



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL
DESARROLLO SOCIO AFECTIVO EN ADULTOS MAYORES DE LOS
BARRIOS PERIFÉRICOS DE LA CABECERA CANTONAL DE SANTA
ELENA EN EL ÚLTIMO SEMESTRE DEL 2010.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

AUTORA: ALEXANDRA DEL ROCIO REZABALA SALTOS

LIBERTAD – ECUADOR

2011



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL
DESARROLLO SOCIO AFECTIVO EN ADULTOS MAYORES DE LOS
BARRIOS PERIFÉRICOS DE LA CABECERA CANTONAL DE SANTA
ELENA EN EL ÚLTIMO SEMESTRE DEL 2010.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

AUTORA: ALEXANDRA REZABALA

TUTOR: SOC. HUGO HERMENEJILDO

LIBERTAD – ECUADOR

2011

DEDICATORIA

A Dios por haberme dado la vida y por apoyar mis momentos de inspiración y despertar en mí el deseo de servir en la sociedad con el más preciado de los títulos: Comunicador Social.

Al Ing. Elio Rodríguez mi pilar fundamental para que este trabajo se realice, quien me dio el apoyo moral cuando me sentía caída que no quería seguir con este proyecto como profesional y sus palabras me levantaron, porque con el soporte de esta persona ha hecho de mi la persona que soy y de la cual me siento orgullosa.

Alexandra Rezabala Saltos

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi asesor Lcdo. Hugo Hermenejildo por su compromiso desinteresado y el apoyo que me brindó, demuestra que hay personas que de verdad que llevan en la sangre el sentir del docente, a la Universidad Estatal Península de Santa Elena que me brindó los conocimientos para poder ser una profesional.

A los coordinadores sus consejos oportunos y sugerencias, enriquecieron de manera especial este trabajo, a todos y cada uno de los que conforman el sector de la cabecera cantonal de Santa Elena gracias a ellos tenemos todos los días el reto de mejorar y de creer no sólo en nuestros sueños sino también en los suyos.

Alexandra Rezabala Saltos

CERTIFICACIÓN

SOC. HUGO HERMENEJILDO S. Tutor e tesis del Estudiante de Licenciatura en Comunicación social, Alexandra del Rocio Rezabala Saltos.

CERTIFICA:

Que una vez revisados los contenidos de la investigación y desarrollo del trabajo de titulación o graduación, estos guardan relación con lo estipulado en la reglamentación prevista por los organismos de estudios de tercer nivel, los mismos que cumplen con los requisitos básicos y científicos y con los parámetros del método de investigación y su proceso por lo tanto solicito se dé el trámite legal correspondiente.

Atentamente.

Soc. Hugo Hermenejildo S.

TUTOR DE TESIS

TRIBUNAL DE GRADO

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

Lcdo. Milton González Santos
DIRECTOR DE LA CARRERA

Soc. Hugo Hermenejildo S.
PROFESOR TUTOR

Lcdo. Wilson León
PROFESOR DEL ÁREA

Abg. Milton Zambrano Coronado. MSc
SECRETARIO-PROCURADOR

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CERTIFICACIÓN.....	iv
ÍNDICE	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	viii
RESUMEN.....	1
INTRODUCCIÓN.....	2
TEMA	4
ANTECEDENTES	5
JUSTIFICACIÓN.....	6
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	7
EL PROBLEMA.....	8
TEMA	8
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA (Efecto observado)	8
POSIBLES CAUSAS DEL PROBLEMA.	8
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	9
FORMULACIÓN Y SELECCIÓN	9
DELIMITACIÓN ESPACIAL Y TEMPORAL	9
ANÁLISIS CRÍTICO	10
PROGNOSIS	10
HIPÓTESIS Y/O IDEA A DEFENDER.	11
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	12
CAPÍTULO I	13
MARCO TEÓRICO.....	13
MARCO REFERENCIAL.....	13
MARCO CONCEPTUAL.....	23
LA COMUNICACIÓN	26
CONCEPTOS DE COMUNICACIÓN	29
BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN.....	33
EL HABLA EN SU MÁXIMA EXPRESIÓN	35
COMUNICACIÓN PARA VERBAL.....	38
LOS GESTOS EXPRESAN MÁS QUE LAS PALABRAS	40
LA INTERACCIÓN COMUNICATIVA.....	43
LA INTERACCIÓN SOCIAL.....	46
LA SOCIALIZACIÓN COMO CONSTRUCTORA DE CULTURA.....	48

ADULTO MAYOR	50
LA COMUNICACIÓN ENTRE ADULTOS MAYORES	55
MARCO LEGAL	62
FUNDAMENTACIÓN LEGAL	63
ANÁLISIS DE LOS ARTÍCULOS:	63
CAPITULO II	68
ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	68
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN A UTILIZAR.	73
POBLACIÓN Y MUESTRA.	73
CAPITULO III	76
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	76
CAPÍTULO IV	86
PROPUESTA	86
TÍTULO DE LA PROPUESTA	86
ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA	86
JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	87
FACTIBILIDAD.....	88
PROBLEMÁTICA FUNDAMENTAL.....	88
OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	88
PLAN DE ACCIÓN	89
METODOLOGÍA. DISEÑO DE ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS.....	90
CONCLUSIONES.....	95
RECOMENDACIONES.....	96
BIBLIOGRAFÍA.....	97

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA # 1	76
TABLA # 2	77
TABLA # 3	78
TABLA # 4	79
TABLA # 5	80
TABLA # 6	81
TABLA # 7	82
TABLA # 8	83
TABLA # 9	84
TABLA # 10	85
TABLA # 11	92
TABLA # 12	93

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO 1	76
GRÁFICO 2	77
GRAFICO 3	78
GRAFICO 4	79
GRAFICO 5	80
GRAFICO 6	81
GRAFICO 7	82
GRAFICO 8	83
GRAFICO 9	84
GRAFICO 10	85

RESUMEN

Los medios de comunicación, en forma crítica han venido influenciando en el desarrollo socio afectivo de los adultos mayores, a partir de la realidad, esta investigación es una propuesta aplicable en los miembros de los barrios periféricos de la cabecera cantonal de Santa Elena e implica que la influencia sea sumamente factible en el aspecto socio afectivo.

La importancia de los medios de comunicación de la provincia en el proceso de influencia va más allá de la formación crítica a lo social y afectivo que es en si el campo de investigación donde involucra todo lo relacionado con la influencia positiva que tienen los medios de comunicación en la comunidad específicamente a los adultos mayores.

Desde el punto de vista metodológico se fomenta el desarrollo del conocimiento cualitativo y cuantitativamente, se busca optimizar la comunicación mediante las divertidas e interactivas programaciones de los medios de comunicación para así medir la adecuada influencia de los mismos, acorde con el desarrollo y contexto tecnológico mundial.

A través de este trabajo investigativo se busca aportar con la demostración de los ambientes de influencia de los medios de comunicación, con lo cual se mejorará la comunicación de los adultos mayores y será más eficiente, obteniendo mejores resultados valorativos.

Fomenta la creatividad, diversidad de programación en los medios de comunicación para favorecer aprendizajes diversos, libres, constructivos, interesantes, interactivos, genuinos y viables que posibilitan el conocimiento de los objetivos de los medios de comunicación

INTRODUCCIÓN

La comunicación es tan antigua como el hombre. Comunicar es algo tan humano y social como difícil y complicado. Por ello es tan apasionante.

Cuando hablamos de comunicación social muchos pensamos en la radio, la prensa, teléfono, fax, internet, pero esto no se restringe a nuestro contacto con los medios. Está presente en nuestra vida cotidiana, en nuestra relación diaria con las personas, conversaciones, en las cartas que nos escribimos, etc. Sin embargo, no podemos negar la importancia de los medios masivos de comunicación. Sin ellos jamás podríamos saber de lo que ocurre en otras zonas del país o en el resto del mundo. Incluso, no podríamos comprendernos cabalmente sin esa diaria confrontación con la radio, la televisión o la prensa escrita.

El influjo que ejercen los medios de comunicación de masas sobre la sociedad actual es innegable, en unos casos esta capacidad de intervención sobre el individuo, y por ende, sobre la colectividad social puede resultar beneficiosa, sin embargo en otras ocasiones, puede tener un efecto realmente perjudicial.

La opinión pública en ocasiones recibe tal cantidad de informaciones que es incapaz de reconocer cuales son erróneas y cuáles no, cuales están manipuladas y cuáles no, precisamente esta *hiperinformación* sitúa al individuo en el punto inverso al que creía estar ubicado, es decir, el receptor de ese enorme flujo informativo no tiene capacidad suficiente como para asimilar y procesar ese ingente material. No es capaz de discriminar lo bueno de lo malo, un ejemplo muy en sintonía con este tema extrapolado del ámbito más general a un espacio más concreto de la información, es la incapacidad de los servicios de inteligencia actuales para dar validez, credibilidad, o certeza a los innumerables mensajes que reciben acerca de una determinada investigación. Precisamente por esa

imposibilidad manifiesta a la hora de diferenciar entre la información veraz, la desinformación o la manipulación.

El receptor del flujo informativo, es soberano en cuanto a su libertad de elección de medios de comunicación, de este modo, la prensa escrita tradicionalmente se ha caracterizado por unos niveles de prestigio mayores que los obtenidos por los medios audiovisuales, ello puede ser debido a que la información tratada se somete a un proceso de análisis más profundo, distinto al que puede aplicarse a los audiovisuales, quizá por encontrarnos en la era de la noticia *express*, predominando de esta forma la instantaneidad informativa, así el impacto producido por una noticia en el espectador cobra mayor relevancia si es emitida de forma inmediata, incluso en directo, de este modo, en las redacciones de los medios informativos, en ocasiones ante determinadas noticias denominadas de alcance no hay tiempo material para contrastar las noticias aparecidas en los teletipos y es necesario optar entre la inmediatez con el consiguiente riesgo de faltar a la verdad o conseguir un relevante impacto visual en la audiencia del medio. Aunque el escritor Oscar Wilde manifestara: “Aquellos para quienes el presente lo constituyen las cosas presentes, no conocen nada del tiempo en que viven”.

Cada medio tiene su forma de tratar el material informativo, así la emisión de una noticia en televisión puede durar una media de uno o dos minutos, en ese tiempo hay que comunicar al telespectador el que, él como, él cuando y el porqué de la noticia, inevitablemente el hecho se va a ver seccionado o mutilado, ya que, por muy buena que sea la labor de síntesis, siempre van a faltar elementos, entendemos que imprescindibles que permitan al telespectador formarse un juicio exacto del hecho difundido.

TEMA

**LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL
DESARROLLO SOCIO AFECTIVO EN ADULTOS MAYORES DE LOS
BARRIOS PERIFÉRICOS DE LA CABECERA CANTONAL DE SANTA
ELENA EN EL ÚLTIMO SEMESTRE DEL 2010.**

ANTECEDENTES

En América Latina y el Caribe la población de más 60 años está aumentando sostenidamente, y al menos tres hechos importantes caracterizan este proceso actual. En todos los países de la región, la población de más de 60 años muestra un incremento sustancial, tanto en términos absolutos como relativos. Además el ritmo del envejecimiento en la región se produce con mayor rapidez de lo que fue históricamente en los países desarrollados.

Los posibles impactos positivos y negativos de la comunicación en el envejecimiento, demográficamente no se relacionan sólo con su faceta cuantitativa sino también con la alta incidencia de los medios de comunicación local, la persistente y aguda inequidad social, la baja cobertura de la comunicación social y la probable tendencia hacia el deterioro de las estructuras familiares de apoyo a los adultos mayores. Por lo tanto, la región enfrenta el reto simultáneo del desarrollo y el envejecimiento de la población y la adecuada comunicación en los medios locales de la provincia de Santa Elena, específicamente en la cabecera cantonal.

En el contexto mencionado, el apoyo familiar y comunitario tiene un fuerte impacto en las condiciones de vida de los adultos mayores. Ese apoyo asume diversas formas, que van desde la ayuda monetaria directa hasta los cuidados personales en el caso de enfermedad o discapacidad o mediante el apoyo emocional (visitas, llamadas, etc.). Ante el insuficiente apoyo de los sistemas hacia los adultos mayores, es probable que la familia y la comunidad continúen siendo los principales soportes del adulto mayor. Sin embargo, en la mayoría de los países no se dispone de un conocimiento acabado del impacto de estos apoyos ni de su variabilidad en diferentes contextos sociales y culturales.

En ese marco se inscribe la presente investigación, que pretende explorar nuevas modalidades de comunicación e investigación de tipo cualitativo

sobre redes de apoyo comunitario del adulto mayor en la región, de tal suerte que sirva de complemento a las investigaciones de carácter cuantitativo.

JUSTIFICACIÓN

La categoría de la investigación es fortalecer la información comunicativa entre los adultos mayores y los miembros de la familias de la sociedad en los barrios periféricos de la ciudad de Santa Elena por cuanto se pretende demostrar la escasa participación social en desarrollo en las relaciones humanas, e interpersonales, especialmente en las personas adultas conocidas como adultos mayores, todos ellos con una planificación que sirva adecuadamente para la formulación, ejecución, seguimiento y evaluación de los programas de acción social que conlleve a una mejor relación activa entre los miembros de la sociedad que los rodean.

La presente investigación tiene importancia debido a que se debe establecer estrategias claras con caracterización de un programa de comunicación informativa vinculando a las necesidades de los adultos mayores que habitan en los barrios periféricos de la capital de la provincia de Santa Elena, para lo cual se buscará apoyo de las organizaciones que vienen ejecutando estos trabajos pero que son pocos promovidos por los medios de comunicación social de la Provincia, especialmente de Santa Elena.

Este trabajo investigativo se convierte en factible debido a que se conoce la realidad en que se desenvuelven los adultos mayores, especialmente de las familias de escasos recursos económicos y viven en los sectores marginales de la ciudad, en donde se buscará solucionar este problema afectividad y desarrollo personal a través de un plan de acción de comunicación informativa se espera fomentar acciones enfocada a los derechos de los adultos mayores amparados en la Constitución Política

del país.

En el desarrollo de las actividades de grupos de seres humanos vulnerables se inscribe en el concepto de protección, con énfasis en los principios de universalidad, integridad y corresponsabilidad social por lo que al realizar la investigación los beneficiarios directos serán aquellas personas de los sectores marginales considerados adultos mayores y como beneficiarios indirectos sus familiares y por ende la sociedad en general.

Se proyecta conseguir resultados efectivos como la cuantificación de información de personas adultas que padecen esta marginación de sus familiares de la sociedad y se dará énfasis a la aplicación de una propuesta de difusión en los medios de comunicación para fortalecer la comunicación de los adultos mayores, que sin duda permitirá establecer el desarrollo psicológico, socio-espiritual de las familias en sus entornos culturales sociales en la capital de la provincia de Santa Elena.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Establecer estrategias de difusión en medios de comunicación para fortalecer el desarrollo socio-afectivo en los adultos mayores de los barrios periféricos de la ciudad de Santa Elena.

Objetivos Específicos

- Especificar la problemática existente en la poca difusión de programas y mensajes comunicativos para los adultos mayores.
- Identificar causas del desarrollo comunicacional en las actividades

integracionistas de los adultos mayores.

- Extraer los resultados de la problemática existente en la comunicación entre la sociedad y los adultos mayores.
- Establecer plan de acción estratégico de difusión para los medios de comunicación que permitan incentivar a la sociedad se integren al desarrollo socio afectivo de los adultos mayores.

EL PROBLEMA

TEMA

Los medios de comunicación y su influencia en el desarrollo socio afectivo en adultos mayores de los barrios periféricos de la cabecera cantonal de Santa Elena en el último semestre del 2010.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA (Efecto observado)

Deficiente desarrollo socio afectivo en adultos mayores de los barrios periféricos de la cabecera cantonal de Santa Elena.

POSIBLES CAUSAS DEL PROBLEMA.

- Falta de diálogo entre los miembros de la familia.
- Poca difusión de los medios de comunicación.
- Desconocimiento de las políticas de Estado.
- Escasa información entre los adultos mayores y la familia.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

¿Cómo incide la falta de diálogo entre los miembros de la familia en el deficiente desarrollo socio afectivo en adultos mayores de los barrios periféricos de la cabecera cantonal de Santa Elena?

¿Tiene influencia la poca difusión de los medios de comunicación en el deficiente desarrollo socio afectivo en adultos mayores de los barrios periféricos de la cabecera cantonal de Santa Elena?

¿Es determinante el desconocimiento de las políticas de Estado en el deficiente desarrollo socio afectivo en adultos mayores de los barrios periféricos de la cabecera cantonal de Santa Elena?

¿Qué efectos tiene la escasa información entre los adultos mayores y la familia en el deficiente desarrollo socio afectivo en adultos mayores de los barrios periféricos de la cabecera cantonal de Santa Elena?

FORMULACIÓN Y SELECCIÓN

¿Tiene influencia la poca difusión de los medios de comunicación en el deficiente desarrollo socio afectivo en adultos mayores de los barrios periféricos de la cabecera cantonal de Santa Elena?

DELIMITACIÓN ESPACIAL Y TEMPORAL.

Delimitación Espacial.

Esta investigación se realizó en los barrios periféricos de la cabecera cantonal de Santa Elena.

Contextual

La investigación se llevó a cabo con los habitantes de barrios periféricos de la cabecera cantonal, durante el período 2010 - 2011.

Delimitación Temporal

La investigación se realizó en el último semestre del año 2010.

ANÁLISIS CRÍTICO

El problema se torna aún mayor, cuando los habitantes de los barrios periféricos no tienen una comunicación efectiva entre los miembros de la cabecera cantonal, es un aspecto primordial para el planteamiento de nuestra investigación que es la adecuada investigación entre la población de los barrios periféricos con los demás sectores de la cabecera cantonal, por lo que ellos requieren de una buena preparación en cuanto a comunicación la misma que ayudará a reducir la inadecuada comunicación para receptar, procesar información y aprender a comunicarse. Esto se convierte en una gran limitante que frecuentemente provoca la inadecuada comunicación.

PROGNOSIS

En el diagnóstico realizado a los habitantes de los barrios periféricos se evidenció que el problema comunicativo que vienen enfrentando los barrios periféricos de la cabecera cantonal de Santa Elena, ya que se puede apreciar en los habitantes una falta de criticidad y reflexividad de una adecuada comunicación, esto conlleva a determinar parámetros como la influencia de los medios de comunicación en la población de los barrios

periféricos de la cabecera cantonal.

Al no desarrollarse la propuesta investigativa realizada se irá perdiendo el interés por determinar el nivel de influencia que tienen los medios de comunicación, lo que agudizará este problema cada vez más determinando el desarrollo de las personas completamente conformista de los barrios periféricos.

HIPÓTESIS Y/O IDEA A DEFENDER.

(Hi) HIPÓTESIS OPERACIONAL.

Si existiera un plan de acción estratégico de difusión en los medios de comunicación entonces mejoraría el desarrollo socio-afectivo en los adultos mayores de los barrios periféricos de la ciudad de Santa Elena.

VARIABLES.

