



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**“EL DIARIO SÚPER Y SU INCIDENCIA EN EL  
COMPORTAMIENTO PSICOSOCIAL DE LOS HABITANTES  
DEL CANTÓN LA LIBERTAD EN EL PRIMER SEMESTRE  
DEL 2011”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del título de:

**LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Karina Fernanda Santos González**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2012

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**“EL DIARIO SÚPER Y SU INCIDENCIA EN EL  
COMPORTAMIENTO PSICOSOCIAL DE LOS HABITANTES  
DEL CANTÓN LA LIBERTAD EN EL PRIMER SEMESTRE  
DEL 2011”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del título de:

**LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Autor:**

**Karina Fernanda Santos González**

**Tutor:**

**Lic. Benjamín Wilson León Valle. Msc.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2012**

**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 la Srta. Karina Fernanda Santos González como requisito previo para optar por el Grado Académico de Licenciado, cuyo problema es:

El Diario Súper y su incidencia en el comportamiento psicosocial de los habitantes del Cantón La Libertad en el primer semestre del 2011.

Considero aprobado en su totalidad.

---

**Lcdo. Benjamín Wilson León Valle. Msc.**  
**C.C. 0910132430**

## CERTIFICACIÓN GRAMATICAL

Yo, Carmen Merchán Borbor Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social,

### **Certifico**

Que he procedido a la lectura, revisión y corrección gramatical y sintáctica del presente trabajo de titulación escrito por la Srta. Karina Fernanda Santos González, previo la Obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud, Carrera de Comunicación Social de la UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA, actuando como tutor el Lcdo. Benjamín Wilson León Valle Msc.

---

**Lcda. Carmen Merchán B.**  
**C.C. 0911985133**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo está dedicado a todas aquellas personas que fueron parte esencial del desarrollo de este trabajo y que con su aporte fueron impulsores de la culminación de una de las metas más importantes en mi vida profesional y especialmente a mi madre, ya que todo lo que soy se lo debo a su ejemplo de tenacidad y valor.

## **AGRADECIMIENTO**

A mi familia por ser pilar importante en cada etapa de mi vida, a mis maestros que fueron los precursores de mi aprendizaje con cada una de sus enseñanzas impartidas y a la universidad por ser el lugar donde pude formarme como una profesional.

## TRIBUNAL DE GRADO

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

-----  
Lic. Milton González S. Msc.  
**DIRECTOR DE LA ESCUELA  
DE CIENCIAS SOCIALES**

-----  
Lic. Wilson León Valle. Msc.  
**PROFESOR - TUTOR**

-----  
Ing. Carlos Jiménez Quimiz  
**PROFESOR DE ÁREA**

-----  
Ab. Milton Zambrano Coronado Msc.  
**SECRETARIO GENERAL – PROCURADOR**

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación es una recopilación informativa y científica de las temáticas relacionadas al periodismo y su influencia dentro de la sociedad.

El periodismo cumple diversos roles, cuyo base es el papel de informar de forma veraz y objetiva los hechos que acontecen en una localidad o sociedad. Está claro que la información debe ser presentada de forma objetiva, clara y concisa, sin exagerar el uso de recursos gráficos o literarios con el fin de atraer la atención.

En este proceso de investigación se encontraron causas sobre los lineamientos periodísticos que tienen los medios de comunicación escritos, específicamente el Diario Súper, así como también estrategias altamente interesantes para los psicólogos sociales sobre los métodos que tienen como finalidad el cambio de actitud y de conducta, las mismas que ayudaran a entender más sobre esta nueva problemática social.

En las sociedades contemporáneas es cada vez mayor la importancia de los medios escritos y de los correctos lineamientos periodísticos que influyen de manera positiva sobre la forma de actuar o de pensar de las personas, logra modificar la forma en que los habitantes conocen y comprenden la realidad que los rodea.

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
CERTIFICACIÓN GRAMATICAL	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
TRIBUNAL DE GRADO	vi
RESUMEN	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
ÍNDICE DE CUADROS	xii
CONCEPTUALIZACIÓN	xiii
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>EL PROBLEMA</b>	<b>3</b>
<b>El Tema</b>	<b>3</b>
Enunciado del problema	3
Posibles causas del problema	3
<b>Planteamiento del Problema</b>	<b>3</b>
<b>Formulación del problema</b>	<b>3</b>
Delimitación espacial	4
Delimitación temporal	4
<b>Justificación</b>	<b>4</b>
<b>Objetivos de la Investigación</b>	<b>5</b>
Objetivo General	5
Objetivos Específicos	5
<b>Formulación de la Hipótesis</b>	<b>6</b>
Hipótesis	6
Operacionalización de Variables	6

<b>Matriz de Operacionalización de Variables</b>	<b>7</b>
<b>CAPITULO I: MARCO TEÓRICO</b>	<b>9</b>
<b>UNIDAD I: MARCO CIENTÍFICO - REFERENCIAL</b>	<b>9</b>
1.1. Comportamiento Humano	9
1.1.1. Factores que Influyen en el Comportamiento Humano	11
1.1.2. Relaciones Humanas	13
1.2. Psicología Social	14
1.2.1. Conducta Social o Comportamiento Psicosocial	16
1.2.2. Interacción Social	17
1.2.3. La Influencia Social	18
1.2.4. Percepción Social	19
1.3. Los Medios Y La Sociedad	20
1.3.1. Responsabilidad Social de los Medios	22
1.3.2. Influencia y Poder Social	24
1.3.3. Los Medios Escritos como Herramienta para el Mejoramiento Psicosocial	25
1.4. La Información	27
1.4.1. Principales características de la información	27
1.4.2. Información Periodística	28
1.4.3. Calidad De Información	32
1.4.4. Manejo de Información en la Noticia	33
1.4.5. Lingüística y Semiótica	35
1.5. El Diario Súper	37
1.5.1. Situación Actual-: Agencia del Diario Súper La Libertad	39
1.5.2. Análisis Lingüístico	40
1.5.3. Análisis de Forma	41
<b>UNIDAD II: MARCO CONCEPTUAL</b>	<b>45</b>
2.1. Aprendizaje por Observación	45
2.2. La Psicología Evolucionista	45
2.3. Völkerpsychologie	45

2.4. La Conducta Humana	45
2.5. Psicología Social	46
2.6. Estimulo Social	47
2.7. La Autorregulación Periodística	47
2.8. La Educación Social	48
2.9. Psicología de la Comunicación	48
2.10. Lingüística	49
2.11. Semiótica	49
2.12. Semántica	49
<b>UNIDAD III: MARCO LEGAL</b>	<b>51</b>
3.1. La Constitución de la República del Ecuador	51
3.2. Ley de Ejercicio Profesional del Periodista Ecuatoriano	55
3.3. Código de Ética Profesional: Federación Nacional de Periodistas del Ecuador	57
3.4. Principios del Diario El Universo	60
3.5. Códigos de Ética Internacionales	62
<b>METODOLOGÍA</b>	¡Error! Marcador no definido.
Diseño de la Investigación	65
Modalidad de la investigación	66
Tipo de investigación	66
Técnicas e Instrumentos para la Investigación	67
Población Y Muestra	70
<b>CAPITULO III: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS</b>	<b>72</b>
<b>Conclusión General</b>	<b>91</b>
<b>CAPITULO IV: LA PROPUESTA</b>	<b>93</b>
<b>Justificación</b>	<b>93</b>
<b>Diagnóstico</b>	<b>94</b>

<b>Fundamentación Teórica de la Propuesta</b>	<b>95</b>
Filosófica	95
Pedagógica	96
Psicológica	97
Sociológica	98
Legal	99
<b>Objetivos de la Propuesta</b>	<b>101</b>
Objetivo General	101
Objetivos Específicos	101
<b>Factibilidad de la Propuesta</b>	<b>102</b>
Financiera	102
Recursos Humanos	102
Recursos Técnicos y Materiales	102
Presentación y Sociabilización	103
<b>Descripción de la propuesta</b>	<b>104</b>
Describe el criterio y estrategias que utilizara para validar la propuesta	104
Niveles de Sociabilización	104
Capacitación	106
Evaluación	106
Propuesta	107
Modelo de Políticas Institucionales y Línea Editorial	107
Impacto	110
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>112</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>113</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>114</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

