sitios de distracción haciéndolo un barrio complementario propio para el estudio.

Como resultado de la investigación de campo se pudo observar que la ciudadanía y en especial los adolescentes no recurre a los diarios como medios informativos si no como recreativos y el incremento de nuestra sociedad y la necesidad de obtener información de forma diferente nos motivó a extender el proyecto en toda la provincia de Santa Elena.

Estaremos contribuyendo como una nueva opción de medios escritos, donde los adolescentes y jóvenes contarán con un espacio específico que les ayude a identificarse sin perder la esencia de la comunicación que es informar, educar y entretener.

Ser la única revista cristiana dentro de la Provincia de Santa Elena nos ayudara a ser los pioneros de la nueva tendencia de la era de la comunicación e información y conociendo que los adolescentes son ente

de información y su rápida asimilación nos ayudara a ir dando el inicio de una nueva perspectiva del rol de los medios impresos.

Los beneficiados en con esta nueva propuesta ser el sector juvenil que paulatinamente será expandiendo a todo público con la finalidad de que tener nuevos estilos y que elijan basándose en sus convicciones.

DIAGNÓSTICO

Los medios de comunicación masiva son los entes reguladores de la idiosincrasia de una comunidad en particular y por ende toma la vital importancia para el desarrollo de la misma.

Como antecedente de la influencia de la prensa escrita se ha diagnosticado varias falencias y también el concepto agónico de que son medios de comunicación informativos dentro de la provincia de Santa Elena.

Al ver la realidad se optan por la creación de una nueva ideología que ayudará a los adolescente a comprender la realidad desde de otra óptica de comunicación.

FORTALEZAS

- ✓ Audiencia cautiva.
- ✓ Conocimientos científicos
- ✓ Conocimientos técnicos y de campo
- ✓ Respaldo de la empresa Shekina radio y televisión.

OPORTUNIDADES.

- ✓ Recurso humano profesional.
- ✓ Posibles clientes.

- ✓ Soporte sociocultural.
- ✓ Inversión de los clientes.

DEBILIDADES.

- ✓ Presupuesto financiero.

AMENAZA.

- ✓ Falta de venta.

4. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA PROPUESTA

Sociológica

La innovación juvenil fusionada con la información que sustente a los jóvenes como promotores de cambios sociales culturales y hasta económicos es el objetivo de traer una nueva propuesta que fortalezca los lazos de los medios escritos reconocidos como canales de información sustancial.

En la novel provincia de Santa Elena existen cerca de 45% de cristianos y el 40% de la demás población que respaldan y aprueba la propuesta de la revista mensual que contará de información actual que fusionará con nuevas tendencias juveniles.

Los precedentes de la revista obtendrán un impacto trascendental y así contribuirá a modificar los pensamientos de la juventud en general sobre como ver los hechos reales de nuestro entorno con otro formato.

Las publicaciones de las diferentes acontecimiento que las iglesia realicen serán difundidas tomando un realce dentro de la sociedad.

Los colores y la textura darán un nuevo toque visual para que sea llamativa y por ende cautivar a los lectores que se motivar ya que contar con espacios para que ellos mismos sugieran según sus necesidades.

La esencia de un mejor porvenir para los jóvenes y la sociedad es la visión radical del medio que da pie a un cambio dentro de nuestra sociedad que con el pasar del tiempo se ve afectad por la presionada prensa en general que sutilmente perjudica.

LEGAL.

En la actualidad se van reformando más leyes que amparan la creación de medios escritos bajo la tutoría del profesional de la rama periodística y así mismo estipulan códigos de regulación de contenido.

Para la creación de la Shekina Magazine tenemos respaldo Constitucional y de varios organismos de comunicación.

Constitución de la República del Ecuador, sección tercera los derechos del buen vivir:

Art. 18. Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1 buscar, recibir, intercambiar, producir, y difundir información veraz, verificada y oportuna, contextualizada, plural sin censura previa cerca de los hechos, acontecimiento y procesos de interés general con responsabilidad ulterior.

Art. 19. La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la

programación de los medios de comunicación y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

Objetivo General

Difundir información, noticiosa, cultural fusionada con estilos juveniles cristianos para que los adolescentes construyan una mejor idiosincrasia dentro su entorno.

