



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

LA SEMIÓTICA DE LA COMUNICACIÓN, Y SU
INCIDENCIA EN LA EMISIÓN DE MENSAJES DE LA
ASOCIACIÓN DE AYUDA MUTUA “VOZ DE LOS TECHOS”
DE LA PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO.

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
GRADO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE COMUNICACIÓN
SOCIAL

AUTOR:

ERWIN JAVIER MUJICA DOMINGUEZ

ASESOR:

LIC. WILSON LEÓN VALLE

LA LIBERTAD – ECUADOR

NOVIEMBRE 2011

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 Escuela

Lcdo. Wilson León Valle
Profesor Tutor

Ing. Carlos Jiménez Quimiz
Profesor Especialista

Abg. Milton Zambrano Coronado Msc.
Secretario General Procurador

DEDICATORIA

Detrás de cada ser humano se encuentra la huella indeleble que marcó la historia escrita con sabiduría en ejemplos de superación y trabajo constante. Dedico la presente tesis a mis fortalezas y apoyo incondicional mis queridos padres: Sr. Guillermo Mujica Rodríguez, Sra. Denis Dominguez Villón, por constituirse en mis pilares primordiales de superación en toda mi carrera universitaria, y profesional.

Javier Mujica Dominguez.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento profundo a Dios en ser mi fortaleza espiritual y de fé en todo momento, a mis padres, mis hermanos, mi familia en general. A esta institución ícono de la educación en nuestra provincia; la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), Carrera de Comunicación Social, que me abrió las puertas del saber formándome y direccionándome en el camino de la excelencia, con virtudes y eficacia en la práctica constante del éxito.

Agradezco a mi tutor de tesis, Máster Benjamín Wilson León Valle por su profesionalismo, y servicio de contribuir con sus filosofías de formar verdaderos líderes, que coadyuven al fortalecimiento y engrandecimiento de la región y del país.

Javier Mujica Dominguez.

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor de la Carrera de Comunicación Social, nombrado por el Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud, de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

CERTIFICO:

Que he analizado el Trabajo de Titulación de grado presentado por el Sr. Erwin Javier Mujica Domínguez, como requisito previo para optar por el Grado Académico de Licenciado, cuyo problema es:

La Semiótica en la Comunicación y su incidencia en la emisión de mensajes de la Asociación de Ayuda Mutua Voz de los Techos de la parroquia José Luis Tamayo.

Considero aprobado en su totalidad.

Tutor:

Lcdo. Benjamín Wilson León Valle
C.C. 0910132430

La Libertad, Noviembre del 2011

CERTIFICADO DE GRAMATÓLOGO

En mi calidad de docente profesional después de revisar el contenido de la tesis presentada por el señor Erwin Javier Mujica Dominguez, con cédula de identidad N.- 092382592-1 quien consta como egresado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud, Escuela de Ciencias Sociales, Carrera de Comunicación Social, cuyo tema es **“LA SEMIÓTICA DE LA COMUNICACIÓN, Y SU INCIDENCIA EN LA EMISIÓN DE MENSAJES DE LA ASOCIACIÓN DE AYUDA MUTUA “VOZ DE LOS TECHOS” DE LA PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO”**, requisito previo a la obtención del Título de Licenciado de la República del Ecuador, me permito declarar que este trabajo no presenta errores en el orden ortográfico y gramatical, por cuanto puede ser expuesto ante el jurado respectivo para la defensa del tema en mención.

Lo certifico en honor a la verdad.

Atentamente,

.....
Lcda. Ketty Sandra Reyes Perero

C.I: 090773780-3

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
TRIBUNAL DE GRADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
CERTIFICADO DEL PROFESOR TUTOR	v
CERTIFICADO GRAMATÓLOGO	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
LISTA DE CUADROS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
RESUMEN	xiv
INTRODUCCIÓN	xv

TEMA.....	17
ANTECEDENTES.....	18
JUSTIFICACIÓN	20
EL PROBLEMA.....	22
Delimitación del Problema	24
Planteamiento o Formulación del Problema	25
Objetivos de la Investigación	25
Objetivo General	25
Objetivos Específicos.....	25
Hipótesis	25
Operacionalización de Variables.....	26

CAPÍTULO I:	
MARCO TEÓRICO	29
Marco referencial o contextual	29
La Semiótica y su contribución a la comunicación.....	31
La Comunicación oral Egipcia.....	33
La edad antigua en las primeras civilizaciones	34
La edad media	34
Modelo Semiótico en España	36
La Semiótica en América Latina	37
Influencia de la Semiótica en Venezuela	39
Modelo Semiótico Colombiano	40
Comunicación y significación, modelo semiótico Peruano.....	42
La Semiótica en Ecuador	44
Quién maneja las palabras, maneja el mundo	49
Aproximaciones Semióticas.....	51
Provincia de Santa Elena.....	51
Historia de la Voz de los Techos.....	53
Incidencia en la Emisión de mensajes	54

Fundamentación Científica	55
Funciones de la Semiótica	55
Signo Lingüístico.....	56
Teoría de Saussure	56
Teoría de Peirce	56
Funciones de comunicar	57
Teoría de Umberto Eco.....	58
Semántica	58
Componentes del significado	60
Denotación.....	60
Connotación.....	60
Comunicación oral	60
Característica de contenido de la comunicación oral.....	61
Característica de la comunicación verbal.....	62
Pragmática.....	62
Sintaxis	63
Construcciones endocéntricas y exocéntricas	64
Núcleo y modificador en la equivalencia sintáctica	65
Sintaxis generativa.....	65
Sintaxis Funcionalista	66
Tipos de significados	66
Significado convencional.....	67
Significado del hablante.....	67
Expresión en la emisión de mensajes.....	68
Símbolos en Comunicación Social.....	68
Reglas en Comunicación Social	68
Emisión de mensajes	69
El Discurso.....	70
Uso del Lenguaje	71
Uso referencial Indicativo.....	71
Uso referencial Valorativo	71
Uso referencial Explicativo.....	71
Uso Apelativo.....	71
Uso Expresivo.....	72
Uso Poético.....	72
Uso Lúdico	72
Análisis de Estructura Básico.....	72
Ideas Núcleo.....	73
Sintagma.....	73
Modo de predicación.....	73
Grado de referencialidad.....	73
Lo dicho y lo no dicho	74
Complementaridad.....	74
Oposición	74
Tipificación	74
Isotopía	75
Análisis Narrativo	75
El Relato	75

Análisis Estilístico en el periodismo	76
Tópicos	76
Redundancia.....	76
Personalización.....	77
La Pregunta	77
Amplificación.....	77
Figuras	78
Comparación.....	78
Metáfora.....	78
Hipérbole.....	78
Análisis Ideológico	79
Antonomasia	79
Gradación	79
Hipérbaton	79
El sentido de la oportunidad.....	80
El Lenguaje de la radio	80
La Voz.....	80
Tips para hablar y comunicar en radio.....	81
Factores Filosóficos de la semiótica	81
La Filosofía y la conducta	82
La Lógica de la filosofía	82
La Ética.....	83
Filosofía del Lenguaje	85
Filosofía de la mente.....	86
Necesidades Sociológicas	86
Fundamentación Conceptual o marco conceptual	88
Semiótica	88
Asociación de Ayuda Mutua.....	89
Comunicación e Información.....	89
Signo.....	90
Símbolos.....	91
Lenguaje	92
Emisión de mensajes	93
Responsabilidad	94
Locución.....	95
Profesionalismo	95
Voz de los Techos	96
Fundamentación Legal	97

CAPÍTULO II:

METODOLOGÍA O ESTRATEGÍAS METODOLÓGICAS.....	110
Diseño de la Investigación	110
Modalidad de la Investigación.....	110
Investigación de Campo.....	110
Investigación Documental Bibliográfica	111
Tipo de Investigación	111
Método Deductivo	111
Población y muestra	111

Población	111
Muestra	112
Recolección de Información.....	114
Instrumentos de Investigación	114
Técnicas.....	114
Procesamiento de la Investigación	115
Fases de procesamientos	115
Investigación Documental	115
Recolección de datos.....	115
Elaboración de matices.....	116
Tabulación	116
Presentación gráfica	116
Diagnóstico	116
Propuesta.....	116

CAPÍTULO III:

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	117
Procesamiento y análisis	117
Conclusiones y recomendaciones	131

CAPÍTULO IV:

LA PROPUESTA.....	135
Justificación	136
Diagnóstico	137
Diagnóstico F.O.D.A	138
Fundamentación Teórica de la propuesta.....	139
Sociológica.....	139
Legal	140
Objetivos de la propuesta	141
Objetivo General	141
Objetivos Específicos.....	141
Factibilidad de la propuesta	141
Factibilidad Legal	142
Constitución del Ecuador: Comunicación e Información	142
Código de Ética Profesional.....	142
Ley Orgánica de Educación Superior	143
Factibilidad Técnica	144
Factibilidad Financiera	144
Recursos Humanos	144
Descripción de la propuesta.....	145
Validación de la propuesta.....	145
Conclusiones	148
Bibliografía General.....	149
Anexos.....	153

ÍNDICE DE CUADROS

Causas del problema, consecuencias.....	23
TABLA N.- 1.....	23
Matriz de Operacionalización de Variables.....	27
TABLA N.- 2	27
TABLA N.- 3.....	28
Diagnóstico F.O.D.A.....	138
TABLA N.- 4.....	138
Cuadro de Programación.....	145
TABLA N.- 5.....	145
Contenido de Capacitación en Técnicas e Insumos de Semiótica en la comunicación.....	146
TABLA N.- 6.....	146

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Páginas
¿Cómo la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos” incide en el desarrollo local?	117
¿Cómo entiende la población de la parroquia José Luis Tamayo..... el trabajo que realiza la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos”?	118
¿Qué tipo de programa estuviese de acuerdo que se impulse..... en la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos”?	119
¿Qué horario usted desearía escuchar los programas?.....	120
¿Considera usted necesario establecer las razones por las..... cuales existe el desconocimiento de las técnicas semióticas de la comunicación (uso de los signos, símbolos en el lenguaje) en la emisión de mensajes de la Voz de los Techos.	121
¿Tiene repercusión el desconocimiento de la ciencia semiótica..... en la emisión de mensajes de la “Voz de los Techos”?	122
¿Es determinante que la carencia de personal capacitado en técnicas de semiótica de comunicación (uso de los signos, símbolos en el lenguaje) incida en la comprensión de mensajes en la ciudadanía de la parroquia de José Luis Tamayo?	123
¿Cree usted que la emisión de mensajes de la “Voz de los Techos”..... es oportuna para toda la ciudadanía?	124
¿Cree usted que los signos y símbolos empleados por los..... locutores de la “Voz de los Techos” está direccionando en el trabajo de comunicar e informar?	125
¿Considera usted que la emisión de mensajes proporcionada por la “Voz de los Techos” está orientada a la ciudadanía en la práctica general de valores?	126
¿Cree usted que la recepción de los mensajes de la “Voz de..... los Techos” es óptima y al alcance de todos?	127
¿Los símbolos y signos utilizados en los mensajes de la “Voz de los Techos” son comprensibles y entendibles para la comunidad?	128

¿Considera usted como factor determinante en la emisión de..... 129
mensajes a las personas empíricas que laboran en la
“Voz de los Techos”?

¿Considera usted necesario que se realice un Plan de acción.....130
para el mejoramiento de la semiótica en la comunicación para
el personal de la “Voz de los Techos”

LA SEMIÓTICA EN LA COMUNICACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA EMISIÓN DE MENSAJES LA ASOCIACIÓN DE AYUDA MUTUA “VOZ DE LOS TECHOS” DE LA PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO, CANTÓN SALINAS.

AUTOR: Erwin Javier Mujica Dominguez
Tutor: Lic. Benjamín Wilson León Valle M. A.

Resumen

El presente proyecto de investigación tiene como propósito realizar un plan de acción para el mejoramiento de la emisión de mensajes del personal que labora en la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos”, y su correcta aplicación de la semiótica de comunicación, mediante la estructuración al concepto de medio de comunicación comunitario de la referida institución. Para ello se procedió a elaborar la base primordial para el sustento y la importancia de la investigación como es el estudio y teoría del tema, estableciendo conceptos básicos, luego de aquello el direccionamiento a la exploración de campo necesario para tomar contacto directo con la comunidad, obteniendo datos reales, documentación bibliográfica aplicando teóricas a través de diferentes libros, revistas, internet, descriptivo reflejando lo que aparece tanto en el ámbito natural como social. Además la base legal que también proporcionó sustento para este estudio. Con esta propuesta se deja impregnado un modelo con su estructura de comunicación, siendo un pilar primordial para la construcción de avance y desarrollo en la parroquia José Luis Tamayo, Cantón Salinas, como instrumento de captación y aceptación de verdaderos mensajes que provocaran sin duda alguna reacciones positivas en la comunidad.

INTRODUCCIÓN

La comunicación es un fenómeno social universal que trasciende en sus diversas formas de expresar el mensaje. Desde los orígenes de la sociedad las primeras civilizaciones ya practicaban una comunicación por medio de señas para poder llegar a otros pueblos. Precisamente esto hace que la comunicación sea una facultad del ser humano que le permite garantizar el derecho a una comunicación en todas sus formas, permitiéndole a éste optar por mecanismos que le coadyuven en su formación y aprendizaje dentro del entorno de la sociedad como lo prescribe nuestra Constitución en la sección de Comunicación e información artículo 16 literal 1 “Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos”.

Los símbolos y signos a través del lenguaje cotidiano constituyen una parte importante del ser humano que le permite estar en constante desarrollo en su entorno, refiriéndose a la ampliación en categorías en su diversidad de lenguas. El fenómeno de la comunicación Social involucra a las nuevas tecnologías centrándose a los efectos sociales, políticos y culturales que rodean la vida social en invariables consumo de mensajes e información. Precisamente basándonos en esta amplia argumentación el mundo de la comunicación podemos mencionar que no sólo abarca ni constituye preceptos básicos, sino que más bien resulta interesante la cosmovisión en que la comunicación es demasiado importante como para dejárselo sólo a comunicadores.

La aparición de la Semiótica hizo creer en la posibilidad de dar a la Comunicación Social un eje organizador y estructurante de su dispersión epistemológico. Sin embargo, la Semiótica se encuentra en pleno corazón de la Comunicación Social, ya que lo que la Comunicación

produce y circula es nada menos que el objeto central de la Semiótica: la significación.

Es evidente que la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos” ha traspasado viejos paradigmas en la comunicación rompiendo barreras, implicando un lenguaje que le permita transmitir en forma rápida e inequívoca las diferentes informaciones que por su pertinencia permita la mejor toma de decisiones, y en cuyo objetivo se encuentra fomentar la solidaridad entre el pueblo de José Luis Tamayo, he aquí la fundamentación de nuestro estudio investigativo basado en la observación del fenómeno y sus causales relacionado al ámbito comunicacional, la aplicación, uso adecuado y apropiado de los semiótica de la comunicación en el lenguaje considerando todo poder en ejercicio tiene que tener muchos de los grandes espacios proyectados que no se han realizado o se han perdido en forma inexplicable por la ausencia de claros códigos que transmiten la información en una forma adecuada.

Más aún no podemos estar exentos en nuestro mundo, como profesionales en comunicación social no se esté llevando de mejor forma la adecuación de técnicas y reglas en la acertada emisión del mensaje en la ciudadanía en general.

TEMA

LA SEMIÓTICA EN LA COMUNICACIÓN, Y SU INCIDENCIA EN LA EMISIÓN DE MENSAJES DE LA ASOCIACIÓN DE AYUDA MUTUA “VOZ DE LOS TECHOS” DE LA PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO.

ANTECEDENTES

La comunicación como facultad humana surgió al momento en que nuestros antepasados en su lucha por la supervivencia, y en respuesta a su intuición se vieron obligados a transmitir a quienes les rodeaban todas sus impresiones, sentimientos, emociones, para ello optaron y se valieron de la mímica, de los gritos, las interjecciones, lo que constituyó un lenguaje biológico. Consecutivamente apareció un lenguaje hablado, y las diferentes manifestaciones pictóricas, aparecen las pinturas rupestres, los jeroglíficos, permitiendo al hombre por primera vez expresar su pensamiento de un modo gráfico. El pensamiento humano ha evolucionado tornándose cada vez más complejo y ecléctico, acorde a este y como representación del mismo su expresión gráfica ha sufrido una evolución similar.

Hemos pasado de las primeras figuras simples y esquemáticas que reproducían la realidad más cercana de sus artífices a las más complejas composiciones de hoy, inspiradas en todo tipo de temas, asistidas por determinadas técnicas y distanciadas en muchos casos de lo conocido. Hoy podemos hablar del lenguaje de las imágenes, de una semiótica de las imágenes, de sus mensajes, de su interpretación, de la imagen como información primordial y no secundaria.

La comunicación engloba todos los procesos mediante los cuales se transmite y se recibe la información, aunque toda comunicación contiene información, no toda la información posee valor comunicativo. Una comunicación es incompleta a menos que se reciba y se comprenda.

El propósito principal de la comunicación es hacer que el receptor entienda la intención del emisor de comunicación, considerando que se encuentran regidos por la misma naturaleza que permiten formarlos y combinarlos. Es importante compartir el mismo lenguaje entre emisor y receptor como base de entendimiento, por lo que es fundamental saber

aprovechar el contenido propio de cada canal para transmitir el mensaje correctamente que se quiere y poder provocar así la reacción que se desee. Tan importante como puede ser el canal entre emisor y receptor o que estos dos interlocutores compartan el mismo idioma o lenguaje es que las partes que intervienen en la comunicación compartan significados (plano del contenido) y significantes (plano de expresión).

El lenguaje humano constituye uno de los mejores ejemplos de comunicación, del mismo modo que es palpable anunciar el interés al utilizar una noticia rápida y sencilla para dejar óptima la ventaja apropiada de la información proporcionada y que llegue de manera clara y concisa a toda una población. Para ello es importante mencionar que la ciencia de la semiótica de comunicación y su inmediata aplicación responde a la necesidad imperiosa de poder transmitir un mensaje, pero pese a esto en la parroquia José Luis Tamayo, perteneciente al cantón Salinas, están inclinados claramente a propiciar un clima de zozobra y su aplicación no son estipulados ni ceñidos al uso apropiado del poder de la palabra como acertadamente un comunicador social lo haría y lo aplicaría.

En la Constitución de la República del Ecuador, artículo 18 de la sección tercera de Comunicación e información menciona que todas las personas en forma individual o colectivas tienen derecho a buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior, pero aquí surgen una interrogante ¿Será óptimo y adecuado el lenguaje emitido por los altos parlantes de la Voz de Los Techos para la ciudadanía de la parroquia José Luis Tamayo?.

JUSTIFICACIÓN

El lenguaje de comunicación en su transitar por tiempo ha pasado a ser un factor fundamental para la sociedad, la expresión de nuestro idioma constituye la necesidad imperiosa de comunicar, por ende el ser humano ha implementado programaciones informativas en diversos tópicos que se encargan de difundir el mensaje hacia la comunidad en general.

Prevaleciendo esta necesidad, el presente trabajo de investigación va dirigido a la comunidad de nuestra región, especialmente a comunicadores y radiodifusores que sin ser profesionales, captan la atención de la audiencia al momento de emitir las noticias o informaciones dentro de la parroquia José Luis Tamayo, o también dentro de la provincia. Es innegable que los medios de comunicación, más aún un comunitario como se lo cataloga a la “Asociación de Ayuda Mutua Voz de Los Techos” son un puente y un canal de constante información, sin embargo están llamados a ser educadores y orientaciones, facultad que consideramos carece, por tanto, optaremos por determinar los efectos que causa en la emisión de mensajes, ya que la expresión del lenguaje en cualquier símbolo y signos es el primer elemento fundamental capaz de captar la atención ante el público.

Mencionaremos que frecuentemente la comunicación que emite la “Voz De los Techos”, es direccionada por el no profesionalismo del personal que labora y realiza acción social, más aún nuestra inclinación y motivación será analizar el problema precisamente en la expresión de la Semiótica en la comunicación en el lenguaje al momento de emitir el mensaje hacia la comunidad en general.

Esto proporcionará la ayuda necesaria para el mejoramiento de la comunicación en la emisión de mensajes adquiriendo un estilo único en la persuasión de noticias e informaciones, lo que será indispensable para

una comunidad habida de que la verdadera información capte la atención necesaria de todos, logrando un cambio hegemónico de actitud y de pensamiento del papel que ejercen los locutores del medio, permitiendo así un buen ejercicio del profesionalismo en la comunicación.

Mediante este análisis, resulta necesario señalar que nuestro propósito también es conseguir que los locutores se capaciten en instrumentos y técnicas de expresión logrando potencialidades al máximo como buenos comunicadores, y así ganarse la confianza y aceptación de los oyentes.

PROBLEMA

La Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos”, durante más de 50 años ha sido un puente en el desarrollo poblacional, mediante la “comunicación” como instrumento capaz de captar atención y aun siendo un modelo adoptado por otras parroquias para la consecución en el fomento de la ayuda solidaria para aquellas personas de escasos recursos económicos, o familias que tuvieron el deceso de uno de sus seres queridos, además de comunicar e informar diversas noticias de índole necesarias para una comunidad hábita de conocimientos.

Por esta razón es innegable que la comunicación como fenómeno social juega un rol ponderante en la sociedad, y en facultad de aquello los seres humanos, más aún los comunicadores sociales no podemos estar exentos de la realidad. Vivimos y nos desarrollamos en constante información, y como agentes somos consumidores de este mundo globalizado nuestra sociedad está plagada de cualquier noticia que precede de interés para toda la colectividad, y aquella información proporcionada y presentada deberá ser clara, entendible, precisa y veraz.

He aquí nuestra preocupación, y la inclinación hacia el tema presentado, con este proyecto daremos luces en la aplicación correcta y acertada de los verdaderos aplicación en técnicas y ciencia de la semiótica en la comunicación dentro de una comunidad permanente de que las noticias e informaciones que la anteceden sean presentadas sin atenuantes, ni ser mal visto en términos aberrantes ni amenazadores obligando al ciudadano a contribuir en las necesidades de otros, lo que si compartimos, pero debería realizarse con una objetividad que contribuyan a fortalecer los verdaderos valores, en el desarrollo socio político, cultural y económico de esta importante región del cantón Salinas y del país.

Además lo efectivo del tema en nuestra aspiración basándonos en la investigación científica mediante instrumentos de observación, encuestas, entrevistas, es precisamente verificar y comprobar errores y obviamente buscar alternativas o estrategias para el mejoramiento para la buena aplicación y manejo adecuado del lenguaje de la semiótica de comunicación como instrumento de capacitación para aquellas personas que realizan esta maravillosa profesión de la locución dentro del contexto, obteniendo resultados que beneficiarán a una colectividad como modelo de desarrollo en el verdadero consumo de noticias e información.

CAUSAS DEL PROBLEMA, CONSECUENCIAS

TABLA N. 1

CAUSAS	EFFECTOS
Semiótica de Comunicación mal empleada.	Poca atención del público.
Personas empíricas que emiten el mensaje.	Pérdida del sentido de la información.
Lenguaje inapropiado	Tergiversación de la información.
Carencia de personal capacitado.	Locución sin guión, sin estructura en la información.
Desconocimiento de la semiótica de comunicación.	Despreocupación y desmotivación de las informaciones.

Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

CAMPO: Ciencias de la Comunicación Social

ÁREA: La Semiótica en la comunicación

ASPECTO: Emisión de mensajes

TEMA: “La Semiótica en la comunicación, y su incidencia en la emisión de mensajes de la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos” de la parroquia José Luis Tamayo”.

PROBLEMA: ¿Cómo repercute el desconocimiento de la semiótica de Comunicación en la emisión de mensajes de la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos” de la parroquia José Luis Tamayo?

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Tiene incidencia la semiótica mal empleada en la emisión de mensajes?

¿Tiene influencia las personas empíricas en la emisión de mensajes en la semiótica de comunicación?

¿De qué manera afecta el lenguaje inapropiado en la emisión de mensajes en la semiótica de comunicación?

¿Cómo incide la carencia de personal capacitado en la emisión de mensajes en la semiótica de comunicación?

¿Es determinante el desconocimiento de la semiótica de la comunicación en la emisión de mensajes?

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo la semiótica en la comunicación incide en la emisión de mensajes de la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos” de la parroquia José Luis Tamayo?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO GENERAL

- Realizar un plan de acción para el mejoramiento de la emisión de mensajes del personal que labora en la Voz de los Techos, y su correcta aplicación de la semiótica de comunicación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar mediante la fundamentación teórica la incidencia de la semiótica mal empleada en la emisión de mensajes del personal que labora en Voz de los Techos.
- Aplicar las teorías y técnicas de investigación para establecer las circunstancias del desconocimiento de la semiótica en la emisión de mensajes.
- Comprobar técnicamente el efecto de la emisión de mensajes en la semiótica de comunicación de la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos” en la parroquia José Luis Tamayo.

HIPÓTESIS

Si, se realiza un plan de acción en el mejoramiento de la semiótica en la comunicación para el personal que labora en este lugar, **entonces** se mejoraría la emisión de mensajes de la Asociación de Ayuda Mutua Voz de los Techos.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE

Plan de acción en el mejoramiento de la semiótica en la comunicación.

VARIABLE DEPENDIENTE

Emisión de mensajes.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

TABLA N. 2

OPERACIONALIZACION VARIABLE INDEPENDIENTE						
ABSTRACTO				CONCRETO		
HIPOTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Si, se realizara un plan de acción en el mejoramiento de la semiótica en la comunicación para el personal que labora en este lugar, entonces se mejoraría la emisión de mensajes de la Asociación de Ayuda Mutua Voz de los Techos.</p>	<p>Plan de acción en el mejoramiento de la semiótica</p>	<p>El plan de acción en el mejoramiento de la semiótica es la respuesta a los procesos comunicativos en el funcionamiento de los signos en relación al significante y el concepto de significado, además de la lingüística del lenguaje en facultad de comunicar.</p>	<p>Aspectos legales.</p> <p>Aspectos psicológicos</p>	<p>Emisión de mensajes</p> <p>Códigos</p> <p>Canales</p> <p>Expresión</p> <p>Reacción</p>	<p>¿Es necesario que se realice una guía de capacitación para el mejoramiento de la emisión de mensajes al personal que labora en la Voz de los Techos?</p> <p>¿Considera usted necesario establecer las razones por las cuales existe desconocimiento de la semiótica comunicacional en la emisión de mensajes de la Voz de los Techos?</p> <p>¿Tiene repercusión el desconocimiento de la semiótica en emisión de mensajes de la Voz de los Techos?</p> <p>¿Considera usted que la carencia de personal capacitado en la semiótica de comunicación incida en la emisión de mensajes de la Voz de los Techos?</p>	<p>Encuestas</p> <p>Entrevistas</p>

OPERACIONALIZACIÓN VARIABLE DEPENDIENTE

ABSTRACTO				CONCRETO		
HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Si, se realizara un plan de acción en el mejoramiento de la semiótica en la comunicación para el personal que labora en este lugar, entonces se mejoraría la emisión de mensajes de la Asociación de Ayuda Mutua Voz de los Techos.	Emisión de Mensajes.	La Emisión de mensajes Es el envío inmediato y oportuno de información o noticia mediante la expresión oral de la palabra, gestos, mímicas, probando una reacción inmediata del receptor.	Emisión de mensajes	Expresión oral Envío oportuno Gestos Mímicas Receptor	<p>¿Considera determinante que las personas empíricas que laboran en la Voz de los Techos repercuten en la mala emisión de mensajes en la semiótica de comunicar?</p> <p>¿Considera usted adecuado la forma de expresión oral de mensajes emitidos por las personas que laboran en la Voz de los Techos en la semiótica de comunicación?</p> <p>¿Cree usted que la emisión de mensajes de la Voz de los Techos es oportuna para toda la ciudadanía?</p> <p>¿Considera usted que la recepción de emisión de mensajes de la Voz de los techos es óptima y al alcance de todos?</p>	Encuestas

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

MARCO REFERENCIAL O CONTEXTUAL

LA SEMIÓTICA Y SU CONTRIBUCIÓN A LA COMUNICACIÓN

Desde el inicio de la sociedad el hombre ha buscado la necesidad imperiosa de comunicarse con sus semejantes, esto lo ha hecho por medio de gestos, sonidos, señales, considerándose como el inicio de la prehistoria, anterior al lenguaje como lo manifiesta De La Torre Zermeño, y De La Torre Hernández 1995, “no se sabe con exactitud cuando el hombre pronuncio sus primeras palabras, pero es importante destacar la capacidad del hombre en lo intelectual lo cual le adentra a un nuevo horizonte cultural, ampliado apropiándose cada día de conocimientos como el lenguaje que le va ayudando a expresarse más y mejor con sus semejantes, para lograr los objetivos que tenían en común”¹.