		PÁG.
CUADRO 1	Psicología social	16
CUADRO 2	Pirámide invertida	31
CUADRO 3	Lee usted el diario súper	72
CUADRO 4	El diario súper informa	73
CUADRO 5	Considera usted los titulares acertados	74
CUADRO 6	El diario Súper posee criterio	75
CUADRO 7	Diarios deben ser formadores	76
CUADRO 8	Los diarios y la formación criterios	77
CUADRO 9	Medios de comunicación influyen	78
CUADRO 10	Diario Súper forma correctamente	79
CUADRO 11	Expresiones utilizadas	80
CUADRO 12	Noticias que publican	81
CUADRO 13	Debe promover el correcto uso	82
CUADRO 14	Debe regular el lenguaje periodístico	83
CUADRO 15	Comportamiento psicosocial	84
CUADRO 16	Prioridad de un periódico	85
CUADRO 17	Lenguaje periodístico	86
CUADRO 18	Percepción social	87
CUADRO 19	Empleo del lenguaje	88
CUADRO 20	Comportamiento psicosocial	89
CUADRO 21	Correcto ejercicio periodístico	90

## ÍNDICE DE TABLAS

		PÁG.
CUADRO 1	Lee usted el diario súper	72
CUADRO 2	El diario súper informa	73
CUADRO 3	Considera usted los titulares acertados	74
CUADRO 4	El diario Súper posee criterio	75
CUADRO 5	Diarios deben ser formadores	76
CUADRO 6	Los diarios y la formación criterios	77
CUADRO 7	Medios de comunicación influyen	78
CUADRO 8	Diario Súper forma correctamente	79
CUADRO 9	Expresiones utilizadas	80
CUADRO 10	Noticias que publican	81
CUADRO 11	Debe promover el correcto uso	82
CUADRO 12	Debe regular el lenguaje periodístico	83
CUADRO 13	Comportamiento psicosocial	84
CUADRO 14	Prioridad de un periódico	85
CUADRO 15	Lenguaje periodístico	86
CUADRO 16	Percepción social	87
CUADRO 17	Empleo del lenguaje	88
CUADRO 18	Comportamiento psicosocial	89
CUADRO 19	Correcto ejercicio periodístico	90

## CONCEPTUALIZACIÓN

En la provincia de Santa Elena en el Cantón La Libertad existen diversos medios de comunicación escritos que realizan el trabajo de dar a conocer un acontecimiento o suceso a los lectores, pero que a su vez la falta de lineamientos periodísticos, como el diario súper, que repercute no solo en generar opinión pública sino también en el cambio de la conducta psicosocial de los lectores.

La información emitida siempre debe ser objetiva, o sea, el relato o descripción de los acontecimientos sin agregado alguno, sin interpretaciones especiales y sin calificativos deformantes.

La problemática analizada minuciosamente en este cantón generó un abanico de preguntas sobre los lineamientos periodísticos que emplea el diario súper ya que debido a la incorrecto direccionamiento que se utiliza puede generar un deterioro en la conducta psicosocial de sus habitantes.

Los medios impresos de esta parte del Ecuador no están exentos a caer en los mismos errores, sin darse cuenta que realizar este trabajo requiere de responsabilidad social, y solo lo convierten en un negocio rentable sin evaluar resultados de la actividad que los medios peninsulares y medios nacionales podrían ocasionar sino manejan correctamente los lineamientos que el periodismo encierra como una herramienta importante en las sociedades.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad los medios de comunicación son herramientas fundamentales dentro y fuera de las sociedades para tener información de cualquier acontecimiento que esté ocurriendo en el mundo, el objetivo con que se llevó a cabo esta investigación es determinar cuáles son los factores que hacen que las sociedades o las masas tengan ciertas tendencias o cambios de actitud y de conducta psicosocial, al estar expuestos ante los medios de comunicación escritos, así como qué necesidades surgen ante estas exposiciones, en la investigación se refleja todo el proceso cognitivo que tiene el individuo y el por qué algunos sectores son más propensos que otros.

Los temas abordados en esta investigación procuran orientar el tema: “El Diario Súper y su incidencia en el comportamiento psicosocial de los habitantes del cantón La Libertad” desde una perspectiva neutral para encontrar el equilibrio entre el deber de informar e incidir de forma positiva en la población.

En el capítulo uno se refiere del comportamiento humano y de los factores que inciden en ella siendo los medios de comunicación parte esencial de ella. Se conoce que la influencia social es un aspecto intrínseco del periodismo y de los medios de comunicación, en este caso un medio impreso de circulación local, los mismos que deben mantener una línea informativa sólida, de igual manera deben orientarse en el servicio a la comunidad.

Esto incluso forma parte de las diversas normas deontológicas que existen en el país, así como normativas internacionales de periodismo y como ética profesional de cada periodista, donde la información no solo habla de un hecho, sino también de la preparación profesional, la calidad de redacción, estilo y orientación que posee cada periodista del cual se tiene libertad siempre y cuando no afecte el correcto desempeño de la

labor informativa del medio y, en el mejor de los casos, ayude a educar y formar a las personas incidiendo positivamente en su comportamiento psicosocial.

En el capítulo segundo se establecen las metodologías con las cuales se llevaran a cabo la investigación considerando temas como: tipo de investigación, diseños metodológicos, técnicas e instrumentos a utilizarse y la población con la que se trabajara.

En el transcurso del trabajo investigativo, en el capítulo tercero, se constató la aceptación del medio impreso lo cual conlleva un mayor compromiso por presentar información verídica y por impulsar el desarrollo de la sociedad mediante las encuestas realizadas.

Una vez establecido que el diario súper además de poseer el carácter de diario familiar, lo cual debería orientar aún más su estilo informativo, manejo de información y de las imágenes que se publican se obtiene y se promueve, en el cuarto y último capítulo, la propuesta la que se orienta a implementar políticas institucionales tomando en consideración que el público objetivo no es el mismo que el del Diario El Universo, obligándolos a tener un enfoque más acertado para su público.

De esta forma se identifica una falta de concordancia entre la orientación informativa y los principios que los rigen como medio haciendo valida la implementación de sus propias políticas y principios que los oriente ya que son un medio casi independiente en el manejo de la información.

## **EL PROBLEMA**

### **El Tema**

El Diario Súper y su incidencia en el comportamiento psicosocial de los habitantes del Cantón La Libertad en el primer semestre del año 2011.

### **Enunciado del problema**

El mal uso del lenguaje periodístico e inadecuado uso de palabras influye dentro de la conducta y las relaciones interpersonales de los lectores y habitantes del Cantón La Libertad.

### **Posibles causas del problema**

- El manejo de Titulares.
- El direccionamiento de la información hacia los lectores.
- La competencia del medio para incentivar la calidad periodística de contenido.

### **Planteamiento del Problema**

¿Cómo influye el manejo de los titulares en la conducta psicosocial de los habitantes del cantón La Libertad?

¿Cómo incide el Diario Súper en el comportamiento psicosocial de los habitantes del Cantón La Libertad?

¿Cómo influye la falta de competencia para incentivar la calidad periodística?

### **Formulación del problema**

¿Cómo incide el Diario Súper en el comportamiento psicosocial de los habitantes del Cantón La Libertad?

### **Delimitación espacial**

El problema que se estudia está delimitado a los habitantes del Cantón La Libertad.

### **Delimitación temporal**

El período en que se determina el estudio del problema es el primer semestre del año 2011

### **Justificación**

La problemática de la incidencia que tienen los medios de comunicación para generar cambios conductuales, es un tema muy impactante, ya que estamos inmersos como sociedad en dicha persuasión, en cuanto a valores, principios, ideas, etc.

Es muy conveniente llevar a cabo esta investigación ya que aporta respuesta a las interrogantes que se hace la sociedad respecto a este tema y poder ser partícipes el estudio que determine la influencia de los medios de comunicación escritos en las masas.

Hoy, la tecnología avanza con pasos gigantes, solucionando problemas y dando más comodidad al individuo, pero al eliminar estas necesidades, da paso para crear nuevas necesidades, llamadas necesidades psicológicas, por eso esta investigación sería trascendental llevarla a cabo, porque con la información obtenida, sería de gran ayuda y respaldo, para las futuras agencias de medios escritos que llegarían al cantón La Libertad y para investigaciones posteriores, con esto se verían beneficiadas varias partes de la sociedad.

La provincia de Santa Elena cuenta con diarios que mediante sus páginas además de informar fomentan nuevas prácticas de comportamiento y lenguaje que adoptan los lectores. El medio escrito que será parte principal de este trabajo investigativo, es el Diario Súper, el cual será la

herramienta principal para realizar el respectivo análisis del problema observado y de este mismo medio derivaran las respuestas que estamos buscamos al interpretar los datos que obtendremos mediante este estudio.