VARIABLE INDEPENDIENTE: Medios de comunicación.

VARIABLE DEPENDIENTE: Desarrollo socio afectivo en adultos mayores.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUALES	INDICADORES	ÍTEMS PARA LOS INDICADORES	INSTRUMENTOS O REACTIVOS
<p>Si existe un espacio publicitario en los medio de comunicación masivo de la provincia de Santa Elena, entonces mejoraría la incidencia de los adultos mayores.</p>	<p>V.I.</p> <p>Un espacio publicitario en los medio de comunicación masivos.</p> <p>V.D.</p> <p>Mejoraría la incidencia de los adultos mayores.</p>	<p>Medios de comunicación masivos.</p> <p>En la comunicación de masas intervienen los elementos mencionados en el proceso de comunicación: emisor-mensaje-canal-retroalimentación y ruido. Se diferencia con la comunicación artificial como canal transmisor del mensaje. El proceso de comunicación masiva define y ubica los roles categóricos del comunicador y del receptor; reduce o elimina a dimensión de las relaciones interpersonales en el proceso de comunicación y tiende a separar a los individuos de su entorno sociocultural tradicional. El emisor o fuente en el proceso de comunicación masiva suele estar bien identificado, ya que es posible conocer a quien emite, codifica o envía el mensaje; en cambio, el receptor o audiencia, según la teoría clásica, es anónimo, heterogéneo, disperso geográficamente y pasivo, ya que no tiene capacidad de retroalimentación.</p>	<p>Medios</p> <p>-Radios</p> <p>-Prensa escrita</p> <p>-Televisión.</p> <p>- Internet</p> <p>Instituciones públicas y privadas.</p>	<p>1.- Que temas deberían de tratar los medios de comunicación masivos a los relacionados a los adultos mayores.</p> <p>2. Conoce Ud. La Lay q tienen Los adultos mayores.</p> <p>3. Qué rol desempeñan los adultos mayores en la sociedad.</p> <p>4. Como reflejan los adultos mayores en los medios de comunicación masivo.</p>	<p>- Observación</p> <p>- Encuesta</p> <p>- Entrevista</p>

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

MARCO REFERENCIAL

Alcira Rivera, una mujer de 65 años de edad, es una de las integrantes de ese grupo etario¹, quien recién se entera de que tiene derechos como descuentos en los servicios públicos. Ayer ella estuvo acompañada de su esposo para informarse de los beneficios que brinda la entidad.

“No sabía que podía tener beneficios por entregar facturas al SRI. También desconocía que me podían devolver el IVA por mis compras de medicinas, alimentación, vestuario”², dice Rivera

Para ella, este último derecho que tiene es favorable, ya que puede recuperar un poco del dinero invertido, sobre todo porque ni su esposo ni ella reciben la jubilación del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Carmen Cucalón, de 67 años de edad, quien hace poco conoció los descuentos que tienen los adultos mayores, señala que con asesoría de una amiga pudo recuperar hasta US\$ 120. “Esto ayuda mucho porque cuando uno pasa por la tercera edad tiene la necesidad de comprar muchos remedios”, menciona.

Algunos adultos mayores de 65 años de edad desconocen que están exonerados de pagar el Impuesto al Valor Agregado

El Gobierno ecuatoriano garantiza a los adultos mayores los siguientes derechos:

1. La atención gratuita y especializada de salud, así como el acceso

¹ Diccionario de la Real Academia Española.

1. Dicho de varias personas: Que tienen la misma edad.

2. adj. Pertenciente o relativo a la edad de una persona.

² Rivera. Ecuador. SRI 2011

gratuito a medicinas.

2. Rebajas en los servicios públicos y en servicios privados de transporte y espectáculos (tales como galerías de arte, obras teatrales y otros artes).

3. Exenciones en el régimen tributario.

4. Exoneración del pago por costos notariales y registrales, de acuerdo con la ley. (Ver Artículo 37 de la Constitución)

5. Según un informe de la Organización Panamericana de la Salud OPS, en el año 2000 fueron aproximadamente 42 millones de personas mayores de 60 años de edad en las Américas. Para el año 2020, la población de la tercera edad en la Región tendrá un incremento vertiginoso de 82 millones de personas mayores adultas

6. Según el último censo de 2.010, en Ecuador, las personas mayores de 65 años, consideradas según la ley del anciano como de tercera edad ascendieron a 895.000.

7. En Pichincha se tiene y se proyecta la siguiente población de mayores adultos:

1.990 = 74.514

2000 = 104.642

2010 = 128.666

2020 = 187.753

8. Este incremento inusitado tendrá una gran repercusión en los sistemas de salud, pensión y jubilación intocados en la nueva ley de seguridad social, en las agendas de salud pública y de economía ecuatoriana.

LA SITUACIÓN ACTUAL

Los adultos mayores por el sólo hecho de ser ciudadanos están protegidos jurídicamente por las Constituciones de sus países en cuanto a los derechos fundamentales (Libertad, igualdad, seguridad, propiedad, etc.) así como por el marco legal nacional, que incluye normas que los considera en algunos casos explícitamente o en otros por extensión, como sujetos de derechos y obligaciones. Sin embargo, no en todos integrales y que específicamente tutelén los derechos de las personas mayores o que regulen la creación y funcionamiento de instituciones y cuya labor sea mejorar sus condiciones de vida

Diagnóstico

La problemática del envejecimiento a nivel mundial es actualmente uno de los fenómenos de más difícil manejo y solución técnico-económica, sobre todo para los países en desarrollo, según el Informe de las Naciones Unidas, en 1950 había en el mundo 200 millones de personas de 60 años y más. En la Segunda Asamblea del Envejecimiento, celebrada en Madrid en abril del 2002, se estimó que las personas de 60 años y más llegaban a 600 millones en el año 2000, es decir el 10 % de la población mundial. Para el año 2025, esta cifra se incrementará a 1200 millones de personas de 60 años en adelante, lo que equivale a un 20 % de la población mundial. El 25 % de los ancianos vivirán en los países en desarrollo, es decir 300 millones de personas. En América Latina, para el año 2025, se proyecta un incremento del 14 % de personas de la tercera edad. En el Ecuador, según datos y proyecciones del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en el año 2007, existe una población de 13'574.918 habitantes, de los cuales 987.279 son personas de 65 años y mayores, que representa el 7,27 % del total de la población, con un alto

índice de pobreza extrema: 42,02%.

Además, existe en el país 1'600.000 personas con discapacidad que representa el 13,3 % de la población ecuatoriana, de los cuales 550.000 son personas de 65 años y más. La República del Ecuador es uno de los países de América Latina que ha entrado de lleno en transición demográfica, como respuesta a los cambios sociales y económicos que tuvieron lugar en las tres últimas décadas: desarrollo económico, difusión de los avances médicos y el mayor acceso de la población a los servicios de salud, incluyendo el conocimiento y el uso de métodos de planificación familiar, el mayor acceso a la educación, entre otros. Se constata la insuficiente formulación y aplicación de políticas, planes, programas y proyectos, que promuevan la contribución de la población adulta mayor en procesos de investigación y desarrollo comunitario, entre otros. Esto representa la pérdida de la experiencia y aporte técnico de un sector social que, mediante el trabajo y el voluntariado, puede encontrar importantes motivaciones para contribuir a la humanización de la prestación de servicios y de la sociedad.

Problematización

En América Latina el envejecimiento ocurre en un contexto caracterizado por una gran incidencia de alta pobreza, creciente participación laboral en el mercado informal, persistente y aguda inequidad social, escaso desarrollo institucional y baja cobertura de seguridad social. A las dificultades socio-económicas de las personas mayores se suman, en muchos casos, las inequidades de género y étnicas, que repercuten en el ejercicio de los derechos (de primera y segunda generación). Ello se expresa por ejemplo, en una deficiente inserción en el mercado laboral en las edades adultas (menor salario y mayor precariedad contractual), que a futuro redundará en situaciones de pobreza y exclusión de los servicios y beneficios de la protección en la vejez. Es el caso de las mujeres, quienes

debido a las interrupciones en la participación económica por la maternidad y a su mayor esperanza de vida quedan en una situación desventajosa frente a los sistemas de seguridad social. En Ecuador, la esperanza de vida al nacer evolucionó desde 48,4 años en el periodo 1950-1955 (47,19 para los hombres y 49,6 para las mujeres) a 74,2 años en el quinquenio 2000–2005 (71,3 y 77,2 para hombres y mujeres, respectivamente).

Propuesta de Políticas Sugeridas

Estrategias de comunicación con el adulto con deterioro cognitivo

1. Por alguna razón, una vez que los adultos mayores con déficit leve de la memoria empieza a recordar el pasado, la comunicación fluye más libremente y la retención de los mensajes es más fuerte.
2. En estos casos la enfermera(o) puede actuar como defensor, ya que conoce las necesidades del cliente por la demencia expresada en los sucesos pasados.

Estrategias de comunicación con el adulto con deterioro cognitivo

- La repetición y las instrucciones
- El personal de enfermería debe disponer de más habilidad para comunicarse con los adultos mayores que experimentan pérdida de memoria.
- Es adecuado llamar por su nombre a los adultos mayores varias veces antes de comenzar la comunicación.
- Esto puede ser útil para centrar la atención del adulto mayor.
- La enfermera (o) debe reafirmar las ideas usando las mismas palabras

ya que la secuencia es una estrategia de comunicación sencilla que permite continuar una conversación.

Estrategias de Comunicación con el Adulto con Deterioro Cognitivo

- Al hablar en oraciones simples, usar la repetición de frases y dar instrucciones una a una, la enfermera(o) le permite a los adultos mayores utilizar el restante de sus capacidades.
- El pedirle a los adultos mayores hacer una taza de café podría estar más allá de su comprensión.
- Por eso nosotros como profesionales debemos pedirle las cosas en pasos más pequeños para así que la actividad sea posible y poder reforzar su autoestima.
- Uso del tacto
- Conseguir el contacto visual y el uso del tacto también son útiles para mantener el enfoque.
- El uso del contacto adecuado con el deterioro cognitivo puede ser una herramienta útil, pero su aplicación debe determinarse sobre una base individual.
- Las enfermeras(os) deben ser sensibles en el tacto;

¿Cómo se hace?

El trabajo que desde el año 2003 se viene realizando en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil por medio del Programa de Extensión denominado “La Comunicación y los Adultos Mayores”, tuvo diversos ejes de discusión que derivaron en investigaciones de campo, efectuadas a partir de la práctica cotidiana con ese sector de la sociedad.

Las actividades que conforman el Programa se destinan a re-crear y potenciar en los Adultos Mayores aprendizajes, saberes y prácticas con

sentido social, mediados por su incursión en los medios de comunicación, el periodismo y la Internet.

Desde el inicio fueron definidos dos objetivos de máxima que en la implementación del proyecto se dieron íntimamente relacionados. Por una parte, recrear en los adultos mayores prácticas de expresión, socialización y participación ciudadana con un sentido comunitario y, al mismo tiempo, facilitar el intercambio generacional desde la experiencia misma del proyecto de comunicación/educación.

La práctica adoptada por el grupo parte del convencimiento de que los procesos de intervención se fundan en dar la palabra para la acción en una construcción conjunta de saberes.

Imaginar y poner en acción los talleres de Comunicación y Periodismo desde la Facultad implicó un movimiento de doble dirección, por cuanto a estas pretensiones de otorgarles un lugar y el ejercicio de la palabra a los de edad avanzada, correspondía acompañarlas en descifrar cuáles eran las transformaciones de sentidos operadas en los últimos tiempos en los cursantes.

Al carecer de antecedentes de experiencias en el campo que incorporen la problemática de los Adultos Mayores, el Programa significó un esfuerzo de re-descubrimiento de los abuelos como también de los mismos profesores extensionistas.

Al mismo tiempo, la formación en investigación de los jóvenes comunicadores, que son parte del equipo de trabajo, se articuló con los conocimientos de la indagación de las problemáticas objeto.

El Programa, cuenta, además, con proyectos que van desde el dictado de talleres de periodismo hasta la colaboración inter-universitaria en estudios gerontológicos, donde se interviene desde la disciplina de la comunicación social. También se apela al intercambio de experiencias

educativas con los propios abuelos y abuelas.

Esta variedad de actividades, provocó que la propuesta de trabajo formulada por un grupo de estudiantes avanzados en la carrera y graduados fuera sufriendo modificaciones a medida que los años pasaban y la experiencia se consolidaba.

Relaciones Intergeneracionales

De allí, la investigación. En un principio, el encuentro de ambos grupos generacionales, mediante los talleres de periodismo, adquirió características particulares de experiencia no imaginadas frente a la puesta en juego de dos matrices: la cultura juvenil y la cultura del adulto mayor.

Los encuentros pensados en este comienzo buscaban introducir las opiniones de las temáticas anunciadas en la convocatoria (periodismo, medios, comunicación institucional, etc.) y crear condiciones para el intercambio. Las expresiones de ideas y el relato de experiencias traídas por educadores y educandos constituirían el eje de la dinámica de taller.

La estrategia de este trabajo privilegió la relación presencial, los materiales, el proceso mismo de aprendizaje, el seguimiento y la memoria, que constituyeron las líneas de acción para el efectivo desarrollo del proyecto.

Esto provocó que la condición creativa y productiva de quienes vivieron más de 60 años reapareciera. Y esto se materializa cuando se construyen espacios en los cuales plasmar la capacidad de entender, expresar y desarrollar producciones, que en el caso de alumnos mayores los sorprende a su edad y los hace sentir que siguen vigentes.

Además, la existencia de un ámbito educativo comunicacional donde

trasladar las inquietudes proporcionó, no sólo una mirada crítica sobre los medios masivos y las nuevas tecnologías, sino también la emergencia de nuevas representaciones y prácticas que involucran la cotidianeidad; como los casos de generar su propio programa de radio o de conectarse a Internet para buscar información, chatear con sus familiares lejanos y/o compartir el uso de la tecnología con sus nietos.

Con el desarrollo de la experiencia los jóvenes docentes (1) rediseñaron los primeros materiales educativos con los que se habían propuesto trabajar, teniendo en cuenta el perfil socio cultural del alumnado y los objetivos establecidos.

Las enseñanzas para optimizar la práctica de los docentes se materializaron en una dinámica que se sintetizó en el aula, en cuanto a procurar hablar en un lenguaje claro, modulado, con un tono de voz nítido; y en casos de utilizar el pizarrón, que la caligrafía y el tamaño de la letra escogida sea fácilmente legible.

También, cuestiones fundamentales que hacen a las especificidades de los Adultos Mayores como grupo socio-cultural, que fueron aplicadas durante las cursadas, por ejemplo, la utilización de letras de cuerpo 14 en los cuadernillos de consulta teórica, el tono de la voz, que debe ser alto y la velocidad pausada, o mantener el hilo conductor de la temática planteada.

Sin embargo, surgieron algunas sorpresas. Los alumnos mayores llevaron a las aulas actitudes de proyección de sus relaciones sociales inmediatas: y una especie de “segunda familia” fue adoptada por ellos en el trato con los profesores jóvenes.

En estos primeros talleres y en los restantes primó el trato respetuoso de “profesor” a los jóvenes capacitadores, y a la vez sus prácticas contenían un trato similar al de sus nietos o hijos. Los ubicaban por el reconocimiento de sus saberes como si fuesen sus padres y,

simultáneamente, los protegían como a sus nietos.

Se observó entonces que imprimían a la dinámica pedagógica una relación vertical de autoridad otorgada a los profesores a la que intercalaban esporádicamente una especie de encuentro social familiar (en numerosas ocasiones llevaban tortas para festejar cumpleaños, se pasaban los teléfonos particulares o los correos electrónicos personales). De tal forma, el debate participativo horizontal no llegaba a instaurarse en el encuentro en el aula.

Por otra parte, se produjeron otros hechos que tensionaron y limitaron la posibilidad de producir las condiciones del trabajo dialógico como plantean conceptualmente las dinámicas de taller. Las pugnas por la territorialidad áulica y el ejercicio del poder en el uso de la palabra fueron algunos de estos episodios.

Por ejemplo, se denunciaban entre los alumnos por la ocupación de los pupitres y el sitio que se reservaban en el espacio de cursadas; también se ocasionaron discusiones que obstaculizaban el desarrollo del intercambio al no respetar la de aquellos que intentaban manifestarse; algunos buscaron instalar un liderazgo y otros, simplemente, no escuchar.

MARCO CONCEPTUAL

Tipo de medio de comunicación³

Medios Masivos: Son aquellos que afectan a un mayor número de personas en un momento dado. También se conocen como medios medidos.

Medios Auxiliares o Complementarios: Éstos afectan a un menor número de personas en un momento dado. También se conocen como medios no medidos.

Medios Alternativos: Son aquellas formas nuevas de promoción de productos, algunas ordinarias y otras muy innovadoras.

En segundo lugar, cada uno de estos grupos incluye una diversidad de tipos de medios de comunicación, como se podrá ver en detalle a continuación:

Medios Masivos: Dentro de este grupo se encuentran los siguientes tipos de medios de comunicación:

Televisión: Es un medio audiovisual masivo que permite a los publicistas desplegar toda su creatividad porque pueden combinar imagen, sonido y movimiento.

Radio: Es un medio "solo-audio" que en la actualidad está recobrando su popularidad. Según Lamb, Hair y Mc Daniel, escuchar la radio ha tenido un crecimiento paralelo a la población sobre todo por su naturaleza inmediata, portátil, que engrana tan bien con un estilo de vida rápido.

Además, según los mencionados autores, los radios escuchadores

³ Tipos de Comunicación. 2011

tienden a prender la radio de manera habitual y en horarios predecibles. Los horarios más populares son los de "las horas de conducir", cuando los que van en su vehículo constituyen un vasto auditorio cautivo. Sus principales ventajas son: Buena aceptación local; selectividad geográfica elevada y demográfica; costo bajo. Además, es bastante económico en comparación con otros medios y es un medio adaptable, es decir, puede cambiar el mensaje con rapidez. Sus principales limitaciones son: (es el medio escuchado a medias); audiencias fragmentadas.

Periódicos: Son medios visuales masivos, ideales para anunciantes locales. Sus principales ventajas son: Flexibilidad; actualidad; buena cobertura de mercados locales; aceptabilidad amplia; credibilidad alta.

Además, son accesibles a pequeños comerciantes que deseen anunciarse. Entre sus principales limitaciones y desventajas se encuentran: Vida corta; calidad baja de reproducción; pocos lectores del mismo ejemplar físico y no es selectivo con relación a los grupos socioeconómicos.

Revistas: Son un medio visual "masivo-selectivo" porque se dirigen a públicos especializados pero de forma masiva, lo que les permite llegar a más clientes potenciales. Según Laura Fischer y Jorge Espejo, son de lectura confortable además de que permiten la realización de gran variedad de anuncios:

Desplegados: Anuncios que se desdoblán en 3 o 4 páginas.

Gate Folder: Parecido al anterior pero este es desprendible.

Booklets: Anuncios desprendibles en forma de folleto.