La comunicación simplemente se dió de una u otra forma por una necesidad, requerimiento necesario para darnos a entender lo que queríamos. Al comienzo se comunicaban por medio de gestos, o símbolos hechos por el cuerpo, todavía no incluían sonidos, para tiempo después aparecer y resultarlo más fácil, le daban un ruido y sonido a cada cosa para complementarlo con gestos anteriores o de movimientos corporales, que poco a poco se fueron complementando hasta llegar a un lenguaje hablado más formal.

Posterior a ello, las personas fueron desarrollando más conocimientos e información acerca de su realidad civilizándose en su entorno, con otro tipo de

¹De La Torre Zermeño, y De La Torre Hernández , Taller análisis de la Comunicación Tomo I, 1995

vida que lo llevaría a una mejor preparación general, así como también de comunicarse.

La comunicación puede resultar oral o escrita, aunque en la etapa de la prehistoria no se conocían la comunicación escrita porque aún no se inventaba un alfabeto, o escritura en sí.

El término semiótico o semiología durante mucho tiempo se le quiso catalogar por Saussure, Pierce grandes estudiosos de esta filosofía como "la ciencia de los signos" pero tal definición conllevaba un doble problema: en primer lugar presuponía lo que era un signo; y en segundo chocaba con las fronteras de la hermenéutica, que se dedica al estudio de las interpretaciones, en tanto que la semiótica se ha venido definiendo con mayor claridad hacia los sistemas de signos.

El vocablo semiótica corresponde a origen griego. Fue acuñado en el siglo II de nuestra era, en la lengua griega es un derivado de escena el vocablo primario tan antiguo que se usó, se remontan al período oral de la cultura griega. Entre los griegos, el vocablo Sema se usaba desde antes de que las tradiciones orales emanadas del período micénico fueran fijadas por Homero en los que hoy es tenido como la ética griega, probablemente hacia el siglo siete, antes de nuestra era significaba tanto la señal, como indicio, el signo, la marca. Sema usó para denotar todo lo que por contraste a un continuo se diferenciada de él.

Con ese vocablo se denominaba todo lo que sobresalía que hemos usado, por ejemplo, para designar el montículo o cualquier tipo de elevación en el terreno como los túmulos colas sepulturas. Y de aquí en una época posterior, pasó a significar el santo y seña, el distintivo convenido, la contraseña. En una tradición empezaba también por la obra numérica, en una de las líneas de desarrollo semántico del vocablo se interesó usar para designar la señal en el cielo, el presagio el augurio, el hecho portentoso con ello, el vocablo conquistó el universo

de los celestes en sentido tanto religioso como astronómico. Por otro lado, el deslizamiento semántico de semana lo hizo llegar de una forma natural a ámbitos cercanos a los que aquí nos interesan.

Generalmente se opta a pensar en el lenguaje humano cuando hablamos de códigos y en efecto, es el código por excelencia, en cualquier lengua, pero no podemos dejar de señalar que se trata de una mirada restringida, el concepto de la semiótica es en realidad, mucho más amplio. Además de los códigos verbales, que pueden expresarse de forma oral o escrita, existen otros como los gestuales (movimientos de los ojos y la boca, movimiento de manos), códigos de forma y color (como en el semáforo), códigos icónicos (señales de tránsito), musicales (en donde hay sistemas de notación muy específicos y reglas gramaticales) y muchos otros. Y al igual que los códigos verbales, los no verbales, también son diferentes en cada cultura.

Aunque se le bautiza con ese nombre de semiótica, se considera que desde que el hombre manifestó preocupación por entender esa maravilla de abstracción que es el lenguaje (cualquiera que éste sea). En nuestra cultura occidental, quienes primero estudiaron el concepto de signo fueron los estoicos griegos, planteando las tres partes que le componen con pequeñas variantes, subsisten hasta nuestros días. Hubo intentos similares entre las antiguas culturas asiáticas e hindúes, pero no permearon hasta la semiótica que conocemos hoy, sobre todo la de Peirce, a pesar de que era un magnífico conocedor de la historia universal de la filosofía del lenguaje.

Estas inquietudes pasan por Horacio y Cicerón, que se ocupan de los elementos del discurso, y llegan en el siglo IV a Boecio y a San Agustín. Hay quien dice, con Todorov, que el primer gran semiotista de nuestra historia fue San Agustín, que en su doctrina cristiana, en el siglo IV de nuestra era, había desarrollado ciertos conceptos platónicos con los que ya sustentaba principios semióticos de gran interés.

Indiscutiblemente los escritos de San Isidro de Sevilla, en el siglo VII, con sus aportaciones a la creación de Trivium medieval a través de sus Etimologías, fueron determinantes para los análisis del signo de Peirce. Después viene toda una pléyade de pensadores, entre los que destacan Tomás de Aquino, Duns Scotto (o Scott), Luis Vives, Francis Bacon y Thomas Hobbes. Posiblemente los más lúcidos de todos ellos sean John Locke y Gottfried Wilhelm Leibniz cuyos escritos aparecen a fines del siglo XVII y principios del XVIII. En ese siglo XVIII el pensador Johan Heinrich Lambert usó por primera vez el término semiótica la cual define como la doctrina de la designación de los pensamientos y las cosas.

Aparecen después otros filósofos que completan el pensamiento semiótico. Entre ellos destacan Alexander Baumgarten, Giambattista Vico y Humboldt. La llegada del siglo XIX, con su interés por todo lo exótico y con el dominio que establece Europa sobre el mundo entero, no podía dejar de lado los estudios lingüísticos, y a finales de este siglo aparecen simultáneamente los dos fundadores de esta disciplina: en Suiza Ferdinand de Saussure, y en Estados Unidos Charles Sanders Peirce. El primero serio y disciplinado, no deja ningún libro escrito y sus alumnos van publicando paulatinamente su obra. El segundo caótico, deja una infinidad de papeles que aún siguen apareciendo inéditos el día de hoy. Saussure llama "Semiología (Semiologie) a esta nueva ciencia que aún está por construirse". Peirce le llama "Semiótica (Semiotic), que no es más que otro nombre de la lógica".

Es así, que el lenguaje común es sólo un medio más, la tendencia a identificarlo con la comunicación en su totalidad es consecuencia de que éste sea el medio más apto para la transmisión de ideas o mensajes en masas hacia un conglomerado. Basando este concepto de comunicación desde un sentido amplio, referir a seres vivientes que se relacionan con su entorno, pero desde el lenguaje científico a seres relacionados entre sí y capaces de expresar procesos y situaciones interiores, de dar a conocer circunstancias u animar a otras criaturas a un comportamiento específico.

LA COMUNICACIÓN ORAL EGIPCIA

La cuna de la civilización empieza con la historia egipcia, y la región Mesopotámica, esta civilización comprende un entorno en la mejora y evolución en la forma de comunicación entre miembros de su misma sociedad o comunidad.

Los egipcios por ejemplo poseían una escritura jeroglífica la cual la usaban para realizar sus construcciones monumentales, pues la palabra tenía un significado mágico muy importante. Tenían un alfabeto compuesto por 24 jeroglífico y cada uno representaba un sonido, es ahí donde se une la comunicación escrita con la oral, proporcionando un mismo significado para algo tanto en la forma de hablar como la de escribir, y cada símbolo poseía más de un significado y las palabras se escribían tal cual se pronunciasen, exceptuando las vocales las cuales se omitían.

A diferencia de la escritura jeroglífica egipcia, la fenicia ya poseían un alfabeto que utilizaron los griegos tiempo después, puesto que fueron ellos los que agregaron las vocales al alfabeto fenicio, la escritura fenicia evolucionó muy lentamente, se escribía de derecha a izquierda, las palabras estaban separadas una de otras y se escribían por medio de líneas.

Por otra parte, la necesidad imperiosa de comunicarse aumentaba día tras día, tanto así que tuvieron que crear algo que le permitiera comunicarse de un lugar a otro, los egipcios descubrieron un material para poder escribir que se extraía del tallo una planta llamada papiro, posterior a ello se inventó el pergamino, que le permitía comunicarse incluso si no se encontraban en el mismo lugar facilitando así la comunicación y el comercio en general.

LA EDAD ANTIGUA EN LAS PRIMERAS CIVILIZACIONES

Abarca en el avance y crecimiento de las civilizaciones tanto europeo/occidentales como orientales, fué posible fundamentalmente debido a la mayor capacidad de comunicarse que se fue creando con el tiempo. A mejores y mayores recursos de comunicación social mejores posibilidades de organización social en forma más compleja y con mayor confort para los seres humanos (o más bien para algunos, los que ocupaban el lugar de los amos o señores).

Como ejemplo se cita a las Ciudades Estados griegas con la existencia de las ciudades estados de Grecia, como Estados soberanos que sólo abarcaban a una sola ciudad, se debía a que dichos Estados abarcaban sólo hasta donde se podía organizar comunicativamente a las comunidades humanas que integraba a esos Estados. Sólo cuando se crearon mejores condiciones de comunicación sobre el terreno se pudo llegar a crear grandes imperios con una sólida administración unitaria, como fué el Imperio Romano. Otros imperios anteriores de Asia, figuran como tales hasta hoy, pero si revisamos con cuidado su sistema organizacional, veremos que se basa en la creación de pequeños estados o comunidades que debido a distintas formas de presión (invasión, secuestro y casamiento de hijos nobles, represión cruenta o convencimiento consensual) se mantuvieron fieles al gobierno central del imperio.

LA EDAD MEDIA

Durante la Edad Media la comunicación está facultada fundamentalmente en un lenguaje no verbal. La lectoescritura es un conocimiento dominado solo por unos pocos, necesariamente sacerdotes, miembros del aparato administrativo de los estados incipientes y algunos miembros de la realeza. La Edad Media se extiende desde el siglo V hasta el siglo XV y durante esta época hay dos mundos que coexisten: la iglesia y el mundo laico o secular. Es la época de los señores feudales, de los caballeros andantes y de las Cruzadas, ya casi al final de ella. Gran parte del conocimiento occidental adquirido en el mundo antiguo y clásico de

Grecia y el Imperio Romano fue guardado y transmitido por los árabes, quienes sí desarrollaron la lectoescritura e hicieron importantes avances especialmente en las matemáticas.

De nuevo se menciona con un mundo en que las comunicaciones entre los diferentes grupos humanos que lo componen están constituidas por el simbolismo que se le adscribe a los distintos elementos que componen la vida cotidiana. Durante esta época se desarrolla el gusto europeo por los escudos de armas, los pendones y los adornos del cuerpo humano, de los animales de guerra, de las naves, etc. Ese gusto por los adornos puede entenderse como una forma de comunicación pública: como la gente en general no sabe leer ni escribir, cada casa real, cada noble, cada conjunto humano de la paz o de la guerra, debe hacerse anunciar por dibujos y colores que representen algo que les es común. Por ejemplo, los ornamentos de los guerreros vienen a reemplazar a las siglas modernas que exhiben barcos, aviones y blindados, indicando el país y el tipo de unidad al que pertenecen. El mismo sentido de anuncio público no verbal, es decir, destinado a los iletrados, tienen las figuras con que se anuncian las posadas de los caminos: "Las llaves cruzadas" "El Gallo Blanco", "El Arado de Oro", "El Dos Caballos", etc. muchas de las cuales todavía existen en la Europa de hoy.

Todo indica que al menos para la Edad Media, la Iglesia Católica en Occidente y la Ortodoxa en Oriente, fueron las grandes promotoras de distintos tipos de formas de comunicación pública con alto contenido simbólico, especialmente en forma de iglesias con sus ornamentos y sus grandes representaciones del cielo y del infierno, como anuncio de lo que vendría con el Renacimiento posterior. En Asia en cambio, se desarrollaba una importantísima artesanía con representaciones de toda clase de figuras verdaderas y fantásticas que en el intercambio entre grupos y sociedades servían para comunicar diversas emociones y mensajes no verbales, como buenos deseos expresados a través del envío de ornamentos de exquisita manufactura.

Finalmente, hay que recordar que de la Edad Media se logró registrar durante la temprana Edad Moderna, cuando recién surgía la imprenta, una gran variedad de mitos y leyendas que demuestran el poder de transmisión de la cultura oral. No se trata de pensar que durante la Edad Media, la cultura oral fuera más intensa que en otras edad anteriores, sino que fue mejor registrada en épocas recientes.

MODELO SEMIÓTICO EN ESPAÑA

España siempre ha constituido para Latinoamérica el lugar de referencias y la fuente de conocimiento en nuestro idioma, sobre los problemas y estudios de la comunicación y la Semiótica. Según lo presentado por Lorenzo Vilches, se puede observar que la relación semiótica - comunicación social, ha sufrido una serie de variantes que las acercan y alejan constantemente. En tal sentido, el autor puntualiza tres etapas de diferenciación histórica en la investigación española:

a) La influencia funcionalista y cibernética, junto con el auge estructuralista de R. Barthes y U. Eco entre otros para los estudios de la más mediación, que aparecerá muy marcado por los enfrentamientos entre sociólogos y semiótica en tomo a las condiciones en que se ejercerá el conocimiento sobre la "realidad".

b) Sin apartarse de su fundamento lingüístico, la semiótica adquiere un sentido más adusto y menos ingenuo, preocupándose por el estudio de la gramática de la cultura. Aquí confluyen en sus aportes la etnometodología, la filosofía, el lenguaje, la pragmática anglosajona que completan el panorama marcado por la semio-lingüística greimasiana.

c) La marca de la interdisciplinariedad caracteriza a la investigación en comunicación. Es la década de los ochenta la que cobija los compromisos más rigurosos tanto de los sociólogos de la comunicación como de los semióticos. Los primeros ya menos preocupados en métodos exclusivamente cuantitativos,

y los segundos cada vez más dispuestos a enfrentarse con las realidades sociales concretas. En todo esto subyace una preocupación fundamental, la utilidad social del conocimiento; como dice Vilches citando a Greimas, Merton y Kuhn: la ciencia no es neutral, e acercar la investigación semiótica a la realidad social es la constante que se observa en la investigación española brillantemente expuesta por L. Vilches. Por esto se desprenden claramente las observaciones en tomo a la productividad de las metodologías semióticas practicadas en España, que son resultado motivado por el exagerado inmanentismo estructural. En tal sentido el autor advierte que la productividad de los estudios semióticos en el campo de la comunicación son aquellos que indagan sobre las estrategias de manipulación y de construcción ideológica de los sistemas sociales según una semiótica pragmática. A todo esto habría que añadir los acercamientos no clarificados sobre la influencia de las nuevas tecnologías informativas de comunicación y que Vilches advierte deben avanzar para poder estar en condiciones de responder a las demandas culturales del año 2.000.

LA SEMIÓTICA EN AMÉRICA LATINA

El estudio de ciencia de la semiótica aplicada a la temática de la televisión representa cada vez más un recurso a disposición de los analistas del medio en América Latina. Un recuento muestra su incremento como consecuencia directa de la evolución del medio a partir de los estudios que provienen fundamentalmente de la Europa mediterránea (España, Italia y Francia).

Desde sus comienzos, la televisión y su relación con la semiótica en América Latina ha desarrollado una intensa producción televisiva que ha permitido madurar algunos géneros como las telenovelas (soap opera), algún tipo de comedia situacional, los talk shows, los programas musicales, por citar los más importantes. Dicha producción viene aparejada con su explicación teórica y con los instrumentos metodológicos para analizarla.

En la década de los 80's aparecen diversos trabajos semióticos que muestran la preocupación por describir la independencia que la televisión empieza a mostrar con respecto al cine y a los otros medios de comunicación que le habían servido de base; la prensa y la radio. Iniciando así a trazar su propio camino como sistema semiótico, hasta ese momento, el lenguaje utilizado reproduce una herencia directa de la radio (los géneros en los programas, los formatos en la programación, el empleo de la musicalización), la radio (la presentación de la información inmediata) y del cine (el lenguaje audiovisual y los recursos propiamente cinematográficos en la producción).

Contemporáneamente a la maduración que adquiere en cuanto lenguaje se empieza a observar un distanciamiento paulatino de las estructuras creadas hasta ese momento, es entonces posible hablar de paleo televisión, Umberto Eco menciona: "Se trata de una televisión de formatos definidos, géneros más o menos estables que tiende a definir un lenguaje televisivo para dar las noticias, para producir una ficción, etc. Con el surgimiento de la neotelevisión el lenguaje se transforma, surgen los géneros híbridos, los formatos adquieren mayor dinamismo y flexibilidad"²

Por otro lado será la televisión que preste recursos al cine. A partir de estos cambios surgen una serie de conceptos que la semiótica puede ofrecer como instrumentos de análisis, rebasando la dicotomía cuantitativo/cualitativo. La amplia difusión metodológica del denominado pacto comunicativo permite extender al estudio de audiencias las posibilidades de seccionar un programa y analizarlo desde su proceso de ideación, su puesta en escena para prever la recepción por parte del espectador televisivo. El pacto será el resultado de la neotelevisión ya que cada emisión puede saber cuál es el espectador modelo que espera y al cual le encomienda tareas específicas; que van de la aceptación de la verosimilitud, el contrato de confianza y la aplicación de la competencia adecuada para comprender al programa.

²Umberto, Eco en su libro, La estructura ausente, Introducción a la semiótica, 1974

Al enumerar una serie de factores que han determinado el desarrollo de la semiótica televisiva como herramienta para la comprensión del lenguaje televisivo, tenemos, la creciente demanda por parte de las televisoras para acceder a instrumentos críticos que permitan conocer el comportamiento de la programación en relación con su público, y al mismo tiempo, capaces de complementar los tradicionales estudios de audiencia se encuentra la búsqueda continua para fijar criterios, en cierto modo compartidos, con los cuales determinar la calidad de un programa televisivo en fase de preparación, producción y puesta al aire.

INFLUENCIA DE LA SEMIÓTICA EN VENEZUELA

Desde fines de la década de los noventa, Hugo Chávez Frías, presidente constitucional de Venezuela, se ha convertido en una figura relevante en la política mundial. La peculiaridad de su gobierno, las reformas constitucionales con marcas socialistas, los discursos que sostienen y habilitan estos cambios, lo emplazan como un personaje controversial, figura polémica al tiempo que llamativa, su discursividad amerita que le prestemos atención y le dediquemos tiempo a su investigación. Analizar y comprender sus discursos es una tarea interesante, aunque ardua, aquí se abarca como una aproximación desde la semiótica como filosofía lúcida en el objeto de estudio en nuestra tesis.

Es importante señalar que la discursividad de Chávez Frías se asienta sobre distintos soportes materiales: sus textos políticos, sus gestos y sus miradas, su lenguaje corporal, los tonos de su voz, sus pausas, de la dispersión de estos soportes materiales, resulta la imposibilidad de abarcar todos sus discursos, por este motivo, y a los fines de este trabajo, circunscribiremos este análisis a cuatro textos políticos.

El corpus seleccionado tiene la peculiaridad de remitir a discursos pronunciados ante las cámaras de televisión (y multimedios) para todo el mundo. Por lo tanto, podemos decir, incluye una audiencia plural al mismo tiempo, dos de estos

discursos, fueron pronunciados en contextos que incluían un auditorio multitudinario, presente en estadios de fútbol, uno en Mar del Plata, Argentina y, el otro, en Porto Alegre, Brasil (Chávez, 2005, 2007). Las restantes alocuciones fueron pronunciadas, la primer, ante la Asamblea General de la ONU, en Nueva York (Chávez, 2006); y, la segunda, ante los mandatarios de distintos países reunidos en la XVII Cumbre Iberoamericana, en Santiago de Chile (Chávez, 2007).

Partiendo de las premisas de la socio semiótica (Verón, 1987), que analizando estos discursos apuntando a reconstruir, fragmentariamente, la discursividad de Hugo Chávez Frías, para luego rastrear las huellas inscriptas en los discursos y procurar ponerlas en relación con el sistema productivo. De esta manera, se espera poder realizar una primera aproximación que permita relacionar los procedimientos de enunciación, en relación con el contexto, y con el lugar desde el que enuncia, declaramos, de esta manera, la selección de la perspectiva de análisis para este trabajo, la semiótica.

MODELO SEMIÓTICO COLOMBIANO

Hace referencia que durante las décadas de los años sesenta y setenta las facultades de Comunicación social se multiplicaron en Colombia como en prácticamente todos los otros países del área continental. El interés por dar a conocer una manera moderna de estudiar el lenguaje o, en otras ocasiones, la necesidad de encontrar una justificación conceptual y teórica a las escuelas de materias que formaban los currículos, la mayoría de las veces improvisados y, sin objetivos precisos, conllevó a que se buscaran materias o líneas metodológicas dentro de las cuales encontrar una respuesta que pudiese mostrarse como integral, en este panorama empieza a consignarse la semiótica, junto con otras disciplinas, que parecen redentoras o incluso totalizadoras del sinnúmero de asignaturas que llenaban los planes respectivos.

La anterior situación coincide con lo que por llamarse la moda de la semiótica fenómeno que consistió en un desmedido afán por presumir un conocimiento de

la nueva ciencia de los signos y que llevaba la fatalidad de germinar en cada uno de sus exponentes una terminología difícil y obstrusa que dejaba ver a las claras más que el dominio de una disciplina, la exhibición de una jerga que hacía exóticos y extraños a sus cultivadores. Los reproches de tratarse de una ciencia imperialista y hasta alienante no se hicieron esperar aun cuando poco a poco se vienen limando tales asperezas y desmedidas expectativas, para perfilar ahora otro momento de la semiótica que se plantea en una nueva dimensión hermenéutica, que trae también nuevos debates y otra reubicación tanto de la semiótica como de las Ciencias de la Comunicación.

En nuestro presente escrito resulta proporcionado dar a conocer, de manera muy general e incluso sin poder contar con algunos datos precisos sobre fechas y otros aspectos de nuestra historia asignados al papel de la semiología y a la semiótica en esta veloz renovación a la que se han venido sometiendo los estudios de comunicación, marcados quizás como ninguna otra disciplina social por cada nuevo descubrimiento tecnológico y la consiguiente reubicación de su estatuto del saber.

Se podrá decir que, por lo menos en lo que respecta a las dos últimas la reflexión sobre la comunicación social dentro o fuera de las facultades, ha corrido pareja con un debate sobre la semiótica, sus posibilidades y sus límites, en cuanto a campo del saber que se expone desde sus orígenes como disciplina del estudio de los protocolos de significación y comunicación y que a su vez, en otros niveles, se interroga ella misma por su metalenguaje y los alcances de su proyectos, es decir, hablamos de una disciplina lleva, implícita tanto una propuesta de naturaleza comunicativa como filosófica, por lo cual parece apenas natural que los estudiosos de la comunicación social han hecho recaer en diferentes modelos su atención a la suerte misma de la vista no solo con sospecha y desprecio por sus excesos y ambiciones, sino también con esperanzas y expectativas por lo que de allí puedan aprender como contribución al mismo horizonte del amplio campo de las comunicaciones.

Si se refiere a las facultades como tales, se menciona ir desprendiendo algunas deducciones sobre la evolución misma de la semiología y la semiótica, al pensar en las diferentes épocas que éstas han vivido, se ha dividido en 4 filosofías comprendidas en cuatro definiciones progresivas:

- 1.-Humanista
- 2.-Ideología y denuncia
- 3.-Estructuralista y crítica al estructuralismo
- 4.-Culturalista.

Presentándose como tendencias dominantes, de que convivan a su vez en un mismo momento varias de ellas en una misma institución, ni que exista igualmente el hecho expreso de que algunas de tales tendencias no hayan afectado en algún nivel importante el currículo ni la orientación específica de una u otra facultad. Se trata más bien, de una clasificación que mira la evolución frente al saber al interior de los estudios de comunicación, pero también que tal clasificación se acomoda a la circunstancia de tratar de comprender los modelos o tendencias determinantes: si bien en cada momento demarcado había dificultades que no aceptaban o no se interesaban por lo que fuera una especie de discursividad dominante que definimos con el título de cada momento, no será menos cierto que tal centro de estudios sería considerado un tanto marginal, respecto a los que se asumen como vanguardias en cada uno de tales momentos estelares.

COMUNICACIÓN Y SIGNIFICACIÓN, MODELO SEMIÓTICA PERUANA

Una primera idea que plantea Oscar Quezada que caracteriza a la investigación Semiótica en el Perú es aquella que coloca la teorización de la comunicación social bajo, la égida no de la información, sino de la significación. La claridad de la exposición de Oscar Quezada para presentar el campo de investigación peruano, así como para discutir algunos problemas de método nos acercan a una visión rigurosa y ordenadora de la comunicación desde la Semiótica.

Esto se completa con el postulado que parece fundamentar el hacer semiótico en el Perú, la comunicación como encabalgamiento real de sistemas y procesos de significación, como producción de sentido que no se reduce a la sola transmisión de información. Al entrar al punto denominado hitos fronterizos el autor advierte que el mismo gesto que perfila la pertinencia de la semiótica respecto a la comunicación social es el que traza sus límites. De este modo aparece con mayor claridad el lugar comunicativo al cual la semiótica deberá responder. Sin lugar a dudas notamos un esfuerzo por acercar una definición rigurosa de la problemática implicada, resultado debido a la actitud asumida por los investigadores peruanos. En este contexto el pensamiento más gravitante es el de la Escuela de París de A.J. Greimas y sus colaboradores, especialmente en la línea trazada por Desiderio Blanco para la semiótica de la comunicación peruana, el campo privilegiado por los semióticos peruanos es el análisis del discurso. El discurso como simulacro de situaciones sociales y como sistema organizado de significaciones articuladas y articuladoras del sentido social, La semiótica discursiva, más específicamente, la comunicación social en términos de discurso es el campo de maniobras metodológicas para los semióticos peruanos.