Por esto la realización de esta investigación se torna importante para saber la realidad de los efectos puede llegar a tener un medio tan influyente como lo es el Diario Súper.

## **Objetivos de la Investigación**

### **Objetivo General**

Determinar cómo el Diario Súper incide en el comportamiento psicosocial de los habitantes del Cantón La Libertad mediante un estudio evaluativo para establecer una solución viable.

### **Objetivos Específicos**

- Identificar las variables de la investigación referente al problema planteado para determinar su importancia y relación.
- Conceptualizar teóricamente la problemática bajo el método deductivo para respaldar con el conocimiento científico los diferentes temas relacionados.
- Determinar el problema a través de la investigación y la observación según la delimitación espacial del problema para conocer el problema en su propio espacio.
- Fundamentar la hipótesis mediante los datos obtenidos por las técnicas e instrumentos de investigación para mantener la línea de estudio.
- Diseñar una posible solución que beneficie a los lectores a través del desarrollo de mejores lineamientos para el Diario Súper con el fin de culturizar, informar y propiciar una mejora en la conducta social.

## **Formulación de la Hipótesis**

### **Hipótesis**

Si, el Diario Súper aplicara políticas institucionales en la construcción de noticias entonces incidiría positivamente en el comportamiento psicosocial de los habitantes del Cantón La Libertad.

### **Operacionalización de Variables**

#### **Variable Independiente**

El Diario Súper aplicara políticas institucionales en la construcción de noticias.

#### **Variable Dependiente**

El Comportamiento Psicosocial de los Habitantes del Cantón La Libertad.

## Matriz de Operacionalización de Variables

Hipótesis	Variables	Definiciones	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Si, El Diario Súper aplicara políticas institucionales en la construcción de noticias entonces incidiría positivamente en el comportamiento psicosocial de los habitantes del Cantón La Libertad	<p><b>Variable Independiente:</b></p> <p>El Diario Súper aplicara políticas institucionales en la construcción de noticias</p>	<p><b>Prensa escrita</b> publicaciones impresas que pueden ser: diaria, semanal, mensual o anual.</p> <p>La prensa periódica posee, como todo medio de comunicación, las funciones de informar, persuadir, promover, formar opinión, educar y entretener.</p> <p><b>Línea Editorial:</b> conjunto de valores y criterios que guían la redacción. También se basa en la decisión de qué temas tratar, y cómo tratarlos.</p> <p><b>Criterio.</b>- Norma para conocer la verdad. Juicio o discernimiento.</p> <p><b>Calidad.</b>- superioridad o excelencia</p> <p><b>Información.</b>- Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada Conocimientos así comunicados o adquiridos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informar</li> <li>- Persuadir</li> <li>- Formar</li> <li>- Educar</li> <li>- Entretener</li> <li>- Lectura del diario</li> <li>- Línea Editorial</li> <li>- Manejo de Titulares</li> <li>- Criterios de calidad</li> <li>- Manejo de información</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cree Ud. que el Diario Súper informa de forma acertada sobre el acontecer local</li> <li>- Cree Ud. que el Diario Súper persuade con su contenido</li> <li>- Cree Ud. que el Diario Súper ayuda a formar correctamente a la sociedad</li> <li>-Considera que los diarios deben ser, además de informativos, educativos</li> <li>- Cree Ud. que el Diario Súper educa con el contenido que publica</li> <li>- Lee Ud. el Diario Súper</li> <li>-Cuál es su apreciación sobre los titulares que utiliza el Diario Súper</li> <li>-Cuál es su apreciación en relación al contenido general del Diario Súper</li> <li>- Considera que existe un buen criterio en las noticias que publica el Diario súper</li> </ul>	<p>Encuesta</p> <p>Análisis documental</p>

Hipótesis	Variables	Definiciones	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Si, El Diario Súper aplicara políticas institucionales en la construcción de noticias entonces incidiría positivamente en el comportamiento psicosocial de los habitantes del Cantón La Libertad	<p><b>Variable Dependiente:</b></p> <p>El comportamiento psicosocial de los habitantes del Cantón La Libertad</p>	<p><b>Comportamiento.-</b> manera de proceder de las personas u organismos, en relación con su entorno o mundo de estímulos. Todo lo que un organismo hace frente al medio.</p> <p><b>Comportamiento psicosocial.-</b> (o conciencia colectiva) está dada por las formas de actuar, pensar y sentir que uno hereda de la sociedad y comparte con ella. La forma más original del comportamiento social humano es el lenguaje humano</p> <p><b>Psicología social.-</b> es el estudio científico de cómo los pensamientos, sentimientos y comportamientos de las personas son influenciados por la presencia real, imaginada o implicada de otras personas, incluyendo la palabra impresa, la radio, la televisión, el internet o interacciones cara a cara.</p> <p style="text-align: right;">Fuente: Wikipedia</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comportamiento Psicosocial.</li> <li>- Lenguaje</li> <li>- Grado de Culturización.</li> <li>- Medio Social.</li> <li>- Medios de Comunicación</li> <li>- Interacción Social.</li> <li>-Percepción Social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Considera que los medios de comunicación inciden en el comportamiento psicosocial</li> <li>-Considera que el lenguaje incide en el comportamiento psicosocial</li> <li>-Considera que las noticias que se publican influyen en la percepción de la sociedad</li> <li>-Piensa que los diarios son importantes para formar una sociedad</li> <li>-Cómo afecta los diarios en la interacción social</li> <li>-Cree que el lenguaje afecta en la interacción social</li> <li>-Cree que los diarios influyen en el uso del lenguaje</li> </ul>	<p>Encuesta</p> <p>Entrevista</p>

# CAPITULO I

## MARCO TEÓRICO

### MARCO CIENTÍFICO - REFERENCIAL

#### 1.1. Comportamiento Humano

El comportamiento humano hace referencia a las características conductuales de un individuo, en un sentido generalizado pero bajo diversos factores que influyen en las acciones que forman parte de dicho comportamiento. Entre los factores que determinan la conducta o el comportamiento humano están: la cultura, la sociedad y sus normas, las actitudes, las emociones, los valores de la persona, la ética, las relaciones interpersonales.

El comportamiento de la gente es estudiado por las disciplinas académicas de la psicología, la sociología, la economía, la antropología, la criminología y sus diferentes ramas.

Según la Psicología el comportamiento humano está influenciado por la imitación de patrones de conducta desde la infancia (*aprendizaje por observación*<sup>1</sup>) como un mecanismo natural de aprendizaje y de adaptación, mediados por la evolución y perpetuada por la genética (*Psicología Evolucionista*<sup>2</sup>). Aún bajo la perspectiva de la psicología también se toma en cuenta la aceptación social desde el punto de vista personal y las influencias que poseen todos los factores, mayormente los internos: sentimientos, deseos, cogniciones, razonamientos, decisiones y

---

<sup>1</sup> Aprendizaje por Observación, es la forma más común en que se adquieren las conductas. Una persona modela la conducta y el individuo la imita, sobre todo si el modelo obtuvo una recompensa por hacerlo. Albert Bandura. 1977

<sup>2</sup> La Psicología Evolucionista propone que la psicología y la conducta de los humanos y primates pueden ser entendidas conociendo su historia evolutiva. Específicamente, propone que la mente de los primates, incluido el hombre, está compuesta de muchos mecanismos funcionales llamados adaptaciones psicológicas o mecanismos psicológicos evolucionados que se han desarrollado mediante selección natural por ser útiles para la supervivencia y reproducción del organismo.

demás que determinan la salud mental e influyen en el comportamiento humano.

Lewis menciona en relación a la *Evolución de la Vida* que: *“Todos las conductas son determinados por herencia como por el medio ambiente cada uno contribuyendo a diferentes grados para respuestas particulares (Lewis, 1991)”*<sup>3</sup>

En Sociología el comportamiento posee un significado vacío, lo que se puede tomar como una acción esencialmente humana y no más que eso. El comportamiento humano no puede confundirse con el comportamiento social que es una acción más desarrollada, que está dirigido a otro sujeto y aunque comparte factores influyentes estos poseen otras determinantes. La aceptación del comportamiento es relativamente evaluada por la norma social y regulada por diferentes medios de control social.

En cuanto a la Economía, el mayor factor influyente es el nivel económico o socio-económico en el que se desenvuelve el individuo, del mismo que se derivan varios aspectos como el nivel educativo, y que con de igual manera determinantes del comportamiento humano. Para Gary Becker<sup>4</sup>: *“la economía va más allá del comportamiento de las personas en el mercado, señala que en todas las actividades que realizamos a diario está inserta en la economía, aunque no se transen bienes o servicios. Este concepto de economía lo lleva a ámbitos de la psicología y sociología”*.