Objetivos Específicos

- Brindar una nueva opción de comunicación Cristiana Juvenil para que influir positivamente en los jóvenes.
- Informar de las actividades de las iglesias y demás sectores fuentes de noticias relevantes para que haya variedad de publicaciones.
- Contribuir con un cambio sociocultural a través de las publicaciones para mejoramiento cultural

CARACTERÍSTICAS DE LA REVISTA

De corte juvenil que tendrá informaciones desde la óptica cristiana juvenil que ayudara a fomentar nueva realidad de paz entre las tormentas de la juventud que en la actualidad vive la vida sin reloj y orientación alguna.

- ✓ Full color
- ✓ Papel cuche
- ✓ Tamaño a 21x28 cm
- ✓ Letra Goudy Old style.
- ✓ Títulos de 16
- ✓ Redacción de 12
- ✓ Imágenes llamativas

SECCIONES

- ✓ Noticias
- ✓ Reportajes
- ✓ Notas y curiosidades
- ✓ Notas sobre música
- ✓ Acrósticos
- ✓ Espacios de entretenimiento
- ✓ Guías de valores humanos.
- ✓ Cartas ala lector.
- ✓ Concursos.
- ✓ Deportes extremos.
- ✓ Recomendaciones
- ✓ Consultas.

DISTRIBUCIÓN Y VENTAS

La distribución se realizará en puntos estratégicos como iglesias, librerías cristianas, centros educativos que colaboren en las ventas de la revista y así poder abarcar en su totalidad en entorno cristiano para después expandir el mercado a todo público para que sean más los beneficiados.

Los ejemplares tendrán un costo de 2 dólares americanos para costear las impresiones y el talento humano y distribución.

La frecuencia de circulación será cada quince días para mantener en constate fluido de información a la colectividad

FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA

LEGAL

Para la creación de Shekina Magazine nos respaldamos en la Constitución de la República Del Ecuador.

CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR: COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

***Artículo 16.** Todas las personas, forma individual o colectiva tienen derecho a:*

***3.**La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.*

CÓDIGO DE ÉTICA PROFESIONAL: EL PERIODISTA Y LA COMUNIDAD

***Artículo 1.**El periodista tiene la obligación de proporcionar a la comunidad una información objetiva, veraz y oportuna.*

***Artículo 3.**El periodista está obligado a promover el desarrollo integral del país, la educación, la ciencia, la cultura y a luchar por la liberación del hombre y los pueblos.*

Artículo 4. *La comunidad tiene derecho a ser correctamente informada y el periodista está obligado a evitar la deformación y tergiversación de las informaciones.*

Artículo 7. *El periodista está obligado a defender el derecho y el ejercicio de la libertad de expresión de todos los sectores de la comunidad, especialmente de los marginados de la comunicación social.*

Artículo 8. *El periodista está obligado a luchar por la comunidad en la que se desenvuelve y defender el equilibrio ecológico y el medio ambiente.*

CODIGO DE LA NIÑEZ Y ADOLESCENCIA, publicado por Ley No. 100. En Registro Oficial 737 de 3 de Enero del 2003. Capítulo III, Derechos relacionados con el desarrollo:

Art. 34.- *Derecho a la identidad cultural.- Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a conservar, desarrollar, fortalecer y recuperar su identidad y valores espirituales, culturales, religiosos, lingüísticos, políticos y sociales y a ser protegidos contra cualquier tipo de interferencia que tenga por objeto sustituir, alterar o disminuir estos valores.*

Para la creación de la revista se necesita los implementos y material de trabajo tales como:

ARTÍCULOS	PRECIOS UNIDAD	VALOR TOTAL
2 computadores	\$500	\$1000
Impresora	\$100	\$100
2 cámaras de fotográficas	\$300	\$600
2 Pen drive.	\$15	\$30
2 Grabadoras periodísticas	\$80	\$160
2 Radios receptores	\$80	\$160
Total		\$2050

TALENTO HUMANO.