Cuponeo: Cupón desprendible, además del anuncio impreso.

Muestreo: Cuando en el anuncio va una pequeña muestra del producto.

Internet: Hoy en día, el internet es un medio audiovisual interactivo y selectivo, que dependiendo del tipo de producto y la audiencia al que va dirigido, puede llegar a una buena parte de los clientes potenciales. Para emplear este medio, los anunciantes necesitan colocar un sitio web en la red para presentar sus productos y servicios. Luego, deben promocionarlo (para atraer a la mayor cantidad de visitantes interesados en lo que ofrecen), primero, posicionándolo entre los primeros resultados de búsqueda de los principales buscadores (Google, Yahoo, Altavista, MSN) para llegar al 85% de personas que utilizan esos recursos para encontrar lo que buscan en internet; y segundo, colocando en otros sitios web (relacionados directa o indirectamente con sus productos o servicios).

Cine: Es un medio audiovisual masivo que permite llegar a un amplio grupo de personas "cautivas" pero con baja selectividad. Sus ventajas son: Audiencia cautiva y mayor nitidez de los anuncios de color. Entre sus desventajas se encuentran: Poco selectivo en cuanto a sexo, edad y nivel socioeconómico, y es bastante caro.

Medios Auxiliares o Complementarios: Este grupo de medios incluye los siguientes tipos de medios de comunicación:

Medios en Exteriores o Publicidad Exterior: Es un medio, por lo general, visual que se encuentra en exteriores o al aire libre. Según Lamb, Hair y McDaniel, es un medio flexible, de bajo costo, capaz de asumir una gran variedad de formas. Los ejemplos incluyen: espectaculares, escritura en el cielo, globos gigantes, mini carteles en centros comerciales y en paradas de autobuses y aeropuertos, y anuncios en los costados de los autos, camiones y autobuses, e incluso en los enormes depósitos o tanques de agua. Sus ventajas son: Flexibilidad alta; exposición repetida; bajo costo; baja competencia de mensajes; buena selectividad por localización. Algunas de sus desventajas son: No selectivo en cuanto a edad, sexo y nivel socioeconómico, no tiene profundos efectos en los lectores, se le critica por constituir un peligro para el tránsito y porque

arruina el paisaje natural.

Publicidad Interior: Consiste en medios visuales (y en algunos casos incluyen audio) colocados en lugares cerrados donde las personas pasan o se detienen brevemente. Según Laura Fischer y Jorge Espejo, ésta publicidad se coloca en: Estadios deportivos; plazas de toros; interior de los camiones; trolebuses y tranvías urbanos; la parte inferior de pantallas cinematográficas (marquesinas luminosas) y el interior del metro, ya sea dentro de los vagones o en los andenes. Sus ventajas son: Bajo costo, audiencia cautiva, selectividad geográfica. Sus desventajas son: No da seguridad de resultados rápidos, no llega a profesionales ni a empresarios, son muy numerosos y tienden a parecerse tanto que se confunden.

Publicidad Directa o Correo Directo: Este medio auxiliar o complementario consiste, por lo general, en enviar un anuncio impreso al cliente potencial o actual. Según Laura Fischer y Jorge Espejo, la publicidad directa emplea muchas formas (por ejemplo, tarjetas postales, cartas, catálogos, folletos, calendarios, boletines, circulares, anexos en sobres y paquetes, muestrarios, etcétera). La más usual es el folleto o volante. Sus ventajas son: Selectividad de público alta; no hay competencia publicitaria dentro del mismo medio; permite personalizar. Sus limitaciones son: Costo relativamente alto por exposición; imagen de "correo basura".

LA COMUNICACIÓN

Dios ha creado al hombre como un animal sociable, con la inclinación y bajo la necesidad de convivir con los seres de su propia especie, y le ha dotado, además, de lenguaje, para que sea el gran instrumento y lazo

*común de la sociedad.*⁴

La comunicación es la capacidad que tiene el hombre desimbolizar y responder de diferentes maneras ante un estímulo, preguntar, responder, compartir significados en una conversación, en una interacción de grupo o en un discurso. Sostiene y anima la vida, es el motor y expresión de la actividad social. La comunicación entre y para los seres humanos es tan definitiva que basta con imaginar esos actualmente 44.000 millones de seres humanos, en su diario transcurrir, en medio de unos escasos “hum”, “ejem”, “ah”, “hey”, y simultáneamente enfrentados a los inmensos retos de la supervivencia y el desarrollo.

El estudio de la comunicación humana y de su desarrollo en las sociedades, merece y exige una mirada más específica que, para el caso que nos atañe, vale la pena mencionar. A lo largo de la historia, el ser humano ha procurado mejorar su capacidad de recibir y asimilar información sobre el medio y aumentar al mismo tiempo la rapidez, la claridad y la diversidad de sus propios métodos de transmisión de la información. Es por esto que el ser humano ha extendido y diversificado progresivamente una serie de medios verbales y no verbales de transmisión de mensajes: música, danza, señales de humo, dibujos y otras formas de símbolos gráficos, que dieron origen al pictograma y más tarde al ideograma; importancia que obedece a que se asocia por primera vez la representación de un objeto a una idea abstracta. Pero lo que dio toda la fuerza a la comunicación humana fue el desarrollo del lenguaje.

Todos estos medios y procedimientos de comunicación empleados simultáneamente, resultaban indispensables para la supervivencia de los individuos a medida que se iban organizando en sociedades de diferentes tipos.

⁴ La comunicación. Joan Costa. 2006

La escritura, es la segunda gran innovación del hombre. Las leyes y prescripciones relativas a los ritos y prácticas ceremoniales, fueron primero transcritas en forma duradera en tablillas de arcilla, bajos relieve y pergaminos. Gracias a la evolución de la escritura resultó posible conservar los mensajes portadores de símbolos. Por extensión, el libro pasó a ser el inigualable depositario del pensamiento y el saber en la mayoría de las grandes civilizaciones. La comunicación como función social quedó supeditada a las tradiciones, los ritos, las reglas y los tabúes. Por eso, los medios tradicionales y los códigos de comunicación han experimentado un sinnúmero de variaciones de una civilización o de una cultura a otra.

Desde el invento de la imprenta y la multiplicación más reciente de las formas de comunicación, telégrafo, teléfono, telefax, cámaras de cine y fotografía, gramófonos, radio, televisión, Internet, entre otros, el mundo ha experimentado profundas transformaciones y cada vez a mayor velocidad. Se transmiten mensajes de todo tipo a una gran cantidad de destinatarios. La aparición de los medios de comunicación de masas y su presencia en nuestra vida cotidiana constituyen una de las mayores conmociones del mundo actual.

Mientras tanto la comunicación interpersonal sigue siendo un elemento indispensable de la red de comunicación, tanto en los países en vías de desarrollo como en los desarrollados. En todas las sociedades hay un sinnúmero de vías y medios de comunicación interpersonal que utilizan símbolos, lenguas y otros modos de expresión humana. En el mundo actual, los que permiten o facilitan la comunicación interpersonal son los medios de comunicación social y los diversos servicios que ofrecen las telecomunicaciones.

CONCEPTOS DE COMUNICACIÓN

El diccionario de la Real Academia Española afirma que “la comunicación es la acción y efecto de comunicar o comunicarse entre dos personas”. Según la etimología comunicar viene del latín “comunicare”, que significa hacer común⁵.

Moreno⁶ (1993) afirma que la comunicación consiste en: “intercambiar ideas, un acontecimiento, una vivencia. Preguntar para saber lo que se desea conocer y conseguirlo por medio de una respuesta. Dar una orden para inducir a una persona para que actúe o deje de actuar, invitar a obrar de tal o cual manera. Manifestar sentimientos, indignación, sorpresa, satisfacción, etc.” (p. 3).

Según Rincón⁷ (1998) la comunicación tiene ciertos elementos que la caracterizan:

La comunicación habla de y desde la complejidad de los procesos simbólicos y culturales.

La comunicación asigna sentido desde el horizonte de las culturas, las identidades, las sensibilidades. La comunicación funciona como productora de experiencias y prácticas de encuentro social.

La comunicación relaciona lo narrativo con lo tecnológico, lo popular con el mercado, lo local con lo global, las estéticas con los discursos, el sujeto con la política (p. 7-8).

La comunicación ha pasado a ser de una necesidad tan vital para las comunidades, que sus funciones están ligadas a todas las necesidades a la vez materiales e inmateriales de los individuos. Los efectos de ella, varían según las características de cada sociedad. El desarrollo

⁵ Diccionario de la Real Academia Española. 2011

⁶ Moreno (1993). Afirma que la comunicación consiste en intercambiar ideas

⁷ Rincon.(1998). La comunicación tiene ciertos elementos

personal, la identidad cultural, la libertad, la independencia y el respeto de la dignidad humana son algunas de las aspiraciones inmateriales que cada individuo procura colmar mediante la comunicación.

Cada una de estas funciones depende de las condiciones del entorno y de características diversas:

Información: Consiste en difundir noticias, datos, hechos, opiniones, comentarios y mensajes para entender las situaciones individuales, colectivas, nacionales e internacionales.

Socialización: Constituir un fondo común de conocimientos y de ideas que permita a todo individuo integrarse en la sociedad y participar en ella.

Motivación: Estimular las actividades individuales o colectivas para obtener los objetivos comunes.

Debate y diálogo: Intercambiar elementos de información para aclarar los puntos de vista sobre los asuntos y problemas locales, nacionales e internacionales.

Educación: Transmitir conocimientos que contribuyan al desarrollo del espíritu, a la formación del carácter y a la adquisición de conocimientos.

Promoción cultural: Difundir las obras artísticas y culturales para preservar el patrimonio del pasado. Despertar la imaginación y la capacidad creadora.

Esparcimiento: Por medio de signos, símbolos, sonidos e imágenes, difundir actividades recreativas, individuales y colectivas, tales como el teatro, la danza, el arte, la literatura, la música, el deporte y el juego.

Integración: Facilitar el acceso a la diversidad de mensajes que necesitan todas las personas, grupos o naciones para conocerse y comprenderse mutuamente.

Otro elemento de la reflexión sobre las funciones de la comunicación es la importancia del contenido, su contexto y sus medios.

Múnera y Sánchez⁸ (2003) definen el contexto como: “el entorno que exige cierto comportamiento específico de comunicación verbal y no verbal para lograr su efectividad, ya que influye en el comportamiento del emisor y del receptor; puesto que afecta el sentido. Garantiza el contenido común para que se dé el entendimiento entre los interlocutores” (p. 78) y plantean varios tipos de contextos:

Contexto Físico: Como el espacio en donde intervienen el ruido, la iluminación, la hora, los colores, la amplitud, el orden, la distribución de los objetos, entre otros.

Contexto Social: Hace referencia a las relaciones o interacciones que socialmente, condicionan o afectan a los interlocutores: cargos, jerarquías, grados de familiaridad, consanguinidad, amistad, pertenencia a ciertos grupos sociales.

Contexto Histórico: Hace alusión a hechos del pasado que crean prejuicios, temores, rechazos, entre otros, e influyen en el modo de actuar de las personas.

Contexto Psicológico: Representado por la forma de pensar, los sentimientos y las emociones que una persona pueda involucrar en el proceso de la comunicación.

Contexto Cultural: Construido a partir de imaginarios colectivos de las personas y que influye en todas las actividades de un grupo social. Se incluyen los mitos, creencias, valores, normas y costumbres, que pueden ser pertinentes o no.

Un aspecto que también hace referencia a los contextos son los niveles

⁸ Múnera y Sánchez (2003) definen el contexto como: “el entorno que exige cierto comportamiento

de la comunicación, en total son cinco, sólo se hará referencia a los tres primeros niveles básicos:

Comunicación intra-personal: Es la base de la comunicación y la característica más relevante de este nivel es que hay un único participante que es emisor y receptor al mismo tiempo, al recibir señales verbales y no verbales de sus propias percepciones. Los otros niveles no pueden darse sin que éste se haya interiorizado.

Comunicación interpersonal: Es el paradigma de la comunicación. En el paso de la comunicación intra-personal a la interpersonal hay dos factores que influyen de manera definitiva: el auto concepto y la auto revelación.

Comunicación en Grupo: Es el proceso comunicacional que se genera dentro de un grupo y las personas que lo conforman. En este nivel están los dos anteriores.

Hay que entender la comunicación no sólo como el intercambio de noticias y mensajes sino también como el conjunto de intercambios de ideas, hechos y datos en lo individual y en lo colectivo. Por consiguiente, la comunicación no se reduce solamente a un proceso informativo. Las personas no sólo reciben y dan información, fundamentalmente construyen sentidos; es decir, interpretan esa información que circula por sus mundos y esta interpretación está ligada a sus historias de vida y con ellas a sus experiencias, actuaciones, intereses, emociones y vivencias culturales.

Múnera y Sánchez⁹ (2003) definen la información como: “comunicación en una sola vía, sin retroalimentación, por lo tanto es un acto únicamente de emisión y recepción, no de intercambio. Así, cuando se habla de medios masivos de comunicación parece más pertinente referirse a medios masivos de información. La información es el

⁹ Múnera y Sánchez (2003) definen la información como: comunicación en una sola vía

contenido de la comunicación” (p. 78), es también el proceso de registro y acumulación de datos.

Múnera y Sánchez¹⁰ (2003) definen la comunicación desde la semiótica y afirman que “es un proceso (intencional) de intercambio de sentidos” (p. 72). Es proceso porque es un conjunto de actividades interrelacionadas entre sí que tienen un propósito en común. Es intencional, porque los mensajes se transmiten con un fin.

Tiene sentido, porque cada persona interactúa de acuerdo con las percepciones y los sentidos según su contexto. Estos autores definen la comunicación como: “un proceso activo que permite a las personas, a través de referentes comunes, hacer construcciones colectivas para el desarrollo de la sociedad”.

Para este trabajo, se entiende la comunicación como todos los procesos de intercambio de mensajes entre los seres humanos y que soportan su interacción en comunidad, en la medida en que estos intercambios de mensajes nacen desde la necesidad vital de hacerse entender y entender a los demás como requisito básico de la interacción.

BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN

Barrera es cualquier estímulo positivo o negativo que interfiere en el proceso de la comunicación. La intención del emisor de comunicar una determinada información no siempre es expresada con exactitud, por la concreción del lenguaje que se contrapone a la complejidad del pensamiento. Así mismo, la comprensión del receptor de esta comunicación no siempre corresponde exactamente a la intención de quien la emite, porque los contextos nunca serán iguales para ambos. De

¹⁰ Múnera y Sánchez (2003) definen la comunicación desde la semiótica y afirman que es un proceso

esta manera, ni la connotación ni la evocación serán idénticas; y por lo tanto, el sentido será diferente. La comunicación nunca tendrá el ciento por ciento de fidelidad. Por ello, hay un coeficiente de acceso al sentido que está determinado por el hecho o la información objetiva; además, de las interferencias propias de los ruidos existentes.

Tipos de Barreras:

Fisiológicas y físicas: Son aquellas que impiden una adecuada comunicación al deformarse el mensaje, ya sea por defectos o por deficiencias de cualquiera de los órganos de los sentidos o de los elementos físicos presentes en el proceso de comunicación.

Sociológicas: Son aquellas generadas por la falta de interés para comunicarse y los prejuicios, entendidos como la predisposición de las personas a un paradigma social o ante una persona en particular.

Psicológicas: Dependen del estado de ánimo de la persona, el cual no está a tono con la situación, por exceso o por defecto de comunicación; y cuando no se tiene la capacidad de comprender el estado de ánimo del interlocutor.

Sociales y culturales: Se presentan cuando a una misma palabra se le dan diferentes significados, de acuerdo con los diferentes contextos en que se desenvuelven las personas o cuando se emite un mensaje no confirmado y pasa de una persona a otra, generando todo tipo de rumores.

Otras barreras: Dentro de ellas podemos considerar la Filtración como la manipulación que hace el emisor de la información para que sea entendida por el receptor. La Percepción selectiva, cuando el receptor no ve la realidad sino lo que se acomode a sus propias experiencias por eso, es importante tener en cuenta que todos los receptores comprenden la información de manera diferente. Las Emociones, se refieren al estado de ánimo en el cual se encuentran tanto receptor como emisor,

lo cual decidirá en la interpretación de la información. Las emociones extremas como alegría o tristeza obstaculizan una buena comunicación. Y en el lenguaje, las palabras tienen diferentes significados para cada receptor de acuerdo con la edad, el nivel académico de las personas y el sistema cultural, entre otros.

EL HABLA EN SU MÁXIMA EXPRESIÓN

Sólo hay mundo donde hay lenguaje.

Martin Heidegger¹¹

Los estudios sobre el uso del lenguaje tratan sobre lo que dicen las personas, lo que piensan, que dicen y lo que significa aquello que escriben o hablan para comunicarse. La estructura del lenguaje concierne a la lingüística. Cada movimiento o escuela lingüística plantea diferentes enfoques sobre el uso y la estructura.

Escarpanter¹² (2002) menciona: “que desde el siglo XX, se ha producido una verdadera revolución en el campo de los estudios del lenguaje verbal. Como consecuencia de ello, la lingüística que durante siglos fue una rama de la filosofía y la gramática y, más tarde, una parte de los estudios filológicos; hoy en día, es una ciencia avanzada a pesar de que su existencia como ciencia autónoma es muy reciente”.

El lenguaje interpreta toda nuestra existencia, reduce los fenómenos que nos rodea, y los de nuestro mundo interno; expresa nuestra participación, como hablantes, en la situación del discurso, los papeles que asumimos nosotros mismos y que imponemos ante los demás; nuestros deseos, nuestros sentimientos, nuestras actitudes y nuestros juicios.

¹¹ Martin Heidegger. 2011

¹² Escarpanter (2002) :desde el siglo XX, se ha producido una verdadera revolución

De acuerdo con los estudios realizados por Bloom, Medell y Hood (1975) en Johnston y Johnston¹³ (1988) “el desarrollo del lenguaje tiene cuatro competencias: Pragmática, semántica, sintaxis y fonología”.

Fonología: Se refiere a las reglas que rigen la combinación de los sonidos para formar las palabras. Fonética: Son las cualidades de la palabra; intervienen en la pronunciación: la cavidad bucal, la posición de la lengua y la forma de los labios. Todo el valor de una palabra está en las consonantes y no en las vocales.

Sintaxis: Es la estructuración gramatical de la lengua. Semántica: Comprende el significado de las palabras.

Pragmática: Es el uso del lenguaje en los diferentes contextos de acuerdo con la situación comunicativa.

El habla es el acto individual que evidencia el lenguaje del ser humano y que se manifiesta físicamente por medio de la acción coordinada entre las estructuras que intervienen en la respiración, fonación, vocalización, articulación y resonancia.

La lengua escrita surgió mucho tiempo después que la oral, cuando las actividades del hombre fueron tornándose más complicadas y las necesidades de comunicarse se hicieron mayores.