Así mismo la Antropología, basa sus preceptos estudia al ser humano abarcando la evolución biológica, el desarrollo de la humanidad, los estilos de vida de pueblos, las estructuras sociales, los diversas culturas y lenguajes que suelen conllevar a ciertos patrones de conducta.

---

<sup>3</sup> Lewis, R. (1991). *Evolution of Life*. United States Of America: Wm. C. Brown Publishers.

<sup>4</sup> Gary Becker. Premio Nobel de la Economía 1992

Las perspectivas mencionadas comparten ciertas temáticas, cada una bajo su óptica, al formar parte o relacionarse con las Ciencias Humanas o Sociales.

*“Podemos entender la conducta humana desde tres perspectivas diferentes: personal, interpersonal y social. Estos tres niveles pueden ser analíticamente independientes, pero no los podemos desligar en la práctica. Para entender cómo se comporta una persona, debemos indagar en las relaciones que mantiene con otras personas, así como en la influencia de los factores sociales de los que no necesariamente tiene que ser consciente.”<sup>5</sup>*

### **1.1.1. Factores que Influyen en el Comportamiento Humano**

Según la psicología los factores que intervienen en la conducta humana son:

- Los Factores biológicos
- Los factores ambientales y de socialización

#### **Factores Biológicos:**

Entre todas las posibilidades genéticas de dos, cada ser humano que nace hace su propia combinación de genes los cuales influyen en el desarrollo biológico y determina en parte la conducta. A ese elemento lo llamamos genotipo.

Sobre esta estructura genética actúan otros factores como son los externos (alimentación, medicinas ingeridas durante el embarazo, estados emocionales durante este periodo, cómo aconteció el parto, etc.). A la unión de estos factores se les denomina fenotipo.

---

<sup>5</sup> ÁLVARO Estramiana, José Luis (Editor). *Fundamentos sociales del comportamiento humano*. Editorial UOC. 2003

## **Factores Ambientales y de Socialización:**

El ambiente son todos los elementos que rodean a la persona y son necesarios para el desarrollo físico e intelectual normal. La socialización se refiere a los modelos de conducta adoptados en los diversos grupos en los que se desarrolla el individuo.

Para esta investigación es importante centrarse en los factores ambientales y de socialización hacia un concepto general, en un marco social, dando énfasis en los factores influyentes, en este caso los medios escritos (Diario Súper), y los efectos de dichas influencias en la sociedad.

De forma generalizada se tomarán en cuenta los siguientes factores, los cuales se consideran importantes para este estudio:

**La Actitud:** El individuo hace una evaluación positiva o negativa del comportamiento de los demás como de sí mismo. Esto incluye los pensamientos y sentimientos.

**El Lenguaje:** Las características lingüísticas, según el tipo de relación interpersonal, influyen en las actitudes, la norma social y en la cultura en una correlación importante.

**La Prensa:** Para fin de este estudio la prensa, con su poder de persuasión e influencia también se considera un factor que moldea la conducta de las personas.

**La Cultura:** *Es un sistema organizado de significados, que incluyen actitudes, valores y conductas, que es compartido por un grupo de personas y que se transmiten de una generación a otra*<sup>6</sup>. La Norma Social se encuentra dentro de la cultura y es la “presión” social que siente el individuo para realizar o no ciertos comportamientos.

---

<sup>6</sup> KIMBLE, Charles y colaboradores. *Psicología Social de las Américas*. Pearson Educación. México 2002. ISBN: 970-26-0034-0

### **1.1.2. Relaciones Humanas**

Las relaciones humanas son el conjunto de interacciones que se da en los individuos de una sociedad. Las relaciones humanas se basan principalmente en los vínculos existentes entre los miembros de la sociedad, gracias a la comunicación, que puede ser de diversos tipos: visual o comunicación no verbal, lenguaje icónico o lenguaje de las imágenes, que incluye no sólo la apariencia física, imagen corporal sino también los movimientos, las señales, lingüística, comunicación oral, afectiva, entre otros.

Las relaciones humanas son básicas para el desarrollo intelectual e individual de los seres humanos, pues gracias a ella se constituyen las sociedades tanto pequeñas como grandes. Para que pueda hablarse de "relaciones humanas" es necesario que se vinculen.

Toda vez que la comunicación humana ha logrado tal desarrollo, ella se presta para los más variados procedimientos de interacción con una cantidad similar de efectos. Esto es el producto de una característica básica de la especie humana y es su capacidad simbólica. De igual forma las relaciones humanas consideran aspectos según el grupo donde se desenvuelve como pueden ser: la familia, la escuela, los amigos, el trabajo, entre otros.

#### **La Interacción Humana**

La interacción social es el fenómeno básico mediante el cual se establece la posterior influencia social que recibe todo individuo. Lo cual abarca todo su entorno, ya sea con las personas que suelen juntarse y con las otras personas que inconscientemente interactúan. Como bien lo dice la interacción social abarca a toda la sociedad.

El comportamiento del individuo va a variar mediante las costumbres, el carácter, y los ideales juntos con los valores, todo este conjunto hará que

solo tenga una personalidad y sea aceptado en un grupo con características similares para el buen entendimiento del mismo.

El ambiente social en que se vive es determinante para el mejor desarrollo del individuo. Cuando se nace no existe problema en el desarrollo del niño, ya que la interacción es casi total con los padres y familiares, dando paso a la inicio del lenguaje y características de interacción.

En el momento que el individuo entra en contacto con el ambiente donde vive es cuando empieza el aprendizaje de las costumbres sociales, el tipo de lenguaje del sector donde vive, las costumbres de los demás individuos: manera de vestir, caminar, comunicarse, los lugares de reunión y el compañerismo, estas características darán paso a la formación del individuo.

Cuando el sujeto no interactúa en el contexto social en el que vive y mantiene interacción con otro ambiente diferente, aprenderá las costumbres del ambiente social donde permanezca la mayor parte de su tiempo.

Mediante el trascurso del tiempo se va formando la conducta del individuo de acuerdo a la situación en que vive y a la formación como persona que éste ha adquirido dentro del contexto social y educativo en el que creció; en ocasiones el individuo se apropia de dos o más conductas que lo llevan a ponerlas en práctica de acuerdo a la circunstancias del ambiente en que se encuentre.

## **1.2. Psicología Social**

Consuelo Angarita, en *Psicología Social. Teoría y Práctica*, expresa:

*“Aunque cada vez es más claro e indudable la estrecha relación de la psicología social con la psicología misma, también ha estado siempre presente los vinculo de esta disciplina con la sociología, quizás por la necesidad de enmarcar la realidad del individuo social en su entorno y pode*

*apreciar al hombre y sus circunstancias dándole sentido a los procesos estudiados”<sup>7</sup>*

La psicología social es una de las cuatro ramas fundamentales de la Psicología cuyos orígenes se remontan a inicios del siglo XVI. Sus inicios se dan con la aparición de la *Völkerpsychologie*<sup>8</sup> o *Psicología de los Pueblos*, desarrollada por Wilhelm Wundt y que actualmente es una de las especialidades de estudio, focalizando el individuo en la sociedad y la incidencia de ésta en el individuo ya que lo humano y lo social están estrechamente relacionados y se complementan mutuamente.

La psicología social estudia el comportamiento del individuo dentro de la sociedad, por la interacción que existe entre las mismas personas además de relacionarnos con los medios masivos de comunicación y el entorno social que nos rodea

Según Myers:

*“la Psicología Social es una ciencia que estudia la influencia de nuestras situaciones, con especial atención en la manera en que nos percibimos y afectamos unos a otros. Dicho de formas más precisa, es el estudio científico de la forma en que las personas piensan, influyen y se relacionan con los demás y lo hace planteando preguntas que nos intrigan a todos.”<sup>9</sup>*

Por lo tanto puede ser definida como la ciencia que estudia los fenómenos sociales e intenta descubrir las leyes por las que se rige ya que todo grupo social adopta una forma de organización determinada, de forma que investiga sobre dichas organizaciones sociales y trata de establecer

---

<sup>7</sup> ANGARITA, Consuelo. *Psicología Social. Teoría y Práctica*. Ediciones Uninorte. Colombia 2007.