Al evaluar las áreas de la comunicación social privilegiadas cuantitativamente por la investigación Semiótica en el Perú, el autor señala las siguientes:

- a)** Manifestaciones periodísticas de la politicidad en géneros editoriales, informativos e institucionales, cómo se construye el poder político figurativa y modalmente por el discurso periodístico; cuáles son sus condiciones semióticas de comunicabilidad, será el lugar de este tipo de trabajo.
- b)** Publicidad: fundamentalmente por su capacidad retórico-poética, pues allí es donde se podrá observar con claridad lo que el mismo Quezada, en otro lugar, indicaba como el juego del poder (en este caso socio-cultural) a través de la comunicación social.
- c)** Cine: en su componente narrativo y en su puesta en escena. En este contexto las ideas de Ch. Metz prendieron mucho fuego, tanto como la metodología para el análisis narrativo propuesta por A.J. Greimas. A todas éstas habría que añadir un

área más que recibiría a aquellos trabajos no tan abundantes y algunos proyectos, como son el caso de la comunicación alternativa, los discursos propuestos por el medio televisivo, la radio y algunos problemas comunicativos que podrán alcanzar una definición semiótica desde el discurso (por ejemplo, la imagen de marca, la imagen de los héroes de la masividad, el género de terror o suspenso, entre otros. En todo ello subyace un interés primordial que, como advierte Oscar Quezada, está en la capacidad de la metodología semiótica para dar cuenta de las mediaciones que sufre la significación en la cultura. Lo que conduce inevitablemente a una hipótesis que señala el autor: el esclarecimiento de la sintaxis de los poderes a través de la comunicación. Afirmación complementada con el postulado añadido por el autor y que plantea la comunicación social como una dialéctica de sometimientos contractuales y rupturas conflictuales, que los discursos de la comunicación social dejan transparentar.

LA SEMIÓTICA EN EL ECUADOR

Para Lobsang Espinoza, en la revista “Razón y palabra” hace referencia al estudio de la semiótica en nuestro país, considerándolo como esencial en la política del Ecuador. En esta ocasión influye a la semiótica en relación a la segunda vuelta electoral, Espinoza considera a la propaganda política como una influencia entre los electores y que las estrategias utilizadas por los agentes de relaciones públicas de los candidatos que pretenden llegar al poder tienden a ser más inteligentes y pensadas en cada nuevo período electoral y el Ecuador no ha sido la excepción.

Desde 1997 Ecuador vive un proceso democrático que ha sido interrumpido en varias ocasiones por las discrepancias entre las élites y las clases populares. Para el 22 de enero del 2000, este país fue por fin tomando su timón en la ruta hacia la democracia cuando Gustavo Noboa asumió el poder después de la caída del Dr. Mahuad. Ya en el 2002 las elecciones se veían venir y 11 fueron los candidatos que se presentaron a la contienda electoral quedando para la

segunda vuelta Lucio Gutiérrez y Álvaro Noboa, 2 extraños en la fauna política de los últimas dos décadas.

Las estrategias utilizadas por los dos candidatos que llegaron a la segunda vuelta, que en medio de una apatía generalizada tuvieron que tratar de captar los votos de los miles de indecisos, apelaron como ya es costumbre , a la emotividad, al reflejo condicionado de ver lo malo y generar lo malo, de inventar historias o modificarlas y de recurrir a varias argucias propias de estrategias que saben que eso es lo que llega al auditorio fácilmente, sin necesidad de filtrar nada y con un mensaje burdo y directo: "ese es el malo y nosotros somos la solución vote por nosotros"³.

Este trabajo propone un análisis semiótico del material electoral de la segunda vuelta donde se explica el uso de los carteles, la publicidad exterior y los pequeños folletines que se entregaron en las calles.

Los materiales visuales para que algo tenga significado en nuestro constructo mental el material que esté disponible debe haber pasado por un proceso de significaciones: de lo material a lo significante. Lo material porque debe ser percibido por los sentidos y lo significante porque debe tener la capacidad de decirnos algo, de significar a través de un contenido y una forma que represente algo para quien lo está viendo, para quien le está dando un sentido desde su carga cultural de entendimiento y aprehensión.

En nuestro medio el sentido político ha venido dado por lo visual y ha sido utilizado como la primera estrategia política para llegar a las masas siendo la televisión y la prensa los dos instrumentos mediáticos con más acogida.

En las elecciones pasadas los candidatos podían gastar hasta un millón de dólares para publicitar su postura ideológica. La televisión y la prensa percibieron rubros inmensos por concepto de propaganda política entre las dos

³ Lobsang Espinoza, Revista razón y palabra, abril, mayo, 2003

vueltas electorales lo que explica la acogida que tiene entre nuestra gente, acostumbrado a leer un libro por año o menos, el material visual, la propaganda rápida y colorista que proporcionan los medios señalados.

El discurso narrativo los dos candidatos finalistas hicieron de sus campañas discursos narrativos, discursos que requería de competencias comunicacionales así como de performances.

En los análisis discursivos que nos presenta A.J Greimas otro estudioso de la ciencia semiótica este hace su recorrido generativo mediante las modalidades del hacer: deber hacer, querer hacer, saber hacer y poder hacer.

Todas estas modalidades fueron performadas, en mayor o menor medida, por los dos candidatos para presentar sus dotes como futuros gobernantes y esta performatividad se refleja en las dimensiones de las fases del análisis: el contrato y la sanción.

Entre el contrato y la sanción hay un camino de modalidades reseñadas a continuación:

Lucio Gutiérrez y la modalidad del hacer el recorrido narrativo generativo que siguió Gutiérrez se describe plenamente en la propaganda difundida entre las dos vueltas electorales, obteniendo y dando a conocer sus slogan: del "Juntos contra la corrupción" al "Presidente para todos".

En la modalidad del deber hacer señala su responsabilidad para con el "pueblo" y no con los "banqueros corruptos" haciendo una alusión indirecta a los acontecimientos del 21 de enero, hechos que lo catapultaron a la palestra política y ahora a la presidencia; Gutiérrez sentía la responsabilidad del "deber hacer" algo para evitar la debacle de un pueblo que había sido robado y extorsionado por los malévolos banqueros en ese entonces.

Esta responsabilidad del deber hacer lo motiva a querer hacer lanzándose a la candidatura presidencial; explica a sus seguidores que la difícil crisis del Ecuador requiere de nuevos cuadros en la política y que es él uno de los llamados a este clamor popular.

Para demostrar que es la persona ideal para presidir el futuro de Ecuador, Gutiérrez hace manifestación pública de sus grados, diplomados, responsabilidades en el exterior y demás galas que puedan sustentar su saber hacer. Si bien es cierto que la mayor parte de su preparación es castrense este candidato puede decir a ciencia cierta que "sabe lo que hace" respaldándose en sus múltiples estudios en el exterior y que, aunque sin formación política, tiene la competencia adecuada para transformar al país en un lugar de desarrollo y gobernabilidad para el país.

Además se recalca que en una de las propagandas para la segunda vuelta electoral, un diminuto díptico bicolor con abundante información sobre sus propuestas y quejas mencionando: "los mismos de siempre" Gutiérrez además utiliza un enunciado explicativo que dice " Lucio es un líder político con alta formación académica"

Álvaro Noboa y la modalidad del hacer Noboa, a sabiendas que su discurso ya estaba gastado, pues fue amigo y financista de la campaña del defenestrado Abdalá Bucaram y que la mayor parte de su imagen pública se revirtió en su contra , trató de imponer un discurso emotivo trunco: su esposa regalaba medicinas y hacía consultas gratuitas con su caravana de la salud que cruzó todo el país y que ahora no se sabe nada de ella; su intervención humanitaria con los damnificados de la explosión del Reventador y su disertación pública del "erupto" del volcán y finalmente su acusación sin fundamento al remitirse a la ya pasada lucha ideológica de la izquierda como los enemigos "rojos" en contra de Gutiérrez a quien acusaba de comunista y aliado de los partidos de extrema izquierda en Ecuador, el MPD (Movimiento Popular Democrático).

Noboa manejó el eje del conflicto y la modalidad del hacer siendo su deber hacer la supuesta responsabilidad que lo llamaba desde las calles de los barrios pobres a responder ante los malvado de siempre asegurando empleo para miles de personas en sus haciendas; el querer hacer estuvo marcado por el discurso de Anabela Azin, esposa de Noboa quien lo acompañó y aconsejó para que en sus salidas públicas mostrara su mejor sonrisa; el saber hacer aduciendo que el control de una de las mayores fortunas heredadas en América Latina no era para cualquiera y que precisaba la administración adecuada de Noboa hijo y finalmente el poder hacer, que quedó inconcluso y se manifestaba en sus acciones filantrópicas a favor de los necesitados del país.

Este estudio de la semiótica enseña y demuestra a ver detrás de los simples clichés del periodismo clásico del emisor, mensaje y receptor, y ayuda a interpretar la realidad con una visión más clara, crítica y visionaria de lo que pasa en nuestra cotidianidad.

Se debe entrar al mundo de los significados con un conocimiento de causa que no genere confusión en la audiencia sino más bien forme una panorámica clara de nuestro día a día. Así nuestra forma de ver las cosas pasará de lo simple y superficial, a lo crítico y meditado, actitud que se debe tomar con responsabilidad en medio de las influencias mediáticas que bombardean las informaciones y noticias emitidas por los diversos canales a la sociedad en nuestro país.

El reto es criticar los medios desde la inteligencia y la comprensión ideológica que estos nos emiten para la ciudadanía. Así mismo para nuestro juicio investigativo recopilamos el escrito de Ela Zambrano, del Diario El Universo del 01 de agosto del 2004 la cual hace referencia a una entrevista a un comunicador belga llamado Armand Mattelart:

ARMAND MATTELART: “QUIEN MANEJA LAS PALABRAS MANEJA EL MUNDO⁴”

El comunicador belga intervino durante esta semana en el Primer Foro Social de las Américas.

Armand Mattelart (1936), tradicionalmente conocido entre los estudiantes de comunicación por su viejo libro *¿Cómo leer al Pato Donald?*, aunque tiene cinco títulos más sobre la Sociedad de la Información, llegó al Ecuador para participar en el Primer Foro Social de las Américas, realizado del 25 al 30 de julio pasado.

Entre los que tuvieron la oportunidad de escucharlo, estudiantes, intelectuales y académicos, no solo se sorprendieron por su profunda investigación sobre el problema de los medios, sino también por su sencillez para presentarse.

Pregunta: Usted sostiene que vivimos una guerra semiótica, ¿a qué se refiere exactamente?

“Todos somos culpables de la desvirtuación de las palabras, los medios evidentemente también son culpables, trasladan rápidamente un conjunto de nociones sobre las que no se interrogan, el concepto de mundialización se ha vulgarizado en un sentido negativo, empezó como un ideal solidario, ahora refleja un espectro negativo”.

P: ¿Cuáles son los ejemplos más frecuentes?

“La “mundialización” ahora es un término negativo, los partidarios de otro orden mundial deberían ser alter mundialistas. Pasa lo mismo con “diversidad”, las empresas también reclaman diversidad, pero para ellas son nichos de mercado, segmentos de la población. Todos los términos que usamos que dibujan el destino del mundo son susceptibles de ser trampas. No hay que aceptarlos enseguida, hay que preguntar quién las emite y quién las utiliza. Hoy en día el reordenamiento del mundo pasa por la apropiación del vocabulario”.

P: ¿El problema es más con las palabras que con las imágenes?

“Quien maneja las palabras maneja el mundo, un ejemplo claro es el término ‘coalición’ aceptada por muchos medios de buenas a primeras, pero había que preguntarse qué es la ‘coalición’: Estados Unidos con algunos monigotes.

P: Durante la guerra en Iraq, en el país la crítica a los medios fue que reprodujeron los términos usados por la cadena de noticias internacional CNN, como llamar a los muertos daños

⁴ Ela Zambrano, *Diario El Universo*, 01 de agosto del 2004

colaterales, ¿se puede considerar un hecho intencionado? “El problema es también de rutina, pero la ideología también es una rutina, es muy probable, que si uno habla con un periodista de CNN y le dice que se fije en su vocabulario y su connotación (significado), estoy seguro que se extrañaría”.

P: ¿Por eso la propuesta de organizar un observatorio de los medios?

“Hay una preocupación sobre la concentración y financiación de la comunicación, los medios se han vuelto actores políticos e intervienen en cada lugar. La preocupación es fuerte tanto en el Parlamento Europeo como en el Sistema de las Naciones Unidas”.

P: ¿Por la concentración del poder?

R: “Los medios eran el cuarto poder que por definición era un equilibrio entre los otros tres poderes, pero los medios no cumplieron con esa función democrática. Ahora son el quinto poder, es decir son un poder en sí mismos, defienden sus intereses, su propio territorio, sus tesis, su propia filosofía en todos los organismos internacionales donde se discute la regulación del espacio comunicacional”.

P: En esta situación, ¿cuál es la contribución de un observatorio?

R: “El papel de los observatorios es también un papel de pedagogía, se define como un movimiento de educación popular volcada a la acción. Es una ruptura frente al pensamiento crítico de los años 60 y 70, cuando se pensaba que solo los sabios podían hacer lecturas críticas, ahora estas lecturas tienen que ser colectivas, por eso están integrados por periodistas, investigadores y la sociedad”.

Precisamente para el objeto de investigación y argumentación el presente articulado revela gran connotación en la forma idónea en como el autor y lingüista visualiza el entorno de la semiótica a nivel general por los diferentes medios de comunicación, destacando el poder de la palabra en la adecuación acertada para emitir mensajes, así como también la recopilación del vocabulario y su correspondiente significado en el reordenamiento y aplicación de técnicas propias del espacio comunicacional.

APROXIMACIONES SEMIÓTICAS

PROVINCIA DE SANTA ELENA

La provincia de Santa Elena, con una población de 308,693 habitantes, según Censo 2.010, tiene una extensión de 3.762,8km², distribuidas en sus tres cantones: el más grande es Santa Elena con 3.688,90 km², el Cantón Salinas con 68,7 km² de extensión, y el Cantón La Libertad con 25,2km² de área territorial. La ubicación geográfica de la provincia comprende:

Al Norte: Provincia de Manabí, Guayas al

Este y Sur: el Océano Pacífico

Al Oeste: Santa Elena.

Los principales factores que inciden en las condiciones climáticas de la provincia son: la corriente cálida de El Niño que se desplaza entre los meses de diciembre hasta abril desde Panamá hacia la zona central del Ecuador, la corriente fría de Humboldt, que influye entre los meses de mayo a noviembre que al encontrarse con la corriente cálida de El Niño origina una corriente de aire húmedo que se dirige hacia el este, perdiendo humedad por el efecto de las elevaciones de Chongón – Colonche.

Mencionar que en el Ecuador existen entre diversas organizaciones, institutos, y centros que recogen y ayudan al desarrollo de la Ciencias del Lenguaje mediante la ampliación de su universo teórico a los diferentes espacios que proporcionan significación, esto es el discurso en lenguaje articulado, imágenes y gestualidad, en este compendio están por ejemplo: El centro de estudios semiológicos, centro de estudios de semiología y comunicación con sede en Guayaquil – Ecuador.

En su proyección hacia la comunidad, aplicar el término semiótico y sus variables resulta muy complicado, porque se trata de una ciencia que cada vez tiene mayor importancia en el desarrollo de las relaciones humanas, de general,

teniendo como objetivos la comprensión, la aplicación de normas debidamente estipuladas, aquí no establecemos diferencias, por el momento para conseguir a través de su método la utilización de categorías y conceptos que permitan detectar los contenidos profundos del lenguaje, ya que la comunicación por su estructura se nos presenta ambigua y es uno de los elementos que consideramos fundamentales: desambiguar el lenguaje para detectar su significación.

Al mismo tiempo que es notorio, que la expresión de los signos, y su significación en el sentido de persuadir al público repercute en la emisión de mensajes, pues dentro del punto de vista analítico persiste la tarea de sólo comunicar, sin que se llegue a un rol o esquema de significación, en escritura, gestos, o el sentido en general de las normas gramaticales.

Como los principales medios de comunicación se considera a la radio, televisión, prensa escrita, internet juegan un rol ponderante en la consecución de información, pero aún su denominación no consigue la semiótica comunicacional en las leyes de significación.

HISTORIA DE LA VOZ DE LOS TECHOS

En 1961 nace la Asociación de Beneficencia “Voz de los Techos” fundada por el difunto Juan Perero, y un grupo de moradores quienes crearon un radio comunitaria con el objetivo de promulgar y fomentar la ayuda solidaria al momento de que falleciera una persona del sector y que no contara con recursos para solventar un sepelio digno. Ahí la facultad que amerita a esta institución es encender los equipos de difusión para recabar y recolectar óvulos voluntarios, y de esta manera ayudar a familias para gastos de mortuoria.

A pesar de su poca infraestructura y bajo presupuesto, esta institución logró captar la mayor atención en la parroquia, y dentro del Cantón. Sus primeros inicios se desarrollaron en fomentar la ayuda solidaria. Los principales mensajes emitidos por la “Voz de los Techos” eran guiados desde un parlante central ubicado en el barrio Centenario en la Casa de la señora Vilma Laínez, años más tarde este sistema de perifoneo y bocinas se fue adaptando en techos y postes eléctricos logrando una mejor comunicación y atención llegando a más lugares y acaparando gran parte de la circunscripción territorial de la parroquia.

Sus primeros locutores precisamente pertenecían a la población de José Luis Tamayo, y debían captar la atención para de esta manera “persuadir” a la población para que contribuya en las necesidades de otros. Particularmente en este aspecto la incidencia que provoca en población resulta opaca puesto que gran parte de esa colaboración no repercute el grado de suficiente, pero contribuye a una ayuda y necesidad básica.

Años más tarde, diversas presidencias han pasado por la referida institución, destacando como importante la creación de su vida jurídica la cual establece que se omiten comentarios y mensajes para contiendas y propagandas políticas, además del total recaudado en la jornada se predestina un 20% para el mantenimiento de equipos y pago de necesidades básicas.

Posterior a ello, pasa a denominarse “Asociación de Ayuda Mutua Voz de los Techos” hasta los actuales momentos, y que está constituido como ícono y pilar en el desarrollo poblacional de la parroquia José Luis Tamayo, para la difusión y locución de principales informaciones emitidas en el contexto territorial de la población, del Cantón Salinas, y de la provincia de Santa Elena.

INCIDENCIA EN LA EMISIÓN DE MENSAJES

Es innegable que la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos” ha permitido ser un nexo de constante comunicación e información para la colectividad de José Luis Tamayo, además que ha servido como modelo para otros cantones, parroquias de la provincia en adoptar este sistema de difusión para mantener informado a la ciudadanía en general.

Además diversos organismos y medios de comunicación locales, nacionales incluso internacional han dado muestra fehaciente del trabajo y rol ponderante que realiza la Voz de los Techos en beneficio de la comunidad. Sin embargo, es latente que la emisión de los principales mensajes que difunde la Voz de los Techos no alcanza las magnitudes como se merece, debido a la mala señal y canales respectivos, por otro lado, la “persuasión” tampoco ha logrado llegar a réditos suficientemente capaces de tomar la conciencia social. Precisamente la mayoría de las personas que hacen locución desconocen de las leyes y técnicas de comunicación, aún más de ciencia de la semiótica.

FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

FUNCIONES DE LA SEMIÓTICA

A) La función sígnica: La base de todo proceso de comunicación es el signo, elemento con el que el emisor codifica su mensaje. Una primera definición de signo podría ser: “Objeto perceptible por los sentidos que representa a otro objeto.” Los signos podemos dividirlos en dos grandes grupos, según José M^a González-Serna Sánchez IES Carmen Laffón (San José de La Rinconada, Sevilla):

- **Indicios.-** Fenómeno natural, producido involuntariamente e inmediatamente perceptible, que nos da a conocer algo sobre otro hecho que no es inmediatamente perceptible⁵.
- **Señales.-** Indicio convencional, producido artificialmente. En Lingüística, lo que nos interesa es este tipo de signo en el que a un objeto representante (ORT) se le hace corresponder un objeto representado (ORD). A esto se le llama función sígnica y presenta una serie de características⁶:
 - ✓ **Es constante.-** Una vez que la función sígnica ha actuado, el producto resultante se convierte en una asociación perdurable.
 - ✓ **Es irreversible.-** La señal es irreversible en virtud de su carácter constante.
 - ✓ **Es generalizadora.-** Una vez que la función ha actuado, las señales pierden cualidades concretas que no sirven a la función.
- **Iconos.-** Semejanza totales⁷.
- **Símbolos.-** Semejanza parciales⁸.
- **Signo.-** Ausencia de semejanza, es la base del signo lingüístico y, por tanto, del lenguaje natural humano⁹.

5 Tomado de José M^a González-Serna Sánchez IES Carmen Laffón (San José de La Rinconada, Sevilla)
<http://www.auladeletras.net/material/comunica.PDF>

6 Tomado de José M^a González-Serna Sánchez IES Carmen Laffón (San José de La Rinconada, Sevilla)
<http://www.auladeletras.net/material/comunica.PDF>

7 Tomado de José M^a González-Serna Sánchez IES Carmen Laffón (San José de La Rinconada, Sevilla)
<http://www.auladeletras.net/material/comunica.PDF>

8 Tomado de José M^a González-Serna Sánchez IES Carmen Laffón (San José de La Rinconada, Sevilla)
<http://www.auladeletras.net/material/comunica.PDF>

EL SIGNO LINGÜÍSTICO

Para Ferdinand de Saussure cataloga al signo lingüístico como: "El signo lingüístico es una entidad psíquica de dos caras en la que se unen un significante (imagen acústica) y un significado (concepto)".

TEORÍA DE SAUSSURE

Saussure advirtió que en el lenguaje humano no hay un objeto definido para el análisis, el lenguaje es complejo, entraña procesos físicos y psicológicos, libertad individual y coerción social, cambio y estabilidad, considera que un objeto de esta naturaleza no es apto para hacer descripciones, por lo tanto el primer planteo científico es hacer distinciones, separar los diversos aspectos, además que en el lenguaje humano se distingue dos aspectos importantes "la lengua" y "el habla" (dicotomía lengua / habla), el lenguaje aparece como englobando estos dos aspectos. Considera al lenguaje como la "facultad natural" (esto es una característica universal) del hombre de constituir una lengua, es decir "un sistema de signos"¹⁰.

TEORÍA DE PEIRCE

Charles Sanders Peirce llega al sentido y a la significación a través de la percepción sensorial, por estas razones se ocupa mucho de los signos no verbales. Además trata de encontrar todas las variedades fundamentales que se dan en la significación, y que lo establece exacto y matemático guiados en tres bases fundamentales¹¹:

- Sobre el signo en sí mismo
- Sobre la relación signo – objeto
- Sobre la relación del signo con el interpretante.

⁹ Tomado de José M^a González-Serna Sánchez IES Carmen Laffón (San José de La Rinconada, Sevilla)
<http://www.auladeletras.net/material/comunica.PDF>

¹⁰ Tomado de Margot Bigot : [Apuntes de lingüística antropológica](http://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/1367/2.%20SAUSSURE.pdf?sequence=3),
<http://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/1367/2.%20SAUSSURE.pdf?sequence=3>

¹¹ Marroquín Parducci, Amparo, [Semiótica de la cultura](#).

FUNCIONES DE COMUNICAR

Es preciso conocer las funciones de la comunicación, pues hará conocer para que sirva la comunicación, y el proceso dinámico que esta realiza en el sustento de nuestra investigación. Para ello lo catalogaremos en cuatro grupos, según De la Torre Zermeño, y De la Torre Hernández¹², en Taller de análisis de la comunicación:

- De Control
- De Motivación
- El Interpersonal
- De Información.

Función de control: Proporciona determinar el control de determinados grupos, ejemplo: cuando una organización le pide a sus empleados que comuniquen a su jefe inmediato cualquier anomalía o irregularidad relacionada al trabajo con el propósito de hacer cumplir las políticas de la empresa, ahí la comunicación está cumpliendo la función de control.

Función de motivación: Deberá estar arraigada entre los miembros del grupo y al factor incentivo, determinando un rendimiento óptimo en cualquier empresa u organización.

Función Interpersonal: Es la que se da entre dos o más personas y en cualquier parte, de ahí la importancia de expresarnos satisfactoriamente, incluso se utilizaría la comunicación no verbal para expresar emociones, sonrisa, alegría.

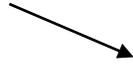
Función de información: Permite estar en contacto comunicativo entre personas o grupos en la misma organización o empresa.

La comunicación puede ser: verbal, y no verbal. Según Zacharis Coleman Jhon Son cuatro sistemas que engloban a la comunicación verbal, entre ello lo ilustra en la siguiente forma:

¹² De La Torre Zermeño, y De La Torre Hernández, Taller análisis de la Comunicación Tomo I, 1995

1.- Verbal → Verbal → Lingüístico → Vocal → Canal Auditivo

2.- Entonación



3.- Paralingüístico → No verbal → No Lingüístico → No Vocal → Canal Visivo

4.- Kinésico



13

LA SEMIÓTICA DE COMUNICAR

TEORÍA DE UMBERTO ECO

Una de las hipótesis sobre la semiótica es la de que estas reglas, o signos, existen bajo cualquier proceso de comunicación, y se apoyan en una convención cultural. Si se sospecha que estos signos se comprenden de una manera “intuitiva”, por participación espontánea con contacto directo con estas dos “entidades espirituales” sin la mediación de conversaciones sociales, la semiótica no tendría sentido alguno. Por lo tanto la dialéctica comunicativa entre códigos y mensajes y la naturaleza convencional de los códigos son descubrimiento que no corresponden a la semiótica: son las premisas en que esta se funda, la hipótesis que le sirve de guía¹⁴.

La filosofía de la semiótica es una ciencia que se encuentra facultada en la realidad de la comunicación, sus signos, y su propia lengua en sí. El lenguaje de los humanos está creado este en un sistema cuyo único propósito es crear una simbología que llamamos "palabra" para objetos específicos, ideas, sentimientos.

Se puede decir que la red del lenguaje es el mejor sistema conocido hasta ahora para la creación de símbolos y no hay otro animal que lo tenga. La razón es que el cerebro humano se ha desarrollado hasta un punto en que tiene un lujo: más neuronas (en relación con el tamaño del cuerpo) de las que son necesarias para

13 Zacharis Coleman Jhon, *Comunicación oral, un enfoque racional*, 1978.

14 Umberto Eco, *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*, 1974

sobrevivir. Ese lujo permite poseer sistemas neuronales cuyo trabajo principal no es sólo escapar del peligro y buscar alimento, sino reflexionar acerca de la experiencia por medio de símbolos. Esta interfaz simbólica es un rasgo exclusivamente humano. La ventaja que ofrece este sistema es realmente increíble. Otro rasgo único de la mente humana es su deseo de diversidad; si la conciencia menciona y se pregunta ¿por qué los humanos creamos miles de lenguajes para decir las mismas cosas?