López quien cita a Bajtín (2006)¹⁴ enuncia que: “Toda comunicación verbal consta de un conocimiento de la lengua y unos proceso mentales. El conocimiento de la lengua, como sistema gramatical nunca será suficiente, pues la comunicación humana es esencialmente contextual. Es decir, las expresiones y sus significados dependen del contexto y de los presupuestos, de las creencias, de la memoria y de las

¹³ Bloom, Medell y Hood (1975) en Johnston y Johnston (1988) “el desarrollo del lenguaje tiene cuatro competencias: Pragmática, semántica, sintaxis y fonología”.

¹⁴ López quien cita a Bajtín (2006) enuncia que: “Toda comunicación verbal consta de un conocimiento de la lengua

percepciones inmediatas de la situación. Una expresión verbal como “auxilio” enunciada en voz baja, con tono pasivo y en un contexto donde no se observa violencia, o accidentes, tendrá una significación distinta si es enunciada con tono fuerte, suplicante y en medio de una situación evaluada como peligrosa”. (p. 75)

Según Monfort¹⁵ (1993) “la comunicación verbal u oral constituye el principal (y a veces el único) medio de información y cultura; es un factor de identificación a un grupo social” (p. 21).

En otras formas de comunicación verbal referidas por Tusón y Calsamiglia, reseñadas en la publicación de López (2008)¹⁶, se pueden encontrar las dos principales características del discurso oral y escrito. Por un lado, la comunicación verbal siempre sucede en un lugar y espacio determinado, y los aspectos prosódicos y para-lingüísticos tienen mayor importancia en el lenguaje verbal que en la escritura. Los que se centran en la comunicación escrita, estudian la estructura del texto, es decir, de qué forma hay que ordenar las palabras y las oraciones para que tengan coherencia.

Tobón¹⁷ (2004) hace referencia a la comunicación verbal y sugiere: “diferenciar los conceptos de “competencia” y “actuación” por una parte, y entre las diversas teorías que se han dado sobre las mismas, por otra. En el caso de la lengua, por ejemplo la competencia se define como el conjunto de las reglas aprendidas que todo hablante posee para poder hablar. Y la actuación consiste en la ejecución o puesta en escena de esas reglas. Una es función de la otra. No se puede actuar lingüísticamente si no se tiene la competencia previa para hacerlo. Lo contrario –la competencia depende de la actuación” (p. 5).

¹⁵ Según Monfort (1993) “la comunicación verbal u oral constituye el principal (y a veces el único) medio de información y cultura

¹⁶ Tusón y Calsamiglia, reseñadas en la publicación de López (2008), se pueden encontrar las dos principales características del discurso oral y escrito

¹⁷ Tobón (2004) hace referencia a la comunicación verbal y sugiere: “diferenciar los conceptos de “competencia” y “actuación”

COMUNICACIÓN PARA VERBAL

El hombre es el único animal que come sin tener hambre, bebe sin tener sed y habla sin tener nada que decir.

Mark Twain

En la comunicación, la entonación y los matices de voz que acompañan las palabras son determinantes, tanto que muchas veces el modo en que algo se dice es lo que se dice. Es decir, algunos rasgos vocales comunican diversos mensajes; por ello, es fundamental que las personas tengan la habilidad de interpretar y expresar estas señales con el fin de establecer una comunicación más efectiva.

Este tipo de lenguaje, tiene la doble función de mejorar la comprensión del lenguaje verbal y favorecer la manifestación de sentimientos, emociones y de actitudes de quien habla, así como de las repeticiones, enlaces, sonidos y silencios que complementan el lenguaje verbal. Y por otro, influye en la regulación de la conversación, expresando la invitación a participar en ella a través de la elevación del tono al acabar el turno propio, en los silencios que instan al receptor a hablar o en mostrar deseo de intervenir, entre otros.

Las señales vocales ejercen una gran influencia sobre la percepción del oyente; permiten que la persona exprese un mensaje más vivo, más subjetivo según la situación comunicativa; y al oyente captar algo más de lo que se expresa con palabras, e incluso interpretar de una manera más clara el contenido emocional del mensaje.

Algunas veces modulamos conscientemente la voz, de manera que el énfasis utilizado contradice el mensaje verbal. En algunas ocasiones esta acción puede percibirse como sarcasmo. De hecho, estas variaciones sarcásticas producen frecuentes problemas en la comunicación, así se realicen dentro de un contexto de humor.

Finalmente, la entonación, pausas, rapidez, titubeos y matices de voz son portadores de significado y por lo tanto, los procesos de interpretación no pueden estar desligados de ellos y de su relación con la situación comunicativa y los participantes.

Según Knapp¹⁸ (1995) el para lenguaje se refiere a la forma como se dice algo y no a qué se dice. Tiene que ver con los rasgos vocales no verbales establecidos alrededor del comportamiento común del habla.

Este autor, citando a Trager¹⁹, afirma que el para-lenguaje tiene estos componentes: Las cualidades de la voz son elementos tales como el registro de la voz, el control de la altura, el control del ritmo, el control de la articulación, la resonancia y el control de la voz. (p. 24-25).

Los catalizadores vocales como la risa, el llanto, el suspiro, el bostezo, el estornudo, el ronquido, entre otros.

Los rasgos vocales como la intensidad de la voz de muy fuerte a muy suave, la altura (de excesivamente aguda a excesivamente grave), y la extensión (desde el arrastrar las palabras hasta el hablar extremadamente cortado).

Las segregaciones vocales como los “hum”, “m-hmm”, “ah”, “uh” y variaciones de esta suerte. Las pausas, sonidos intrusos, errores al hablar y estados de latencia.

El autor también afirma que “la entonación que maneja una persona permite a conocedores del tema, identificar el sexo, la raza, la tipología corporal y edad aproximada de una persona, con un alto grado de precisión. Es posible también identificar el grado de instrucción, la zona de origen, e incluso la comunidad social en la que ha nacido y se ha criado una persona” (Knapp, 1995).

¹⁸ Según Knapp (1995) el para lenguaje se refiere a la forma como se dice algo

¹⁹ Trager, afirma que el para-lenguaje tiene estos componentes

LOS GESTOS EXPRESAN MÁS QUE LAS PALABRAS

Existe un lenguaje que va más allá de las palabras.

Paulo Coelho

La comunicación no verbal tiene varias maneras de expresarse. Los gestos, las distancias, las miradas, los olores, los colores, el entorno, están cargados de significación. Lo no verbal se desarrolla gracias a un proceso similar a la construcción de una frase o de una idea, los movimientos del cuerpo no se producen a la ligera, ni las miradas coinciden porque sí; el acto comunicativo no verbal posee una gramática organizada con sentido completo y alto poder de significación e interpretación.

La comunicación no verbal empezó a generar interés como objeto de estudio a partir de 1950. El principal interés era explicar e interpretar las expresiones del rostro.

Desde la comunicación humana son muchos los teóricos que han precisado lo no verbal. Sin embargo, hay definiciones que reúnen el concepto y que aportan elementos invaluable a lo no verbal, haciendo del tema, aún en nuestra época un asunto ampliamente interesante.

Los estudios realizados sobre comunicación no verbal en su ámbito más científico han sido realizados por el estadounidense Mark L. Knapp²⁰ (1995), quien afirma que: “La comunicación no verbal es toda aquella transferencia de información y significados que no se efectúa por vía oral o escrita; es decir, se usa el término no verbal para describir todos los acontecimientos de la comunicación humana que trascienden las palabras. No sólo transmitimos muchos significados en forma no

²⁰ Mark L. Knapp (1995), quien afirma que: “La comunicación no verbal es toda aquella transferencia de información y significados

verbal, sino que desciframos otros tantos de aquellos signos no verbales que nos son transmitidos, por ello la habilidad para emitir y recibir tales señales debe desarrollarse si se desea tanto mejorar como comunicar en cualquier ámbito” (p. 41).

Como puede observarse, la comunicación no verbal está presente en todos los ámbitos de la vida del ser humano y ello le da la posibilidad de interrelacionarse con diferentes disciplinas.

Flora Davis²¹ (1984) al referirse al libro *Emotion in the Human Face* de Paul Ekman (1971) dice que: “Ekman se dedica a examinar los experimentos realizados sobre el rostro en los últimos cincuenta años, y concluye que las expresiones faciales son un índice fidedigno de ciertas emociones básicas. Las expresiones del rostro más reales de una persona, se ven en toda su intensidad, en lugares como la cocina, el dormitorio y el baño” (p. 70).

La capacidad que tenemos para emitir y recibir señales no verbales proviene del aprendizaje de la vida cotidiana. “Aprendemos conductas no verbales no siempre de un modo consciente, mediante la imitación y el auto-modelado conforme a los demás, y también adaptando nuestras reacciones a la instrucción, la retroalimentación y el consejo de los demás.” (Knapp, p. 324).

Según Mark L. Knapp²² (1995), existen seis situaciones en las cuales la comunicación no verbal se relaciona con la comunicación verbal, convirtiéndolas en inseparables:

Repetición: La comunicación no verbal reitera lo que se dijo verbalmente.
Contradicción: El comportamiento no verbal puede refutar lo que se dice.
Sustitución: La comunicación no verbal puede suplantar los mensajes

²¹ Flora Davis (1984) al referirse al libro *Emotion in the Human Face* de Paul Ekman (1971)

²² Según Mark L. Knapp (1995), existen seis situaciones en las cuales la comunicación no verbal se relaciona con la comunicación verbal

verbales.

Complementariedad: La comunicación no verbal puede modificar o elaborar mensajes verbales, sirviendo como señal de las actitudes e intenciones de una persona respecto a otra.

Acentuación: El comportamiento no verbal puede recalcar ciertas partes del mensaje verbal; los de la cabeza y las manos son algunos de los movimientos más utilizados.

Regulación: La comunicación no verbal se utiliza para ajustar los flujos de comunicación verbal entre los interlocutores. (p. 27).

Cada una de estas situaciones nos demuestra que la comunicación no verbal no puede estudiarse aislada de la comunicación verbal, ya que este tipo de interacción sea oral o escrita necesita el apoyo de los comportamientos no verbales.

En todo este campo, la semiología juega un papel decisivo, ya que es la ciencia que estudia todo el sistema de signos, teniendo en cuenta los conceptos de significante (forma escrita del signo) y significado (lo que representa).

Saber entender las conductas implícitas, es decir sus significados, constituye un gran avance de entendimiento con las otras personas y esto puede lograrse aceptando los diferentes signos de la comunicación, pues permanentemente el ser humano está descifrando la cultura que lo rodea; de todas formas, el simple hecho de que cada individuo sea diferente y tenga esquemas mentales distintos, hará que la comunicación no verbal sea un reto para las relaciones dentro de un grupo.

Es importante tener en cuenta que los participantes de ese intercambio de información están percibiendo distintos mensajes a través de los comportamientos no verbales. Este significado instantáneo que podríamos llamar “significación a la ligera” se da de manera inmediata y

se convierte en un juicio de valor hacia el interlocutor. Según Knapp, estas apreciaciones que se producen frente a lo no verbal se reducen en tres referentes:

El primero es la Inmediatez: Evaluamos las conductas no verbales en un período de tiempo muy corto que nos convierte en jueces del interlocutor.

El segundo referente es el Estatus: Evaluamos la conducta en relación con nosotros, así que consideramos al otro más fuerte o más débil, superior o subordinado.

El tercer referente es la Impresionabilidad: ya que calificamos al individuo de pasivo o activo, lento o rápido, de acuerdo con las percepciones que tenemos sobre la actividad que realiza.

Según Sonia López, refiriéndose a Goffman (2008)²³ “Todo gesto, toda mirada, todo silencio, se integra en una semiótica general. No ocurre jamás que no ocurre nada, dice Goffman. Siempre sucede algo en la escena de la presentación de uno mismo. Incluso si un individuo puede dejar de hablar, no puede dejar de comunicarse mediante el lenguaje del cuerpo. Puede hablar a propósito o no, pero no puede realmente no decir nada” (Goffman, p. 34)

LA INTERACCIÓN COMUNICATIVA

Es fundamental reconocer que la comunicación es interacción y es en ella y desde ella como se intercambian conceptos, conocimientos, afectos positivos y negativos, se valora o se irrespeta a los otros, se reconoce al interlocutor o se le ignora y todo ello convierte el espacio compartido en una convivencia armónica posible. Citando a Nietzsche: “El maestro no

²³ Según Sonia López, refiriéndose a Goffman (2008) “Todo gesto, toda mirada, todo silencio, se integra en una semiótica general

enseña lo que sabe, sino lo que es” (Duarte, 2005)²⁴.

Sonia López, quien cita a Goffman (2008)²⁵ afirma que la interacción es lo que “realmente hacemos los humanos cuando estamos juntos, puesto que interactuar significa analizar las distancias de las relaciones sociales” (p. 27), es decir, observar la alteridad estereotipada del extranjero, el anonimato del transeúnte, la reserva puesta en juego en una conversación, en términos de acciones recíprocas. No siempre en estas acciones existe mutua comprensión y se comparten los mismos sentidos, referencias y creencias.

Cada participante en la interacción tiene igualdad de condiciones con los mismos derechos de intervención y con los mismos deberes de escucha, en ese tejido social que va construyendo.

Para Goffman (citado por Sonia López, 2008)²⁶ existen unas características básicas de la interacción:

Es socialmente situada: Todos los actos de los hombres y mujeres tienen efectos sociales.

Requiere concentración e implicación: Sin estas condiciones es imposible mantenerla ya que exige que el estado de ánimo, la orientación corporal, el espacio y el tiempo, entre otros, estén sincronizados y armonizados.

Tiene carácter promisorio e indicativo: La mirada, la intensidad de participación y las formas de las acciones le permiten al interlocutor interpretar los propósitos.

Tiene coordinación continua e intrínseca: Como forma de apoyo a esas

²⁴ Nietzsche: “El maestro no enseña lo que sabe, sino lo que es” Duarte, 2005

²⁵ Sonia López, quien cita a Goffman (2008) afirma que la interacción es lo que “realmente hacemos los humanos cuando estamos juntos, puesto que interactuar significa analizar las distancias de las relaciones sociales”

²⁶ Goffman (citado por Sonia López, 2008) existen unas características básicas

tareas en común, por ejemplo, el tener una posición ideal para compartir el mismo tema de interés.

Se producen categorizaciones: Es la caracterización que puede hacer un individuo de otro, cuando lo observa y lo escucha, dándole una identificación de acuerdo con su estado de ánimo, su apariencia, su nombre propio y su actitud.

El territorio es acción: El cuerpo es vulnerable a la acción de los otros, puesto que participa en situaciones sociales, donde puede ocurrir cualquier tipo de conflicto o agresión.

Hay riesgos y posibilidades: Es en las situaciones sociales donde se reproduce y se da lectura a todas las manifestaciones corporales y son tan evidentes que requieren el manejo de técnicas de control social.

Los presupuestos son vitales: Todos los que participan de una interacción tienen un pasado con toda una gama de experiencias y de una cultura que se cree son compartidas y esto se construye en la vivencia y en el contacto (p. 375).

Dentro de los axiomas de la comunicación propuestos por Watzlawick²⁷ (1981) es importante mencionar en este tema el siguiente: “Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según estén basados en la igualdad o la diferencia”; por lo tanto, existen interacciones simétricas y complementarias. (pp. 21-114)

En la interacción simétrica encontramos relaciones basadas en la igualdad, se da entre personas con el mismo rango, de igual grupo, condición física, intelectual, status y otras características similares.

La interacción complementaria se da cuando hay diferencias en los participantes, uno es superior al otro. Estas diferencias pueden ser:

²⁷ Watzlawick (1981) “Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según estén basados en la igualdad o la diferencia”

físicas, intelectuales, de status social, lingüístico y de origen geográfico. Los participantes se tratan con reserva y puede incluso evidenciarse la distancia interpersonal.

En la interacción comunicativa en grupo, se pueden observar comportamientos inadecuados que se manifiestan de la siguiente manera: permanecer callado, hablar sobre el mismo tema, manifestar acuerdo siempre, interrumpir, criticar, regañar, enojarse, cambiar el tema antes de que se haya terminado de tratar, hacer comentarios diferentes al tema frecuentemente, no responder cuando le dirijan la palabra y responder con pocas palabras, entre otros.

Por el contrario, en los comportamientos de comunicación verbal adecuados en una interacción comunicativa en grupo, se pueden enunciar los siguientes: responder a las preguntas y observaciones con comentarios valiosos, poder hablar de varios temas, aportar nuevas ideas, preguntar sobre el tema que se está tratando, dar consejos o sugerencias cuando se le piden, hablar con seguridad, no titubear, controlar las reacciones y emociones, decir las palabras adecuadas en el momento oportuno a la persona indicada.

LA INTERACCIÓN SOCIAL

Para Garvía²⁸ (2003) “la interacción social se refiere a la comunicación entre dos o más individuos; se dice interacción porque el mensaje emitido por un individuo tiene algún efecto sobre el otro, el cual responde según su interpretación de ese mensaje” (p. 28). Añade que la interacción “se dice social porque las interacciones ocurren en contextos sociales, o sea contextos que han sido definidos socialmente y por ello resultan familiares para los individuos” (p. 31); y esta situación de que los contextos ya

²⁸ Garvía (2003) “la interacción social se refiere a la comunicación entre dos o más individuos

han sido definidos, establece ciertos parámetros que enmarcan el asunto de la interacción; tal como lo afirma el autor.

En una interacción comunicativa, inicialmente, hay poco espacio para la improvisación pero ésta puede darse mediante gestos, miradas y palabras que redefinan la situación y permitan el diálogo y el posicionamiento entre los hablantes; además, se espera que los que interactúan actúen de forma apropiada, se comporten según su jerarquía o interpreten su función social.

Plantea además, que las interacciones sociales son procesos dinámicos, cargados de subjetividad, los cuales se construyen y reconstruyen cotidianamente por lo cual la interacción social es considerada como “el vehículo para la transmisión dinámica del conocimiento cultural e histórico. El contexto y la función de la interacción determinarán el o los papeles adoptados por los participantes y las relativas contribuciones” (Garvía, 2003, p. 33)

Para Vásquez y Martínez (1996)²⁹ quienes citan a Woods, “la interacción social no se concibe como una simple respuesta de la persona a los factores que están actuando sobre ella, sino como un proceso de construcción que es también formativo” (p. 115).

Esta perspectiva inter-accionista “concibe una integración entre el individuo y los medios sociales donde evoluciona y destaca las dinámicas que entran en juego porque no se debe imaginar un medio social estático, sino individuos que en el curso de sus interacciones más o menos estructuradas u organizadas, constituyen ese medio social” (p. 42).

Hay que destacar que la interacción humana se da en tres formas:

- La conformidad con las normas de grupo, referida al sometimiento y

²⁹ Vásquez y Martínez (1996) quienes citan a Woods, “la interacción social no se concibe como una simple respuesta de la persona

a la presión del mismo.

- La cooperación entre miembros del grupo, referido al trabajo en equipo que promueva el bienestar del grupo y de sus miembros.
- La responsabilidad en el bienestar de los demás, referido a la existencia de responsabilidad social y la disminución de la apatía pública.