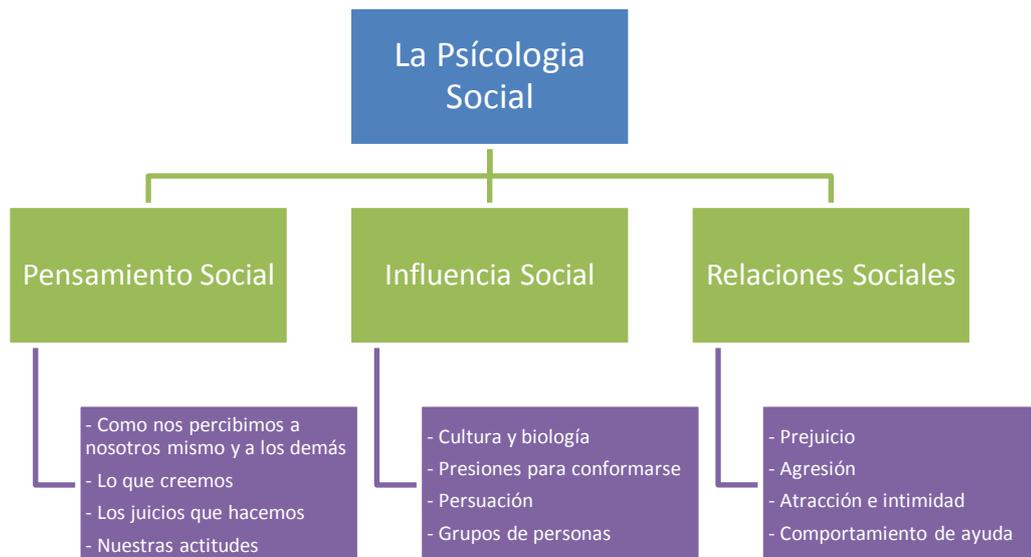
<sup>8</sup> *Völkerpsychologie*: Acuñado por Wilhelm Von Humboldt, con la finalidad de estudiar el “espíritu del pueblo” o el “carácter nacional”. Mejor conocido como Psicología de los Pueblos (conocida también como psicología etnológica o psicología étnica), es una rama de la psicología que se empezó a desarrollar en el siglo XIX. Su objetivo es el estudio de los comportamientos de los grupos en relación con la identidad étnica de los mismos. Está influenciada por el romanticismo que, como reacción al cosmopolitismo de la ilustración, hace énfasis en los aspectos populares y étnicos de los pueblos.

<sup>9</sup> MYERS, David. *Psicología Social*. Mc Graw Hill. 8va Edición. México. Julio 2006.

los patrones de comportamientos de los individuos en los grupos, los roles que desempeñan y todas las situaciones que influyen en su conducta.

Retomando los conocimientos de Myers, se expone a continuación un gráfico de su autoría:

**Gráfico 1**



Aquí se exponen los puntos de estudio de la Psicología Social, que en ciertos casos son factores de mucha influencia en el comportamiento social, influenciando a un grupo de personas y por ende a su carácter cultural.

### **1.2.1. Conducta Social o Comportamiento Psicosocial**

Conducta social o comportamiento social, en biología, psicología y sociología es el comportamiento o conducta dirigido hacia la sociedad o que tiene lugar entre miembros de la misma especie. La forma más original del comportamiento social humano es el lenguaje humano.

En sociología, *comportamiento* significa actividad similar a la animal, desprovista de significado social o contexto social; en contraste con comportamiento social, que tiene ambos. En una jerarquía sociológica, el

comportamiento social es seguido por la acción social, que se dirige a otras personas y se diseña para inducir una respuesta. Más arriba de esta escala ascendente está la interacción social y la relación social.

Como conclusión, puede decirse que el comportamiento social es un proceso de comunicación, y que está dada por las formas de actuar, pensar y sentir que se hereda de la sociedad y comparte con ella.

En Psicología de las Américas está expresado que: *“el trato que recibimos, sobre todo cuando somos jóvenes, influye en nuestra conducta social”*<sup>10</sup>. Esto claramente se determina como influencia social y es una determinante de la percepción social que sostiene el individuo sobre su entorno.

El comportamiento social puede ser definido como el conjunto de pautas de conducta que guían la relación entre los individuos de un grupo social, con respecto al medio en el que habita. La cultura usualmente tiene una gran influencia en el comportamiento social. Las prácticas culturales pasan de generación en generación, pasando por un proceso evolutivo a nivel cultural, son los que más influencia tienen en nuestra realidad. Esto hace que en estas prácticas culturales el comportamiento de una persona influya el comportamiento de otra persona que influye a la otra persona. A su vez la cultura influye el proceso de socialización de los jóvenes a través de sí mismos y de los diferentes niveles de interacción.

### **1.2.2. Interacción Social**

La interacción social es un fenómeno inherente del ser humano, basado en los diversos modos de comunicación y lenguaje, mediante el cual se establece la posterior influencia social que recibe un individuo. La interacción social, bajo la óptica de la Psicología Social se puede enumerar como:

---

<sup>10</sup> KIMBLE, Charles y colaboradores. *Psicología Social de las Américas*. Pearson Educación. México 2002. ISBN: 970-26-0034-0

- Relaciones persona-persona: Interacción social: existe influencia mutua entre dos personas.
- Relaciones persona-grupo: Pueden ser de Conformidad: la persona recibe influencia del grupo; o Liderazgo: la persona influye sobre el grupo
- Relaciones grupo-grupo: Pueden ser de Conflicto (generalmente motivado por la competencia); o Cooperación

La conducta social depende de la influencia de otros individuos en función de la interacción social es una de las claves de este proceso, pero dicha interacción también posee sus propias influencias provocadas por el entorno, incluyendo los medios de comunicación. Si la conducta social es una respuesta al *estímulo social*<sup>11</sup> producido por otros entonces la interacción social puede ser vista como estímulo-respuesta.

Así mismo, las interacciones sociales están sujetas a la cultura a la que pertenece el individuo o a la que lo rodea según el ambiente de desarrollo.

### 1.2.3. La Influencia Social

Influencia Social es un proceso básico en psicología social que recoge todos aquellos procesos en los que una persona intenta influir en los comportamientos y actitudes de otros.

Bajo esta premisa hay que mencionar otros factores que forman parte del ambiente o entorno de un individuo que se convierten en herramientas o medios de influencia a nivel social. Se habla mucho de la publicidad y su influencia social, pero que ocurre con los medios de comunicación, más específicamente los escritos, como diarios, los cuales a través de sus contenidos, publicitarios o informativos, influyen en la sociedad.

Dentro de los factores generales que plantea la Psicología Social, están:

---

<sup>11</sup> Estimulo Social: Es el aspecto que la conducta y el aspecto del individuo producen en los sujetos que lo rodean. *Psicología de la Educación*. 1995

- **Persuasión o cambio de actitudes:** Es la técnica o proceso de influencia social mediante la cual se influye en el comportamiento de una persona, intentando modificar las actitudes para cambiar el comportamiento.
- **Conformidad social:** Es el tipo de influencia social en la que los sujetos cambian sus actitudes y comportamientos para cumplir las normas grupales, es decir, para adaptarse al grupo.
- **Aceptación social o consentimiento:** Este proceso de influencia social implica una petición directa de una persona a otra consistiendo en aceptar lo que otra persona pide.
- **Obediencia social:** Es el tipo de influencia social en la que una persona obedece las órdenes directas de otra que, normalmente, tiene algún tipo de autoridad.

Dentro de la persuasión se puede ubicar a los medios de comunicación como una herramienta en el proceso de cambio de conductas, sea o no por iniciativa o intención alguna.

#### **1.2.4. Percepción Social**

La percepción social es el estudio de las influencias sociales sobre la percepción. Hay que tener en cuenta que las mismas cualidades pueden producir impresiones diferentes, ya que interactúan entre sí de forma dinámica.

Dentro de la percepción social el individuo realiza una valoración hacia una determinada situación social y de su papel o posibilidades en ella. Hay que prestar atención también, al ambiente social en que se desenvuelve el individuo, como la familia, los medios de comunicación, las amistades, todos ellos aportan conceptos, ideas y responsabilidad. El desarrollo de la personalidad debe hacerse por medio de la relación con los demás buscando una mejor adaptación del individuo al medio social.

Por otra parte la percepción social es trabajada en el sentido de que nos interesa la colaboración dentro del grupo para aprender a respetar los derechos y sentimientos de los demás, buscamos una educación de las actitudes sociales de organización, comunicación y cooperación. Es la forma en como un individuo logra ver su entorno, o sea su familia, su trabajo, sus amigos, su escuela, es decir todo su alrededor y según sea el caso determinara su actuar dentro de dichos grupos.