A partir de nuestra década prevalece el estudio de la semiótica como una sistematización ocupando un status científico. Morris un estudioso de la disciplina de la semiótica distingue y lo subdivide en tres ramas: la semántica, la pragmática, y la sintáctica.

SEMÁNTICA

Estudia las relaciones de los signos con los objetos que son aplicables, es decir a los que los signos desea denominar cualquier seres o entidad, por esta razón la semántica es considerada como una rama de empírica de la semiótica ya que el estudio del sentidos y sus significados hace referencia a la relación concreta de los signos con las cosas.

Por otro lado, la Semántica (del griego *semantikos*, "lo que tiene significado"), estudia el significado de los signos lingüísticos; palabras, expresiones y oraciones. Para ello tienen que estudiar qué signos existen y cuáles son los que poseen significación esto es, qué significan para los hablantes, cómo los designan es decir, de qué forma se refieren a ideas y cosas, por último, cómo los interpretan los oyentes.

A partir de esa definición todo signo lingüístico tiene dos caras: el significante o parte material del signo y el significado o imagen mental que sugiere el significante. Además de añadir un nuevo elemento: el referente o elemento real, existente, al que se refieren tanto significado como significante, que no es lo mismo la palabra que designa un referente que el referente mismo.

COMPONENTES DEL SIGNIFICADO

El significado o imagen mental está compuesto por una serie de rasgos conceptuales que todos los hablantes de una lengua asocian de una manera general a un significante. Sin embargo, hay que tener en cuenta que este significado tiene dos componentes:

DENOTACIÓN

Representan los rasgos conceptuales objetivos, es el significado que presenta una palabra fuera de cualquier contexto, además constituyen el núcleo semántico fundamental en la lengua de todos los hablantes.

CONNOTACIÓN

Representan o son los rasgos conceptuales subjetivos, son las significaciones que lleva añadidas una palabra. Estas significaciones tienen un carácter marcadamente subjetivo. Dependiendo de los hablantes, una misma palabra puede tener connotaciones distintas.

En el estudio de la semántica además relaciona a las diferentes argumentaciones que contrae un signo con todo en su alrededor, pues todo el léxico humano constituye un sistema único, cuya estructuración facilita a los hablantes la adquisición de ese léxico permitiéndole ser universal en lo que manifiesta, dice y comenta.

COMUNICACIÓN ORAL

Por comunicación oral se entiende básicamente la comunicación a través de las palabras habladas, es el lenguaje verbal. En los estudios realizados sobre la influencia y el impacto de cada tipo de comunicación, se han encontrado los siguientes datos significativos en un estudio realizado por A. Merhabian.¹⁵

- 7% por la comunicación verbal
- 38% por el modo de hablar y características de la voz
- 55% por la expresión facial.

¹⁵ Universidad de Londres, Semiótica. Bloque básico. compilador: L. D. G. Mónica González Mothelet.

Estas cifras revelan que sólo una pequeñísima parte de lo que aprendemos se debe exclusivamente a la comunicación oral, y que la mayor parte de lo aprendido se debe a factores no verbales, siendo destacable el hecho de que la forma de decir las cosas (modo de hablar, características de la voz) tiene mayor influencia que el contenido. Por ello, para lograr una mayor eficacia en la comunicación, tanto el contenido de ésta como su forma, ha de tener unas características determinadas.

CARACTERÍSTICAS DEL CONTENIDO DE LA COMUNICACIÓN ORAL¹⁶

- **Claridad:** Los contenidos deben ser claros, teniendo presente de donde vienen cuál es su propósito, es decir, deben estar bien encuadrados.
- **Concisión:** Los contenidos que se expliquen deben ser lo más concretos que se pueda para expresar todo aquello que se quiere, sin llegar a la parquedad. Como dice el refrán: "lo bueno, si breve, dos veces bueno".
- **Coherencia:** Los contenidos deben expresarse relacionados entre sí, de forma lógica y coherente.
- **Sencillez:** Según el contenido y los receptores a los que vaya dirigido, ha de utilizarse un lenguaje apropiado; en general, la sencillez facilita la comprensión.
- **Precisión:** Se han de escoger las palabras exactas para expresar lo que queremos decir, con ello se huye de la ambigüedad en la comunicación que dificulta mucho una exacta comprensión.

¹⁶ Universidad de Londres, Semiótica, Bloque básico, compilador: L. D. G. Mónica González Mothelet.

CARACTERÍSTICAS DE LA FORMA DE LA COMUNICACIÓN VERBAL¹⁷

- **Claridad:** Hay que hablar de forma clara, pronunciando bien las palabras y con corrección sintáctica en las frases; a una velocidad adecuada y con los silencios necesarios.
- **Intensidad:** Hay que hablar a un volumen adecuado, lo suficientemente elevado para que todos puedan oír al que habla, ni tan elevado que sea molesto.
- **Flexibilidad:** La voz ha de ir cambiando el ritmo, la inflexión y la cadencia para evitar la monotonía del habla, de forma adecuada a lo que se dice y al momento en que se dice.
- **Énfasis:** Al decir las ideas o elementos más importantes del mensaje, ha de modularse la voz, bien elevando el tono para las palabras más importantes o diciéndolas de forma especialmente lenta.

Dado que la comunicación verbal se produce a través del lenguaje oral, que se percibe a través del oído, para que ésta sea eficaz, es imprescindible una actitud de escucha y atención en los oyentes.

PRAGMÁTICA

La Pragmática es la disciplina cuyo objeto de estudio es el uso del lenguaje en función de la relación que se establece enunciado-contexto-interlocutores. Se interesa por analizar cómo los hablantes producen e interpretan enunciados en contexto; de ahí que tome en consideración los factores extralingüísticos que determinan el uso del lenguaje, a los que no puede hacer referencia un estudio

¹⁷ Universidad de Londres, Semiótica, Bloque básico, compilador: L. D. G. Mónica González Mothelet.

puramente gramatical, tales como los interlocutores, la intención comunicativa, el contexto o el conocimiento del mundo¹⁸.

De este modo, la pragmática analiza por qué el destinatario de un enunciado como emitido por una empresa de selección de personal, puede interpretar tanto que será seleccionado como lo contrario, según sea el conocimiento del mundo de dicho destinatario así como, por ejemplo, la entonación y la información no verbal transmitida por el emisor. En este sentido, se dice que los interlocutores poseen información pragmática, entendiendo como tal el conjunto de conocimientos, creencias, supuestos, opiniones, etc. de un individuo en una interacción oral concreta.

Actualmente la pragmática ha dejado de plantearse como un módulo más del análisis lingüístico para convertirse en una perspectiva diferente de acercarse a los fenómenos lingüísticos de cualquier nivel siempre que se tengan en cuenta los factores contextuales.

Los estudios de pragmática suponen también una determinada concepción de la lengua y la comunicación, opuesta a la propugnada por el estructuralismo. En la didáctica de las lenguas, dicha concepción ha servido de base para las propuestas de enseñanza comunicativas. Los programas nociofuncionales elaborados en esta metodología se construyen sobre las nociones y las funciones, conceptos que se inspiran en una concepción pragmática de la lengua.

SINTAXIS

La sintaxis tiene como fin el estudio de la estructura de la lengua en cuanto a la combinación de las palabras para formar estructuras, por tanto, a la hora de estudiar cualquier lengua, tendremos que fijarnos en las estructuras que la componen. En sintaxis, se menciona a las estructuras que se encuentran por

¹⁸ Xavier Frías Conde, Introducción a la Pragmática, 2001

debajo de la palabra o lexema, si se prefiere los morfemas y los lexemas, aunque ello no significa que no sean parte de la sintaxis incluidos tradicionalmente en el estudio de la morfología.

CONSTRUCCIONES ENDOCÉNTRICAS Y CONSTRUCCIONES EXOCÉNTRICAS

Dentro de la contextualización del presente tema, el objeto de estudio en este tema deberá ser ejemplo para analizar la conducta de los habitantes de la parroquia José Luis Tamayo, al momento de escuchar mensajes mediante la Asociación de Ayuda Mutua "Voz de los Techos", más aún que cualquier construcción que pertenezca a la misma forma de clase en forma de por lo menos uno de sus constituyentes inmediatos se cataloga como endocéntrico; así la única construcción endocéntrica en la oración "falleció: perdió su vida a los 36 años de edad") es "falleció, perdió su vida". Todas las demás construcciones, de acuerdo con este análisis, son exocéntricas. Esto es claro por el hecho de que en el anterior por ejemplo son diferentes de cualquiera de las letras en los extremos de las ramas inferiores conectadas directamente a estos nudos. Por ejemplo, la frase D + E ("su reloj", "la cocaína", etc.) tiene en su parte inmediatamente superior un nudo etiquetado B, en vez de D o E.

TIPOS DE CONSTRUCCIONES ENDOCÉNTRICAS¹⁹

Las construcciones endocéntricas son de dos tipos: subordinadas y coordinadas. Si la atención se centra, para fines de simplicidad, a construcciones compuestas de no más de dos constituyentes inmediatos, puede decirse que las construcciones subordinadas son aquellas en las que sólo un constituyente inmediato es de la misma clase de forma que la construcción entera, mientras que las construcciones coordinadas son aquellas en las cuales ambos constituyentes son de la misma clase de forma que la construcción completa.

¹⁹Bosque, Ignacio, Guitiérrez-Rexach, Javier (2009). Fundamentos de Gramática Formal (1ª edición). Madrid: Akal.

Núcleo y modificador en la equivalencia sintáctica

En una construcción subordinada el constituyente que es sintácticamente equivalente a la construcción completa se conoce como la cabeza, y su acompañante se conoce como su modificador: así, en "falleció, perdió su vida", la forma "falleció" es la cabeza, y "perdió su vida" es su modificador. Un ejemplo de construcción coordinada es, en inglés, "men and women", en el cual, puede asumirse, los constituyentes inmediatos son la palabra "men" y la palabra "women", cada una de las cuales es sintácticamente equivalente a "men and women". (Queda implícito aquí que la conjunción "and" no es un constituyente propiamente dicho, sino un elemento que, tal como el orden relativo de los constituyentes, indica la naturaleza de la construcción en cuestión.

Relaciones no estructurales: Reacción, ligamiento y concordancia

Además de la relaciones de constitución en el estudio sintáctico de las lenguas existen otras relaciones no necesariamente caracterizadas por la relación de orden parcial dada por la constituencia. Entre estas relaciones están las relaciones de concordancia gramatical por la cual dos elementos generalmente no adyacentes y que forman parte de diferentes sintagmas deben concordar (presentar una marca especial que indica que cierta categoría lingüística presente en los dos elementos tiene el mismo "valor"). Igualmente las reglas de coocurrencia de los pronombres y las anáforas y sus antecedentes sólo se pueden expresar de manera sencilla en términos de la relación de reacción. Tanto la relación de reacción como la de ligamiento están asociadas a la relación de mando. Estas relaciones requieren mecanismos o restricciones de gramaticalidad más complejas que la simple adyacencia o constituencia de elementos sintácticos. Entre ellas se pueden citar:

- La concordancia gramatical
- La reacción y el ligamiento
- La teoría del caso abstracto

Sintaxis Generativa

El actual paradigma en la disciplina filosófica es la gramática generativa, de cuyas formas se destaca la gramática generativa transformacional que se centra en el análisis de la sintaxis como constituyente primitivo y fundamental del lenguaje natural.

La gramática generativa no centra su investigación en la descripción de oraciones, sino en cómo la mente humana logra generarlas e interpretarlas a través de un sistema mínimo e intencional. El objetivo fundamental de la gramática generativa es el diseño de un dispositivo formal capaz de explicar la generación de todas las oraciones de las lenguas humanas.

En la práctica, la descripción estructural de las oraciones suele realizarse a través de corchetamiento o de diagramas arbóreos, que son constancias de expresión con variantes, ambos esquemas reflejan la jerarquía estructural de los constituyentes de la oración, a la vez que justifican (especialmente en el actual programa minimalista) el orden lineal de las palabras.

La clásica distinción de diferentes categorías sintácticas no puede ser rescatada en la mayoría de las escuelas generativistas (LFG considera que las funciones sintácticas son primitivos de la sintaxis). Esto se debe a que se considera a tal análisis meramente descriptivista y taxonómico. Casi todas las corrientes generativistas operan con los diferentes tipos de sintagmas que permiten los núcleos léxicos y funcionales de cada lengua.

Sintaxis Funcionalista

Los estudios de gramática funcional están orientados a explicar cómo el lenguaje humano se ha desarrollado como herramienta comunicativa. Por tanto, se supone que la sintaxis (y el resto de los componentes lingüísticos) deben reflejar cierta funcionalidad comunicativa en su diseño. La Gramática teórica y sintética de Michael Halliday implicó el cuestionamiento de las propuestas de dos grandes lingüistas: Ferdinand de Saussure y William Labov, puesto que

ninguna de las dos permitía un estudio acabado del binarismo "lengua"/"habla": o era la opción sistémica (lengua) o la opción funcional (habla). Halliday plantea la discusión al respecto en el libro "El lenguaje como semiótica social" (1979), donde profundiza respecto a un nuevo modelo para el estudio del lenguaje integrando el componente sociocultural como clave en su comprensión y la Gramática del papel y la referencia de Robert Van Valin son muestras de este tipo de orientación lingüística.

TIPOS DE SIGNIFICADO

SIGNIFICADO CONVENCIONAL

Hay un significado literal de un enunciado, el mismo que ha sido estudiado anteriormente por la ciencia semántica.

SIGNIFICADO DEL HABLANTE

Determina un significado distinto del que se percibe superficialmente, es intencional y depende del acto en el que se produzca el poder de la palabra, dado por el contexto. Cada uno de estos significados se manifiesta según ciertas unidades lingüísticas, cuyo análisis es distinto según la especialidad lingüística que las aborde. La proposición además se refiere al nivel semántico, donde un proceso va acompañado de una serie de elocuciones alrededor de un proceso (verbo). Así, la frase: El sr. Juan Roca aporta con su colaboración se representa:

Aporta
El sr. Juan Roca → colaboración.

EXPRESIÓN DE LA PALABRA EN LA EMISIÓN DE MENSAJES

El diálogo y el monólogo constituye medios de comunicación social por excelencia, todos los seres humanos nos comunicamos mediante “símbolos” y estos son a la vez “señales” adoptadas por nuestros hábitos, sentimientos y motivaciones sensoriales que se fijan en nuestros espíritus y mente mediante procesos sistemáticos, genéticos, bioquímicos, orgánicos y psicológicos inherentes a nuestra propia naturaleza. La propia naturaleza humana transmuta los conceptos anteriores en “creencias” individuales y personales del animal inteligente que en la escala zoológica se lo conoce como “homo sapiens”²⁰

LOS SÍMBOLOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL.

Dentro de las señales que son utilizadas como símbolos pueden ser: visuales, auditivas, táctiles, lingüística, reversibles, ciertos conocimientos irreversibles como colores, figuras geométricas, los números, las letras del abecedario, que facultan la construcción de símbolos convencionales imprescindibles y obligatorios en la comunicación social.

Y que a su vez son razonables por la naturaleza semántica, lingüística y gramatical del lenguaje como medios idóneos en la comunicación interhumana, esta creación permite los pensamientos, ideas, y palabras como necesidad imperiosa del idioma de la señal transmisora que debe ser recibida por el receptor con un “significado” y sentido con la que fue emitida por el emisor, con los alicientes de poseer armonía, perfecta entre lo emitido y lo recibido.

Por ejemplo en la legislación venezolana del Código civil artículo 4 menciona a las técnicas que deben regirse para la interpretación de las palabras que simbolizan la Ley, y otros signos legales que abarca dicha Ley, incluso las reglas técnicas que rigen en la integración del derecho mediante la analogía y sus principios.

²⁰Mariano Uzcategui Urdaneta, La palabra medio de Comunicación Social (Emisión y recepción de mensajes)

REGLAS EN COMUNICACIÓN SOCIAL EN IDEAS Y REFLEXIONES

Todo destinatario de la comunicación social contenido en el símbolo en la emisión de mensajes dirigido, tiene derecho absoluto de estar constantemente informado por el emisor sobre aquellos conocimientos e informaciones que trascienden en la sociedad, indispensablemente se requiere una metodología autónoma para el cumplimiento del deber jurídico, moral, ético, del emisor y receptor del mensaje. En esta metodología la determina la facultad de la Ley, los principios morales, éticos y religiosos de quien emite e interpreta el mensaje.

EMISIÓN DE MENSAJES

Dentro de la emisión de mensajes se nota los diferentes recursos para su análisis respectivo, caracterizando los fondos de los mensajes como: historieta, foto, telenovela, carteles, periódico mural, folleto. Más aún generalizando los usos del lenguaje, la manera en que se organizan los discursos, los recursos puestos en juego en cada caso.

- 1.- De estructuras básicas
- 2.- Narrativo
- 3.- Estilístico.

Cada cualidad requiere una serie de categorías, para cuya selección se menciona la perspectiva del uso del lenguaje, y que se lo divide en:

- 1.- Uso referencial
- 2.- Apelativo
- 3.- Expresivo
- 4.- Poético
- 5.- Lúdico.

La manera en que se construye un discurso y en enfoque a las relaciones sociales cotidianas, entre ellos los mensajes de difusión colectiva, más aún nuestra inclinación no es sólo el análisis, sino más bien de aportar elementos

para quienes se dedican a elaborar mensajes, sobre todo en el campo educacional, y se define de lleno a un espacio creatividad vs. planificación de los mensajes. Un ejemplo es de los recursos predilectos de los libros de textos escolares es el relato, considerándose que en este género existe alrededor de un ochenta por ciento. Sin embargo, en los países latinoamericanos aquellos libros incluyen seudos-relato, evidenciando un profundo vacío y desconocimiento de características mímicas en recurso de comunicación.

Dentro de éste ámbito se menciona que quien aprende a analizar mensajes, lo puede utilizar para elaborar otros. Por ejemplo, cuando una persona se lanza a realizar historietas educativas y desconoce las reglas de este género, se consideraría que no atraería muchos lectores.

Pero, aquí nace una interrogante ¿Cuáles serían las claves para los mensajes exitosos?, hay respuestas válidas: son la única oferta, la gente está alienada, no ofrecen nada que incomode o moleste al perceptor. Sin embargo, la capacidad de organizar un discurso, el conocimiento de los ingredientes del mismo, las formas adecuadas de comunicación, la dosificación de recursos expresivos.

EL DISCURSO

La palabra o término discurso va asociado con diferentes contextos, y a menudo con sentidos diversos. Las cualidades de grandes sistemas de mensajes, discurso publicitario, discurso político, discurso educativo, y su tendencia de elaboración en los mensajes, en todos los casos coinciden en aludir o mencionar las formas de expresión humana, y objetivaciones expresivas.

La naturaleza propia del ser humano construye el producto incesante de la expresión del discurso. Todo acto discursivo significa una selección acorde de términos y una acertada combinación de los mismos, a la vez que una selección de temas, y cada tipo de discurso, sea de grandes espacios de mensajes, de ciertos mensajes, de emisores genéticos, de individuos incluso, posee modos

cristalizados en seleccionar y combinar apropiadamente recursos del lenguaje.

Para entender y comprender la generación de cualquier tipo de discurso, hay que comenzar por los usos del lenguaje.

USOS DEL LENGUAJE

USO REFERENCIAL INDICATIVO

Se menciona por medio de uno o más enunciados, en señalar algo. Por ejemplo se menciona “El sr. Juan Roca realiza su colaboración voluntaria”, “A dejado de existir en la ciudad de Guayaquil a la edad de 42 años el Sr. Juan Borbor ”.

USO REFERENCIAL VALORATIVO

Incluye un matiz, una connotación, énfasis por el cual el emisor busca atribuir algo al objeto de su discurso. “Hacemos uso de estos medios de difusión para llegar a la conciencia social de los pobladores de José Luis Tamayo”. “Todos unidos con ese lapso de hermandad y solidaridad que nos caracteriza”.

USO REFERENCIAL EXPLICATIVO

Explica la formalidad, y está se dirige a dar razón del porque en algo. “Porque nuestra institución de ayuda mutua Voz de los Techos ha permitido fomentar durante más de 50 años la ayuda solidaria en la parroquia”.

USO APELATIVO

Se caracteriza porque está centrado al perceptor, existe una gradación que va desde algo simple llamado de atención hasta la orden, pasando por distintas formas de exhortación: “El Sr. Juan Borbor colabora con \$1,00”, “Juan ¿podrías exhortar a que los demás barrios de la parroquia también colaboren?. En este tipo de lenguaje oral estas expresiones van acompañadas de diferentes tonos de voz.

USO EXPRESIVO

Es un discurso centrado en el emisor, o también alguien habla directamente de sí mismo (modo predilecto de telenovelas), o bien menciona algo de sí mismo a través del tono de la voz, de la selección de palabras, del uso de diminutivos.

USO POÉTICO

Se centra en el mensaje mismo, aquí empleamos el término poético en sentido básico del trabajo, y relacionándolo con el discurso, de trabajo sobre los signos, además se caracteriza por la combinación y selección de los términos.

USO LÚDICO

Centrado en el emisor y en el discurso, además constituye un recurso indispensable de expresividad, y la selección, combinación y reiteración de términos.

ANÁLISIS DE ESTRUCTURA BÁSICAS

Se orienta al conocimiento de elementos indispensables en un discurso, con lo que se abre un principio de la intencionalidad del mismo. Además hacen referencia los siguientes elementos básicos, que desde el punto de vista de la direccionalidad de la presente investigación servirán y proporcionarán ventajas substanciales en el buen uso del lenguaje humano, captado y representado en el poder de la palabra:

- ❖ Ideas núcleo
- ❖ Sintagma
- ❖ Modos de predicación
- ❖ Grado de referencialidad
- ❖ Lo dicho y lo no dicho
- ❖ Complementaridad
- ❖ Oposición
- ❖ Esquema de clasificación
- ❖ Isotopías

IDEAS NÚCLEO

Se relaciona por ideas núcleo o los temas de un discurso a la fundamentación sobre ellos. Por ejemplo en una lectura escolar, el tema del niño y la obediencia, podemos extraer la idea o núcleo "todo niño debe ser obediente". De todo mensaje es idóneo revisar las ideas núcleo, para posteriormente tomar conciencia de las implicaciones de lo que se menciona. Aquí catalogamos como factor fundamental la necesidad de cumplir las líneas de valores, la solidaridad y la ayuda entre habitantes de un mismo sector.

SINTAGMA

El término sugiere a la coordinación de las partes del discurso, tanto entre los enunciados como entre períodos. La elección de enunciados depende en el lenguaje oral, el tema a tratar, del conocimiento que del mismo tiene el interlocutor. En periodismo, existe formas muy cristalizadas en coordinación de discurso, el análisis sintagmático permite conocer las estrategias discursivas, en el texto para extraer y dosificar el tema. Por ejemplo dar lecturas clara y convincente a diferentes notificaciones, boletines, comunicados de diversas instituciones sin entrar en monotonías como por ejemplo, el uso excesivo y repeticiones constantes de alcaldes, prefectos, concejales etc.

MODO DE PREDICACIÓN

Las ideas del núcleo se conforman por los temas del discurso y lo que se dice de ello una predicación, que muy puede acercarnos al tema, y que juega una parte de intencionalidad de un discurso. Por ejemplo dar lectura a la parte medular o principal de una noticia.

GRADO DE REFERENCIALIDAD

Si al referirse que el ámbito del discurso la predicación constituye al sujeto, desde el punto de vista de la referencialidad tal constitución puede ser alta, baja o distorsionante. Así Pedro Páramo, de Juan Rulfo (discurso centrado en el uso poético del lenguaje) es de alta referencialidad sobre el problema del

campesinado campesino, sin que este ofrecer datos estadísticos o una amplia información de corte sociológico.

LO DICHO Y LO NO DICHO

Según Desiderio Blanco en su estudio de la semiótica y comunicación correlaciones se proyecta como un gran cono de sombra lo que no dice. Lo no manifestado es en primer lugar un problema de limitación de todo discurso. En un discurso necesariamente hay una selección temática y ella depende no solo la buena voluntad del emisor. Por ejemplo en discursos institucionales deben ser muy nítidas las fronteras sobre lo dicho y lo no dicho antes, durante, y después del mismo.

COMPLEMENTARIEDAD

Denominamos discurso de complementariedad aquel que asume la predicación como si los sujetos vinieran al margen de toda contradicción. La tendencia se encaja a cada elemento a la perfección con los restantes.

OPOSICIÓN

Es aquel que asume la predicación como si se manifestaran los sujetos que tuvieran que enfrentar algo. Todos conocemos la polarización practicada mediante las formas de predicación, el uso de la oposición atraviesa prácticamente todos los tipos de discursos, desde la propaganda política, hasta la presencia de los obstáculos al vencer, toda clase de relatos: cultos, o populares.

TIPIFICACIÓN

Existe una tendencia indiscutible a la tipificación: seres, situaciones, objetos, son percibidos, valorados, pensados. De la tipificación al estereotipo existe un solo paso “estéreo” quiere decir fuerte, y “tipo” un molde, un esquema en algo, tipificamos cuando hablamos por ejemplo del “joven que colabora” “del joven que representa a la juventud tamayense” presentándole a través de la predicación.

ISOTOPIA

Es la presentación de ciertos elementos discursivos que tienden a cerrar al espacio de constitución del sujeto por medio de la predicación. La isotopía resulta indispensable en todo discurso, aunque depende del grado de redundancia que introduzca.

ANÁLISIS NARRATIVO

En este tipo de análisis el discurso cotidiano, común y en el de medios de difusión colectiva, en instituciones, religiosos, sindical, siempre se narra. La narratividad consiste en mencionar un estado o una transformación de algo o alguien. Narrar no es más que dar en cuenta de un estado o transformación, más aún en un discurso científico o periodístico siempre se narra. Todo narrador siempre está en diversas posibilidades llevadas al plano del discurso, aunque es posible parcializar algo, estereotiparlo como si fuesen la totalidad del ser del mismo sujeto. Por ejemplo “Hacemos uso de los sistemas de amplificación de la Asociación de Ayuda Mutua Voz de los Techos para congregar y hacer partícipes a la comunidad de las siguientes informaciones”

EL RELATO

Es dar cuenta de hechos, situaciones, experiencias, objetos, espacios, aunque no es lo mismo un discurso científico en cuestiones físicas, así por ejemplo: la presentación de acontecimientos en la historia, el discurso informativo periodístico que la descripción, por medio de una carta, de experiencias vividas. En el relato figuran características fundamentales:

- Un texto referencial
- Transcurso temporal
- Una secuencia
- Atributos de un agente
- Proceso de transformación.

El relato además es la narración de transformaciones de complejidad simple a la presentación de hechos o situaciones, este proceso puede ser muy simple, o muy complejo, pero la clave del mismo es la referencialidad, la secuencia y las transformaciones, que circulan en nuestros medios mensajes que pretenden ser relatos, como sucede con muchas lecturas escolares.