Estas formas de interacción son cruciales en la existencia humana y por ello hay una tendencia a institucionalizarlas como valores a través del proceso de socialización, pero debido a los grandes cambios sociales y a las posibles fallas de la socialización, estos valores no se conservan sino que han venido en detrimento y han sufrido tal distorsión que en vez de relaciones interpersonales estables y armónicas, lo que existe a nivel inter-accional es hostilidad, conflicto y competencia.

LA SOCIALIZACIÓN COMO CONSTRUCTORA DE CULTURA

Para explorar el tema de la socialización se revisaran algunas definiciones que describen este concepto. Para Vásquez y Martínez (1996)³⁰ el concepto de socialización se relaciona con los conceptos de 'cultura' y 'adquisición de la cultura; tema que comparte junto con Berthelot, la concepción de socialización entendida como un proceso de adquisición de los conocimientos y el saber hacer, que son necesarios en el contexto de interacción social para establecer lazos sociales, procesos a través de los cuales un individuo construye su identidad social y llega a ser un miembro autónomo de los grupos a los que pertenece". De otro lado, Lamberth³¹ (1989) afirma que: "la socialización es el proceso por el que una persona adquiere las pautas de conducta, creencias, normas y motivos, que son valorados y aceptados por su propio grupo cultural y su familia" (p. 164). Y agrega, que el contenido de lo que se

³⁰ Vásquez y Martínez (1996) el concepto de socialización se relaciona con los conceptos de 'cultura' y 'adquisición de la cultura

³¹ Lamberth (1989) afirma que: "la socialización es el proceso por el que una persona adquiere las pautas de conducta

socializa y la forma o métodos con los que se socializa al adulto mayor, están determinados por la cultura en la cual se encuentra inmersa la familia a la que pertenece.

Macionis y Plummer (2001) definen la socialización como el conjunto de experiencias que tiene lugar a lo largo de la vida de un individuo y que le permiten desarrollar su potencial humano y aprender las pautas culturales de la sociedad en que va a vivir” (pp. 132-143). Para ellos, son varios los autores que han hecho grandes aportes al concepto de socialización y mencionan a Sigmund Freud, Jean Piaget, Lawrence Kohlberg, Carol Gilligan y George H. Mead³².

Estos autores relacionan de manera directa el proceso de socialización con la construcción de la personalidad y afirman que ésta es resultado de la interiorización del entorno social que nos rodea y agregan que las experiencias sociales y las interacciones, permiten que sea una transmisión continua y permanente de los contenidos culturales necesarios para la supervivencia del individuo y de la sociedad.

Se puede afirmar que el hombre se transforma en persona social, capaz de participar en grupo dentro de su entorno y sólo mediante la experiencia comunicativa social; por ello, la socialización exige control y restricción de la propia conducta, y al mismo tiempo influye de manera positiva en el crecimiento, en la motivación, en la educación y estimula una gran variedad de deseos, que lo conduce al desarrollo y realización personal, incrementando sus habilidades en unas personas y en otras reprimiéndolas.

En este sentido, se puede considerar a la socialización como un proceso moldeador y creador de la cultura, donde cada individuo puede modificar su propia conducta de manera constante y permanente de acuerdo con los valores que promulga la sociedad a la que pertenece.

³² Sigmund Freud, Jean Piaget, Lawrence Kohlberg, Carol Gilligan y George H. Mead 2008.

ADULTO MAYOR

Al final, lo que importa no son los años de vida, sino la vida de los años.

Abraham Lincoln

Para los adultos de los barrios periféricos de Santa Elena, su forma de vida ha cambiado, en una ciudad que se ha modernizado, ofreciendo espacios de educación y recreación. El grupo seleccionado, en este caso, todas las semanas viven momentos de actividad grupal, manifestando comportamientos típicos de su edad.

Se ha hecho referencia a la comunicación humana y ahora nos centraremos en las generalidades del adulto mayor: edad, formas de pensar, estilos de vida, roles sociales, maneras de ver el mundo, participante de un grupo social, actividades físicas, entre otros. Es pertinente abordar los rasgos de la sociedad actual en la cual está inmersa esta población y su adaptación a ella. Según Dulcey (2004)³³ la sociedad actual con referencia al adulto mayor es:

Altamente competitiva: Predomina la producción, el consumo, la oferta y la demanda. Se entiende que para ser tomado en cuenta hay que producir y hay que consumir.

Es efectista: Característica que viene de la mano de la recién nombrada competitividad; para poder competir en forma hay que ser eficientes. Se buscan buenos resultados, es decir, útiles e inmediatos. Por lo mismo, esta sociedad efectista es también causa de muchas frustraciones.

Es masificada: Las viviendas urbanas adquieren mayor importancia, mientras los rurales la pierden. El acceso de los servicios como la salud y educación son costosos y exclusivos. Las ciudades grandes crecen de

³³ Según Dulcey (2004) la sociedad actual con referencia al adulto mayor

una manera desorbitada.

Es sociedad de valores relativos: Se habla de los valores como si valores importantes como la verdad, justicia, responsabilidad laboral, honestidad profesional, amor y sexualidad entre otros, fueran distintos para cada ser humano.

Es una sociedad “acelerada”: Se refiere a las transformaciones tecnológicas, sociales, políticas, económicas, culturales y morales. Se habla de un síntoma psico-sociológico denominado “shock de futuro” y que consiste en una especie de miedo de las personas de quedar atrasadas hacia el futuro.

Es una sociedad de familia nuclear: En la sociedad actual no hay espacio para el tipo de familia extensa, ésta se ha reducido al núcleo mínimo de padres e hijos.

Es una sociedad en la que se ha prolongado la vida cronológica: La gente vive más tiempo que antiguamente, la adolescencia es también más larga que antes.

Es una sociedad en la que existen signos de sensibilidad y solidaridad en algunos grupos sociales.

Los abuelos y las abuelas, tal y como si fueran niños, demuestran que están radiantes. Identificar si están felices, encantados y voluntariosos no es difícil, su cuerpo, sus gestos, sus facciones se llenan de vida, que mirados incluso desde lejos, significan vitalidad y energía, deseosos de vivir, ganas de contar, y ansiosos de un encuentro con los demás de su generación.

Algunos conceptos retomados del diccionario de la Real Academia Española, aporta definiciones básicas de la vejez, viejo, senectud y senil que resultan ser sinónimos, útiles para precisar los conceptos apropiados con los que se puede asimilar una comprensión más universal del adulto

mayor.

Vejez 1. Facultad del viejo. 2. Edad senil, senectud 3. Achaques, manías, actitudes propias de la edad de los viejos. 4. Dicho o narración de algo muy sabio o vulgar.

Viejo (del latín Vur. Vecius y este del Lat. Vetulus) Adj. Se dice de la persona de edad. Comúnmente puede entenderse como la persona que es vieja y a la que cumplió 70 años.

Senectud: (del latín senectus, vis.) periodo de la vida humana que sigue a la madurez.

Senil: (del latín seniles) Adj. Pertenece o relativo a la persona avanzada en la que se advierte su decadencia física.

En dichos conceptos se puede apreciar el manejo de los términos referentes al adulto mayor, enfocados en su aspecto físico y el cúmulo de los años. Muchos autores y organizaciones han dedicado investigaciones al adulto mayor que permiten una concepción más amplia y los abarca en distintos conceptos.

Según la Organización Mundial de la Salud, (OMS, 2000) la vejez o el envejecer es: *“un proceso normal que ocurre en todos los seres vivos, comienza en el momento en que se nace y se acentúa en los últimos años. Es un proceso, diferente de un hombre a otro”*³⁴

Pilar Pont Geis (2006)³⁵ define la ancianidad como una etapa más de la vida, para la que se debe preparar con objeto de vivirla de la mejor manera. Se nace, se crece, se madura y se envejece. *“Los primeros estadios de la vida, el individuo está en constante evolución, diariamente su cuerpo se va desarrollando, hasta convertirse en adulto. Más adelante, llega un momento en que el organismo comienza una fase de*

³⁴ Organización Mundial de la Salud, (OMS, 2000)

³⁵ Pilar Pont Geis (2006) define la ancianidad como una etapa más de la vida

involución y se inicia un envejecimiento. Exteriormente se manifiestan unos rasgos como: cabellos blancos, arrugas en las manos y en la cara, flacidez y demás signos de envejecimiento. También, los órganos internos empiezan a dar señales de cansancio o de falta de atención, como por ejemplo, dolores musculares, articulares, óseos, problemas respiratorios y circulatorios. Socialmente, se considera que es alrededor de los 60-65 años, edad que coincide con la jubilación.” (p. 21).

Es así como, Cardona *et al* (2003) quien en el libro “Envejecer nos toca a todos” de la Facultad Nacional de Salud Pública de la Universidad Antioquia, de Medellín se remite a Taveras, cuando dice que *“la persona que envejece debe enfrentar condiciones cambiantes, tanto de su propio organismo como del medio social en que vive”*.³⁶

El envejecimiento genera problemas comunes y retos similares para todos los que envejecen. Anteriormente, la sociedad veía al adulto mayor con respeto y veneración, lo premiaba nombrándolo gobernante, pontífice y consejero; hoy, se crean una serie de mitos alrededor de la vejez que la asocian con aislamiento, enfermedad, inutilidad, impotencia sexual, pobreza, debilidad y depresión. Este punto de vista moderno, funciona como una profecía que se auto promueve; se considera al anciano de esta forma y ellos adoptan esa visión de sí mismos, convirtiéndose en estereotipo legitimado por la sociedad.” (Tavares citado por Cardona *et al*; 2003).

Desde la Antropología, el autor Fericgla (1992) define la vejez como: *“un período de la vida arbitrariamente improductivo, que nuestras sociedades mantienen en una cierta categoría tabú por su relación con el deterioro biológico y la muerte, y al que se quiere maquillar y disfrazar por medios tecnológicos, que al mismo tiempo deben ser consumidos y producen beneficios: cosméticos, modas, ocio y viajes*

³⁶ Cardona *et al* (2003) libro “Envejecer nos toca a todos” de la Facultad Nacional de Salud Pública de la Universidad Antioquia

*para los ancianos y todo lo demás*³⁷ (p. 13).

Otros conceptos que definen al adulto mayor, lo determinan por su aspecto biológico, social y psicológico.

Biológico: Cuando comienza a presentar disminución de las funciones sensoriales, estructurales, lingüísticas, bioquímicas; disminución de la actividad: metabólica, nasal, respiratoria, cardiovascular, digestiva, endocrina y disminución de la respuesta del sistema inmune defensivo y depresivo.

Social: Cuando se presentan cambios en su estructura familiar, sus seres queridos abandonan el hogar dejándolos solos. Llega el momento de la jubilación, sentimientos negativos y la pérdida de autonomía.

Psicológico: Se manifiesta a través de la pérdida de autoestima, autoconcepto, autoimagen, pérdida de adaptación y del sentido de la vida.

Datos relevantes sobre la población del adulto mayor dan cuenta del interés que las entidades estatales tienen en ella, y buscan un aporte a mejorar su calidad de vida.

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede afirmar que el adulto mayor de hoy está siendo beneficiado por muchas instituciones de orden gubernamental y privado procurando que sean más sanos, más educados, más activos y más interesados en temas de interés general.

Más allá de los aspectos compartidos por las personas que transitan un mismo período vital, los adultos mayores también constituyen un grupo con características heterogéneas y diversas entre sí. Los aspectos socioeconómicos, historias y relaciones particulares que se construyen a través de instituciones educativas, políticas y culturales, y el lugar ocupado en ellas, junto con su identidad profesional que establece el

³⁷ Fericgla (1992) define la vejez como: *“un período de la vida arbitrariamente improductivo...”*

status y prestigio con que cuenta el sujeto, son aspectos que diferencia tangencialmente el “ser adulto mayor”.

Sin embargo, comparten el pertenecer al mismo grupo etéreo, que les permite compartir cierto contexto histórico y social con personas en un estadio vital similar. Por lo tanto, estas personas requieren participar en grupos de integración para comunicarse, divertirse y disfrutar el tiempo libre del que disponen.

LA COMUNICACIÓN ENTRE ADULTOS MAYORES

Se oyen sus voces y sus risas, ellos contagian su ternura y sencillez al comunicarse; el entorno entonces les exige ser más precisos y coherentes en la mayoría de las interacciones sociales en las cuales están inmersos; en ocasiones, son ignorados tanto por sus propias familias, como por los políticos de turno y la misma sociedad que notifica que las personas a los 60 años son viejas, achacosas y aburridas. Lo que se observa, es prueba fehaciente de que esto no es así, lo que falta son miradas más comprensivas, una postura distinta hacia lo que puede realizar en la práctica un adulto mayor y que sea coherente la respuesta de las entidades territoriales frente a la formulación en la política pública que los protegen y benefician.

Como ya se aclaró, comunicación es referirse a un proceso de compartir o intercambiar información. En el tema que nos interesa, se deben nombrar algunas particularidades que se presentarán, así como algunas características relevantes del contexto en el que interactúan.

Prieto Castillo (1990)³⁸ considera tener los siguientes elementos comunicacionales:

³⁸ Prieto Castillo (1990) considera tener los siguientes elementos comunicacionales

Formación social: Dentro de ella es posible analizar y entender la manera como se consolidan las tradiciones, formas de valorar, enfrentar la realidad y formas de relacionarse. En ella se inscribe todo el proceso comunicativo.

La formación social es entonces, el contexto, el cual determina las particularidades de la comunicación que se genera entre los participantes. Este elemento se consolida en la interacción de los adultos mayores que expresan sus propios lenguajes, reglamentos e intereses. Al tener en cuenta este aspecto es posible entender mejor los propósitos y las formas de interacción que utilizan los integrantes de un grupo de adultos mayores.

El marco de referencia: Está constituido por la vida cotidiana. Abarca las relaciones sociales (lazos de solidaridad). Es lo que la población hace, piensa, espera, cree, recuerda, sueña, cada día. En el adulto mayor, en particular, se evidencian estas interacciones comunicativas, en la forma como se comporta en las reuniones periódicas, siendo parte de su rutina programada.

Códigos: Son conjunto de normas sociales que permiten la comunicación en grupos y entre grupos de una determinada formación social. Hay códigos para la elaboración del mensaje verbal, y hay códigos conductuales referentes al lenguaje no verbal. Estos códigos condicionan el comportamiento de los miembros del grupo al cual pertenece, en cierta situación social.

Los códigos son vividos en general sin una crítica, son aceptados como el fundamento de la vida diaria y se manifiestan en conductas, creencias y expectativas cotidianas; conforman la manera cómo las personas se expresan y se comportan en un grupo; entenderlos significa conocer los parámetros que rigen la comunicación grupal y que por lo tanto, determinan lo que se considera adecuado e inadecuado, en cuanto a expresiones y actitudes.

El mensaje emitido a su vez, se encuentra conformado por símbolos auditivos, visuales, olfativos, entre otros, que constituyen un código que el receptor debe ser capaz de percibir adecuadamente. En ese sentido, pueden reconocerse diversos tipos de comunicación verbal, no verbal y para-verbal; sin embargo, resalta la posibilidad de que estos códigos sean incomprensibles para unos y otros.

Por lo tanto, los cambios sensoriales manifestados en el adulto mayor, en cuanto a la audición, la visión, el olfato, el gusto, el habla, el tacto, cambios musculares y óseos que interfieren en su desplazamiento, tienen un alto potencial de incidencia e influencia en la calidad de la comunicación.

Fase de emisión: El acto de emitir no se refiere sólo a hablar o escribir un mensaje. Una persona por el hecho de existir, está ofreciendo signos a los demás por medio de sus gestos, su vestimenta, su manera de caminar, sus objetos y los espacios que lo rodean. La fase de emisión es permanente y sólo adquiere sentido si se le analiza desde el punto de vista cultural. Emitir significa ofrecer información social y cultural permanente.

Esto quiere decir que en un grupo de adultos mayores coexisten múltiples procesos permanentes de emisión de mensajes tanto directos al hablar, leer, dar una razón; como indirectos miradas, atuendos, actitudes, y que permite analizarlos como grupo etéreo.

Según Prieto Castillo (1990) el emisor tiene poder para:

- Determinar el modo de interpretación y valoración de personas, objetos y situaciones. Controlar los mecanismos de difusión de los mensajes.
- Controlar que los signos tengan un solo significado posible.
- Rechazar, ridiculizar, distorsionar a sus opositores o a quienes dan versiones distintas.

El adulto mayor cuando interactúa en grupo, se comunica no solo a través

de mensajes directos, desde lo verbal; sino también con mensajes indirectos, aquello que no dice, sin embargo, se percibe la intención y la influencia que ejerce sobre los otros.

Fase de percepción: Percibir es la capacidad de recoger la información necesaria para responder eficazmente al propio entorno y de extraer información de la realidad para orientar la propia conducta. En el adulto mayor, estas percepciones están condicionadas por la formación social, los códigos, los marcos de referencia y las particularidades de la población que los componen.

Medios: Son los instrumentos a través de los cuales transmite un mensaje a un receptor. Como se mencionaba anteriormente, estos medios pueden ser directos o indirectos. Actualmente la tecnología de los medios como Internet, telecomunicaciones, radio y televisión, han logrado llegar a la población de adulto mayor, transformando su rutina y permitiéndole acercarse a la familia cercana y lejana y a la sociedad en general.

Mensaje: Es un conjunto de signos que a partir de códigos conocidos por el emisor y el receptor, llevan a este último una determinada información, a partir de la cual se toman decisiones, se adoptan posturas y se eligen conductas. Generalmente, se observa la brecha comunicacional que existe entre el adulto mayor y otras generaciones, evidenciado en la poca comprensión de ciertos mensajes que utilizan lenguajes poco accesibles para ellos y que el entorno hace difícil su interpretación y así mismo su retroalimentación.

Referente: Es de lo que se habla, es el tema central del mensaje. El conocimiento que tenga el emisor sobre un tema específico puede mejorar el mensaje, puesto que profundiza en él con seguridad, proyectando confianza y credibilidad; o por el contrario, lo afecta, distorsionando las ideas y pensamientos sobre el referente. Remitiéndonos al adulto mayor, cuando se comunica en grupo, expresa

con frecuencia mensajes descontextualizados, sin sentido, con cierta obstinación y resistencia ante temas no aceptados por su condición social, política, moral y religiosa.

En el futuro, seremos viejos, unos antes que otros, y necesitamos de prácticas nuevas que nos permitan seguir siendo activos, comunicativos con el cuerpo, los gestos, el movimiento y la mente en consonancia permanente. Lo que sucede antes, durante y después de la clase de gimnasia es motivo de análisis comunicativo por esta tesis de grado, que pretende demostrar que el cuerpo y la mente son consonancias del espíritu del ser humano, pues no importa la edad, la vejez o la condición.

Así como el joven reside en nuestra memoria, es necesario re-crear una nueva conciencia de la importancia que representa la comunicación en la vejez.