El medio que nos brinda una apreciación más cercana de lo que sucede en el ambiente social son los medios de comunicación, en nuestro estudio el diario familiar Súper cumple con el rol de informar pero además provoca que las personas que lean el diario tengan una percepción positiva o negativa según el criterio de quien adquiere el medio pero también influye las técnicas que los redactores utilicen y el enfoque que les den al momento de redactar las notas periodísticas

### **1.3. Los Medios y La Sociedad**

Si bien es cierto los medios de comunicación adquieren un papel importante dentro de la sociedad, con los procesos de obtención, producción y emisión de la información se inicia la responsabilidad social de un medio de comunicación. En esos momentos debe predominar el principio de veracidad, con el fin de garantizar los derechos fundamentales de las personas que se pueden ver afectadas con la divulgación de la información.

Con el ejercicio ético del periodismo se establece un compromiso con la sociedad, y en especial con el principal destinatario de la información: el ciudadano. La sociedad, recíprocamente, ofrece su credibilidad y confianza hacia el trabajo del periodista.

La mayoría de los códigos deontológicos recogen una apelación común a la Responsabilidad Social de los Medios o del Periodista. El *Código*

*Internacional de Ética Periodística de la UNESCO*<sup>12</sup>, en su Principio III, sobre la responsabilidad social del periodista, dice:

*“En el periodismo, la información se comprende como un bien social, y no como un simple producto. Esto significa que el periodista comparte la responsabilidad de la información transmitida. El periodista es, por tanto, responsable no sólo frente a los que dominan los medios de comunicación, sino, en último énfasis, frente al gran público, tomando en cuenta la diversidad de los intereses sociales.”*

Del mismo modo, el *Código Europeo de Deontología del Periodismo*<sup>13</sup>, en el apartado 1, dice:

*”Además de los derechos y deberes jurídicos que están recogidos en las normas jurídicas pertinentes, los medios de comunicación asumen en relación con los ciudadanos y la sociedad, una responsabilidad ética que es necesario recordar en los momentos actuales, en los que la información y la comunicación revisten una gran importancia para el desarrollo de la personalidad de los ciudadanos así como para la evolución de la sociedad y la vida democrática”.*

Es preciso hacer énfasis en *la importancia para el desarrollo de la personalidad*, lo que conduce de forma clara a una influencia social, limitando o impulsando, según sea el caso, el desarrollo de una sociedad en todos sus aspectos.

En los códigos deontológicos se expresa un reconocimiento del papel positivo que los medios de comunicación pueden desempeñar en la solución de los problemas sociales. Se plantea la responsabilidad del medio como la posibilidad de hacer el bien a la sociedad. Hugo Aznar<sup>14</sup> considera que se tratan de cuestiones que reclaman la atención de la ética periodística, como comunicación para el desarrollo; y medios de

---

<sup>12</sup> Código Internacional de Ética Periodística de la UNESCO. Conclusiones del Fourth Consultative Meeting of International and Regional Organizations of Journalists. París. Noviembre 20 de 1983

<sup>13</sup> Código Europeo de Deontología del Periodismo. Estrasburgo, 1 de Julio de 1993

<sup>14</sup> Profesor de Ética de la Comunicación de la Universidad Cardenal Herrera. *Ética De La Comunicación Y Nuevos Retos Sociales. Códigos y recomendaciones para los medios*. Barcelona. 2005

comunicación, para lo que menciona: *"conjunto de iniciativas, acuerdos, organismos, instrumentos y mecanismos relacionados con la actividad de los medios y orientados a garantizar que su actuación se ajuste a los valores y normas éticas que se consideran deseables"*

Esto como parte de la *Autorregulación Periodística*<sup>15</sup> dentro de lo que se encuentra la Responsabilidad Social de los Medios, ligado a la idea de que los medios de comunicación deben mantener fidelidad con la información en su publicación sin que éstos la modifiquen, lo que se conoce como objetividad.

Los medios de comunicación tienen una gran capacidad de amplificación social y es allí donde los medios al presentar la información, van desde la supresión de la noticia, hasta la presentación de hechos contrarios. La razón primaria se debe al sobresalir los intereses y lineamientos a los que responden los medios de comunicación o los mismos periodistas.

### **1.3.1. Responsabilidad Social de los Medios**

Los medios de comunicación se entienden como un servicio a la sociedad, que cumplen un papel destacado en la formación de la opinión pública dentro de las sociedades democráticas, lo que implica adquirir un compromiso ético con los intereses comunes del público. En forma generalizada, los medios de comunicación de masas deben poseer tres características:

- Informar, dar a conocer todo aquello que pueda ser relevante para el público.
- Educar, o formar; tener contenidos específicos cuya finalidad sea la adquisición de conocimientos por parte del receptor.

---

<sup>15</sup> La Autorregulación Periodística nace del compromiso voluntario de los agentes que participan en el proceso de comunicación y se dirige a complementar la libertad de los medios de comunicación con un uso responsable de la misma. No se trata de poner la comunicación al servicio de ninguna causa, sino más bien lo contrario: de prevenir que la comunicación y sus contenidos sean utilizados para fines ajenos, desvirtuando así sus propios bienes internos. Las diferentes formas de autorregulación periodística tienen su origen en la deontología profesional periodística.

- Entretener, divertir, recrear el ánimo de alguien.

La libertad de los medios, referente al ejercicio de sus derechos de expresión y de información, se complementa en la actualidad con el reconocimiento del principio de responsabilidad social. El crecimiento de la influencia y el poder de los medios obligan a adoptar criterios para un uso responsable de los mismos.

El primer eslabón dentro de los medios de comunicación lo representa el propio periodista. Así, Ernesto Villanueva en *Deontología informativa*<sup>16</sup>, define la Deontología Profesional Periodística como “*el conjunto de principios éticos asumidos voluntariamente por quienes profesan el periodismo por razones de integridad, de profesionalismo y de responsabilidad social*”. Esta última se deriva del daño que para el conjunto de la sociedad puede tener la conducta inapropiada del periodista. Para hacer efectivo ese uso responsable y cuidadoso de los medios se necesita establecer unos criterios que regulen su actividad pero así mismo la Responsabilidad Social debe ser asumida por la autorregulación y no por intervención del gobierno.

Los medios de comunicación deben centrarse en la capacidad informativa, inmediata o mediata, con el fin democratizar las sociedades, crear una esfera pública para que las personas puedan participar en asuntos de interés común, impulsar la identidad cultural, local o nacional, construir sociedades en la promoción de la expresión, opinión y el diálogo.

Aznar, considera que la autorregulación periodística constituye una iniciativa de la sociedad, a la vez que una regulación deontológica y moral. La autorregulación agrupa una serie de instrumentos y mecanismos con el objetivo de garantizar que la actuación de los medios se ajuste a los valores y normas de su actividad en función de la construcción de mejores sociedades a través de la comunicación.

---

<sup>16</sup> VILLANUEVA, Ernesto. *Deontología Informativa. Códigos Deontológicos de la Prensa Escrita en el Mundo*. Editorial: Miguel Ángel Porrua. Edición 02. 2002. ISBN: 9707012595

Por ello, el informar, educar y entretener deben estar por sobre la “cualidad” de los medios de comunicación en cuanto a la publicidad y cómo generar beneficios financieros, o servir como instrumentos de propaganda, control social o político.

A través del ejercicio de la responsabilidad social en el manejo ético de la información y la generación de una opinión pública libre y responsable se encuentra la vía práctica para generar una sociedad fuerte, informada, con criterio y apegada a su realidad.

### **1.3.2. Influencia y Poder Social**

En la sociedad que nos desenvolvemos este poder está asumiendo un papel fundamental para la evolución y su desarrollo, es por esto que los medios de comunicación además de mantener un compromiso poseen una responsabilidad y por ende un poder que sirve para impulsar o limitar el progreso de las sociedades.

En Psicología Social de las Américas, sobre los factores relacionados con el mensaje dice: *“Hay muchos tipos de mensajes. Su contenido y su estilo pueden causar temor, originar un estado positivo, presentar argumentos lógicos o hasta concentrarse en la motivación inconsciente del receptor”*<sup>17</sup> Esto permite reconocer que la información según su estilo puede influenciar de una u otra manera en un individuo.