ANÁLISIS ESTILÍSTICO EN EL PERIODISMO

Según la teoría de Roland Barthes la eficacia de un mensaje (su capacidad de atraer, de convencer, de maravillar, de seducir, de divertirse), se manifiesta en los detalles, dos narraciones sobre un mismo tema varían radicalmente según el estilo puesto en una y otra. Existe también una noción de términos poéticos y lúdicos del lenguaje, en el discurso publicitario, el propagandístico, en el cotidiano propio de la riqueza expresiva en la mayoría de la población.

UNIVERSALIZACIÓN

La universalización pretende reunir a numerosos individuos en un solo atributo, se construye mediante la expresión “todos” o a través de la negación “ninguno” utilizando diversas formas genéticas. Por ejemplo todos estamos llamados a ser partícipes de las contribuciones, en favor de los más necesitados de la parroquia.

TÓPICOS

Una forma característica de los tópicos son los refranes, desde un análisis intelectual adquieren el valor por el momento en que se les pronuncia y la oportunidad dentro del contexto del diálogo.

REDUNDANCIA

Según la teoría de la afirmación la redundancia implica una disminución de la cantidad de información y que está en relación inversa con el grado de originalidad de un mensaje. En los medios la redundancia es una constante, el locutor repite y

repite ya sea el nombre de la emisora, la hora, el título de un disco, convirtiendo esto en un monólogo.

PERSONALIZACIÓN

Dentro de nuestra vida diaria siempre hablamos con alguien, y nos dirigimos a alguien, esto implica identificar al destinatario de nuestros mensajes, sin embargo la personalización es la eficacia al momento de atraer la atención para enfatizar y resaltar la presencia de los oyentes.

INCLUSIÓN

En el sujeto de la emisión se involucra en una acción, como formando parte de los destinatarios, por ejemplo: “todos somos parte de la gran familia de esta emisora”, estos recursos abarcan una realidad en una manera de reconocimiento, de integridad social que no puede ser a priori.

LA PREGUNTA

Es una interrogación que sirve para enfatizar algo durante un diálogo o una exposición, y que no espera respuesta, y esta proporcionada por el mismo emisor, mediante ellas se abren diálogos, se plantean alternativas, se redundan en algo, se interroga un supuesto destinatario, aunque la monotonía de preguntas es variada, muchas veces no se capta a responder todas las interrogantes planteadas. Así por ejemplo ¿La presencia de la ciudadanía en general será fundamental para alentar a tan ilustre huésped que visita nuestra parroquia? ¿Llamamos a clubes deportivos, asociaciones, negocios, etc, para que también contribuyan con ideas fehacientes para el orgullo de nuestra parroquia?

AMPLIFICACIÓN

La tendencia a enfatizar y mencionar los diversos diálogos, nos conlleva a una gradación de términos, adjetivos, acciones, destinatarios a visualizar una situación o personaje, aunque este recurso abunda en las formas inmediatas de comunicación.

FIGURAS

Se refiere a un rodeo de palabras destinados a enfatizar y argumentar el realce a lo que se quiere decir. Se realiza figuras cuando se describe de manera completa, se procede a tomar un detalle en el uso del lenguaje coloquial como en los medios de difusión colectiva.

COMPARACIÓN

Es la práctica más sencilla y consiste en señalar dos elementos para señalar y realzar al sujeto en cuestión. Este recurso proporciona ventajas de una gran claridad, no deja duda a quien lo escucha, resulta fácil su interpretación, por eso su repercusión es idónea al momento de difundir un mensaje.

METÁFORA

Se refleja de una forma sintetizada, y constituye una de las formas más empleadas en un lenguaje hablado, y surge en la necesidad de emplear elementos que mediante el lenguaje directo no tiene mayor sentido, y que nos faculta a darle galas y embellecer la expresión.

SINÉCDOQUE

Proporciona una gran economía al lenguaje, permitiendo enfatizar todo lo que más le llama la atención al emisor, precautelando el uso del lenguaje.

HIPÉRBOLE

En la emisión de mensajes existe una orientación hacia la exageración para resaltar lo que se quiere decir, aunque esta se manifiesta en las relaciones cotidianas, en diálogos, en todo tipo de discursos en la fascinación del oyente, es uno de los ejes de la narratividad.

Dentro de la contextualización del análisis estilístico en el periodismo, este refleja una gran proporción para contribuir en necesidades imperiosas para que los mensajes de la Asociación de Ayuda Mutua Voz de los Techos, no se

conviertan en simple monótonos, o que sean modelo reflejado por emisoras radiales del cantón, por lo tanto forma parte de las necesidades básicas en la adopción propia y única en la emisión adecuada de los diversos mensajes de la referida asociación.

ANÁLISIS IDEOLÓGICO

Lo ideológico consiste en lo que fundamentalmente se está predicando de un sujeto, además en el modo de vida propuesto como válido, dentro de los modos de relaciones y problemas sociales en los sujetos del mensaje. Y como todos aquellos mensajes implican una versión, este a su vez un punto de vista que significa la enfatización en un juego de escala de valores, y a partir de aquello aceptamos o rechazamos el uso de los predicados. Por otro lado, proporcionará y contribuirá como insumo indispensable para los locutores que emiten los diferentes mensajes por la Asociación de ayuda mutua Voz de los Techos.

ANTONOMASIA

Se trata de la adecuada utilización de epítetos para referirse de alguien. Considerándose que en la actualidad han adquirido enorme desarrollo en medios de difusión colectiva. Esta explica la tendencia de generalizar alguna cualidad o defecto de un individuo en sus características.

GRADACIÓN

La gradación crea o propicia un clima de suspenso, a través de una sucesión de verbos de calificativos, con el objetivo de atraer la atención para llegar paso a paso a lo que se manifiesta. Aparece como relato, o la simple narración de hechos, sucesos, difusión durante el día.

HIPÉRBATON

El hipérbaton implica la variación en el orden común de las palabras que adquiere un grado de sofisticación muy grande en los medios radiales, incluye

un monólogo, muchas veces interrupciones y secuencias de términos a una organización lógica. Por ejemplo cuando se titubea, se corrige, se equivoca, se vuelve atrás, y se dice algo o una palabra dejándole suelta.

EL SENTIDO DE LA OPORTUNIDAD

Propone un sentido capaz y fundamental en el uso lúdico del lenguaje: es empleado cuando se cambia intencionalmente el sentido de una palabra, o cuando se la pronuncia mal, cuando se dice términos en doble oportunidad.

Lo ideológico alude en realidad al uso social del discurso, a la intencionalidad y sus posibles efectos, en la práctica oral en la emisión cotidiana y acertada de mensajes hacia una comunidad o sociedad.

EL LENGUAJE DE LA RADIO

Los diferentes medios de comunicación tienen sus propios lenguajes, mientras el cine y la televisión transmiten su lenguaje con imágenes en movimientos y sonidos, la revista y el periódico con la redacción de textos y fotografías, en cambio la radio que entre su lenguaje no usa imágenes, siempre marca la diferencia llegando a sus oyentes con diferentes alternativas como la voz el sonido, la música, los silencios y los efectos especiales llegando a los sectores más desértico de la provincia de Santa Elena, de tal manera que estos cuatro métodos importantes se lo reconoce como recursos sonoros que permiten entretener de manera impresionante a los oyentes²¹.

LA VOZ

Este es un recurso fundamental en cuanto a los lenguajes de la radio, por lo consiguiente los locutores de los programas musicales y noticiosos no deben

²¹ José Ignacio López Vigil, Manual Urgente Para Radialistas Apasionados, Lima, abril 2005

olvidar de su responsabilidad ulterior, es decir al momento de hablar en radio tienen que pensar lo que va a decir antes de hablar en vivo²².

TIPS PARA HABLAR Y COMUNICAR EN RADIO

- El comunicador social, periodista, o locutor deberá tomar una posición cómoda: sentados o parados, siempre derechos y que la ropa no esté muy ajustada a su cuerpo porque de lo contrario no le permitirá respirar bien, de tal manera que la costará hablar con efectividad.
- El locutor profesional o no debe retener la respiración antes de empezar hablar porque se escuchará una explosión desagradable. Se recomienda hacerlo normal, como siempre sin la necesidad de esforzar su abdomen.
- Deberá pronunciar bien cada sonido, aquí se prevalece el abrir mucho la boca para que se escuche bien. Solo tengan mucho cuidado como lo hacen porque puede parecer como si hablaran a velocidad lenta.
- No debe cambiar su tipo de voz, el locutor tiene que hablar con naturalidad, jugando siempre con la voz. A esto se le llama modulación: subir y bajar el tono, cambien la velocidad con que se habla, resalte más importante y hagan las pausas necesarias para tomar aire y respirar bien. Esto les permite modular correctamente al momento de locutar.

FACTORES FILOSÓFICOS DE LA SEMIÓTICA²³

La lectura de los signos es una práctica cotidiana que caracteriza al ser humano y se asocia de manera coloquial a la palabra semiótica. En su necesidad de interrogar al mundo, el hombre otorga significado y construye el sentido de la

²² Jazmín Pilar Ávila Castillo, Vianey Ramírez de los Ríos, Sara Vanessa, Rengifo González Periodismo Comunitario al Alcance de Vallecaucanos, Manual de Capacitación en Periodismo Comunitario Para Radio Y prensa Comunitarios de Villapaz, Robles y Santa Helena

²³ Tomado de la página: imagenycultura.mx.tripod.com/cid.pdf

información que la naturaleza le ofrece. De tal información depende la supervivencia de la especie; sin embargo en su práctica estructurante, algunos pensadores coinciden en afirmar que dicha lectura modela el pensamiento mismo a través de su instrumento más eficaz: el lenguaje y sus signos. “La Filosofía, con mayor rigor, es la disciplina que consiste en crear conceptos y, siempre nuevos. El concepto remite al filósofo como aquel que lo tiene en potencia. Sin embargo, la Filosofía no es contemplación, pues las contemplaciones son las propias cosas en tanto que consideradas en la creación de sus propios conceptos, es reflexión porque nadie necesita filosofía alguna para reflexionar sobre cualquier cosa, es comunicación, en potencia sólo versa sobre opiniones, para crear”.²⁴

LA FILOSOFÍA Y LA CONDUCTA

La existencia de formas de expresar un mismo concepto no limita las posibilidades de establecer los cimientos para una sola disciplina. Sin embargo a pesar de la coexistencia cada una de ellas remite a la tradición que la genera. La semiología corresponde a la escuela filosófica europea de corte lingüístico que se arraiga a la disciplina de Saussure (Hjelmslev, Martinet, Barthes, Greimas) que se suscribe a estudios realizados por la comunidad académica francófona, además de los estudios filosóficos cognoscitivos del signo (Pierce Morris) ha tenido suerte al ser utilizado por las asociaciones internacionales para agrupar trabajos que proceden de diversas tradiciones científicas en este campo de estudio²⁵

LA LÓGICA DE LA FILOSOFÍA

La lógica es el estudio de los principios de la inferencia válida una inferencia es un proceso o acto en el que a partir de la evidencia provista por un grupo

²⁴Qué es la filosofía, Deleuze y Guatari

²⁵ Por ejemplo la Asociación Internacional de Estudios semióticos, asociación internacional de semiología visual, asociación Mexicana de semiótica, Asociación Italiana de estudios Semióticos.

de premisas, se afirma una conclusión, tradicionalmente se distinguen tres clases de inferencias: las deducciones, las inducciones y las abducciones, aunque a veces se cuenta a la abducción como un caso especial de inducción. La validez o no de las inducciones es asunto de la lógica inductiva y del problema de la inducción. Cuando un argumento es deductivamente válido, se dice que la conclusión es una consecuencia lógica de las premisas. El concepto de consecuencia lógica es, por lo tanto, un concepto central a la lógica, para estudiarlo, la lógica construye sistemas formales que capturan los factores relevantes de las deducciones como aparecen en el lenguaje natural, para entender esto, considérese por ejemplo las siguientes deducciones:

1. - Está lloviendo y es de día.
2. - Por lo tanto, está lloviendo.

En cambio, la clave del argumento reside en la expresión. Si esta expresión se cambia por otra, entonces el argumento deja de ser tan obviamente válido:

1. Ni está nevando ni hace frío.
2. Por lo tanto, no está nevando.

Las expresiones de las que depende la validez de los argumentos se llaman constantes lógicas, y la lógica las estudia mediante sistemas formales. Dentro de cada sistema formal, la relación de consecuencia lógica puede definirse de manera precisa, generalmente por medio de teoría de modelos o por medio de teoría de la demostración.

LA ÉTICA

La ética corresponde al estudio de la moral, la virtud, el deber, la felicidad y el buen vivir dentro de la ética contemporánea se suelen distinguir tres áreas o niveles, para los cuales también es importante referirse a cada una de ellas con el objeto de reflejar su buen uso y aplicación en la emisión de mensajes:

- **La metaética:** Estudia el origen y el significado de los conceptos éticos, así como las cuestiones metafísicas acerca de la moralidad, en

particular si los valores morales existen independientemente de los humanos, y si son relativos, convencionales o absolutos. En algunos problemas de la metaética son el problema del ser y el deber ser, el problema de la suerte moral, y la cuestión acerca de la existencia o no del libre albedrío.

- **La ética normativa:** Estudia los posibles criterios morales para determinar cuándo una acción es correcta y cuándo no, un ejemplo clásico de un criterio semejante es la regla de oro, dentro de la ética normativa, existen tres posturas principales:
 - **El consecuencialismo:** Sostiene que el valor moral de una acción debe juzgarse sólo basándose en sus consecuencias son favorables o desfavorables distintas versiones del consecuencialismo difieren, sin embargo, acerca de cuáles consecuencias deben considerarse relevantes para determinar la moralidad o no de una acción, por ejemplo, el egoísmo moral considera que una acción será moralmente correcta sólo cuando las consecuencias de la misma sean favorables para el que la realiza.
 - **La deontología:** Sostiene que existen deberes que deben ser cumplidos, más allá de las consecuencias favorables o desfavorables que puedan traer, y que cumplir con esos deberes es actuar moralmente, por ejemplo, cuidar a nuestro hijos es un deber, y es moralmente incorrecto no hacerlo, aun cuando esto pueda resultar en grandes beneficios económicos.
- **La ética de las virtudes:** Se enfoca menos en el aprendizaje de reglas para guiar la conducta, y más en la importancia de desarrollar buenos hábitos de conducta, o virtudes, y de evitar los malos hábitos, es decir los vicios.
- **La ética aplicada:** Estudia la aplicación de las teorías éticas a asuntos morales concretos y controversiales, algunas de estas cuestiones son estudiadas por subdisciplinas.

FILOSOFÍA DEL LENGUAJE

La filosofía del lenguaje representa el estudio del lenguaje en sus aspectos más generales y fundamentales, como la naturaleza del significado, de la referencia, y la relación entre el lenguaje, los usuarios del lenguaje y el mundo. Esta filosofía del lenguaje se sirve de métodos no-empíricos (como experimentos mentales) para llegar a sus conclusiones. En general, en la filosofía del lenguaje no se hace diferencia entre el lenguaje hablado, el escrito o cualquiera otra de sus manifestaciones, sino que se estudia aquello que es común a todas ellas.

- **La Semántica:** Es la parte de la filosofía del lenguaje (y de la lingüística) que se ocupa de la relación entre el lenguaje y el mundo. Algunos problemas que caen bajo este campo son el problema de la referencia, la naturaleza de los predicados, de la representación y de la verdad en el Crátilo, Platón señaló que si la conexión entre las palabras y el mundo es arbitraria o convencional, entonces es difícil entender cómo el lenguaje puede permitir el conocimiento acerca del mundo. En otro lenguaje, esas mismas palabras podrían, por alguna coincidencia, significar algo muy distinto y expresar algo falso. A este fijar el significado se lo suele llamar interpretación, y es uno de los temas centrales de la semántica.²⁶
- **La Pragmática:** La Pragmática es uno de los campos de estudio de la lengua que se ha desarrollado durante los últimos decenios del siglo XX. Precisamente por eso, es aún bastante desconocido. Es una disciplina lingüística, pero su campo de estudio también se dirige a otros ámbitos extralingüísticos pero cuya influencia en la comprensión es fundamental. La Pragmática influye, sin duda, en la forma de construir oraciones, por lo que los elementos extralingüísticos desempeñan un papel importante dentro de lo lingüístico.²⁷

²⁶ Tomado de la página: es.wikipedia.org/wiki/Filosofia

²⁷ Xavier Frías Conde, Introducción a la Pragmática, 2001

FILOSOFÍA DE LA MENTE

La filosofía de la mente representa el estudio de la mente incluyendo las percepciones, sensaciones, emociones, fantasías, sueños, pensamientos y creencias. Uno de los problemas centrales de la disciplina es determinar qué hace que todos los elementos de esta lista (y todos los que no están en ella) sean mentales. Tanto para la fenomenología como para la filosofía analítica, un candidato importante para ser una condición necesaria, aunque no suficiente, de todo fenómeno mental es la intencionalidad, que se refleja en el poder de la mente de ser acerca de representar, o de ponerse en lugar de cosas, propiedades o estados de cosas. Por ejemplo, uno no recuerda simplemente, sino que recuerda algo, y tampoco quiere en abstracto, sino que quiere algo determinado. La propuesta de algunos filósofos es que todo lo que sea mental está dirigido hacia algún objeto, en el sentido más general de objeto, y que por lo tanto la intencionalidad es una característica necesaria, aunque no suficiente, de lo mental. La filosofía de la mente se relaciona con la ciencia cognitiva de varias maneras. Por un lado, las filosofías más naturalistas pueden considerarse como parte de las ciencias cognitivas, en cambio, otras filosofías critican a la ciencia cognitiva por suponer que lo mental es representacional o computacional. Algunos problemas centrales en la filosofía de la mente son el problema de la relación entre la mente y el cuerpo, la identidad personal a través del tiempo, y el problema del conocimiento de otras mentes.

NECESIDADES SOCIOLÓGICAS

Hablar de las necesidades y deseos de los mayores supone plantearse el concepto del bienestar, ya que el componente fundamental de éste se halla en la satisfacción de las necesidades. Habrá que plantearse la cuestión de si los mayores como colectivo tienen unas necesidades específicas, todas las teorías de las necesidades aceptan al menos el carácter instrumental de las mismas y el hecho de que algunas sean universales; quiere decir que trascienden los gustos

personales y las culturas particulares. Las diferentes teorías se pueden clasificar dependiendo de la interpretación del término necesidad.

- ❖ **Teoría de las necesidades objetivas:** Su especificación teórica y empírica es independiente de las preferencias individuales (Doyal y Gough, 1991: 49) es decir, todas las necesidades de los mayores no serán diferentes a las de otro grupo de edad.
- ❖ **Teoría de las necesidades subjetivas:** Supone la expresión subjetiva de las necesidades por parte de cada individuo particular. Por ello los mayores no tendrán necesidades como colectivo, sino como personas individuales.
- ❖ **Teorías universalistas:** Consideran que las necesidades en sí son iguales para todo el mundo. Ello implica que no hay diferencia en función de raza, sexo, edad, grupo social, cultura, etc., del individuo o grupo que se esté tratando.
- ❖ **Teorías relativistas:** Afirman lo contrario, es decir, que las necesidades vienen definidas en función de la cultura, el sexo, la edad, la raza, etc.

Con las distintas argumentaciones presentadas en la investigación es innegable que el insumo para los locutores de la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos” deberá ser optimizado de acuerdo al margen acotado, siguiendo las directrices para un mayor conocimiento y aplicación de teoría y técnicas que será aprovechado en el fortalecimiento de las bondades de la difusión y emisión de los mensajes como unidad receptora en todos los hogares hasta donde llegue las ondas de la referida institución, y de esta manera contribuir esencialmente en la práctica constante de una comunicación eficaz, clara y precisa.

FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL O MARCO CONCEPTUAL

SEMIÓTICA

Según el libro de Umberto Eco titulado “La estructura ausente, introducción a la semiótica”, en ella refleja al campo de la semiótica y su relación con la emisión de mensajes como una hipótesis de trabajo que queda establecida una investigación semiótica cuando se supone que todas las formas de comunicación funcionan como emisión de mensajes basados en códigos subyacentes, es decir que todo acto comunicativo, presupone un lenguaje. Pero al momento de dirigir una palabra, gesto, signo, sonido (para que conozca algo que yo he conocido antes y deseo que también conozca) me baso en una serie de reglas debidamente estipuladas que hacen comprensible mi signo.²⁸

Es denominado como una facultad basada en herramientas que nos permite identificar, mediante el análisis de contenido, tendencias culturales y comunicativas los diversos tópicos concernientes a contenidos de piezas publicitarias, lecturas, información, sucesos, noticias, etc, en la misma se enraíza los efectos que estos mensajes suscitan, para en lo posterior abordar el común de la globalización plagado de información oportuna, veraz, contextualizada, clara, proporcionada en la parroquia José Luis Tamayo, Cantón Salinas, como manual exploratorio. Además es un análisis fragmentado y selectivo que permite segmentar el mercado para llegar a las necesidades, motivaciones, percepciones y actitudes que son compartidas por los miembros dentro de una sociedad más grande y compleja, sus miembros poseen creencias, valores y costumbres que aportan a los mismos miembros de la sociedad (Por Javier Mujica Dominguez).

²⁸Umberto Eco, La estructura Ausente, Introducción a la semiótica, 1974.

ASOCIACIÓN DE AYUDA MUTUA

“No inmovilizarse ante el sufrimiento, tratando de transformar los sentimientos que a causa de ese dolor desmesurado, producen un gran daño en la persona. La mutua ayuda del grupo contribuye a que puedan hallarse los recursos internos de cada persona para procesar el duelo sanamente. Hallar el estímulo para dar nuevo sentido a la vida tras la muerte de nuestro ser querido. Conseguir la aceptación de la pérdida y trascender el dolor en recuerdo amoroso de nuestro ser amado, puede parecer inverosímil la existencia de una asociación dedicada a tratar sobre el duelo, sobre la muerte, sin embargo, lo que nos mueve y pretendemos no es tratar de muerte, sino todo lo contrario. Las A.M.A.D. Asociación de Mutua Ayuda ante el duelo ofrece su ayuda de forma gratuita, sin vínculos políticos ni religiosos y respetando creencias y cultos personales²⁹.”

Las Asociaciones de Ayuda Mutua, o de solidaridad son instituciones benéficas sin fines de lucro, creadas para albergar la ayuda y solidaridad entre ciudadanos del sector, mediante cruzadas voluntarias con el objetivo de solventar gastos de decesos y fallecimientos de familias que no poseen el recurso suficientes para proporcionar una mortuorio digno ante la pérdida de uno de sus seres queridos (Por Javier Mujica Dominguez).

COMUNICAR E INFORMAR

Comunicar es enviar a alguien un mensaje elaborado en un lenguaje oral o escrito conocido por el emisor y el receptor para informar a este o participarle un sentimiento, y recibir de él una respuesta.³⁰

Por otra parte el término **informar** según el diccionario de la “Real Academia de la Lengua” se refiere a enterar, dar noticias de una cosa.³¹

²⁹Tomado de la página: http://www.amad.es/ayuda_mutua.html

³⁰Nowodworsky Carmona, Edmundo, Comunicación ediciones universitaria, Santiago pag. 43

Considerando que los dos términos guardan mucha relación, más aún su connotación es amplia y variada, mencionar que comunicar e informar es un proceso sistemático, donde la argumentación propio del lenguaje cotidiano constituye una información única e imprescindible, que si se quiere obtener de ella una respuesta se deberá por optar en informar aquella noticia e información válida en la sociedad (Por Javier Mujica Dominguez).

SIGNO

El lingüista suizo Ferdinand Saussure fue el primero que se refirió al signo lingüístico y dio una definición de él que es aún válida en lo más esencial. “Un signo es una codificación, una abstracción de un elemento real que tiene representación en la mente y bajo la apariencia de representación se transmite, tradicionalmente se dice: un signo es la representación de algo”.³²

Naturalmente, un lingüista podría observar que si empieza a llamar signo a cualquier artificio que permite de alguna manera una interacción entre dos sujetos, e incluso las traducciones solitarias que Sigma realizaba en su mente, ya no hay manera de detenernos. Existen artificios que son signos en sentido propio, como las palabras, algunas siglas, algunas convenciones de señalización, y luego está todo lo demás que no es signo, que puede ser experiencia perceptiva, capacidad de deducir hipótesis y previsiones de la experiencia, etc.

Hay un signo cuando, por convención previa, cualquier señal está instituida por un código como significante de un significado. Hay proceso de comunicación cuando un emisor transmite intencionalmente señales puestas en código por medio de un transmitente que las hace pasar a través de un canal; las señales salidas del canal son captadas por un aparato receptor que las transforma en mensaje perceptible por un destinatario, el cual, basándose en el código, asocia

³¹Real Academia española, Diccionario de la Lengua Española, tomo I, Madrid, España 1984

³²Xavier Frías Conde, Introducción a la Lingüística, Ianua, Revista Philologica Románica Suplemento 01, 2000

al mensaje como forma significante un significado o contenido del mensaje. Cuando el emisor no emite intencionalmente y aparece como fuente natural, también hay proceso de significación, siempre que se observen los restantes requisitos³³

El signo es la representación del hablante en su misma lengua e idioma, con contenidos que se traducen a un significado propio, más aún cuando existe la convergencia de emitir un mensaje o información hacia un correspondiente receptor, este deberá ser en sentido adecuado a su signo. Los signos tienen una absoluta importancia para toda la vida social humana; sin signos no es posible lengua ni lenguaje alguno, y en facultad de todas las ciencias y la cultura en general no serían tampoco posibles sin signos, su necesidad deriva de la estructura anímico-corpórea del ser humano, del hecho de ser el hombre espíritu encarnado y sociable. (Por Javier Mujica Dominguez).

SÍMBOLOS

El símbolo es una clase de signo que tiene un poder de expresión en parte contenido en su misma naturaleza y en parte dependiente de la libre imaginación del hombre. La palabra símbolo viene del griego, de συμβολον, que significa contrato, tratado, señal. Se llamaban símbolos los dos trozos de una misma pieza, vasija, etc., de barro o de metal, que se partían entre dos amigos y que venían a ser el testimonio de una amistad que había de durar mientras duraran los dos trozos partidos en poder de cada uno de ellos. La idea de símbolo implica, así, recomposición, reconocimiento, presencia de algo distinto a la simple apariencia. Atento a esto, podrá decir Romano Guardini que “las cosas significan lo que son ellas mismas y a la vez algo más que ellas mismas”.

El hombre es “hacedor de símbolos”, es un mediador, porque pretende ser nexo entre la realidad visible y la invisible. Es un “pontífice”, es decir, un “hacedor de

³³Umberto Eco, Signo, Traducido por Francisco Serra Cantarell Título original: Segno, 1973

puentes”. No por nada el Papa es llamado “Sumo Pontífice”, el que tiene el poder supremo en el orden del vínculo de lo visible con lo invisible. Esta relación entre mundo visible e invisible es considerada de manera hostil por el pensamiento revolucionario, es una de las tantas diferencias entre el pensamiento antiguo y el moderno. Esto implica dos cosas: primero, la expresión simbólica no es un añadido puramente subjetivo de la mente humana a las cosas sino que, de alguna manera, conforma la esencia de las mismas. En segundo lugar: tampoco debe pensarse que el contenido o manifestación simbólica de una cosa suponga, en algún nivel, desconocer la materialidad exterior de esa cosa, en rigor, supone apreciarla en su sentido más verdadero y completo.³⁴

Un símbolo representa indiscutiblemente lo perceptible de una idea, con rasgos asociados por una convención socialmente aceptada, además es un signo sin semejanza ni contigüidad, que solamente posee un vínculo convencional entre su significante y su significación, por otro lado es un vínculo convencional que nos permite distinguir al símbolo como una pictografía con significado propio, aunque muchos grupos tienen símbolos que los representan (Por Javier Mujica Dominguez).