En el adulto mayor se puede observar un uso de lenguaje no verbal menos explícito, puesto que con frecuencia asumen una postura rígida, acompañada de orientación lateral del cuerpo, predomina una distancia interpersonal con retraimiento, timidez, aislamiento y recato, lo que en ocasiones se puede interpretar como poco deseo de interactuar en grupo. En otras instancias prevalece un lenguaje no verbal que coincide con sus condiciones emocionales de la edad, significando ternura, respeto, prudencia, comprensión y solidaridad.

Las clases de gimnasia dirigidas al adulto mayor es la excusa perfecta para interactuar en grupo y poder demostrar que la vida es movimiento, que los años son símbolo de experiencia y que el cuerpo da posibilidades de narrar, contar y describir el estado del alma y la juventud del espíritu. La lucidez de los gestos antecede la repetición continua y reiterada de la actividad física. Lo que la mente quiere demostrar al cuerpo es que la juventud se lleva en el alma, aunque se evidencia lo contrario en estos abuelos gimnastas o mejor aún gimnastas mayores.

“En los últimos años, se está hablando de la actividad física para las personas mayores como un fenómeno natural” (Pont Geis, 2006, p. 56). Desde las entidades públicas y privadas, se están promocionando una serie de campañas para sensibilizar a la sociedad de los beneficios que aporta la práctica de una actividad física dirigida.

Cuando una persona mayor realiza gimnasia, siente unos beneficios en su cuerpo, que lo hace sentir más ágil, va descubriendo sensaciones y formas de movimiento totalmente olvidadas. Mejora sus relaciones con el entorno, puesto que no le son tan necesarios los medicamentos para el insomnio, fatiga y depresión. Otro factor relevante a tener en cuenta, es que luego de la jubilación, se dispone de más tiempo, por ello, en su tiempo libre, tiene más oportunidades de incluir nuevas actividades.

Actualmente, en casi todos los centros, asociaciones, hogares geriátricos, residencias, gimnasios, clubes, centros deportivos, entre otras entidades, se ofrecen actividades como medio para cuidar su aspecto físico, socializar y recrearse. Los ejercicios más recomendados para los adultos son: la gimnasia suave, yoga, ejercicios estáticos o en movimiento, ejercicio con desplazamiento, estiramiento, relajación, aeróbicos suaves, resistencia, hidroaeróbicos, caminatas y levantamiento de pesas livianas.

La mayoría de las personas percibe a los adultos mayores desde el déficit y de lo que no pueden hacer, esto no excluye al profesor encargado de esta tarea; siendo él, quien lidera el ejercicio y tiene formación académica es responsable de lograr una dirección, acompañamiento e interacción comunicativa permanente, basadas en sus competencias, habilidades y destrezas, debe ejecutar actividades físicas, teniendo presente la dificultad, la resistencia y la exigencia correspondiente al grupo etéreo que dirige.

Los estudios más recientes (ICA, 1996, 1998)³⁹ muestran que el profesor exitoso tiene las siguientes características personales:

Se auto-percibe como agente de cambio y da ejemplo, actúa con inteligencia y emoción, cree en la gente, es sensible a los otros, es un aprendiz de la vida, es auto-reflexivo, sabe manejar la complejidad, la ambigüedad y la incertidumbre, es visionario, se guía por valores definidos y conscientes. Demuestra equilibrio físico, psíquico, social y espiritual.

El profesor en su ejercicio profesional, debe tener unas características y siempre debe estar dispuesto a disfrutar de su trabajo, desear sinceramente a ayudar a los otros, comunicarse claramente, ser conciso, congruente y natural, utilizar niveles de energía apropiados para estimular entusiasmo y compromiso. Escuchar y aprender de los demás, siendo la persona que otros buscan para orientar y aconsejar. Asumir un liderazgo, sabiendo cuándo ejercer papeles protagónicos y cuándo no hacerlo. Mostrar conocimiento de los programas que dirige.

Por consiguiente, el profesor cumple dos funciones paralelas: una como profesional de la actividad física, capacitado para la enseñanza, con una base sólida de conocimientos teóricos y prácticos y capaz de transmitirlos de la mejor manera posible; y la otra, una función, más orientadora, más humana, ya no sólo como profesor, sino como persona, amiga capaz de dirigir, orientar y organizar el grupo. “Es el responsable de que los asistentes a sus sesiones se integren, relacionen y comuniquen. Es el encargado de crear un clima de armonía y amistad y un ambiente agradable, para que no sólo asistan a sus clases con objeto de realizar actividad física, sino también para relacionarse” (Pont Geis, 2006, p. 77)⁴⁰.

³⁹ (ICA, 1996, 1998) muestran que el profesor exitoso tiene las siguientes características personales

⁴⁰ (Pont Geis, 2006, p. 77)

MARCO LEGAL

La Constitución aprobada en 2008⁴¹ señala, en su artículo 36, que las personas adultas mayores recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado, en especial en los campos de la inclusión social y económica, y protección contra la violencia.

El artículo 37 reza que el Estado le garantiza al grupo exoneración del pago por costos notariales y registrales, de acuerdo con la ley, y el acceso a una vivienda que asegure una vida digna, con respeto a su opinión.

Los derechos de las personas de la tercera edad son poco conocidos y ejercidos en el país. Es la conclusión a la que llegaron varias entidades que trabajan con el grupo en el país y que esta semana participaron en una mesa redonda realizada en Guayaquil. Dicho acto fue parte de un programa que el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) impulsa, a fin de promover políticas de protección integral para los derechos humanos de los adultos mayores.

En la plenaria realizada en Julio del 2010 en la ciudad de Quito, representantes del MIES, Servicio de Rentas Internas (SRI) y de las Asociaciones de Jubilados coincidieron en que en los lugares públicos y privados, como Empresa Eléctrica y bancos, donde se realizan trámites públicos, se ve poca concurrencia del grupo vulnerable, pese a que en esos sitios pueden gozar de beneficios como descuentos.

Por ejemplo, se planteó que algunos adultos mayores de 65 años de edad desconocen que están exonerados de pagar el Impuesto del Valor Agregado (IVA), pago de facturas, descuentos en la cancelación de la

⁴¹ Constitución aprobada en 2008 señala, en su artículo 36

matrícula del vehículo de su propiedad, los cuales deben ser restituidos a través del SRI; y que están exentos de las prestaciones del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas del Ecuador (ISSFA) y demás pensionistas.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

PRIMERO: El ámbito de la Ley debe desarrollar las normas constitucionales establecidas en los artículos 16 al 20, 66 y 384 de la Constitución de la República del Ecuador, CRE, en concordancia con los instrumentos internacionales suscritos por el país.

SEGUNDO: Se debe garantizar la libertad de expresión sin censura previa y con responsabilidad ulterior, conforme lo establece la Convención Americana de Derechos Humanos, CADH, en el artículo 13, numerales 1 y 2. Los límites democráticos a la libertad de expresión deben darse exclusivamente en los ámbitos de protección de los derechos de niños, niñas y adolescentes, salud pública, defensa nacional y orden público, conforme a lo establecido en el artículo 13, numerales 4 y 5 de la CADH, así como lo dispuesto en el artículo 19 de la Constitución del Ecuador.

ANÁLISIS DE LOS ARTÍCULOS:

ARTÍCULOS: 16, 18, 19, 20, 66 Y 384 DE LA CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR (2008) Y EL ARTÍCULO 13 DE LA CONVENCION AMERICANA DE DERECHOS HUMANOS

ART. 16 DE LA CRE:

- Se reconoce el derecho de todas las personas, en forma individual o colectiva, a una comunicación veraz, libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de interacción social;

- Se reconoce el derecho al acceso a los medios, de todas las formas de comunicación visual, auditiva y sensorial que permitan a las personas con discapacidad, su plena comprensión;
- Se reconoce el derecho a integrar espacios de participación en el campo de la comunicación.

ART. 17 DE LA CRE:

- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación y para ello garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
- En la utilización de frecuencias del espectro radioeléctrico y en el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas prevalecerá el interés público. De esta manera, en igualdad de condiciones entre el sector privado y el sector comunitario o de comunicación de interés social, se dará preferencia a estos últimos.
- El Estado facilitará la creación de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, y el acceso a las tecnologías de comunicación e información, en especial, para las colectividades que no accedan a las mismas o tengan un acceso limitado.
- Se prohíbe el oligopolio o monopolio, directo e indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

ART. 18 DE LA CRE:

Se reconoce el derecho de todas las personas, en forma individual o colectiva, a buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa y con responsabilidad ulterior. En este punto se debe constatar que esta

definición del derecho a la comunicación es restrictivo de la libertad de expresión al poner calificativos de veracidad, verificación, oportunidad, contextualización, pluralidad al derecho de las personas a buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información. En contraste, la definición de la CADH es mucho más amplia y favorable para la aplicación de este derecho. A saber, la CADH, en su artículo 13, numerales 1 y 2, establece que la libertad de pensamiento y expresión comprende la libertad de buscar, recibir, y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras. Además, precisa que el ejercicio de este derecho no puede estar sujeto a censura previa sino a responsabilidades ulteriores. Adicionalmente, la opinión consultiva (A5 1985) de la Corte Interamericana clarifica el alcance de este artículo y plantea: “No sería lícito invocar el derecho de la sociedad a estar informada verazmente para fundamentar un régimen de censura previa supuestamente destinado a eliminar las informaciones que serían falsas a criterio del censor.” Por tanto, a base del artículo 424 de la CRE, puesto que la definición del derecho a la libertad de pensamiento y expresión contenido en el artículo 13 de la CADH, numerales 1 y 2, es más amplia y favorable para el ejercicio del derecho a la libertad de expresión y, en general, de derecho a la comunicación, que el que establece el artículo 18.1 de la CRE, debemos acogernos a la definición estipulada en el instrumento internacional mencionado.

Se reconoce el derecho a acceder libremente a la información de carácter público, sin que exista reserva de información sino en los casos establecidos en la ley.

ART. 19 DE LA CRE:

Se señala que la ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, además de la promoción de la producción nacional independiente.

Prohibición 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.

ART. 20 DE LA CRE:

- Se garantiza la cláusula de conciencia a toda persona, el secreto profesional y la reserva de la fuente a comunicadores y periodistas.

ART. 66 DE LA CRE:

- Reconoce un amplio catálogo de derechos de libertad, entre éstos: el libre desarrollo de la personalidad, el derecho a opinar y expresar libremente el pensamiento en todas sus formas y manifestaciones.

ART. 384 DE LA CRE:

Dispone la creación de un sistema de comunicación social conformado por las instituciones públicas, la política y la normativa, y los actores privados y comunitarios que se integren voluntariamente.

El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto a la libertad de expresión y los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los tratados internacionales.

La ley definirá la organización, el funcionamiento, y las formas de participación ciudadana.

ART. 13.1, 13.2 Y 13.3 DE LA CADH:

- Se reconoce una amplia definición del derecho a la libertad de pensamiento y expresión sin censura previa sino a responsabilidades ulteriores.

Las responsabilidades ulteriores deberán estar fijadas en la ley y ser necesarias para asegurar el respeto a los derechos y reputación a los

demás, la protección de la seguridad nacional, orden público o la salud o la moral públicas.

Prohíbe restringir la libertad de expresión por vías indirectas como el abuso de controles oficiales al papel de los periódicos, asignación de frecuencias, aparatos utilizados para difundir información o cualquier otro medio que impida la libre comunicación.

CAPITULO II

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

2.1.- Enfoque Investigativo.

Los medios de comunicación y su influencia en el desarrollo socio afectivo en adultos mayores de los barrios periféricos de la cabecera cantonal de Santa Elena en el último semestre, están basadas en un enfoque cualitativo ya que en esta problemática se refiere y expresa las cualidades de los hechos, indagando la comprensión de la influencia. También permite conseguir información que será utilizada de acuerdo a la realidad y el ambiente que se vive en la sociedad de los barrios periféricos, de allí surgirán los datos para la consideración de posibles soluciones.

Los métodos que se consideraran en la presente investigación serán las siguientes:

2.1.1.- Método Inductivo – Deductivo

Esta metodología permitirá diseñar las estrategias metodológicas de la influencia en los ciudadanos, de los barrios periféricos de la cabecera cantonal de Santa Elena, de acuerdo a la planificación programada:

1. La observación establecerá la problemática en que se encuentran los habitantes de los barrios periféricos de la cabecera cantonal de Santa Elena.
2. Mediante las actividades que cada uno debe cumplir, se comparará y se pondrá en práctica la abstracción de las causas y los efectos que producen dicha influencia que tiene los medios de comunicación.
3. Una vez determinado el marco de información se generalizará el tema lo que originó las ideas para promover la solución al problema.

4. Y posteriormente su aplicación será mediante las capacitaciones sobre la influencia de los medios de comunicación dirigido a los habitantes de los barrios periféricos.

2.1.2.- El Método Científico.

La metodología científica se utilizará para demostrar los resultados logrados a través de la observación, la determinación del problema, la formulación de la hipótesis, experimentación y la recolección de datos, medios necesarios para lograr resolver el problema.

2.2.- Modalidad de la Investigación.

Investigación de campo.- Se realizó la investigación para desarrollar el trabajo de grado en los barrios periféricos de la cabecera cantonal de Santa Elena, obteniendo todos los referentes necesarios para establecer el problema real y realizar la fundamentación del proyecto, para ello se aplicó una encuesta en la población seleccionada de los barrios periféricos.

Investigación documental.- La investigación se realizó obteniendo información relacionada al proceso de la influencia de los medios de comunicación; así como también las teorías cuyos autores constan en la bibliografía de esta investigación.

Investigación experimental.- La investigación se llevó a cabo con los habitantes de los barrios periféricos de la cabecera cantonal de Santa Elena. Determinando en primer lugar la influencia de los medios de comunicación, permitió programar las estrategias metodológicas y aplicarlas luego en el entorno barrial para lograr el mejoramiento de la adecuada influencia de los medios de comunicación.

2.3.- Tipo de Investigación.

La presente investigación se centra en explorar y determinar las posibilidades que ofrecen los textos en formato multimedia e hipertextual para el desarrollo de la influencia crítica de los medios de comunicación en los habitantes de los barrios periféricos de la cabecera cantonal. Para lograr este objetivo se empleará un tipo de estudio de carácter descriptivo – analítico; en el cual se desarrollaron 2 etapas primordiales acordes a esta investigación, son:

1.-Recopilación y revisión de información tomada de exploraciones y bibliografías relacionadas con la influencia de los medios de comunicación.

2.- Análisis de la información recopilada.

La primera etapa de recopilación de datos bibliográfico – documental consiste en el proceso de búsqueda de la bibliografía referente al tema tratado, selección de datos referentes a la conceptualización de los principios básicos de la influencia de los medios de comunicación; análisis que orientará a la elaboración de la propuesta.

La segunda etapa corresponde el análisis bibliográfico de toda la información seleccionando para su estudio, y con esta fase se concluye el marco teórico que será el apoyo documental, científico técnico para la investigación.

2.4.- Población y Muestra

El grupo muestra está conformado por 240 habitantes de los barrios periféricos de la cabecera cantonal de Santa Elena. La elección de este nivel para la presente investigación se realizó atendiendo a varias razones:

Los barrios periféricos cuentan con influencia adecuada y se pretende con la elección de este grado, aumentar el nivel de influencia de los medios de comunicación, análisis, argumentación y aplicación en los medios de la cabecera cantonal que le permita al integrante de los barrios periféricos avanzar con eficacia en el proceso de comunicación adecuada e influencia en los diferentes niveles.

También se piensa que a esta edad se tiene mayor desarrollo de la capacidad de influencia y por ende mayor conciencia y responsabilidad de proceso de la comunicación verbal y escrita.

Para la elección del grupo de control y el grupo muestra, los habitantes se numeraron de uno a doscientos cuarenta.

2.5.- Técnicas e instrumentos de la investigación.

Técnicas

Al realizar el trabajo de investigación se escogió algunas técnicas para experimentar y analizar el problema detectado con el propósito de aplicar la mayor objetividad posible en el conocimiento de la realidad.

La Observación

A través de esta técnica permitirá registrar los principios del nivel de influencia de los medios de comunicación.

La Encuesta

Esta técnica nos permitirá acoplar información sobre la influencia ante la experiencia comunicativa.

Instrumentos

Al realizar el trabajo de investigación se escogió algunos instrumentos que nos permitirán registrar la información la investigación.

1) Cuestionarios

Plan de recolección de datos

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
• ¿Para qué?	Evaluar la lectoescritura de los estudiantes individualmente y en grupo.
• ¿De qué personas u objetos?	Estudiantes , docentes y padres de familia
• ¿Sobre qué aspectos?	Falencias en metodología y didáctica de los medios de comunicación
• ¿Quién? ¿Quiénes?	Investigador: Alexandra Rezabala.
• ¿A quiénes?	A los integrantes de los barrios periféricos de la cabecera cantonal
• ¿Cuándo?	En el período 2010-2011
• ¿Dónde?	En los barrios periféricos del Cantón Santa Elena.
1. ¿Cuántas veces?	Dos veces a la semana durante el año lectivo 2010 – 2011
2. ¿Cómo?	A través de clases y ejercicios prácticos y demostrativos.
3. ¿Qué técnicas de recolección?	Encuestas realizadas a las familias de los barrios periféricos
4. ¿Con qué?	Encuestas, cámara fotográfica.

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN A UTILIZAR.

Entre los Métodos Teóricos:

Análisis y Síntesis.- A través de la observación aplico la síntesis.

Se aplicaran estos métodos en la recolección de información.

Inducción y Deducción.- va de lo particular a lo general

Entre los métodos Empíricos:

Observación a la familia en su contexto real.

POBLACIÓN Y MUESTRA.

El total de la población se establece en 600 personas, adultos mayores distribuidos en las siguientes zonas:

1. Barrio Enrique Candell (cabecera cantonal de Santa Elena)
2. Barrio 16 de Julio (cabecera cantonal de Santa Elena)
3. Barrio Galápagos (cabecera cantonal de Santa Elena)
4. Barrio Samanes, Mirador y Jimmy Candell
5. Barrio Ruta del Sol – Sector 7
6. Barrio Enriqueta Candell y 16 de Julio II
7. Barrio Virgilio Drouet

Cabe anotar que cada barrio tiene 50 personas mayores adultos estos a la vez hacen un promedio de 600.

6.2.2. Muestra

Para encontrar la muestra representativa a aplicar en mi trabajo, se aplicó la fórmula respectiva de muestreo, conforme se indica a continuación:

$$n = \frac{N (p \cdot q)}{(N-1)(e/K)^2 + (p \cdot q)}$$

n = muestra

N= Número de personas = 600

p = Probabilidad de que se cumpla la hipótesis = 0.50

q = Probabilidad de que no se cumpla la hipótesis = 0.50

e = Error de muestra = 0.05

K = Constante de cálculo = 2

$$n = \frac{600 (0.25)}{(600 - 1) (0.05/2)^2 + 0.25}$$

$$n = \frac{150}{599 (0.000625) + 0.25}$$

$$n = \frac{150}{0.374375 + 0.25}$$

$$n = \frac{150}{0.624375}$$

$$n = 240 \text{ a encuestar.}$$

TÉCNICAS O INSTRUMENTOS A UTILIZAR.