Para la el trabajo de oficina se empleará la personal capacitado cada uno con sus salarios respectivos

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
Director	\$400	\$4800
Gerente de ventas	\$350	\$4200
Diseñador gráfico	\$300	\$3600
Reportero	\$250	\$3000
Total	\$ 1300	\$ 15600

Gastos operativos

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL.
Internet	25	300
Costo de ejemplares	1 200	24 000
Total	1 225	24 300

PRESUPUESTO GENERAL

DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL
Equipos		\$2050
personal administrativo	\$1300	\$15600
Costo operativo	\$1 225	\$24 300
Total	\$2 525	\$41 950

PRECIOS DE PUBLICIDAD.

PAGINAS	MENSUAL	ANUAL
Portada interior	\$350	\$4200
Contra portada	\$250	\$3000
Paginas intermedias	\$300	\$3600
Anuncios publicitarios	\$200	\$2400
2000 ejemplares (\$2)	\$4 000	\$48 000
Total	\$5100	\$ 61 200

PRESUPUESTO DE UTILIDADES ANUALES.

Total	Anual
Ingresos	61200
Egresos	41950
resultado	19250

FINANCIERA

Para el financiamiento de la revista hemos hecho un balance con los egresos e ingresos y nos da como resultados 19250 como utilidad que para el proyecto sería viable para el sustento ya que la base fundamental es aportar ala comunidad.

Política.

Constitución de la República del Ecuador en la sección tercera, comunicación e información estipula:

Art. 16 numeral 3 *“La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas”*

Art. 17 numeral 2 *“facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos y privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dichos accesos o la tengan de forma limitadas.*

DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

En nuestro entorno no existe una revista cristiana que permita informar educar y entretener a los jóvenes en especial y según la opinión de varios publicistas y peritos en la materia visionan el éxito de la propuesta al innovar en este público segmentado que cada día se incrementa y sus necesidades de información igual.

La fusión de noticias cotidiana de nuestro entorno con estilos juveniles será el enganche de la revista y la segmentación de espacios cristianos complementar la visión de la propuesta.

El costo será accesible y como tendremos el marketing en los medios de Shekina radio y televisión respaldando con constante publicidad que aportaría el incremento de las de venta entre los habitantes que anhela un cambio día a día.

En nuestra península de Santa Elena no se ha dado tal iniciativa y según los conocimiento de un publicitas nos da conocer que será una revolución juvenil por su participación con iglesias, información variedad entre otro tópico que no se han explorado dentro de nuestra colectividad.

Son altos los grados del éxito de la propuesta y exponer un nuevo canal de información que contribuirá a que los jóvenes en general toman la iniciativa a un cambio de idiosincrasia que traerá consigo mejores relaciones familiares, amigables, colegiales universitarias empresariales y profesionales dentro de nuestro contexto.

IMPACTO

Es poco común ver algún artículo o reportajes cristianos o de consejo útiles dentro de los medios de comunicación, y al ser tomados en cuenta dentro de las escalas comunicacionales y reflejar en ellos el arduo labor que se realiza por fomentar un cambio sociocultural dentro de la provincia obtendrán un realce y motivación para seguir trabajando en pro de la juventud de la provincia.

La información sustancial que se publicara servirá como ejemplos para otros jóvenes sean estimulados hacia la superación psicológica, laboral estudiantil y familiar y por ende marca una diferencia en su contexto social.

Con este nuevo proyecto ejecutable se estaría brindando plaza de trabajo a jóvenes profesionales que no están ubicados en el desarrollo de su profesión y poder desempeñar su función.

El aportar y dar opciones de cambio a los jóvenes dejará el precedente que hay esperanzas para un cambio de sociedad y no solo seguir los estereotipos mal influenciados que bombarda nuestra televisión y prensa sino más bien motivará para seguir destacándose con sus habilidades incitando a que sean los forjadores de un mañana mejor.