LENGUAJE

Según Armand Balsebre en su libro “El lenguaje radiofónico” existe lenguaje cuando hay un conjunto sistemático de signos que permite un cierto tipo de comunicación, se caracteriza por una agrupación de signos es lo que lo define como sistema semiótico. Todo lenguaje, pues, es un conjunto sistemático de signos cuyo uso genera la codificación de mensajes en un proceso comunicativo interactivo entre emisor y receptor, no es posible la comunicación sin el lenguaje.

³⁴Pablo Marini, http://www.revistatigris.com.ar/07_junio/pdf/Desde_adentro.pdf

Denominamos lenguaje al sello característico de la expresión en cualquier idioma y forma, y cualquier tipo de código semiótico estructurado, y para el que existe se determinará un contexto de uso y ciertos principios combinatorios formales. Existen diversos tipos de lenguaje como el humano (comunicación por medio de signos), lenguaje animal (basa su uso en señales sonoras, visuales, olfativas a modo de signos), lenguaje formal (estructuraciones mucho más amplias en disciplina y uso) (Por Javier Mujica Dominguez).

EMISIÓN DE MENSAJES

Para Mariano Uzcátegui Urdaneta en su libro La palabra medio de comunicación social (emisión y recepción de mensaje), menciona que el mensaje publicitario de una persona individual profesional, tiene un jurado más amplio la “opinión pública” que también dicta su veredicto de aprobación o no sobre la veracidad, rectitud y probidad del autor o autora, cuyas consecuencias, para bien o para mal, afectan la personalidad académica, docente como profesor titular, especialista, magister, o juez, funcionario público, y en lo más cercano, como escritor o comunicador social en sus diferentes niveles, como creador de textos, comentarios, o críticas de temas del conocimiento humano.

Llamamos a la emisión de mensajes como un contenido claro, veraz, responsable, ético sobre ideas, temáticas que son de interés y caracterizados como noticias, informaciones, que a su vez son transparentados, dirigidos y puestos a consideración de la opinión pública para su calificación pertinente (Javier Mujica Dominguez).

RESPONSABILIDAD

En primer lugar, es necesario distinguir dos aspectos fundamentales que se enmarcan dentro del término Responsabilidad, por un lado, el concepto de Responsabilidad hace referencia a la idea de “dar cuentas” (accountability). Las empresas se ven obligadas a ser cada vez más transparentes en la información que ofrecen a la sociedad en relación con sus prácticas y formas de gestionarse. Esta idea da respuesta a la exigencia de transparencia que la sociedad en su conjunto exige en la actualidad con mayor fuerza a las empresas. Por otro lado, el término Responsabilidad hace referencia a “dar respuesta” (responsability) a las expectativas que la sociedad tiene depositadas en la empresa, la empresa es una institución social que, como tal, igual que el resto de instituciones sociales, necesita estar legitimada socialmente para seguir manteniendo su papel en la sociedad y, por tanto, para perdurar en el tiempo. Esta legitimidad la alcanza la empresa dando respuesta a lo que la sociedad espera de ella y asumiendo los valores y pautas de comportamiento que la propia sociedad le marca. De esta forma, la empresa genera confianza, valor clave para que la empresa sea un proyecto de largo plazo³⁵

La responsabilidad representa un valor que está en la conciencia de la persona, que le permite reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos, siempre en el plano de lo moral, debe considerarse que la responsabilidad ejercerá según las conveniencias y necesidades respecto a esa persona, o conglomerado social. Una vez que pasa al plano ético (puesta en práctica), se establece la magnitud de dichas acciones y de cómo afrontarlas de la manera más positiva e integral, siempre en pro del mejoramiento laboral, social, cultural y natural (Por Javier Mujica Dominguez).

³⁵Tomado de la página http://www.etnor.org/html/pdf/pub_guia-rse.pdf. Guía de responsabilidad social de la empresa.

LOCUCIÓN

La locución se basa en la persona, la que está detrás del micrófono haciendo funcionar sus cuerdas bucales y evocando los sentimientos para un público invisible, un público que está en todas partes, que los escucha con atención. Una buena locución requiere de constancia y práctica con voz, y los siguientes elementos: la vocalización, la articulación, la entonación, el ritmo, la aptitud.³⁶

La locución es el acto del habla por medio de un micrófono, se puede presentar por distintas formas, pero la más común es la difusión o comunicado hacia la sociedad, sin embargo la puede realizar cualquier persona empírica o profesional, siempre con la debida responsabilidad ética, y uso del idioma para que el mensaje llegue de una manera clara, entendible (Por Javier Mujica Dominguez).

PROFESIONALISMO

El profesionalismo se utiliza para describir a todas aquellas prácticas, comportamientos y actitudes que se rigen por las normas preestablecidas del respeto, la medida, la objetividad y la efectividad en la actividad que se desempeñe. El profesionalismo es la consecuencia directa de ser un profesional, un individuo que tiene una profesión particular y que la ejerce de acuerdo a las pautas socialmente establecidas para la misma. Las pautas de profesionalismo pueden llegar a ser muy variadas e ir desde aspectos físicos y de apariencia (tales como vestimenta) hasta actitudes morales y éticas (tales como el cumplimiento del deber en cualquier situación y realidad)³⁷

³⁶ Tomado de la página web: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/413/5/Capitulo3.pdf>

³⁷ Tomado de la página web: <http://www.definicionabc.com/negocios/profesionalismo.php>

VOZ DE LOS TECHOS

La Voz de los Techos es nombre que se da a la institución de Beneficencia y Ayuda Mutua propia y autóctona de la parroquia José Luis Tamayo, que sirve como nexo para mantener informado a toda una parroquia sobre noticias, o cruzadas económicas ante el fallecimiento de un morador del sector, ha servido como ícono y modelo en otros sectores, por ejemplo, en el barrio el paraíso de esta misma localidad se ha constituido una Asociación de Beneficencia denominada “Vecinos Unidos”, con los mismos fines antes mencionado, en la parroquia Santa Rosa también existe un equipo rústico de comunicación por parlantes que se encarga de emitir diferentes mensajes a su comunidad, además mencionar también a la parroquia Anconcito, comuna Monteverde, San Pablo, Prosperidad, que cuentan con el mismo sistema de comunicación (Por Javier Mujica Dominguez).

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

El presente trabajo de tesis se basa en los fundamentos de la constitución de la República del Ecuador del 2008:

Art. 16. Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos³⁸.

2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación³⁹.

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas⁴⁰.

5.- Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación⁴¹.

Partiendo de la Ley suprema del Estado, como es la Constitución de la República del Ecuador y este artículo hace referencia al derecho que tienen todas y todos los ecuatorianos en gozar de igualdad de expresión, y participación de su entorno social, sea cual fuese su lengua, o símbolo, además la perspectiva de integración a todos los campos de comunicación existentes.

³⁸Constitución de la República del Ecuador, 2008, página 25

³⁹Constitución de la República del Ecuador, 2008, página 25

⁴⁰Constitución de la República del Ecuador, 2008, página 25

⁴¹Constitución de la República del Ecuador, 2008, página 25

Art. 17. El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. 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 públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelará que en su utilización prevalezca el interés colectivo.
2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación, en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.
3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Así mismo después de proyectar el artículo anterior, se procede a analizar el siguiente artículo que manifiesta:

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

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

El artículo establece de manera explícita que todas las personas profesionales o no, gozarán de la oportunidad y derecho para producir y difundir información sobre cualquier noticia de interés de manera general, pero aquí cabe una excepción deberá actuar con la absoluta responsabilidad sobre las diferentes emisiones de mensajes hacia un conglomerado social.

Art. 19. La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

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

Se menciona la prevalencia de contenidos, es decir se fortalecerá y se dará un campo ampliado para la difusión de noticias e informaciones con fines educativos, culturales para la comunidad o sociedad en general, así mismo que se prohíbe la emisión de mensajes que atenten o induzcan a la violencia social, u otros tópicos de carácter político atentatorios a los ya referidos derechos.

CLÁUSULA DE CONCIENCIA EN LOS COMUNICADORES SOCIALES

Constituye la norma moral, y ética que tienen los comunicadores sociales al momento de realizar las diferentes actividades periodísticas independientes, la cláusula de conciencia además tiene por esencia constituirse en el portaestandarte de la autonomía de los comunicadores sociales y ciudadanía en general que tengan sus propias ideologías, filosofías y manera pensar, como también la facultad y el derecho de opinión y la conciencia profesional del periodista dentro de un gobierno democrático.

Se deberá manifestar que la Cláusula de Conciencia representa el respaldo a todos aquellos derechos del comunicador social a poderse defenderse ante cualquier cargo legal adjuntado que establezca los propietarios de medios de comunicación, es decir la importancia que radica en la cláusula de conciencia es salvaguardar la libertad de pensamiento en los periodistas.

LA CLÁUSULA DE CONCIENCIA Y LA CONSTITUCIÓN

Los comunicadores en general son considerados como los protagonistas esenciales y principales para informar a la comunidad sobre los hechos importantes en la sociedad. En tal virtud, que su especialidad les garantiza de manera individual el respaldo total del ejercicio profesional de su trabajo de quienes realicen opinión pública en los diferentes medios de comunicación de la Provincia, Ecuador y el mundo. Por ello la cláusula de conciencia en el Ecuador se ha convertido en la defensa para quienes se dediquen a informar en cualquier medio de comunicación, por lo tanto esta permite la independencia del comunicador social frente a los poderes políticos para que puedan hacer la reserva de la fuente.

IDEAS PRINCIPALES PARA LA CLAUSULA DE CONCIENCIA

Enfocando todos estos antecedentes se hace necesario que la existencia de la cláusula de conciencia de los comunicadores esté establecida en leyes y reglamentos totalmente estipulados con la finalidad de proteger la independencia y la dignidad del comunicador y reforzar a los comunicadores como administradores directos de la información frente a los posibles riesgos de tergiversación de información.

Por ello, Constitución Política del Estado debería reconocer:

La comunicación como un derecho universal propio a todos los ciudadanos y ciudadanas que habitan en el territorio nacional.

Reconocer que sin la práctica comunicativa no es posible el cumplimiento ni la exigibilidad de otras facultades de derechos (humanos, sociales, culturales, políticos y económicos).

El Estado ecuatoriano vigilará y garantizará la democratización de la comunicación. Por lo que es necesario asegurar la independencia de los profesionales de la información en el desempeño de sus funciones garantizando a los mismos la aplicación de la cláusula de conciencia como un derecho y garantía de la información libre y plural, de esta manera el informador tiene la protección legal frente a la empresa informativa con la finalidad de proteger la libertad ideológica, el derecho de opinión y la ética profesional de los periodistas y comunicadores del país y reconocer el derecho de los reporteros a negarse a elaborar informaciones contrarias a sus principios éticos profesionales.

Art. 20. El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.

Art. 384. El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de comunicación consagrados en la constitución y los instrumentos

internacionales de derechos humanos. La Ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.

Por otro lado, a decir de la ley de radiodifusión y televisión en el Ecuador se tomará en cuenta los siguientes artículos:

Art. 58. Sin perjuicio de las prohibiciones legales y reglamentarias existentes, se prohíbe a las radiodifusoras y televisoras:

Transmitir artículos, cartas, notas o comentarios que no estén debidamente respaldados con la firma o identificación de sus autores, salvo el caso de comentarios periodísticos bajo seudónimo que corresponda a una persona de identidad determinable. (Ley de radiodifusión y televisión).⁴²

Aquí enfocamos uno de los problemas graves que frecuentemente ocurre al momento de difundir una información, es la difusión de artículos sin su debida fundamentación bibliográfica, donde surgió o quien lo redactó es la pregunta a sale a relucir, este artículo manifiesta que es un deber, que no puede pasar desapercibido para los comunicadores sociales de tal manera que si no se lleva a efecto, ni respeta este artículo se estaría perdiendo la famosa credibilidad como profesionales en la comunicación social.

- a. Transmitir noticias, basadas en supuestos, que puedan producir perjuicio o conmociones sociales o públicas. (Ley de radiodifusión y televisión).⁴³

Es sustancial enfocar lo esencial que significa este literal para la credibilidad de los programas informativos, o noticias de carácter general, siendo este un compromiso para todo comunicador en ser plural al momento de publicar su noticia fundamentada bajo la investigación.

⁴²Ley de radiodifusión y televisión, 2002.

⁴³Ley de radiodifusión y televisión, 2002.

- b. Omitir la procedencia de la noticia o comentario, cuando no sea de responsabilidad directa de la estación, o la mención de la naturaleza ficticia o fantástica de los actos o programas que tengan este carácter. Las estaciones podrán leer libremente las noticias o comentarios de los medios de comunicación escrita. (Ley de radiodifusión y televisión).⁴⁴

Este literal también manifiesta la prohibición que tiene todo medio de comunicación al plagiar o copiar información que publican otros medios, por lo es necesario que los distintos medios de comunicación radiales o televisivos pueden dar lectura a la información publicada en la prensa escrita pero siempre precautelando y resaltando de que medio escrito se redactó la noticia.

Según el título 5 de los trabajadores de radiodifusión y televisión de esta misma ley en su artículo 63 nos manifiesta lo siguiente:

Art. 63. Para su funcionamiento, toda estación presentará al Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones, la lista de su personal y la certificación de su afiliación al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, la que podrá ser objetada si no reúne los requisitos establecidos en esta Ley.

Todo cambio de personal debe ser oportunamente comunicado al Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones, para los mismos efectos. (Ley de radiodifusión y televisión).⁴⁵

Como estipula el presente artículo, resulta obligatorio para el medio de comunicación radial, televisivo, afiliarse al instituto ecuatoriano de seguridad social a todo su personal, y obviamente cada vez que se cambie de personal, los directivos de la estación radial también deberán dar procedencia en

⁴⁴ ley de radiodifusión y televisión, 2002.

⁴⁵ Ley de radiodifusión y televisión, 2002.

conocimiento al Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones, caso contrario los medios de comunicación serán sancionados de acuerdo al grado de incumplimiento con sus periodistas y trabajadores en general.

La presente investigación en consecuencia para los lineamientos legales, también estará fundamentada con La Ley de ejercicio profesional del periodistas

EL PERIODISTA Y LA COMUNIDAD⁴⁶

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

Artículo 2.- El periodista debe lealtad a las aspiraciones y a los valores fundamentales de su comunidad.

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

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

Artículo 5.- El periodista no debe utilizar su profesión para denigrar o humillar la dignidad humana.

Artículo 6.- El periodista está obligado a respetar la convivencia humana. Le está prohibido preconizar la lucha racial o religiosa. Defenderá la supervivencia de los grupos étnicos y sus derechos a la integración y al desarrollo del país.

⁴⁶ Código de Ética profesional del periodista en el Ecuador, 1978.

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

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

Artículo 9.- El periodista debe oponerse y denunciar las campañas promocionales y publicitarias que atenten contra los valores humanos y sociales de la comunidad.

Artículo 10.- El periodista tiene la obligación de utilizar correctamente los idiomas oficiales.

Dentro del análisis de los mencionados artículos se prevalece al periodista inmerso en el entorno social de su comunidad y las distintas facultades que tiene que hacer prevalecer en beneficio de la misma, como defender las costumbres y valores sociales, utilización correcta de su lengua, y otros, que fortalecen su desempeño y rol ponderante en su comunidad.

Así mismo dentro de sus obligaciones con el Estado el siguiente articulado manifiesta:

Artículo 14.- El periodista exigirá del Estado la plena vigencia de la libertad de expresión, el libre acceso a las fuentes de información y el derecho del pueblo a una información objetiva, veraz y oportuna.

Por otro lado, dentro del ejercicio profesional del periodista se detalla lo siguiente:

Artículo 24.- El periodista guardará estricto secreto en el ejercicio de su profesión respecto de las fuentes de información.

Artículo 25.- El periodista debe verificar sus informaciones y recurrir a fuentes que garanticen una información veraz.

Artículo 26.- Le está prohibido al periodista recibir bienes o valores destinados a interferir o tergiversar su labor informativa y de opinión.

Artículo 30.- Le está prohibido al periodista comunicar de mala fe informaciones que atenten contra la dignidad, el honor o prestigio de personas, instituciones y agrupaciones.

Artículo 31.- El periodista está obligado a rectificar las informaciones probadas como falsas. Los rumores y las noticias no confirmadas deben identificarse y tratarse como tales.

Artículo 32.- Al periodista le está prohibido utilizar como suyo material informativo en cuya elaboración no haya participado, no prestar su nombre para amparar publicaciones o programas donde no tenga participación efectiva.

Considerando todos estos articulados, las facultades del periodista en el juicio de opinión y emisión de mensajes hacia la comunidad y su conjunto deberá ser clara, veraz, oportuna al momento de la difusión de opinión e información, además de las posibles rectificaciones si en caso omiso tergiverso u emitió algo equívoco, el juicio de profesionalismo prevalece al momento de la emisión de los respectivos mensajes.

Dentro de la fundamentación legal para la presente investigación, también hace referencia a la Ley Orgánica de Comunicación (Segundo Debate), relacionándolo en los siguientes artículos:

Art. 3.- Contenido.- Se entenderá por contenido todo tipo de información que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación audiovisuales e impresos.

Los medios de comunicación generalistas difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales.

Los medios de comunicación temáticos no tendrán el deber de prevalencia de contenidos con carácter informativo, educativo y cultura⁴⁷

Este artículo prevalece el alcance de la expresión como “contenido” y la compara a la información que difunden los medios de comunicación. Además hace prevalencia al contenido semántico mencionándolo indispensable, preponderantes, los de mayor frecuencia, los más duraderos o los más persistentes en la programación de los medios de comunicación, que deberán ser informativos, culturales, educativos y otros.

Art. 2- Libertad de programación.- Todo medio de comunicación social goza de libertad para realizar y difundir sus programas y contenidos, sin otras limitaciones que las establecidas en la Constitución, instrumentos internacionales y la ley⁴⁸.

Art. 4.- Identificación y clasificación de los tipos de contenidos.- Para efectos de esta ley los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción y medios impresos se identifican y clasifican en:

⁴⁷ Asamblea Nacional Comisión Especializada Ocasional de Comunicación Informe Complementario del Informe para segundo debate del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación (Borrador) COMISIÓN: Mauro Andino Reinoso, Presidente, Angel Vilema Freire, Vicepresidente; María Augusta Calle Andrade Fausto Cobo Montalvo, Betty Carrillo Gallegos, Maruja Jaramillo Escobar, César Montufar Manchano Rolando Panchana Farra, Milton Jimmy Pinoargote Parra, Lourdes Tibán Guala, Cynthia Viteri Jiménez

Quito, 20 de julio de 2011
⁴⁸ Idem.

1. Informativos -I;
2. De opinión -O;
3. Formativos/educativos/culturales -F;
4. Entretenimiento -E;
5. Deportivos -D; y,
6. Publicitarios -P.

Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos. Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido que transmiten, para que la audiencia pueda decidir informada mente sobre la programación de su preferencia.

Aquí constituyen los hechos noticiados en mensajes cuya pretensión de validez está fundada en la veracidad de las afirmaciones formuladas; o dicho sencillamente, la validez de una noticia se basa en la verificación y exactitud de los datos proporcionados en su formulación. Por eso que la producción y difusión deliberada de noticias falsas o inexactas de relevancia pública son violatorias de la libertad de información, puesto que por una parte pueden lesionar los derechos de las personas, y por otra parte, pueden generar sin fundamento graves alteraciones del orden social, como cuando se difunde noticias falsas sobre la salud del sistema financiero.

Art. 5.- Contenido discriminatorio.- Para los efectos de esta ley se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio, formato o plataforma tecnológica que denote distinción, exclusión o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, Filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento,

goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución o que incite a la realización de actos discriminatorios o hagan apología de la discriminación.

Art. 11.- Prohibición.- Se prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación de todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el abuso sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso.

Se prohíbe el uso de imágenes violentas, sangrientas y alusivas a la muerte en todos los medios de comunicación dentro de coberturas informativas, que no estén debidamente contextualizadas y que tengan como efecto lesionar derechos fundamentales de las personas.

Queda prohibida la venta y distribución de material pornográfico audiovisual o impreso a niños, niñas y adolescentes menores de 18 años.

Art. 14.- Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación.- Habrá lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, en los ámbitos civil y administrativo, cuando las informaciones de relevancia pública difundidas sean asumidas expresamente por el medio o no se hallen atribuidas explícitamente a otra persona.

Los comentarios formulados al pie de las publicaciones electrónicas en las páginas web de los medios de comunicación formalmente constituidos serán responsabilidad de los medios si no verifican la identidad de las personas que formulan dichos comentarios.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA O ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Dentro del conjunto de métodos empleados en la obtención de alcances y objetivos propuestos en nuestra investigación científica y académica, se utilizará todos aquellos instrumentos necesarios que nos permitirá optimizar y contribuir con resultados eficaces a nuestro proyecto, el método inductivo que es un proceso analítico, sistemático, dentro de un estudio y conclusiones necesarias a fin de determinar que tal efecto incide en el nuestro problema.

De igual forma dentro de nuestro juicio investigativo se aplicará técnicas como la observación para realizar un análisis exhaustivo del problema planteado, en nuestra parroquia, además de la metodología de la investigación que es tomado del libro como desarrollar una tesis del MSc. Wilson Gonzalo Paredes Garcés, edición 2009.

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Se aplica este método de investigación porque es un estudio sistemático de los hechos en la comunidad donde ocurren los acontecimientos. Aquí se tomará contacto directo con la realidad, para obtener resultados en base a los objetivos del proyecto.

INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL BIBLIOGRÁFICA

Se utiliza este método de investigación de manera para ampliar, profundizar, y deducir diferentes enfoques y teorías en la fundamentación de los diferentes libros relacionados al tema.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

MÉTODO DEDUCTIVO

En la obtención de resultados en la investigación, se utiliza este método, el cual permite proporcionar resultados particulares una vez que se hayan analizado los datos o hechos de carácter general.

POBLACIÓN Y MUESTRA

POBLACIÓN

En nuestra investigación está dirigida a personas mayores de 18 años, la circunscripción territorial que abarca la parroquia José Luis Tamayo de acuerdo al último censo realizado el pasado 05 de diciembre del 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC)⁴⁹, y según las estadísticas actuales son con sus 22.064 habitantes con el direccionamiento de sus barrios con mayor población que son:

- Barrio Centenario
- Barrio 9 de Octubre
- Barrio Vicente Rocafuerte
- Barrio Vinicio Yagual I
- Barrio Paraíso.

⁴⁹Fuente página web INEC-Ecuador

MUESTRA

N= Población= habitantes de la parroquia José Luis Tamayo= 22.064

Calculo del tamaño de la muestra:

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

n = Tamaño de la muestra

N= Universo

p= Posibilidades a favor de que se cumpla la hipótesis

q= Posibilidades en contra de que se cumpla la hipótesis

e = 0.05 error admisible (elevada al cuadrado)

K= 2

p=0.5

q= 0.5

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

$$n = \frac{22.064 (0,25)}{22.064 - 1 (0,05 / 2)^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{5.516}{22.063 (0,0025 / 4) + 0,25}$$

$$n = \frac{5.516}{22.063 (0,000625) + 0,25}$$

$$n = \frac{5.516}{13,78 + 0,25}$$

$$n = \frac{5.516}{14,03}$$

$$n = 393,15$$

$$n = 393$$

RESPUESTA: n= 393

MUESTRA

Mediante el ejercicio realizado, la muestra se las realizó a 393 personas mayores de 18 años de edad en la parroquia de José Luis Tamayo, Cantón Salinas, de la provincia de Santa Elena.

RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La recolección de información se realizó en la parroquia José Luis Tamayo, Cantón Salinas, en los barrios ya mencionados.

INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

LAS TÉCNICAS

Se realizó encuestas y entrevistas direccionadas a personas mayores de 18 años de edad en la parroquia de José Luis Tamayo, Cantón Salinas de la provincia de Santa Elena.

LOS INSTRUMENTOS que se utilizarán serán las encuestas y entrevista.

- a) **Encuesta:** Es una técnica que proporciona información inmediata mediante preguntas, y de estas se obtendrá muestra, datos fidedignos donde se podrá tabular y definir una idea de lo que la comunidad piensa sobre la Voz de los Techos desarrolladas de acuerdo a la escala de Likert.

- b) **Entrevista:** Es una técnica que nos sirve para recoger información mediante la conversación, es un instrumento básico de investigación que utilizamos, comenzando con la ciudadanía en general que diariamente escucha las distintas informaciones emitidas por los parlantes de la Asociación de ayuda mutua Voz de los Techos, estos resultados

dependerán en gran medida de la comunicación entre el entrevistado y el entrevistador.

PROCESAMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

En el procesamiento de la investigación se procedió a realizar la respectiva tabulación de datos en las técnicas e instrumentos ya mencionados, además se expresa la información en porcentajes y cuadros estadísticos.

FASES DEL PROCESAMIENTO:

Investigación documental

Consiste en la recopilación de información, estudios sobre nuestro tema consultados en libros necesarios para sustento de investigación.

Recolección de datos

Se refiere a la realización de encuestas que fue dirigida a la ciudadanía en general de la parroquia José Luis Tamayo, Cantón Salinas de la provincia de Santa Elena.

Revisión de datos

Se procedió a seleccionar las encuestas y posteriormente se las ordenó para sus correspondientes resultados.

Elaboración de matrices

Para resaltar los resultados correspondientes a nuestra investigación utilizamos el programa de computación Microsoft Office Excel.

Tabulación

Se realizaron preguntas pertinentes en nuestro cuestionario, para ser valoradas mediante la escala tipo **Likert**. Estos cuestionarios son perfectamente cuantificables y medibles.

Presentación gráfica

Una vez tabulada las 393 encuestas, se aplicó la sumatoria y el cálculo porcentual para representarlos en gráficos estadísticos y establecer el peso relativo global.

Diagnóstico

Después de realizar la respectiva tabulación y gráficas, se procedió al análisis situacional.

Propuesta

MEJORAMIENTO DEL PROCESO COMUNICACIONAL QUE REALIZA LA ASOCIACIÓN DE AYUDA MUTUA “VOZ DE LOS TECHOS” MEDIANTE UN NUEVO CONCEPTO DE PROGRAMACIÓN, EN LA PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO, CANTÓN SALINAS.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

El análisis de los resultados de las encuestas dirigidas a los barrios de mayor población en la parroquia de José Luis Tamayo, Cantón Salinas es el siguiente:

INFORMACIÓN GENERAL

1.- ¿Cómo la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos”, incide en el desarrollo local?