La encuesta a utilizar nos permitirá recabar información acerca de las variables, medir opiniones, conocimientos y actitudes de las personas. Deberá superar lo intuitivo a la planificación, las preguntas deberán ser

estandarizadas tanto como sea posible, para permitir la comparación de la información recogida. Al formularse las preguntas deben tener el mismo valor psicológico para todos los entrevistados.

La observación a la familia en su contexto real. La confiabilidad dependerá de la capacidad que tenga el investigador para observar, el cual debe ser flexible para su ejecución.

La entrevista de un reporte verbal de una o varias personas con el fin obtener información primaria acerca de sus conductas o experiencias de la comunicación asertiva existente entre los promotores sociales y las familias.

CAPITULO III
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

1. ¿Cuántos años tiene de audiencia los medios de comunicación en la provincia?

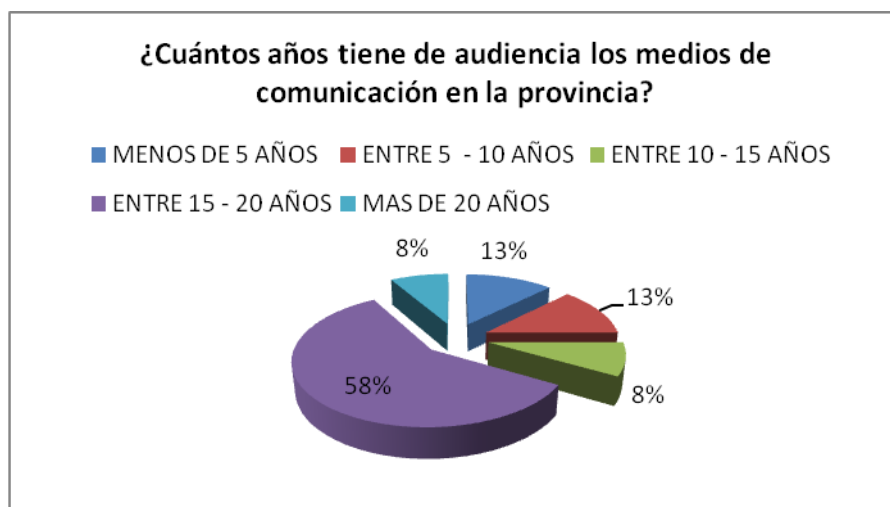
TABLA # 1

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENOS DE 5 AÑOS	30	13 %
ENTRE 5 - 10 AÑOS	30	13 %
ENTRE 10 - 15 AÑOS	20	8 %
ENTRE 15 - 20 AÑOS	140	58 %
MAS DE 20 AÑOS	20	8 %
TOTAL	240	100%

Encuesta a habitantes de los barrios periféricos

Elaboración: Alexandra Rezabala Saltos

GRAFICO 1



ANÁLISIS

Casi la mitad de los medios de comunicación tienen entre 15 – 20 años en la audiencia, lo que indica que los habitantes de los sectores periféricos tienen audiencia evidenciando el 58% de confiabilidad para nuestra investigación.

2. ¿Conoce y tiene dominio de la influencia de los medios de comunicación?

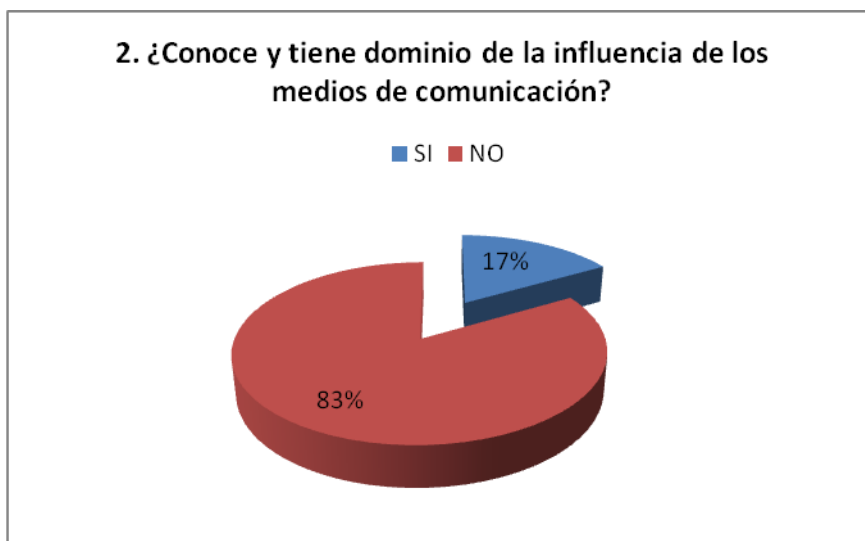
TABLA # 2

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	40	17 %
NO	200	83%
TOTAL	240	100%

Encuesta a habitantes de los barrios periféricos

Elaboración: Alexandra Rezabala Saltos

GRÁFICO 2



ANÁLISIS

Una mayoría considerable de los habitantes de los barrios periféricos de la cabecera cantonal de Santa Elena no conoce y peor aún no tiene dominio de la influencia, esto es preocupante porque no se sabe cómo influye en la comunicación de los adultos mayores.

3. ¿Ha asistido a cursos sobre la influencia de los medios de comunicación?

TABLA # 3

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	40	17 %
NO	200	%
TOTAL	240	100%

Encuesta a habitantes de los barrios periféricos

Elaboración: Alexandra Rezabala Saltos

GRAFICO 3



ANÁLISIS

De acuerdo a los resultados se puede apreciar que el 83% de los encuestados no han asistido a cursos relacionados con la influencia de los medios de comunicación evidenciando que es una problemática este tipo de investigación

4. ¿Conoce sobre instrumentos que influyen en la comunicación emitida por los medios locales?

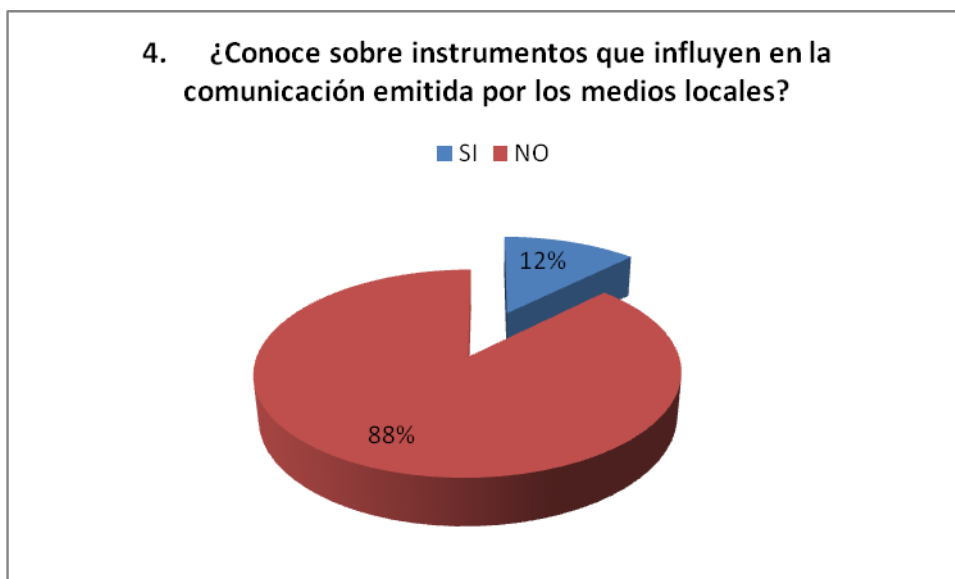
TABLA # 4

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	30	%
NO	210	%
TOTAL	240	100%

Encuesta a habitantes de los barrios periféricos

Elaboración: Alexandra Rezabala Saltos

GRAFICO 4



ANÁLISIS

De acuerdo a los datos obtenidos el 88% de los mayores adultos menciona que no conoce instrumentos que influyen en la comunicación emitida por los medios locales y que es necesario la implementación de investigaciones en bien de la comunidad.

5. ¿Investiga sobre la influencia de los medios de comunicación para mejorar la calidad comunicacional?

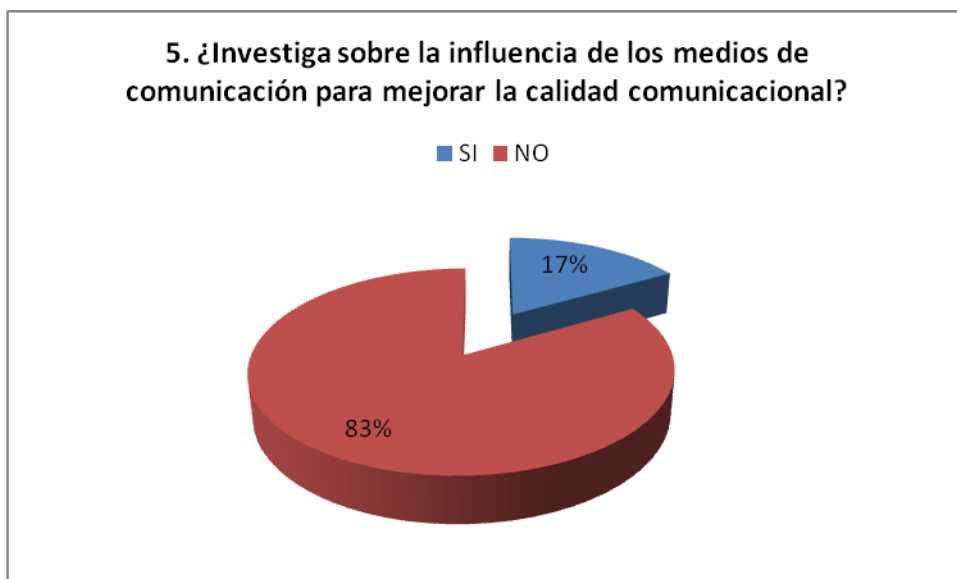
TABLA # 5

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	40	%
NO	200	%
TOTAL	240	100%

Encuesta a habitantes de los barrios periféricos

Elaboración: Alexandra Rezabala Saltos

GRAFICO 5



ANÁLISIS

Se puede apreciar que la mayoría de adultos mayores encuestados en un 83% considera que demuestra que no hace investigación cómo para mejorar la calidad comunicacional.

6. ¿Demuestra interés por la comunicación y el rol de los medios de la provincia?

TABLA # 6

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	200	%
NO	40	%
TOTAL	240	100%

Encuesta a habitantes de los barrios periféricos

Elaboración: Alexandra Rezabala Saltos

GRAFICO 6



ANÁLISIS

De acuerdo a los resultados todos los adultos mayores en un 83% mencionan que si se interesa por el rol de la comunicación de los medios de la provincia, siendo esto una oportunidad para mejorar la calidad comunicacional.

7. ¿Usted cree que el gobierno influye en la comunicación de los medios de la provincia?

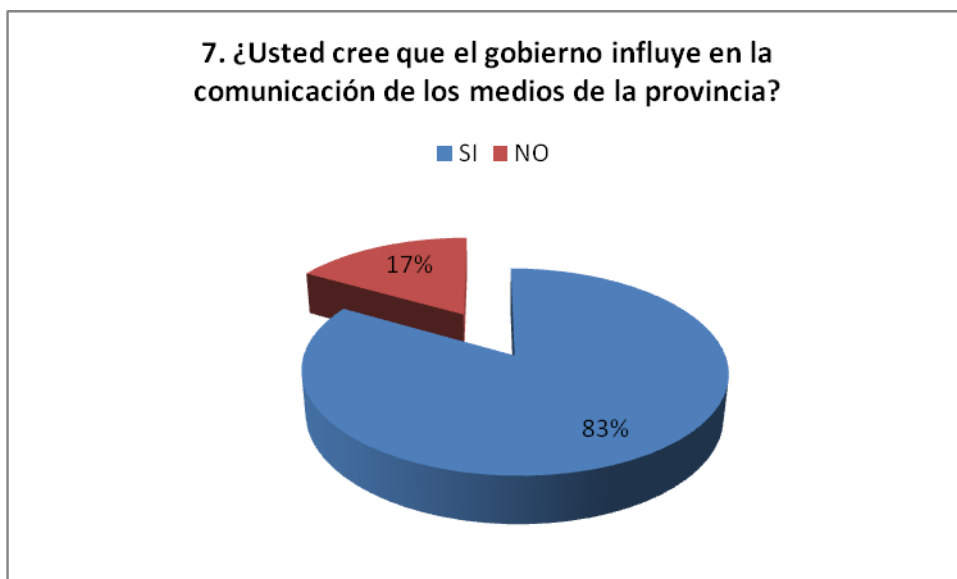
TABLA # 7

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	200	%
NO	40	%
TOTAL	240	100%

Encuesta a habitantes de los barrios periféricos

Elaboración: Alexandra Rezabala Saltos

GRAFICO 7



ANÁLISIS

No cabe duda que los adultos mayores creen que el gobierno si tiene influencia adecuada en los medios de comunicación, siendo esto una ventaja por tener el respaldo para una investigación adecuada.

8. ¿Utiliza medios de comunicación local o nacional?

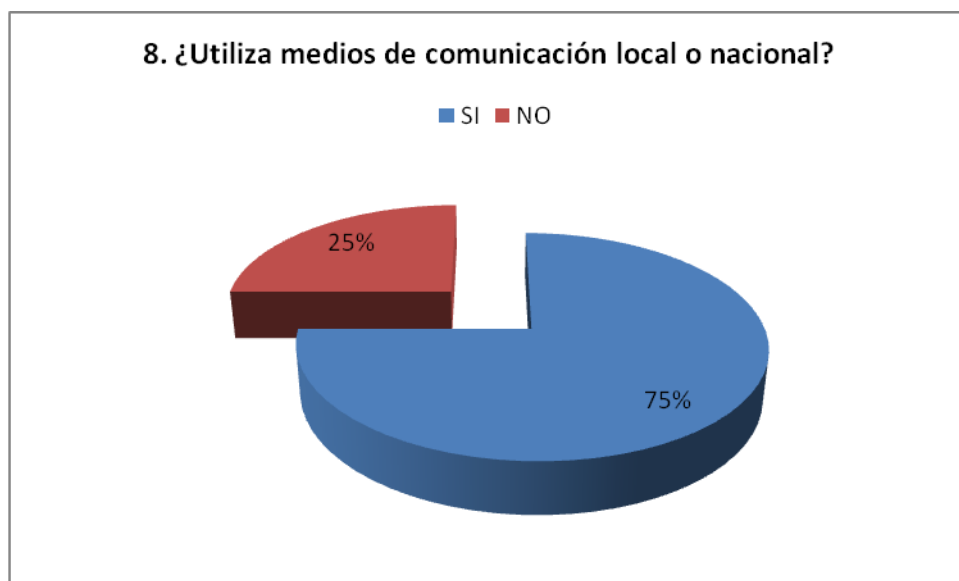
TABLA # 8

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	180	%
NO	60	%
TOTAL	240	100%

Encuesta a habitantes de los barrios periféricos

Elaboración: Alexandra Rezabala Saltos

GRAFICO 8



ANÁLISIS

Todos mencionan que sí utiliza medios de comunicación local y nacional para el mejoramiento de la comunicación que hoy en día no es nada adecuada la influencia de los mismos.

9. ¿Conoce sobre cómo influyen los medios de comunicación local en los sectores periféricos?

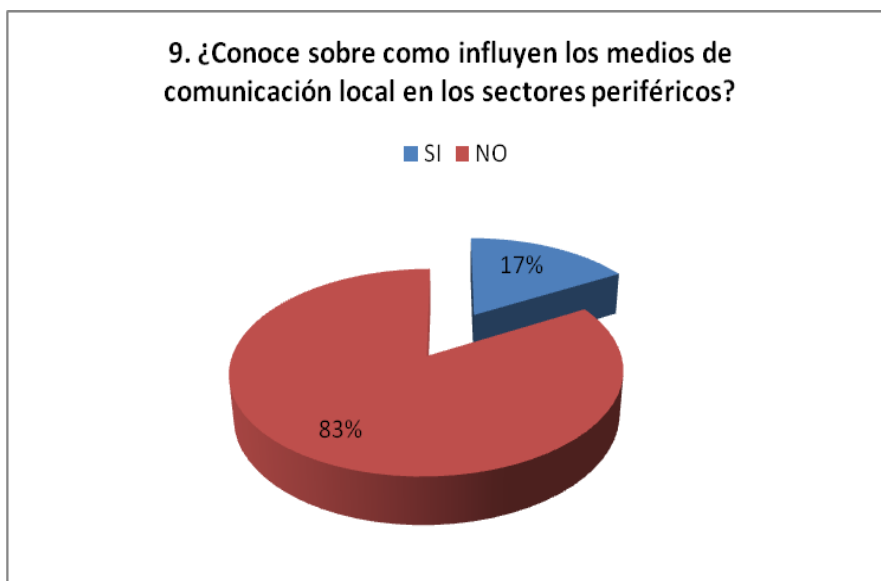
TABLA # 9

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	40	%
NO	200	%
TOTAL	240	100%

Encuesta a habitantes de los barrios periféricos

Elaboración: Alexandra Rezabala Saltos

GRAFICO 9



ANÁLISIS

Una mayoría considerable menciona que no conoce sobre la influencia de la comunicación en los medios locales, siendo esta respuesta una problemática provincial.

10. ¿Motivan los medios de comunicación hacia una adecuada influencia comunicacional?

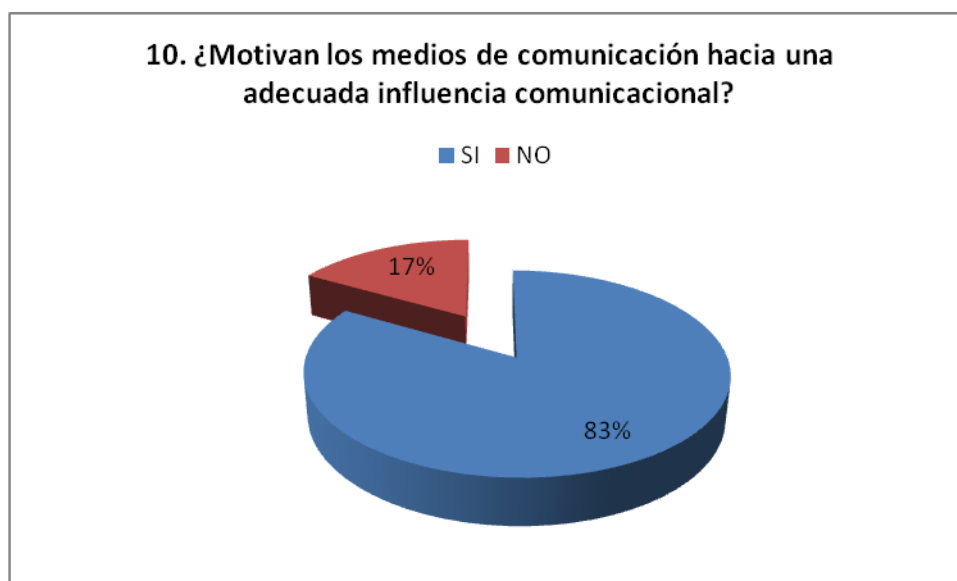
TABLA # 10

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	200	%
NO	40	%
TOTAL	240	100%

Encuesta a habitantes de los barrios periféricos

Elaboración: Alexandra Rezabala Saltos.