La influencia es repercutir, provocar un efecto. En este trabajo tomamos el aspecto de la influencia como la forma que utilizan los medios para poder alterar la forma de pensar de una persona, es decir alterar su propia ideología, imponiendo una ideología elaborada por los medios. Para poder influir los medios se valen de la alteración de la realidad, imponiendo una "creada" por estos.

---

<sup>17</sup> KIMBLE, Charles y colaboradores. Psicología Social de las Américas. Pearson Educación. México 2002. ISBN: 970-26-0034-0

Se conoce como poder social a la habilidad para influir en el comportamiento de los demás. En el caso de los medios de comunicación el poder social tiene un gran campo de influencia pero así mismo existen ciertas consideraciones que orientan la investigación; como la diferencia entre los medios masivos: televisión, radio y prensa, de los cuales los dos primeros son medios instantáneos, la prensa es más permanente ya que su contenido no cambia y sus ediciones pueden ser mantenidas en el tiempo, lo que implica su propio poder social para influir, ya no únicamente en los lectores directos sino indirectos y personas que interactúen con los lectores.

### **1.3.3. Los Medios Escritos como Herramienta para el Mejoramiento Psicosocial**

A veces se argumenta que trabajar los vínculos entre comunicar y educar supone adentrarse en terrenos difíciles pero la comunicación (los medios) y la educación para el desarrollo son temas cercanos, ligados en la medida en que los espacios que poseen los medios de comunicación pueden utilizarse, además de informar, para educar y que la influencia que producen dichos medios sea lo más positiva posible.

Actualmente existe el concepto de Comunicación para el Desarrollo que se refiere a una serie de estrategias comunicativas con el fin de mejorar sus condiciones de vida, basado en la idea de que los medios de comunicación tienen una gran influencia para conducir al crecimiento económico de los países y, como consecuencia, provocar cambio social para lo que se emitían mensajes con fines educativos en diferentes áreas.

Está claro que la Comunicación para el desarrollo mantiene como objetivo final la construcción de nuevas sociedades y desarrollo de las mismas mediante la comunicación y los medios, pero se orienta más a un desarrollo económico y no a un desarrollo integral, aunque considera la a la cultura y la identidad cultural, por lo que es preciso direccionar la idea

de la comunicación para el desarrollo en función de una *educación social*<sup>18</sup>, cultural y psicosocial.

Si se habla de los medios de comunicación, de los medios escritos como tal, como una herramienta para mejorar o crear una nueva y positiva concepción social hay que darle mucha atención al contenido de la prensa, siendo temas importantes el manejo de la información, los estilos y lenguajes periodísticos dentro de los titulares y la noticia en sí.

La capacidad informativa no debe verse comprometida con el fin de atraer lectores o por ningún motivo, sino al contrario debe ser la guía por la que se encamina el contenido, sin caer en recursos de “enganche” que pueden influenciar negativamente en la sociedad, tanto en el uso del lenguaje, en su percepción social, en la calidad de sus interacciones o relaciones sociales, entre otros.

De esta forma y dentro del aspecto psico-social está la *Psicosociología de la Comunicación*<sup>19</sup> que comprende las influencias de orden cultural, ambiental y social en las que interactúa el individuo, el cual va matizando sus conocimientos y por ende su conducta, para conceptualizar y configurar su percepción social a través de los mensajes que existen en la realidad bajo aspectos importantes como el lenguaje, la comunicación, la psicología social y los medios masivos, todos ellos íntimamente

---

<sup>18</sup> La educación social es una profesión de carácter pedagógico, generadora de contextos educativos y acciones mediadoras y formativas, que son ámbito de competencia profesional del educador social, posibilitando:

- La incorporación del sujeto de la educación a la diversidad de las redes sociales, entendida como el desarrollo de la sociabilidad y la circulación social.
- La promoción cultural y social, entendida como apertura a nuevas posibilidades de la adquisición de bienes culturales, que amplíen las perspectivas educativas, laborales, de ocio y participación social.

<sup>19</sup> Forma parte de la Psicosociología que es la disciplina que estudia, analiza e interviene en los procesos de interacción y comunicación humana a través de una mirada inter e intra subjetiva. Se podría considerar la Psicosociología como el punto de encuentro entre la psicología y la sociología que sumadas a los aportes de otras disciplinas tales como la filosofía, la comunicación, el derecho o la medicina, entre otros. Se constituye en una ciencia particular y autónoma. Entre las principales áreas de la psicosociología se encuentran: Psicosociología de las organizaciones e instituciones; Psicosociología de la comunicación; Psicosociología de la educación; Psicosociología de la salud y; Psicosociología política

relacionados en un afán por mejorar el aspecto psico-social de las personas y consecuentemente de la sociedad.

#### **1.4. La Información**

En sentido general, la información es un conjunto organizado de datos, que constituyen un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto o sistema que recibe dicho mensaje.

Los datos sensoriales una vez percibidos y procesados constituyen una información que cambia el estado de conocimiento, eso permite a los individuos o sistemas que poseen dicho estado nuevo de conocimiento tomar decisiones pertinentes acordes a dicho conocimiento, es decir tienen la capacidad de influir en las personas.

En las sociedades humanas y en parte en algunas sociedades animales, la información tiene un impacto en las relaciones entre diferentes individuos. En una sociedad la conducta de cada individuo frente a algunos otros individuos se puede ver alterada en función de qué información disponible posee el primer individuo. Por esa razón el estudio social de la información se refiere a los aspectos relacionados con la variación de la conducta en posesión de diferentes informaciones.

##### **1.4.1. Principales características de la información**

En general la información tiene una estructura interna y puede ser calificada según varias características:

- **Significado** (semántica): ¿Qué quiere decir? Cada individuo entiende y asimila la información a su manera y dependiendo de aquello evalúa las consecuencias posibles y adecúa sus actitudes y acciones en sus expectativas futuras.
- **Importancia** (relativa al receptor): ¿Trata sobre alguna cuestión importante? La importancia de la información para un receptor, puede determinar en qué grado cambia la actitud o la conducta de un individuo. En cuanto a los medios de comunicación masiva la

mayor parte de la información es poco importante para ellos, porque no logra alterar su realidad próxima por lo que posee poco significado e influencia en la conducta de los individuos.

- **Vigencia** (en la dimensión espacio-tiempo): ¿Es actual o desfasada? En la práctica la vigencia de una información es difícil de evaluar, ya que en general acceder a una información no permite conocer de inmediato si dicha información tiene o no vigencia. Esto en cuanto a los medios impresos comprende su mayor permanencia en la información aunque no posea vigencia.
- **Validez** (relativa al emisor): ¿El emisor es fiable o puede proporcionar información falsa? Esto tiene con la credibilidad de quien emita una información para determinar si son ignorados o aceptados.
- **Valor** (activo intangible volátil): ¿Cómo de útil resulta para el destinatario? Esto referente al componente intangible que hace referencia a la utilidad que pueda ofrecer a más de informar.

En relación a esta investigación, la permanencia de un medio impreso tiene influencia a través de la lectura sin estar ligado a su vigencia o importancia aunque la validez si es una variable importante, pero más importante es cómo dicha información se orienta y se expresa en función del lenguaje que debe usarse en los medios impresos.

#### **1.4.2. Información Periodística**

La información periodística es considerada como una noticia, que en sí es el relato o redacción de un texto informativo para dar a conocer un hecho novedoso o atípico ocurrido dentro de una comunidad o determinado ámbito específico. Pero si no se divulga un acontecimiento entonces no hay noticia, así como no todos los acontecimientos son noticia ya que no tienen interés para los grupos sociales o la sociedad entera. Pero esto que sucede en un lugar y que allí no interesa, puede ser de extraordinario valor en otro lugar.

La noticia es un hecho periodístico, equivalente a lo que implica para la historia un acontecimiento que merece ser informado por algún tipo de criterio de relevancia social. El contenido de una noticia debe responder a

la mayoría de las preguntas que se conocen como las 6W-H<sup>20</sup>, de la escuela de periodismo norteamericana y que en español se traducen como:

- ¿Qué sucedió?
- ¿A quién le sucedió?
- ¿Dónde sucedió?
- ¿Cómo sucedió?
- ¿Cuándo sucedió?
- ¿Por qué sucedió?
- ¿Para qué sucedió?

Cuando se responden dichas preguntas se puede construir una nota periodística informativa de calidad pero aquello aún está sujeto al estilo y al lenguaje que puedan ser usados.

## **El Estilo**

El estilo es el conjunto de características o cualidad que diferencian y distinguen una forma de escribir de otra. El estilo es, en cierto modo, la personalidad del periodista, transferida en la información oral o escrita sobre un tema.