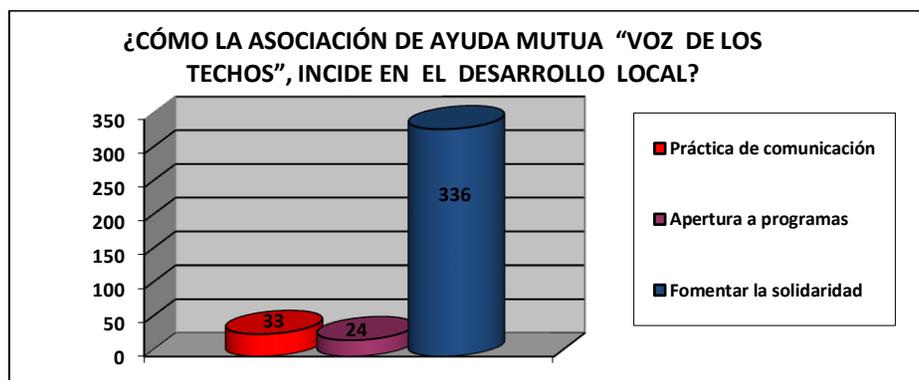
TABLA N.- 1

No	ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
1.	Práctica de comunicación	33	8 %
2.	Apertura a programas	24	6 %
3.	Fomentar la solidaridad	336	86 %
TOTAL		393	100

Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

Gráfico N.- 1



Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

2.- ¿Cómo entiende la población de la parroquia de José Luis Tamayo el trabajo que realiza la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos”?

TABLA N.- 2

No	ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
1.	Capacitación Social	27	7 %
2.	Servicio Comunitario	306	78 %
3.	Trabajo en Equipo	40	10%
4.	Impuso Estratégico	20	5 %
	TOTAL	393	100

Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

Gráfico N.- 2



Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: En la pregunta 1 se interpreta con supremacía que 336 personas equivalente al 86% de los encuestados se inclina que la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos” fomenta la ayuda solidaridad en la comunidad. Por otro lado, en esta interrogante se proyecta con hegemonía que 306 equivalente al 78% de encuestados catalogan al trabajo que realiza como un servicio comunitario, en permanente apoyo a la parroquia de José Luis Tamayo.

3.- ¿Qué tipo de programación estuviese de acuerdo que se impulse en la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos”?

TABLA N.- 3

No	ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
1.	Noticias	326	83 %
2.	Educativos	34	9 %
3.	Deportivos	13	3 %
4.	Culturales	20	5 %
	TOTAL	393	100

Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

Gráfico N.- 3



Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Es evidente que de los 393 encuestados, el 83% equivalente a 326 personas reflejan que en Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos” desean que se impulse programas de carácter noticiosos, es decir que la comunidad de José Luis Tamayo, se encuentra habida de escuchar informaciones importantes y permanentes, posterior a ello, una minoría también refleja que se impulse programas educativos, luego culturales, y finalmente deportivos.

4.- ¿Qué horarios usted desearía escuchar los programas?

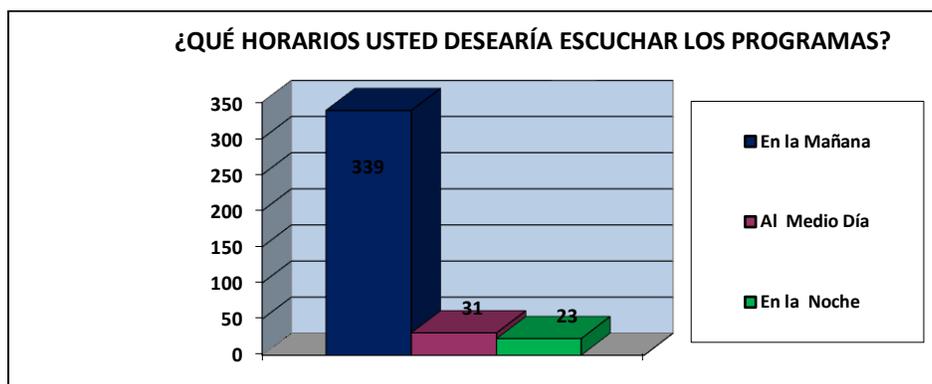
TABLA N.- 4

No	ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
1.	En la Mañana	339	86 %
2.	Al Medio Día	31	8 %
3.	En la Noche	23	6 %
	TOTAL	393	100

Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

Gráfico N.- 4



Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: En relación a la pregunta 3 sobre la selección de programas de carácter noticiosos, esta pregunta hace la complementación respectiva prefiriendo con un amplio margen de 339 personas equivalente 86% de encuestados para que dichos programas se realicen en mañana. Así mismo se menciona que un 8% prefiere al medio día, y un 6% en la noche.

5.- ¿Considera usted necesario establecer las razones por las cuales existe el desconocimiento de las técnicas semióticas de la comunicación (uso de los signos, símbolos en el lenguaje) en la emisión de mensajes de la “Voz de los Techos”?

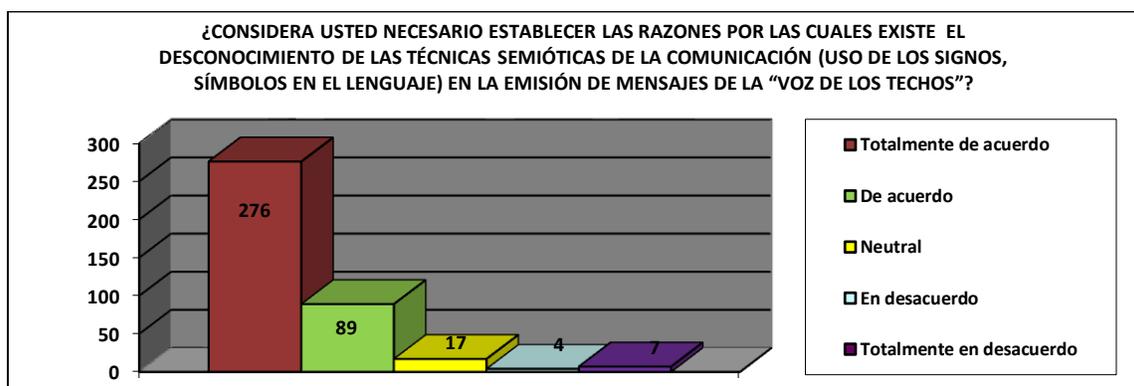
TABLA N.- 5

No	ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
1.	Totalmente de acuerdo	276	70 %
2.	De acuerdo	89	23 %
3.	Neutral	17	4 %
4.	En desacuerdo	4	1 %
5.	Totalmente en desacuerdo	7	2 %
	TOTAL	399	100

Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

Gráfico N.- 5



Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Dentro del cuestionario de preguntas realizadas es pertinente que se establezca las razones porque persiste el desconocimiento de las técnicas semióticas de la comunicación al momento de la emisión de mensajes de la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos ” así lo consideran 276 personas equivalentes al 70% de los encuestados.

6.- ¿Tiene repercusión el desconocimiento de la ciencia semiótica en la emisión de mensajes de la “Voz de los Techos”?

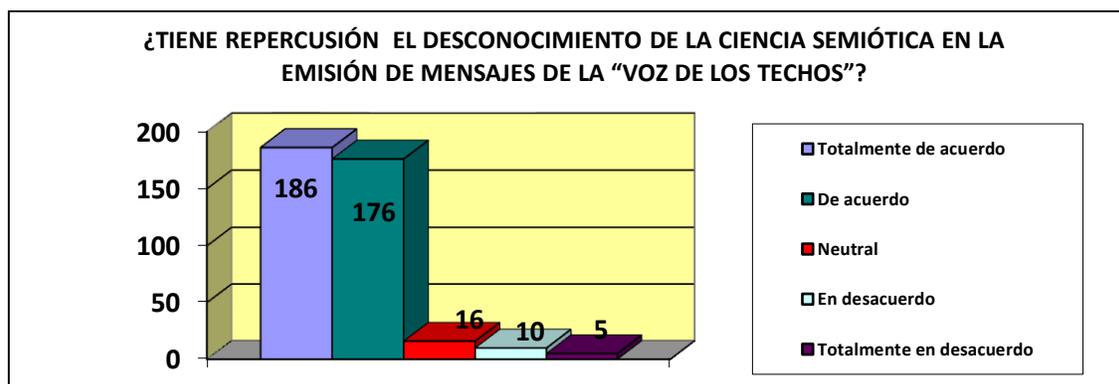
TABLA N.- 6

No	ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1.	Totalmente de acuerdo	186	47 %
2.	De acuerdo	176	45 %
3.	Neutral	16	4 %
4.	En desacuerdo	10	3 %
5.	Totalmente en desacuerdo	5	1 %
	TOTAL	393	100

Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

Gráfico N.- 6



Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Con un porcentaje del 47% totalmente de acuerdo, seguidamente con un margen del 45% de los encuestados manifiestan que tiene repercusión el desconocimiento de la semiótica en la emisión de mensajes hacia la colectividad de la parroquia José Luis Tamayo.

7.- ¿Es determinante que la carencia de personal capacitado en las técnicas de semiótica de comunicación (uso de los signos, símbolos en el lenguaje) incida en la comprensión de mensajes en la ciudadanía de la parroquia de José Luis Tamayo?

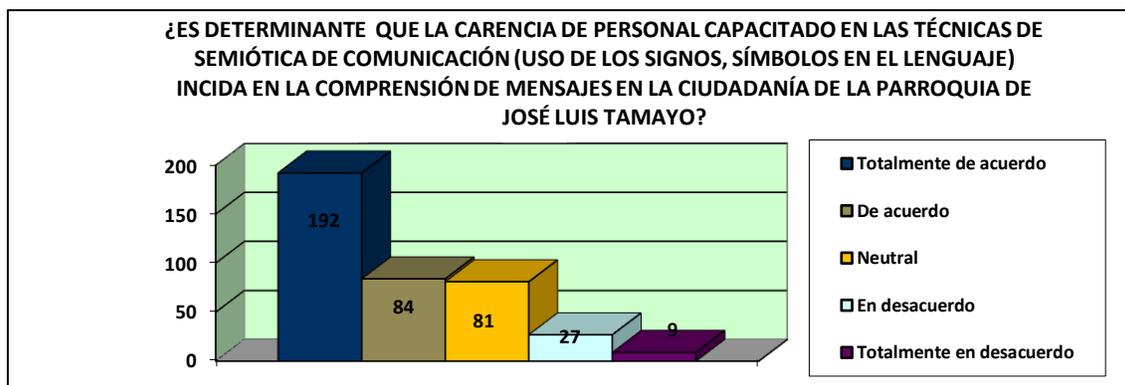
TABLA N.- 7

No	ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1.	Totalmente de acuerdo	192	49 %
2.	De acuerdo	84	21%
3.	Neutral	81	21%
4.	En desacuerdo	27	7%
5.	Totalmente en desacuerdo	9	2%
	TOTAL	393	100

Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

Gráfico N.- 7



Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Los resultados indican que es totalmente de acuerdo con un margen del 49% de los encuestados en manifestar que la carencia de personal capacitado en técnicas de semiótica de comunicación incide en la emisión de mensajes para la ciudadanía de la parroquia José Luis Tamayo, así mismo una estrecha relación entre las personas que están de acuerdo y neutrales.

8.- ¿Cree usted que la emisión de mensajes de la “Voz de los Techos” es oportuna para toda la ciudadanía?

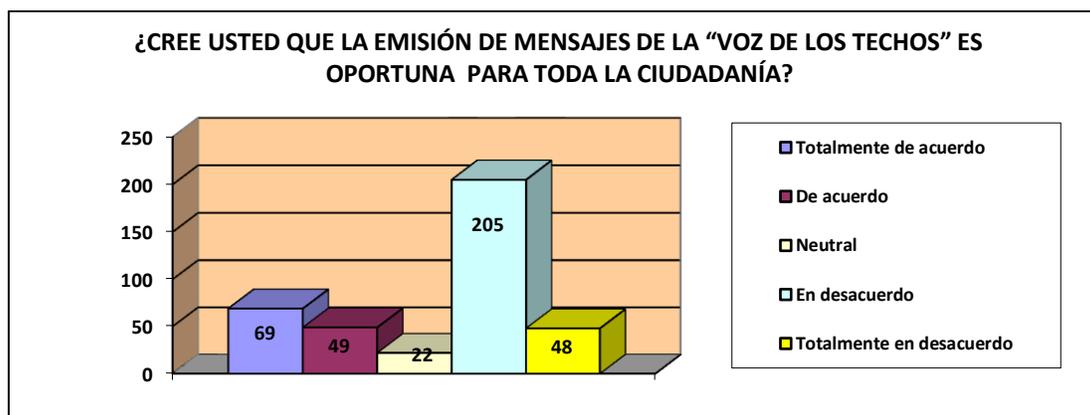
TABLA N.- 8

No	ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1.	Totalmente de acuerdo	69	18%
2.	De acuerdo	49	12%
3.	Neutral	22	6%
4.	En desacuerdo	205	52%
5.	Totalmente en desacuerdo	48	12%
	TOTAL	393	100

Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

Gráfico N.- 8



Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Los resultados reflejan que un amplio margen de la población encuestada equivalente al 52% se encuentra en desacuerdo en cuanto que no es oportuna para toda la población de José Luis Tamayo los mensajes y diversas informaciones que emite la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos” ocasionando así un descontento en la población.

9.- ¿Cree usted que los signos y símbolos empleados por los locutores de la “Voz de los Techos” está direccionado en el trabajo de comunicar e informar?

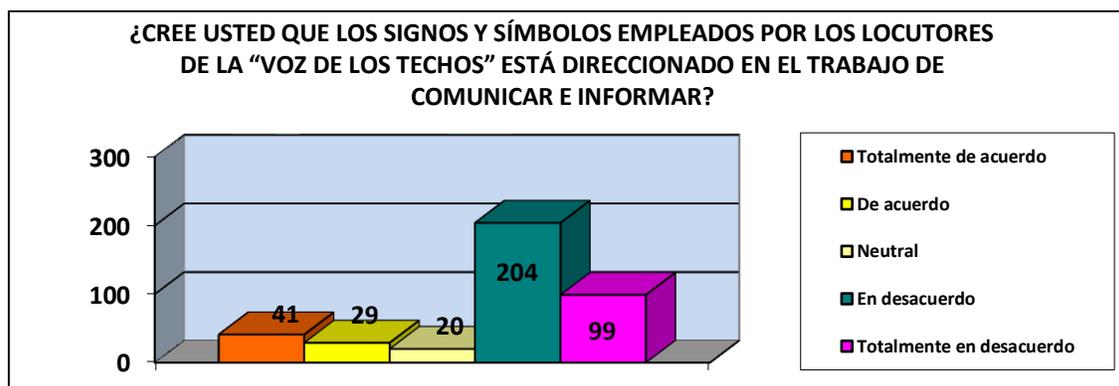
TABLA N.- 9

No	ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1.	Totalmente de acuerdo	41	10%
2.	De acuerdo	29	7%
3.	Neutral	20	5%
4.	En desacuerdo	204	53%
5.	Totalmente en desacuerdo	99	25%
	TOTAL	393	100

Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

Gráfico N.- 9



Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Los resultados reflejados en esta pregunta muestran claramente que un 53% de las personas encuestadas marca la tesis en desacuerdo a que los locutores de la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos” no cumplen con el trabajo de informar y comunicar a la comunidad, así mismo un 23% también enfatiza un total desacuerdo en que signos y símbolos empleados por locutores no satisface a la población en general.

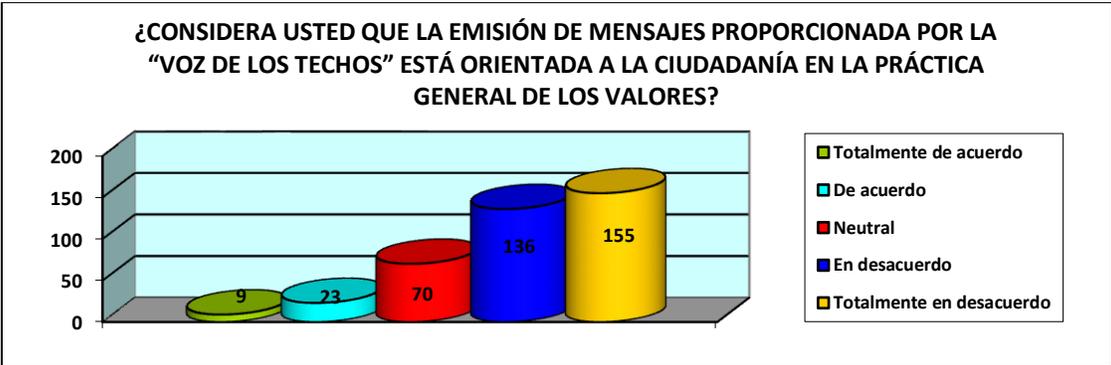
10.- ¿Considera usted que la emisión de mensajes proporcionada por la “Voz de los Techos” está orientada a la ciudadanía en la práctica general de los valores?

TABLA N.- 10

No	ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1.	Totalmente de acuerdo	9	2%
2.	De acuerdo	23	6%
3.	Neutral	70	18%
4.	En desacuerdo	136	35%
5.	Totalmente en desacuerdo	155	39%
	TOTAL	393	100

Elaborado por: Javier Mujica Dominguez
 Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

Gráfico N.- 10



Elaborado por: Javier Mujica Dominguez
 Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: En esta pregunta se marca una total desacuerdo con un 39%, a su vez un 35% en desacuerdo por parte de encuestados que se inclinan a que la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos” no está direccionando a la práctica general de valores a la ciudadanía, lo cual es preocupante, mientras que 18% se mantienen neutral.

11.- ¿Cree usted que la recepción de los mensajes de la “Voz de los Techos” es óptima y al alcance de todos?

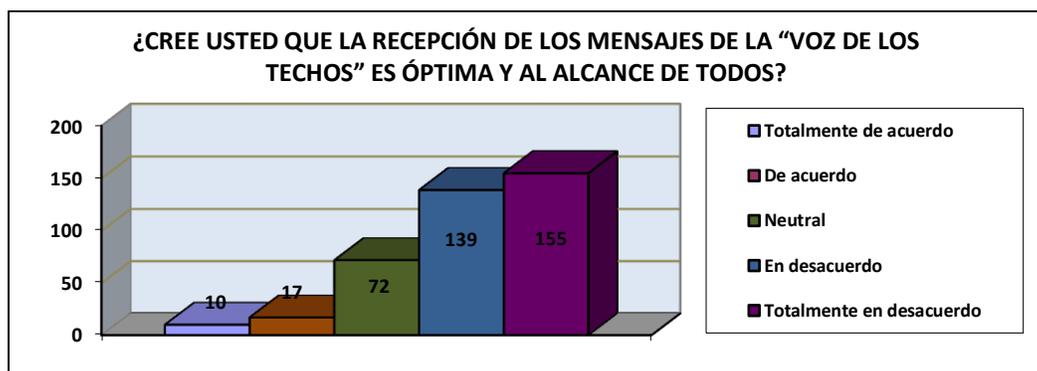
TABLA N.- 11

No	ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1.	Totalmente de acuerdo	10	3%
2.	De acuerdo	17	5%
3.	Neutral	72	18%
4.	En desacuerdo	139	35%
5.	Totalmente en desacuerdo	155	39%
	TOTAL	393	100%

Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

Gráfico N.- 11



Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Los resultados que muestra esta pregunta reflejan un 39% totalmente en desacuerdo, y un 35% de personas encuestadas se direccionan mayormente en que la recepción de mensajes de la Voz de los Techos no es óptica, peor aún al alcance de todos, lo que significa que vería mejorarse la emisión de mensajes hacia la comunidad en general.

12.- ¿Los símbolos y signos utilizados en los mensajes de la “Voz de los Techos” son comprensibles y entendibles para la comunidad?

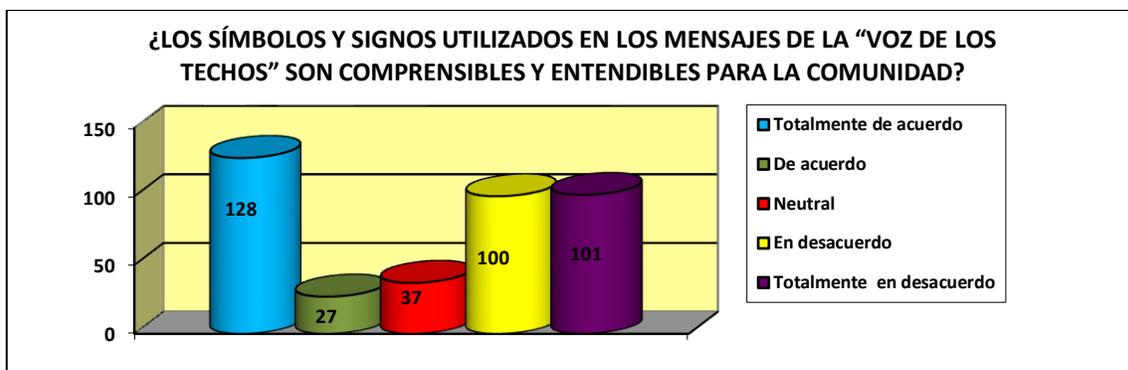
TABLA N.- 12

No	ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1.	Totalmente de acuerdo	128	33%
2.	De acuerdo	27	7%
3.	Neutral	37	9%
4.	En desacuerdo	100	25%
5.	Totalmente en desacuerdo	101	26%
	TOTAL	393	100%

Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

Gráfico N.- 12



Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: En cuanto a la respectiva pregunta, los resultados muestran que un 33% de la parroquia José Luis Tamayo, si entiende y comprende la utilización de símbolos y signos de la Voz de los Techos, por otra parte un margen estrecho del 25% y 26% respectivamente está en desacuerdo y totalmente en desacuerdo al momento de la emisión de mensajes hacia la comunidad en general.

13.- ¿Considera usted como factor determinante en la emisión de mensajes a las personas empíricas que laboran en la “Voz de los Techos”?

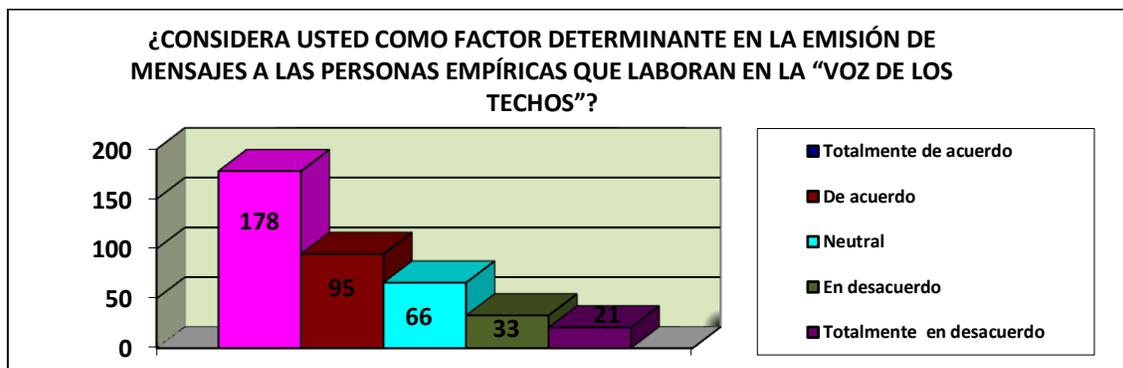
TABLA N.- 13

No	ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1.	Totalmente de acuerdo	178	45%
2.	De acuerdo	95	24%
3.	Neutral	66	17%
4.	En desacuerdo	33	9%
5.	Totalmente en desacuerdo	21	5%
	TOTAL	393	100

Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

Gráfico N.- 13



Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Considerando esta pregunta se hace mención al empirismo que existe en la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos” un 45% de la población de José Luis Tamayo hace repercusión y marca la tesis de totalmente de acuerdo, seguidamente con 24% totalmente de acuerdo, mientras que un 17% se mantiene neutral, por lo cual la emisión de mensajes si es determinante por el empirismo del personal que labora en la institución.

14.- ¿Considera usted necesario que se realice un plan de acción para el mejoramiento de la semiótica en la comunicación para el personal de la “Voz de los Techos”?

TABLA N.- 14

No	ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1.	Totalmente de acuerdo	140	36%
2.	De acuerdo	101	26%
3.	Neutral	60	15%
4.	En desacuerdo	49	12%
5.	Totalmente en desacuerdo	43	11%
	TOTAL	393	100%

Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

Gráfico N.- 14



Elaborado por: Javier Mujica Dominguez

Fuente: Datos proporcionados en la Encuesta.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: En esta pregunta la población de José Luis Tamayo, en un 36% de los encuestados se encuentran totalmente de acuerdo que se realice un plan de acción para el mejoramiento de la semiótica, seguidamente con un 26%, mientras que un 15% optó por mantenerse neutral.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Una vez realizado las encuestas respectivas, las cuales reflejan el pensamiento de la comunidad en relación a nuestro estudio de investigación, mediante las preguntas de carácter general la población induce que la Asociación de Ayuda Mutua Voz de los Techos incide en el desarrollo local mediante la ayuda y el fomento de la solidaridad en la parroquia de José Luis Tamayo.
- Por otra parte, en una proporción muy alta la ciudadanía en general cataloga a la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos” como una institución cuya labor principal es el servicio comunitario que brinda a toda la parroquia de José Luis Tamayo.
- De igual manera se observó que la ciudadanía en un porcentaje alto se inclina a la preferencia recomendando que se difundan programas de noticias, educativos, y que estos deberán realizarse por las mañanas lo cual es idóneo y surgen como necesidades prioritarias para albergar la correcta y adecuada emisión de mensajes que genera la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos”.
- Durante las correspondientes visitas que realizamos a los barrios de la parroquia de José Luis Tamayo, se llegó a la conclusión que se considera necesario e importante que se establezca las razones del desconocimiento de las técnicas semióticas de comunicación (uso de signos y símbolos en el lenguaje) en la emisión de mensajes de Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos”.

- Resulta objetable y tiene repercusión el desconocimiento de la semiótica de comunicación en la emisión de mensajes que difunde la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos”.
- En un elevado porcentaje la comunidad encuestada manifiesta que si es determinante la carencia de personal capacitado en técnica de semiótica (utilización de signos y símbolos en el lenguaje) lo cual repercute en la comprensión de mensajes para la ciudadanía de la parroquia de José Luis Tamayo.
- Los resultados que proyectaron las encuestas dirigido a la parroquia de José Luis Tamayo, manifiestan un desacuerdo y no consideran oportuno el accionar de la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos” en la emisión y difusión de mensajes, porque muchos de ellos tardan demasiado, no son comprensibles, o finalmente son molestos para la ciudadanía.
- Por su parte, los encuestados en la parroquia de José Luis Tamayo direccionan un desacuerdo en el sentido que los locutores que laboran en la Voz de los Techos emplean mal los símbolos y signos de semiótica, y por tanto no están facultados en comunicar e informar diversos tópicos o noticias para la comunidad de José Luis Tamayo.
- Los encuestados recalcan que la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos” no orienta en la práctica general de valores lo cual incide en la emisión de mensajes generados por la referida institución, además que es una muestra latente que no cumple con el rol principal de un medio de comunicación que es informar, educar y orientar a una comunidad en sus múltiples necesidades.