BIBLIOGRAFÍA

1. Assaf Lina. (2009). La Prensa – Periódico. Editorial. El Cid Editor I Apuntes.
2. Ayala, Francisco. *La retórica del periodismo y otras retóricas*. Madrid: Espasa Calpe, 1985.
3. Barrera Agarwal. María Helena. (2006). Crisis y autocensura: problemas en The New York Times. Editorial: Red Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI.
4. Caloca Carrasco Eloy. Recuento histórico del periodismo. Instituto Politécnico Nacional. 2010.
5. Ciespal (2002). Estrategias de publicidad y promoción.
6. Ciespal (2003) Fundamento del periodismo impresos.
7. Díaz Güell, Luis Valbuena de la Fuente, Periodismo y periodistas de investigación. España, 2005.
8. Díaz Güell. Luis Valbuena de la Fuente. (2005). Periodismo y Periodistas de Investigación en España, 1975-2000: Contribución al cambio político, jurídico, económico y social. Editorial: Universidad Complutense de Madrid.
9. Diccionario de la comunicación tomo una 1 y dos Ignacio h. de la mota.
10. Dr. C: Homero fuentes. Dr. Jorge Montoya (2007). El proceso de investigación científica. Universidad Estatal de Bolívar.

11. Federación Nacional de Periodistas, Decreto No. 799-B publicado en el Registro Oficial No. 900, de 30 de septiembre de 1975.
12. Ferrer Rodríguez, Eulalio. *La historia de los anuncios por palabras*. Madrid: Maeva, 1989.
13. Izquierdo Escribano Antonio. (2010). *Sociología: Cultura y Estructura*.
14. Izquierdo Escribano, Antonio. *Sociología: Cultura y Estructuras*. Firms Prensa .2009.
15. José Ignacio Armentia Vizuite- José María Camón Marcet, análisis de los medios de comunicación, editorial Ciespal 1992.
16. Ley de Cultura, Registro Oficial 465 .19 de noviembre de 2004.
17. Martínez Consuelo. Ojeda María. (2010) *Antropología: la Organización Social*.
18. Miralles Lucena Rafael. (2006). *La prensa escrita antes el desafío de los nuevos medios*.
19. Peter Schenkel y Marcos Ordoñez. (1981). *Comunicación y cambio social*, editorial, Ciespal.
20. Red Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI .CIESPAL. Quito.2008.
21. Red Revistas latinoamericanas de comunicación CHASQUI.

22. Sánchez Corral, Luis. *Retórica y sintaxis de la publicidad (Itinerarios de la persuasión)*. Córdoba (España): Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba, 1991.
23. Ubieto. José Ramón. (2007) *Cambios Sociales: la infancia adolescencia Posmoderna*.
24. Urabayen Miguel. (2006). *Periodismo moderno: Lenguaje escrito y visual*.

MODELO DE ENCUESTA

Cantón La Libertad (Barrio 6 de diciembre)

Con el propósito de realizar un trabajo investigación que permita conocer la influencia de la prensa escrita en los adolescentes, se le hace partícipe de las siguientes encuestas:

Sexo: Femenino _____ Masculino _____

14	15	16	17
----	----	----	----

Edad:

PREGUNTAS	si	probablemente si	tal vez	no	probablemente no
1. ¿Lee usted periódicos?					
2. ¿Cree usted que el contenido del diario influye en su manera de pensar					
3. ¿Considera que la prensa y sus imágenes sensuales inducen al despertar sexual a temprana edad?					
4. ¿Crees que tiene efectos negativos las publicaciones de la prensa?					
5. ¿influye en sus hábitos diarios lo que ve publicado?					
6. ¿Su vestimenta varía de acuerdo a lo que observa en las publicaciones?					
7. ¿Usted adoptan culturas internacionales?					
8. ¿Te ayuda en tu formación académica los periódicos?					
9. ¿Comparte con otros lo que se observa en el medio escrito?					
10. ¿Consideras a los periódicos como un medio de comunicación informativo?					
11. Le gustaría que se cree un medio escrito juvenil informativo					

12. ¿Cómo califica usted la calidad de información que difunde los medios escritos?

Muy buena _____ buena _____ regular _____ mala _____

13. ¿Qué medio impreso compra usted?

Extra _____ súper _____ universo _____ telégrafo _____ local _____ otros _____

14. ¿Qué sección le llama la atención?

Noticia _____ farándula_____ deportes_____ reportajes_____ clasificados____

15. ¿Qué uso le da usted al periódico?

Social _____ cultura_____ recreativas _____ Otro_____