GRAFICO 10



ANÁLISIS

Todos los encuestados responden que los medios de comunicación local si motivan a una adecuada influencia educacional, provocando la necesidad de plantear investigaciones con la nuestra.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

TÍTULO DE LA PROPUESTA

IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER EL DESARROLLO SOCIO AFECTIVO DE LOS ADULTOS MAYORES.

ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Envejecer sólo es la fortuna de poder vivir más tiempo. Envejecer no es decadencia, es solo un cambio de ritmo en la vida.

Vivir es un milagro que se inicia con la concepción, es un proceso de transformación permanente que se presenta en el transcurso de la vida, proceso bastante complejo y dinámico; hay que vivir todas las etapas de la vida y con mayor razón la última pues es la oportunidad de disfrutar lo vivido y gozar con lo que está a su alrededor.

Con esta introducción a cerca de la vida de los seres humanos al alcanzar una edad de adultos mayores los medios de comunicación afectan en su totalidad pero esta vez adecuadamente con la trayectoria de toda una vida en donde el tiempo, que ya les pertenece, su testimonio y su historia del pasado les permite, en parte, pensar en el futuro.

Sus conocimientos profesionales o intelectuales no tienen por qué perderse. Todo lo que han adquirido, ha cambiado el mundo material mientras el espiritual ha quedado en buena parte idéntico. Siempre hay orgullosos y modestos, altruistas y egoístas, activos y perezosos.

La experiencia de la Tercera Edad enseña una nueva actitud frente al concepto de tiempo. Ellos tienen ahora la oportunidad de apreciar cada momento de la vida. Se hace posible para ellos detenerse, admirar y estar agradecidos por las cosas ordinarias de la vida, cosas que quizá pasaban antes desapercibidas: pequeños detalles como la amistad, la solidaridad y la sobre todo la comunicación y su influencia en los medios. Todo esto ofrece nuevas posibilidades para la oración contemplativa, una oración hecha no sólo de palabra sino sobre todo de abandono confiado en la adecuada influencia de la comunicación en los medios locales de la cabecera cantonal de Santa Elena.

JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

Con este trabajo se quiere exponer la gran cantidad de medios de comunicación que influyen inadecuadamente en la información de los adultos mayores de los barrios periféricos de la cabecera cantonal de Santa Elena, quienes se enfrentan a una problemática cada vez más creciente dentro de la sociedad, y se trata de la desinformación hacia el adulto mayor. Por tal motivo haremos énfasis en la influencia que reciben los adultos mayores por parte de los medios de comunicación local, y los desafíos que afronta el gobierno respecto a este asunto.

Además queremos indagar acerca de los programas y estrategias que se deberían acoger en pro del adulto mayor, tanto en el tema de la influencia de la comunicación de los medios locales ya que la información que ellos reciben es igual de importante que la que recibe el resto de personas.

así mismo se busca generar un espacio de respeto hacia los adultos mayores para que no se los ofenda por el simple hecho de su edad y que de forma correcta se hable de ellos e incluso se les permita participar de temas en los que ellos tengan relación para que no se alejen de la realidad social y tengan un desarrollo en cuanto al aspecto socio-afectivo

y se sientan aun parte activa de la sociedad.

FACTIBILIDAD

Es factible el proyecto porque se cuenta con el apoyo de las autoridades del cantón Santa Elena, la comprensión y participación de los moradores de los barrios periféricos.

PROBLEMÁTICA FUNDAMENTAL

Poco desarrollo de la adecuada influencia de los medios de comunicación que se refleja en el bajo criterio comunicacional de los habitantes de los barrios periféricos de la cabecera cantonal.

OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

Objetivo General

Implementar estrategias verificadoras de influencia de los medios de comunicación en los barrios periféricos de la cabecera cantonal mediante un estudio de campo para el mejoramiento comunicacional de los miembros de los barrios de la cabecera cantonal.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar la influencia de los medios de comunicación en los habitantes de los barrios periféricos de la cabecera cantonal.

- Diseñar estrategias de verificación de la influencia de los medios de comunicación.
- Minimizar los efectos de la influencia de los medios sobre los adultos mayores.
- Promover el desarrollo en la comunicación referente al grupo de estudio en temática de desarrollo socio-afectivo.
- Brindar una comunicación efectiva para los adultos mayores, mejorando la comunicación de los medios y el aspecto socio-afectivo de las personas.

PLAN DE ACCIÓN

Se implementaran estrategias de comunicación que ayuden a mejorar la relación de las personas adultas mayores para que no se sientan excluidos y esto fomente un desarrollo socio-afectivo de los mismos.

El plan está formado de la siguiente forma:

1. implementación de las estrategias de comunicación

- Medios Impresos
- Medios Radiales
- Medios Televisivos

2. diagnosticar la situación

Diagnosticar la situación se llevara a cabo un mes después de implementar las estrategias en todos los medios que realizan comunicación social en la provincia y que llegan hasta la zona de estudio. Esto será la evaluación de la propuesta de la cual dependerá la validez total o parcial del proyecto haciendo los cambios en las estrategias que sean necesarias.

Hay que determinar que toda la información debe estar debidamente fundamentada y teniendo en cuenta al público adulto mayor que también desea estar correctamente informado.

METODOLOGÍA. DISEÑO DE ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS.

El diseño de las estrategias metodológicas incluye:

➤ **Objetivos**

Esto se refiere a tener en cuenta de forma clara que la información también será dirigida a los adultos mayores y cuál es la influencia que esta pueda tener en ellos así como en el aspecto social general que también influye en la apreciación de los adultos mayores dentro de la sociedad.

➤ **Capacitación.**

Se realizara una corta capacitación a los que realizan comunicación social en el campo informativo o de noticias generales, que son las que más influencia tienen. Esto para que quienes hagan comunicación social en los medios tengan en cuenta al público que los escucha y evitar la mala información o malos tratos hacia los adultos mayores en temas relacionados a ellos.

➤ **Selección de temas.**

Esto es importante para distinguir los temas que tienen más influencia en los adultos mayores, en su pensar y en su desarrollo socio-afectivo.

➤ **Determinación de responsabilidades**

Esto tiene mucho que ver con los comunicadores o quienes hacen comunicación en medios, algo que también se refiere a la responsabilidad ulterior.

➤ Preparación de materiales.

Todo material informativo sobre este proyecto y sobre el objetivo primordial que se busca conseguir en beneficio de los adultos mayores.

➤ Aplicación de estrategias.

- Charlas de concientización a quienes hacen comunicación en medios que lleguen a la zona en estudio.
- Determinar un compromiso con los medios referente al objetivo de la propuesta
- Guiar las noticias y temas informativos que tengan que ver con adultos mayores para evitar malas influencias e informar de forma correcta.
- Permitir la participación de adultos mayores en temas que posean relación y que puedan desarrollar.

TABLA #-11

Enunciados	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Finalidad de las estrategias metodológicas en los habitantes interesados en mejorar sus niveles comunicacionales.	Alcanzar en un 90% el cambio de la manera de pensar y comunicarse de los habitantes de los barrios periféricos.	Ejecución de visitas a los medios de comunicación.	¿Hay suficiente financiamiento de gobierno y autoridades para mejorar la comunicación?
Propósito presentar niveles de influencia de los medios de comunicación con diferentes estrategias metodológicas, para brindar una comunicación adecuada.	Obtener en un 90 % de influencia adecuada en relaciones personales de los habitantes de los barrios periféricos.	Elaboración de materiales necesarios para los ejercicios prácticos de las estrategias metodológicas para la influencia adecuada.	¿Hay ayuda y colaboración de autoridades y adultos mayores de los barrios periféricos?
Medios de comunicación y barrios periféricos espacios físicos para desarrollar las actividades	Alcanzar en un 90 % la adecuación del espacio físico.	Autoridades, adultos mayores de los barrios periféricos.	¿Las entidades públicas y fundaciones colaboran con los medios necesarios para elaborar este proyecto?
Actividad es preparar el lugar. Ejecutar actividades demostrativas con la aplicación de estrategias metodológicas de la adecuada influencia de medios de comunicación.	Concretar en un 90 % las actividades señaladas	Implementación de un espacio donde se realicen ejercicios demostrativos de estrategias metodológicas para la adecuada influencia de los medios de comunicación.	¿Determinar los recursos económicos para la adecuación espacios de comunicación adecuados?

TABLA # 12

Grupos	Intereses	Percepciones	Poder y Recursos
Autoridades Seccionales.	Diseñar las estrategias metodológicas para mejorar la comunicación.	Falta de una formación adecuada de los miembros de los barrios periféricos	Implementar un espacio para establecer las estrategias demostrativas de la comunicación a los habitantes.
Personal barrios periféricos	Alcanzar óptimas relaciones entre los habitantes de los barrios para obtener una comunicación de calidad.	Falta de capacitación	Tomar decisiones, organizar comisiones para capacitaciones.
Adultos Mayores	Presenciar a los diferentes programas para que sus habitantes reciban una adecuada comunicación.	Poca colaboración en actividades y avance.	Colaborar y formar parte de las comisiones. Participar activamente en las diferentes actividades

Fundamentación Psicológica

Al aplicar la propuesta que se presenta se provoca un cambio psicológico en los habitantes de los barrios periféricos de la cabecera cantonal ya mediante una adecuada influencia comunicación de los medios locales las personas empezaran a pensar de diferente manera y los comentarios en los medios serán con mayor fundamento y criterio funcional.

Fundamentación Sociológica

Las circunstancias históricas de las últimas décadas y el paso de la sociedad post-industrial norteamericana a formación económica, política y cultural dominante en el contexto local cantonal ha determinado que la comunicación de adultos mayores se constituya en uno de los fundamentos esenciales de su hegemonía. Como comprobación empírica de esta afirmación no hay más que realizar un somero repaso a las producciones mass-mediaticas, y sus mensajes tanto manifiestos como latentes y subyacentes que poseen una significación ideológica de la que no cabe duda. Las estrategias comunicativas se vuelven imprescindibles es una sociedad en la que los adultos mayores y la opinión pública se convierten en factores políticos de primera magnitud. Desde las campañas de propaganda política hasta los enormes gastos publicitarios hechos por los monopolios transnacionales, pasando por las agencias de mediación de la opinión pública, se puede afirmar que la construcción de técnicas psicológicas no han hecho sino ir en aumento, por esta razón se fundamenta que la sociedad está afectada por la comunicación inadecuada proponiendo un cambio de temáticas para una comunicación adecuada y específica para el mejoramiento de la comunicación en barrios periféricos y sus habitantes adultos mayores.

CONCLUSIONES

- La existencia de problemas de rendimiento influencia comunicacional de los adultos mayores están directamente relacionadas con la falta de una adecuada comunicación.
- Los actores de los barrios periféricos de la cabecera cantonal de Santa Elena tienen la predisposición de intervenir activamente en la medición del nivel de influencia como parte fundamental de la aprehensión de la comunicación.
- Las técnicas a emplearse durante el proceso de aplicación de las estrategias metodológicas deben aprovechar los conocimientos previos de la influencia de los medios de comunicación, deben ser dinámicas y motivadoras para despertar el interés y alcanzar su objetivo.
- El diseño de las estrategias metodológicas contempla un desarrollo gradual de complejidad, parte de actividades sencillas y paulatinamente incorpora al habitante de los barrios periféricos en el desarrollo de situaciones más complejas para su edad.

RECOMENDACIONES

- El diseño de las estrategias metodológicas constituye una ayuda dirigida a los adultos mayores de los barrios periféricos, la selección de los temas a utilizar en los medios de comunicación.
- Una adecuada aplicación de la influencia permitirá a los adultos mayores e obtener mejores resultados en las evaluaciones no solo del nivel de influencia, sino de todas las estrategias, estas valoraciones deben ser cualitativas con la finalidad de brindar seguridad al habitante.
- Los materiales a utilizar durante la aplicación de las estrategias metodológicas deben ser debidamente preparados por el estudiante proponente.

BIBLIOGRAFÍA

- ACHIG, L. 2001. Enfoques y métodos de la investigación científica. AFEFCE, Quito.
- AGUILERA, F. 2001. Manual Gráfico de epistemología y diseño de tesis. UCE, Quito.
- ANDER – EGG, E., 2000, Técnicas de Investigación social, 6^{ta} edición. Editorial, Humanitas, Buenos Aires.
- ARY, D. y otros 2002, Introducción a la investigación Pedagógica. Nueva Editorial, Interamericana, México.
- ANCELL Scheker Mendoza: Estrategias para promover el aprendizaje inicial de la lectura y la escritura. Editora Corripio. C por A. Santo Domingo. R. D.
- ANCELL Scheker Mendoza y Cristina Amiama Espailat: Proyecto de Aula. SEE. Julio 2000.
- ASCEN Diez de Ulzurum: El aprendizaje de la lectoescritura desde una perspectiva constructivista. Vol. I. y Vol. II.
- ALLIENDE, F y CONDEMARIN, M. (2000). La lectura: teoría, evaluación y desarrollo. Santiago de Chile: Andrés Bello.
- ALLIENDE, F. (2003). La comprensión de la lectura y su desafío. Lectura y Vida. 3 (1), 7-12.
- BERBIN J. L. (2001). Consideraciones críticas sobre lectura. Caracas Venezuela: Ediciones Facultad de humanidades. Universidad Central.
- BERNARDA, Adrian Gracia: Capacitación de verano a educadores de pre primario.

- BRIONES, G., 2003, Investigación Social y Educativa. SECAB, Bogotá.
- BURGO, MARÍA ANTONIA DEL (2002): “La biblioteca escolar y la lectura comprensiva en los planes educativos de la Comunidad Foral de Navarra”. En Bibliotecas escolares y calidad de la educación. Ponencias del Seminario organizado por ANELE. Madrid, pp. 69-82.
- CARVAJAL, L. 2002, Metodología de la Investigación, 9ª Edición, Edit. Futuro, Cali.
- CARMEN Sainz y Javier Argos: Educaron Infantil contenidos. 207-208.
- CRISTINA Molina: Hacia una educación Inicial Integral. Pag. 114.
- CARRETERO, M Y GARCÍA MADRUGA, J. A (2004). El pensamiento como habilidad en: lecturas de Psicología del pensamiento. Madrid: Editorial Alianza.
- CASSANY, Daniel. La composición del texto. En: Describir el escribir de Piados, 2003.
- CASSANY, Daniel. Enfoques didácticos para la enseñanza de la expresión escrita. En revista de comunicación lenguaje y educación.
- CALVO, BLANCA y otras (2002): “Una difícil reflexión”. En 25 años de animación a la lectura. Jornadas de reflexión desde las bibliotecas escolares y públicas. Ed. Junta de Comunidades de Castilla La Mancha, Guadalajara (CD-Rom).
- CASTÁN, G. (2002, a): Las bibliotecas escolares. Soñar, pensar, hacer. Díada Editorial, Sevilla.
- EMILIA Ferreiro y Ana Teberosky: Los sistemas de escrituras en el desarrollo del niño. Pág. 21-27

- FRIDA Díaz Barriga Arceo y Geraldo Hernández Rojas: Estrategias docente para el aprendizaje significativo.

- GARCÍA GARRIDO, J.L. (2002): “El sistema educativo ante la lectura”. En Millán, J. A. (coord.): La lectura en España. Informe 2002. Ed. Federación de Gremios de Editores de España, Madrid, p. 161.

- GARCÍA GUERRERO, J. (2002): “Fomento de la lectura en corresponsabilidad”. En 25 años de animación a la lectura. Jornadas de reflexión desde las bibliotecas escolares y públicas. Ed. Junta de Comunidades de Castilla La Mancha, Guadalajara (CD-Rom).

- GARCÍA SOBRINO, J. y GUTIÉRREZ DEL VALLE, D. (2002): “El bosque de la animación y los árboles de la lectura”. En 25 años de animación a la lectura. Jornadas de reflexión desde las bibliotecas escolares y públicas. Ed. Junta de Comunidades de Castilla La Mancha, Guadalajara (CD-Rom).

- GÓMEZ SOTO, I. (2002): “Los hábitos lectores”. En Millán, J. A., op. cit., pp. 106 y ss.

- LORENZO García Huerta: El currículo en la escuela Infantil. Pág. 401.

- MIGUEL Ángel Zablaza: Áreas, medios y evaluación en la educación infantil.

- MATILDE Cabrera; Manual de capacitación, casas infantiles comunitarias.

- MOLINA, Cristina: Alternativas en búsqueda de una mayor efectividad en el desarrollo del diseño curricular del nivel inicial. 2007.

- MELLA Rocío Hernández y Carolina Andujar Schecker: Algunas Estrategias Para trabajar en el aula.

- MALAGON Jacqueline. Fundamentos del currículo. Tomo I. 1era edición. 2004. Enciclopedia de la psicología, pedagogía y psicología.
- OSORO, KEPA (2002): "25 intuiciones y compromisos para el futuro de la animación a la lectura". En 25 años de animación a la lectura. Jornadas de reflexión desde las bibliotecas escolares y públicas. Ed. Junta de Comunidades de Castilla La Mancha, Guadalajara (CD-Rom).
- TENA, MARÍA (2002): "Familias y lectura. Familias y bibliotecas escolares". En Bibliotecas escolares y calidad de la educación. Ponencias del Seminario organizado por Anele. Madrid, p. 112.
- Código de la Nacional de la Niñez y Adolescencia publicado en registro oficial Nº 737 del 3 enero de 2003. (Art. 37-39)
- Constitución Política del Estado. (Art. 26-27)
- Ley de Educación del Ecuador. (Art. 4)

ANEXOS

**POSGRADO: INFORMACIÓN ESTADÍSTICAS DE ADULTOS
MAYORES EN EL ECUADOR
FECHA: NOVIEMBRE DEL 2010**



Anexo 1: Conferencia sobre las estadísticas de los adultos mayores en Latinoamérica



Anexo 2: Conferencia sobre las estadísticas de los adultos mayores en Latinoamérica



Anexo 3: Conferencia sobre las estadísticas de los adultos mayores en Latinoamérica



Anexo 4: Conferencia sobre las estadísticas de los adultos mayores en Latinoamérica



Anexo 5: Conferencia Internacional con adultos mayores



Anexo 6: Conferencia Internacional con adultos mayores



Anexo 7: Conferencia Internacional con adultos mayores



Anexo 8: Conferencia Internacional con adultos mayores



Anexo 9: Conferencia Internacional con adultos mayores



Anexo 10: Visita al Museo Paleontológico



Anexo 11: Visita al Museo Paleontológico



Anexo 12: Visita al Museo Paleontológico



Anexo 13: Visita al Museo Paleontológico



Anexo 14: Bailoterapia en la Upse



Anexo 15: Bailoterapia en la Upse



Anexo 16: Bailoterapia en la Upse