- También dentro las encuestas concebidas la población de José Luis Tamayo se refiere a un total desacuerdo en la emisión de mensajes de la Voz de los Techos mencionando que no es óptima, presentando deficiencias y que no llega a todos los lugares, más aun remotos dentro de la circunscripción territorial de la comunidad.
- Se considera como factor determinante en la emisión y difusión de mensajes a las personas empíricas en locución que laboran la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos” fundamento necesario para la no comprensión de signos y símbolos existentes durante la emisión de noticias o informaciones. Tomando como recomendación que se establezca un plan de acción de semiótica de comunicación para adecuar la verdadera información de programas que tienen que ser dirigidos hacia una comunidad en profesionalismo educando en formar valores, orientando y direccionando a una comunidad en general.

RECOMENDACIONES

- ✓ Mediante el análisis pertinente se recomienda realizar un plan de acción de semiótica en la comunicación, en la forma de contribuir en verdaderos esquemas y técnicas de comunicación, mejorando la respectiva emisión y difusión de mensajes.
- ✓ Crear espacios y programas de noticias, educativos con la objetividad profesional, ética y responsable; para que de esta manera se fortalezca la verdadera práctica de comunicación en emisión de mensajes, contribuyendo así al desarrollo de la comunidad.
- ✓ Brindar capacitación permanente por parte de profesionales en comunicación social a todo el personal que la labora en la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos” para de esta manera se mejore la

emisión de mensajes en la práctica de comunicar, orientar, educar a la ciudadanía en general.

- ✓ Se recomienda además que la emisión de mensajes que difunde la Voz de los Techos deberá ser óptima, clara, llegando eficientemente a toda la circunscripción territorial de la parroquia de José Luis Tamayo.
- ✓ Elaborar estrategias de captación y atención de la ciudadanía en general al momento de la emisión de mensajes lo cual fortalecerá el proceso comunicativo en el servicio comunitario y solidario en la parroquia.
- ✓ Reactivar el verdadero rol de la radio comunitaria, creando programas cuyo soporte sea el beneficio colectivo de la comunidad en la práctica general de valores, además del fortalecimiento en la práctica comunicativa formando, orientando, guiando a una colectividad en el verdadero insumo de noticias e información.

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

TÍTULO

MEJORAMIENTO DEL PROCESO COMUNICACIONAL QUE REALIZA LA ASOCIACIÓN DE AYUDA MUTUA “VOZ DE LOS TECHOS” MEDIANTE UN NUEVO CONCEPTO DE PROGRAMACIÓN, EN LA PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO, CANTÓN SALINAS.

JUSTIFICACIÓN

Después del análisis pertinente en el estudio de nuestra investigación, obteniendo resultados que fijan un parámetro del rol que significa una catalogación de una verdadera comunicación, aquí surge la inclinación en el direccionamiento de nuestra propuesta, determinando estructurar al concepto de medio de comunicación comunitaria y su auténtico compromiso para con la comunidad.

Posterior a las encuestas realizadas en la población de José Luis Tamayo, se pudo constatar las múltiples necesidades y preferencias que tienen la ciudadanía, ante la carencia de información, y la no comprensión de mensajes que emite la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos” por ello se determinó la necesidad de implementar la propuesta antes mencionada, donde el beneficio de la misma se enmarca en ofrecer un servicio eficiente con alternativas en la necesidad de una comunicación profesional, proporcionando un desarrollo dentro de la parroquia.

Es importante mencionar que mediante este proceso de inserción basado en la nueva función que cumplirá la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos” la comunidad en general será testigo fehaciente de cambios organizacionales, avances sustentables y desarrollo e incidencia local. Más aun nuestro propósito es brindar alternativa y el adecuado uso de la comunicación, haciendo hincapié del rescate de valores imprescindibles en la sociedad.

Además es oportuno mencionar como lo referidos anteriormente es rescatar los valores culturales de nuestra cultura peninsular, mediante programas que se impulsarán acorde a las necesidades de la ciudadanía.

Es innegable que los medios de comunicación constituyen un canal referente para estar en contacto permanente con la sociedad, más aun el ser humano no puede estar exentos de cambios radicales que afronta su sector, por ello la presente investigación va dirigido hacia la comunidad de la parroquia de José Luis Tamayo, con las ventajas sustanciales de contribuir en una verdadera emisión de mensajes, a través de signos y símbolos que denotan la expresión de nuestra propia lengua.

Palabras Claves: Provincia de Santa Elena, parroquia de José Luis Tamayo, Cantón Salinas, Proceso comunicacional, Medio de Comunicación, Comunitario, Ciudadanía, Estrategias, Captación, Desarrollo.

DIAGNÓSTICO

En la provincia de Santa Elena, y sus cantones: Santa Elena, La Libertad, Salinas, existen una variedad de medios de comunicación, cuyo mecanismos se basa en la importancia significativa en el insumo de noticias, información, y que son encargados de contribuir en las necesidades de la sociedad y su conjunto. Ahí podemos destacar el rol que realiza la radio, televisión, medios escritos, internet, etc. Sin embargo parroquias, comunas y recintos de la circunscripción de la provincia persiste esta necesidad, sus rúnicos instrumentos internos de comunicación no alcanzan las dimensiones suficientes para captar la atención del conglomerado social, pero que constituyen una necesidad en el entorno del sector.

Mencionar comunas como San Pablo, Chanduy, Valdivia, parroquia Santa Rosa, la misma José Luis Tamayo, con la otra institución conformada con el nombre de Vecinos Unidos, en Anconcito cuyo institución en la actualidad está dando réditos necesarios llegando a ser pionera en esa localidad para el desarrollo y avance del sector. Por otra parte, la preferencia de las encuestas de la ciudadanía amerita que necesariamente se deberán realizar programas de noticias

y educativos, en un horario apto para la captación y atención de la comunidad, cuya facultad en la difusión y emisión de mensajes será modelo a seguir para los actuales locutores y para quienes se inserten en la labor comunitaria.

DIAGNÓSTICO F.O.D.A.

TABLA N.- 4

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Acogida en la población.	Recurso tecnológico insuficiente.
Voluntad y solidaridad en el servicio comunitario.	Receptividad de mensajes en la población.
Buena relación con ciudadanía.	Poca atención.
Capacitación permanente al personal que labora en la institución.	Presupuesto
Apertura a programas de noticias, educativos.	Equipos en pésimo estado.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Apoyo Social	Señal deficiente
Recurso Humano y voluntario	Poco interés de la ciudadanía.
Apoyo seccional	Mensajes no llega a toda la población.
Formación de valores en la sociedad.	
Desarrollo social y comunitario.	

Elaborado por: Javier Mujica Dominguez.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA PROPUESTA

SOCIOLÓGICA

La parroquia José Luis Tamayo, perteneciente al Cantón Salinas posee una población de 22.064 habitantes, los mismos que se dedican a múltiples actividades para la subsistencia y sobrevivencia de los hogares. En la exuberante localidad depende básicamente de trabajos que realizan como por ejemplo: agricultura, ganadería, comercio, pesca, albañilería, entre otros, cuya concentración y característica principal se encuentra en la denotación de la unidad poblacional. Comprometidos con ese anhelo y aspiración del pueblo de José Luis Tamayo, surge la imperiosa de necesidad de estar en permanente contacto y comunicación en el desarrollo de los pueblo, para así optimizar los diferentes procesos comunicacionales de la permanencia al entorno social donde se desenvuelve su población.

Por ello, los medios de comunicación y la sociedad juegan un rol principal y guardan unión estrecha en la transformación filosófica y social dentro de cada comunidad, a través de los respectivos canales permite a la ciudadanía adquirir conocimientos, aunque los mensajes que este emite provocan reacciones inmediatas sean estas positivas o negativas.

En la actualidad resulta imprescindible transmitir mensajes culturizando, educando, orientando a un pueblo cumpliendo la misión y objetivo de una verdadera radio comunitaria, pero sin frecuencia, romper viejos paradigmas cambiando la cosmovisión de nuestro pueblo, en que el poder de la opinión pública depende del libre ejercicio de la comunicación, pero con ética y responsabilidad social comprometidos con los ideales de una comunidad.

LEGAL

La comunicación social y la información son un derecho inalienable y un bien público que posee toda persona, como lo dispone la sección tercera de la comunicación e información en su artículo 16 inciso uno que manifiesta que todas las personas, en forma individual o colectiva tienen derecho a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

Es necesario asegurar la transparencia de la comunicación porque es una expresión de esencia de libertad de los pueblos enmarcados en los preceptos de la constitución y demás instrumentos apegados a la Ley, permitiendo contribuir a la comunidad en múltiples necesidades sean estas social, cultural o política, mediante mecanismos que coadyuven a técnicas elocuentes de información y comunicación, garantizando así el ejercicio profesional y la aceptación, captación de la comunidad en general. Por otro lado, la persona que emite el mensaje hacia la sociedad, tendrá la protección legal frente a la fuente informativa con la finalidad de salvaguardar la libertad ideológica, el derecho de opinión, responsabilidad social y principios éticos profesionales.

OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

OBJETIVO GENERAL

- ❖ Posesionar un modelo referente de comunicación, por medio de la implementación de una programación, permitiendo el mejoramiento de los procesos comunicacionales en la difusión y emisión de mensajes.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Determinar la factibilidad de la propuesta a través de la socialización a la comunidad en general de José Luis Tamayo.
- ❖ Realizar la capacitación al personal que labora en la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos”.

FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA

Después de especificar la problemática presente y establecer las causas que establecen la consecución de un modelo referente de comunicación, para objeto pertinente de estudio de factibilidad se determina la infraestructura física de la institución, tecnológica, capacidad técnica y recurso humano que implica la su estructuración y posicionamiento para mejorar la emisión de mensajes, así también como los costos, beneficios y el grado de aceptación que la propuesta genera y producirá a la comunidad. Esto permitió determinar las posibilidades de diseñarlas tomando en cuenta que para este estudio fueron clasificados en tres áreas, las cuales se detalla a continuación.

FACTIBILIDAD LEGAL

CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR: COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN.

Art. 16. Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a la creación de medios de comunicación Social y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias, bajo este parámetro se podrá pernotar el uso y el fin de llevar a cabo la propuesta mencionada.

Art. 18. Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior. Aquí surge la capacitación que estarán inmerso el personal de la institución, para en lo posterior difundir acertadamente cualquier juicio crítico con ética y responsabilidad social.

Art. 19. La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

CÓDIGO DE ÉTICA PROFESIONAL: El periodista y la comunidad.

Artículo1. El periodista tiene la obligación de proporcionar a la comunidad una información objetiva, veraz y oportuna.

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

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

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

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

LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Artículo 8.

Literal H. Las Universidades deben contribuir en el desarrollo local y nacional de manera permanente, a través del trabajo comunitario y extensión universitaria.

Artículo 13

Literal A. Debe garantizar el derecho a la educación superior mediante la docencia, la investigación y su vinculación con la sociedad y asegurar crecientes niveles de calidad, excelencia académica y pertinencia.

Viendo esta facultad el objetivo general que percibe el Departamento de vinculación con la colectividad de la Universidad Estatal Península de Santa Elena es “Vincular las actividades con todos los sectores de la comunidad a través de consultorías, asesorías, investigaciones, estudios y capacitaciones, orientados al desarrollo social, económico y cultural de la región peninsular y el país.” Precisamente aquí juegan un rol ponderante los estudiantes de la Carrera de comunicación Social para capacitar a los locutores sobre técnicas de locución y comunidad sobre la importancia de los medios de comunicación en la sociedad.

FACTIBILIDAD TÉCNICA

La factibilidad técnica consistió en evaluar las tecnologías existente en la organización, y de hacer uso de los mismos en el desarrollo e implementación del sistema propuesto.

FACTIBILIDAD FINANCIERA

Se determinaron y existe una base determinada de recursos para desarrollar, implantar y mantener en operación el modelo programado, realizando una evaluación donde se puso en manifiesto el equilibrio existente entre los costos intrínsecos que ameritan lo cual permitió observar de una manera más precisa las bondades y beneficios para la colectividad. Optimizando recursos y mitigando gastos.

RECURSOS HUMANOS

La provincia de Santa Elena, el Cantón Salinas, y la parroquia de José Luis Tamayo, cuenta con pocos profesionales en el campo de la Comunicación Social, sin embargo los actuales estudiantes de la Carrera de Comunicación Social serán una fuente permanente en la socialización, capacitación y apoyo en los insumos de noticias, programaciones, además de que la propuesta presentada demostraremos nuestra experiencia y responsabilidad social para servir a la comunidad y a la provincia en general.

DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Mejoramiento del proceso comunicacional que realiza la Asociación de Ayuda Mutua Voz de los Techos, mediante un nuevo concepto de programación en la parroquia José Luis Tamayo, Cantón Salinas. Consiste en crear un nuevo modelo y cultura de comunicación basado en la nueva perspectiva de comunicadores sociales que está formando nuestra universidad, esto fortalecerá y contribuirá de manera general a la construcción eficiente, clara, precisa con alineación profesional y ética de valores que se verá reflejado en la emisión de mensajes hacia la sociedad en general.

CUADRO DE LA PROGRAMACIÓN

TABLA N. 5

Programaciones	Horarios		Conductores
	Inicio	Fin	
Programa de Música Ecuatoriana	6:00	6:30	
Programa para público Infantil	6:30	7:00	
Noticiero Matinal – Educativo	7:00	9:00	
Programa de Entrevistas	9:00	10:00	
Programa Deportivo	10:00	11:00	
Programa Juvenil	11:00	12:00	
Programa para la comunidad	12:00	13:00	
Noticiero Segunda emisión	16:00	17:00	

Elaborado por: Javier Mujica Dominguez.

**CONTENIDO DE CAPACITACIÓN EN TÉCNICAS E INSUMOS DE SEMIÓTICA
EN LA COMUNICACIÓN**

TABLA N.- 6

N.-	DESCRIPCIÓN	DURACIÓN	CAPACITADOR
1	Técnicas de Expresión (leer, hablar, comunicar) Simbología de signos, interpretación	1 – 2 MESES	
2	Normas Éticas ante un público en general (leyes, responsabilidad, veracidad de información)	1 MES	
3	Expresión Corporal	1 MES	
4	Módulos de Entonación, dicción, vocalización	1 MES	
5	Manejo de Equipos de Amplificación.	1 MES	
6	Tips Varios	1 MES	

Elaborado por: Javier Mujica Dominguez.

Una vez detallado el presente contenido en base a los objetivos planteados sobre el perfeccionamiento en la manera que deberá ser realizada la difusión de los principales mensajes hacia una comunidad en general con el sustento y apoyo permanente sobre insumos y técnicas para aplicarse en comunicación y semiótica, además del tiempo básico estimado en realizarse la mencionada capacitación para el personal que labora en la Asociación de Ayuda Mutua “Voz de los Techos” de la parroquia José Luis Tamayo, cantón Salinas, provincia de Santa Elena.

Este proyecto aparte de ser importante en la parroquia, contribuirá como aporte para la misma sociedad en un modelo y mecanismo profesional a seguir en rol de la comunicación social y sus instrumentos en la emisión de mensajes, además que desarrollará eficientemente los procesos comunicacionales permitiendo estar en permanente contacto con la comunidad. En el estudio de la validación para nuestra propuesta, obtuvimos la colaboración y criterio de expertos para profundizar y afianzar nuestro tema, están los siguientes profesionales:

Ab. Luis Vera Cantos

Lcdo. William Tomalá Bazán (COMUNICADOR SOCIAL)

Lcda. Diana Sotomayor (COMUNICADOR SOCIAL)

Ing. Víctor Reyes

Ing. Sixto Liriano.

Como sugerencias indicaron que se tiene que dar constantes mantenimiento necesario cada cierto tiempo en su infraestructura interna y externa de la institución, así como también de sus equipos de amplificación, la permanente capacitación a locutores en todos los ámbitos de interacción social, psicológica e investigativas. Así mismo que las autoridades y profesionales del medio estén comprometidas en el apoyo permanente de la propuesta, que no solo quede relegada en materia, sino más bien constituirse en otro referente de comunicación que tendrán los 22.064 habitantes la parroquia de José Luis Tamayo, el cantón Salinas, provocando un impacto social en la provincia de Santa Elena, el país en general, y el mundo.

CONCLUSIONES

Con esta propuesta dejamos impregnado un modelo de acción direccionado en la estructura básica de comunicación (saber comunicar, saber entender) fortaleciendo la construcción en los insumos técnicos para los comunicadores sociales, y de esta manera contribuyendo en los pilares primordiales para la cimentación de avance y desarrollo en la parroquia como instrumento de captación y aceptación de verdaderos mensajes que provocaran sin duda alguna reacciones positivas en la comunidad. Consideramos que la propuesta presentada desde todo punto de vista será factible que contribuirá en los intereses de la sociedad y su conjunto.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

BERRIGAN FRANCES J, La Comunicación Comunitaria

BOSQUE, Ignacio; GUITIÉRREZ-REXACH, Javier, Fundamentos de Gramática Formal (2009) (1ª edición). Madrid: Akal.

CÓDIGO DE ÉTICA DE LOS COMUNICADORES SOCIALES DEL ECUADOR.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2008

CRUZ PÉREZ, Yenny Viviana, Comunicadora Social, Periodista Universidad Autónoma de Occidente, Especialista en Desarrollo Comunitario, Universidad del Valle-Santiago de Cali, La radio: mía, tuya y nuestra, Manual de capacitación en radiodifusión comunitaria, 2003.

DE LA TORRE ZERMEÑO, Y DE LA TORRE HERNÁNDEZ, Taller análisis de la Comunicación Tomo I, 1995

DE LA TORRE, Asdrúbal, Ciespal Director, La Radio en el Area Andina Tendencias e Información, Editorial-Quipus, colección Encuentros, Quito-Ecuador, 1990.

DIARIO EL COMERCIO

DIARIO EL UNIVERSO

ECO, Umberto, La estructura ausente, Introducción a la Semiótica, 1974

ECO, Umberto, Signo, Traducido por Francisco Serra Cantarell Título original: Segno, 1973

EGUREN, L y Soriano, O, Introducción a la sintaxis minimalista, Gredos, (2004).

FERNÁNDEZ, Roberto Instituto Nacional de Periodismo Latinoamericano-
Periodismo Radial-U.S.A, - los Ángeles 2006.

FRÍAS CONDE, Xavier, Introducción a la Pragmática, 2001

GALARZA, Teodoro, estrategias interactivas en la radio comunitaria educativa,
Bellaterra febrero, 2003.

GARCIA CAMARGO, Jimmy, El Mundo de Radio, Ediciones Ciespal, Quito–
Editorial Quipus Ecuador (1998).

GERHARD, Maletzke-Sicologia de la Comunicación Social, Editorial Quipus,
Quito-Ecuador, 1992

JARAMILLO, Edgar, Ciespal, Desafíos de la Radio en el Nuevo Milenio, Editorial
Quipus, 2003

KAPLÚN, Mario, Producción de Programas de Radio, el guión- La realización,
Editorial-Quipus, Ediciones Ciespal, Quito-Ecuador, 2006

KENNETH BERLO, David, El Proceso de la comunicación

LEY DE RADIODIFUSIÓN Y TELEVISIÓN, General Guillermo Rodríguez Lara, 18
de abril de 1975.

LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR

LOBSANG, Espinoza, Revista razón y palabra, abril, mayo, 2003

LÓPEZ VIGIL, José Ignacio, Manual Urgente Para Radialistas Apasionados, Lima, abril 2005

M.A.K, Halliday, Estructura y función del lenguaje., Alianza Editorial (1975).

MARIN, Carlos, manual de Periodismo, 2004

PAREDES, Wilson, Cómo desarrollar una Tesis, 2010

PRIETO CASTILLO, Daniel, Análisis de mensajes, 2000.

PROAÑO, Luis, Comunicación y Política, 1989

SALVADOR, Milton, Leyes, Estatutos, Reglamentos y Códigos de Ética, Mayo 2004

SANTILLAN PERALDO, Rodrigo, El Lenguaje en el Periodismo de Opinión, 2006

UNIVERSIDAD DE LONDRES, Semiótica, Bloque básico, compilador: L. D. G. Mónica González Mothelet.

UZCATEGUI URDANETA, Mariano, La palabra medio de Comunicación Social (Emisión y recepción de mensajes)

VINICIO ESCALANTE, Marco, Revolución Digital en la Radio, Ediciones Ciespal, Editorial Quipus, Quito-Ecuador, 2005

ZACHARIS COLEMAN, Jhon, Comunicación Oral, un Enfoque Racional, 1978.

DIRECCIONES ELECTRÓNICAS

BIGOT, Margot: Apuntes de lingüística antropológica,
<http://rehip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/1367/2.%20SAUSSURE.pdf?seque>

GONZÁLEZ-SERNA SÁNCHEZ, José M^a IES Carmen Laffón (San José de La Rinconada, Sevilla) <http://www.auladeletras.net/material/comunica.PDF>

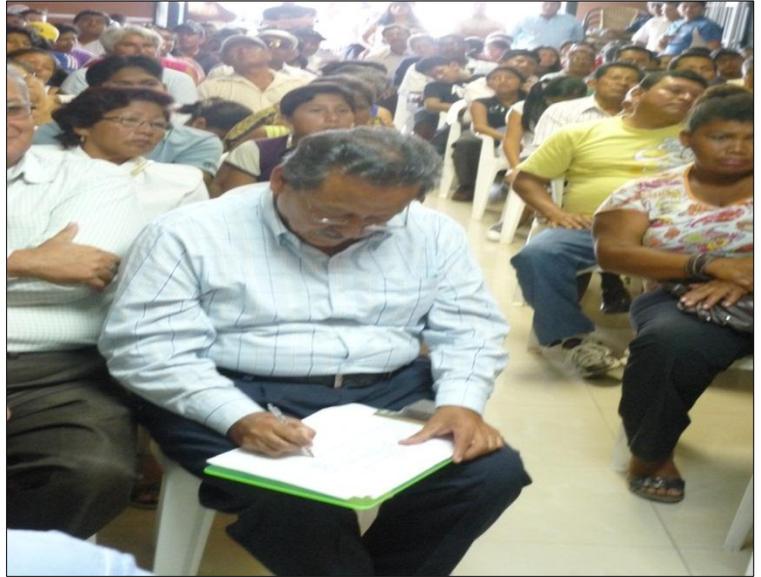
http://www.amad.es/ayuda_mutua.html

http://www.etnor.org/html/pdf/pub_guia-rse.pdf, Guía de responsabilidad social de la empresa.

imagenycultura.mx.tripod.com/cid.pdf

MARINI, Pablo, http://www.revistatigris.com.ar/07_junio/pdf/Desde_adentro.pdf
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/413/5/Capitulo3.pdf>.

ANEXOS





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

La Libertad, 01 de octubre del 2011

Estimado Profesional:

Con el objetivo de establecer el tema “La Semiótica en la comunicación, y su incidencia en la emisión de mensajes de la Asociación de Ayuda Mutua Voz de los Techos en la parroquia de José Luis Tamayo”, me permito conocer su opinión referente a algunas interrogantes que se plantean sobre el mismo.

Este instrumento servirá como base para orientar a la población a la solución de las diferentes problemáticas referente a la difusión de mensajes en la comunidad y establecer planes de acción. Dentro de las metodologías se sustenta en el respectivo trabajo de campo, la observación, encuestas a los involucrados en la investigación.

Por lo anteriormente expuesto solicito responder el cuestionario adjunto.

Cordialmente,

Sr. Javier Mujica Dominguez



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

ENCUESTA

Con el propósito de conocer su opinión sobre el tema de investigación: "La Semiótica en la comunicación y su incidencia en la emisión de mensajes de la "Voz de los Techos" se elaboró la siguiente encuesta. En la tabla situada arriba se especifica a que comentario corresponde cada número.

EDAD:

- 1.- 18 – 25 Años
- 2.- 26 – 35
- 3.- 36 – 45
- 4.- 46 – 56
- 5.- 57 – Más

SEXO:

- 1.- Masculino
- 2.- Femenino

INFORMACIÓN GENERAL

¿Cómo la Asociación de Ayuda Mutua "Voz de los Techos", incide en el desarrollo local?

- 1.- En la práctica activa de comunicación e información
- 2.- En la presentación y apertura de programas educativos
- 3.- Fomentar la ayuda y solidaridad en la comunidad.

¿Cómo entiende la población de la parroquia José Luis Tamayo el trabajo que realiza la Asociación de Ayuda Mutua "Voz de los Techos"?

- 1.- Capacitación permanente en temas sociales
- 2.- Servicio comunitario
- 3.- Trabajo en equipo
- 4.- Impulso al sector estratégico

¿Qué tipo de programa estuviese de acuerdo que se impulse en la Asociación de Ayuda Mutua "Voz de los Techos"?

- 1.- Noticias
- 2.- Educativos
- 3.- Deportivos
- 4.- Culturales
- Otros(Especifique).....

¿Qué horario usted desearía escuchar los programas?

- 1.- En la mañana
- 2.- Al medio día
- 3.- En la noche

TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NEUTRAL	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
5	4	3	2	1

N.-	PREGUNTAS	5	4	3	2	1
1	¿Considera usted necesario establecer las razones por las cuales existe el desconocimiento de las técnicas semióticas de la comunicación (uso de los signos, símbolos en el lenguaje) en la emisión de mensajes de la "Voz de los Techos"?					
2	¿Tiene repercusión el desconocimiento de la ciencia semiótica en la emisión de mensajes de la "Voz de los Techos"?					
3	¿Es determinante que la carencia de personal capacitado en técnicas de semiótica de comunicación (uso de los signos, símbolos en el lenguaje) incida en la comprensión de mensajes en la ciudadanía de la parroquia de José Luis Tamayo?					
4	¿Cree usted que la emisión de mensajes de la "Voz de los Techos" es oportuna para toda la ciudadanía?					
5	¿Cree usted que los signos y símbolos empleados por los locutores de la "Voz de los Techos" está direccionado en el trabajo de comunicar e informar?					
6	¿Considera usted que la emisión de mensajes proporcionada por la "Voz de Los Techos" está orientada a la ciudadanía en la práctica general de valores?					
7	¿Cree usted que la recepción de los mensajes de la "Voz de los Techos" es óptima y al alcance de todos?					
8	¿Los símbolos y signos utilizados en los mensajes de la "Voz de los Techos" son comprensibles y entendibles para la comunidad?					
9	¿Considera usted como factor determinante en la emisión de mensajes a las personas empíricas que laboran en la "Voz de los Techos"?					
10	¿Considera usted necesario que se realice un plan de acción para el mejoramiento de la Semiótica en la comunicación para el personal de la "Voz de los Techos"?					



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

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN							
TÍTULO DEL TRABAJO			La Semiótica en la comunicación, y su incidencia en la emisión de mensajes de la Asociación de Ayuda Mutua Voz de los Techos de la parroquia José Luis Tamayo.				
INSTRUCTIVO							
N.- Item	CONGRUENCIA (Con el título del trabajo)		CLARIDAD		TENDENCIOSIDAD		OBSERVACIONES
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
Total							
%							

Evaluado Por:	APELLIDO	NOMBRE	CÉDULA DE IDENTIDAD	FECHA	FIRMA	
		PROFESIÓN	CARGO	TELÉFONO		

Agradecido por su colaboración.
Sr. Javier Mujica Dominguez