En tanto que la redacción y la gramática son instrumentos que sirven para lograr la mejor manera de expresar una idea, el estilo indica el modo de hacerlo en función de la experiencia, conocimientos, ideas y demás del periodista.

El estilo exige la delimitación previa del tema a desarrollarse y la sistematización de la información a emitir. Así, el informador, el reportero o el corresponsal podrán crear una noticia informativa, objetiva y adecuada, que no ofenda, incite, subestime o sobrestime a su público.

---

<sup>20</sup> El Sistema 6W-H. Nacido como una técnica en el periodismo en idioma inglés, se refiere a las siete preguntas básicas que se habrán de responder para el desarrollo de una buena nota informativa

## El Lenguaje

El lenguaje periodístico es el que se emplea en los medios de comunicación (consecuentemente en la prensa escrita), para interpretar y transmitir los hechos noticiosos de la actualidad.

En los medios impresos el lenguaje es un punto muy importante puesto que los periodistas escriben para un lector; por ese motivo han de conseguir que sus textos sean claros, fáciles de comprender y lo suficientemente atractivos como para captar y mantener el interés del receptor sin que esto derive en el uso de malos recursos del lenguaje.

Las características del lenguaje periodístico son las siguientes:

**Claridad y sencillez:** El lenguaje periodístico intenta dar una visión lo más clara posible de los hechos. De ahí que el periodista utilice palabras de uso común, huya de las expresiones ambiguas y ponga mucho cuidado en que su texto esté estructurado de forma lógica y ordenada.

**Brevidad y concisión:** La necesidad de condensar la información en un espacio reducido determina que el lenguaje periodístico tienda a la brevedad y la concisión.

**Vivacidad, plasticidad y colorido:** El lenguaje periodístico busca fórmulas que resulten atractivas e inciten a la lectura, por ello adopta un estilo ágil, activo y dinámico. Con el fin de ayudar al lector a captar la idea de inmediato y a sentir que ha sido testigo directo de los hechos, el periodista prefiere las palabras concretas frente a las expresiones vagas o abstractas.

### Estructura de la Noticia

Existen varias concepciones para determinar la estructura de la noticia, en la actualidad la noticia se puede estructurar de la siguiente forma:

- **Epígrafe (Antetítulo):** Es un texto breve que entrega un antecedente importante para entender el titular y la noticia
- **Titular:** Es el título de la noticia, destinado a captar la atención de los lectores.

- **Titular Secundario (Subtítulo):** Amplia el contenido sugerido por el epígrafe y el titular, adelantando algunos pormenores.
- **Entrada o Lead:** Es el primer párrafo, suele llevar la parte más importante de la noticia.
- **Cuerpo de la Noticia:** Es el texto de la noticia propiamente. La importancia de los datos entregado va disminuyendo de mayor a menor, tal como una *Pirámide Invertida*<sup>21</sup>. El cuerpo de la noticia, a su vez, se divide en:
  - Segundo párrafo:** Suele llamárselo apoyo y desarrollo del encabezamiento por considerarse que el primer párrafo es el encabezamiento de la noticia. Tiene como función completar la idea presentada en la entrada y ampliar algunos aspectos de ésta.
  - Desarrollo:** se desgranar los datos en orden decreciente a su importancia.
  - Remate:** es el último párrafo donde irá una idea secundaria pero que, al mismo tiempo, dé idea que no hay nada más que decir.

## Grafico 2

### Estructura de la Noticia



<sup>21</sup> La pirámide invertida es una estructura para poder escribir organizando la información con datos de mayor a menor importancia, a través de la respuesta a las denominadas 5 w y 1 h. Esta estructura trata de mantener la atención del receptor de la información dosificando los puntos de interés. Una de las aplicaciones prácticas de este método tiene que ver con la prensa, especialmente con los diarios: La organización de mayor a menor importancia de los contenidos permite acortar un artículo sin deformarlo ni quitar información esencial en caso de necesidad de espacio extra.

## Características de la Noticia

Para que una noticia sea considerada efectiva y correctamente elaborada debe tener ciertas características, como:

- **Completa:** Dar toda la información necesaria para cumplir un propósito.
- **Concisa:** Decir lo que se deba con el menor número de palabras compatibles con la claridad, lo completo y lo cortés de un texto.
- **Clara:** Toda comunicación escrita debe hacerse de tal modo que no sólo pueda interpretarse sino que no pueda interpretarse mal. Las frases cortas, las palabras breves y el interés humano contribuyen a una comprensión más fácil del texto.
- **Correcta:** Una información no debe contener ninguna deformación de los hechos por el uso indebido del lenguaje. Debe estar bien escrita desde el punto de vista de la sintaxis, la ortografía y la tipografía o caligrafía.
- **Cortés:** Una comunicación debe estar escrita en el tono adecuado, preferentemente cortés, pues es muy importante cómo se dicen las cosas.

### 1.4.3. Calidad De Información

La calidad de información, en el ámbito periodístico, debe basarse en las características mencionadas que debe poseer la noticia y la información misma en su codificación dentro de los medios impresos, eso incluye indiscutiblemente al lenguaje que se utilice para el manejo o tratamiento de la información periodística y de su orientación netamente informativa.

De esta forma la calidad ha de referirse a normas y criterios establecidos y tenidos en cuenta para ejercer la labor de informar masivamente sin alejarse de los otros “objetivos” de los medios de comunicación, Informar y entretener.

Así, haciendo referencia a dichas normas y criterios, Luz Barrera menciona:

“Calidad según lo anterior sería el cumplimiento de unos estándares informativos, en los cuales pueden tenerse en cuenta las tres acepciones anteriormente citadas, dos o sólo una, según la naturaleza, la política y los intereses de la empresa informativa”<sup>22</sup>

Por lo que la calidad de la información y su correcto manejo son dos puntos importantes e interrelacionados para ejercer un buen periodismo.

#### **1.4.4. Manejo de Información en la Noticia**

En primera instancia los titulares de prensa cumplen la función de atraer el interés del lector hacia una información recae en buena medida sobre los titulares.

Un titular es el conjunto de palabras que encabeza cualquier texto periodístico y le da nombre o título. En ellos se debe presentar de modo objetivo, atractivo y sintético la información que seguidamente se desarrolla. Por lo que el titular también determina o influye en la actitud del lector frente a dicho hecho noticioso.

De forma general hay dos tipos de titulares que, a más de lo anterior mencionado, influyen en el lenguaje de los lectores al igual que el contenido mismo de la noticia.

#### **Titulares Informativos**

Son un resumen breve y conciso de la noticia o texto que viene a continuación de ellos. Se distinguen por ser habitualmente afirmativos y por su claridad. Muchas veces se produce la omisión del verbo y se emplean sobre todo sustantivos y adjetivos, que proporcionan rotundidad y concisión.

---

<sup>22</sup> BARRERA, Luz Carmen. *La Calidad De La Información Periodística*. Grupo de Investigación en Periodismo, GIP. Universidad de La Sabana

Los titulares informativos se caracterizan por su objetividad y porque no condicionan al lector a la hora de interpretar la noticia que va a leer. Se remiten fielmente al hecho ocurrido o a la información.

### **Titulares Líricos**

Los titulares líricos emplean una gran variedad de procedimientos retóricos para impresionar al posible lector y se utilizan para generar interés en el público. Son los titulares llamativos que en cierto grado condicionan la interpretación o valoración de la noticia que el lector pueda realizar.

Dentro de estos podría ubicarse a los titulares sensacionalistas como un recurso extremo para captar la atención de los lectores. Algunos recursos utilizados por estos titulares pertenecen a la mejor tradición de la retórica literaria pero que son utilizados para atraer de cualquier forma la lectura de la noticia, incluyendo crear sorpresa.

Entre los recursos que se utilizan están:

**Ambigüedad:** Empleo de palabras con varios posibles significados.  
Juego de palabras.

**Paradoja.** Combinación de palabras que aparentemente se contradicen.

**Frases modificadas.** Una frase hecha muy común o el título de alguna obra literaria se renuevan al sustituir alguno de sus elementos por otro nuevo. Entre otras.

En cuanto al contenido de la noticia se encuentran los mismos parámetros, incluyendo una mezcla en el uso de estos recursos ya que en todo el ámbito de la prensa existen noticias cuyos titulares son de carácter lírico y su contenido noticioso es informativo y viceversa, que es lo que debe tomarse en cuenta ya que el titular es lo que mayor atrae o provoca

el interés del lector y allí el primer paso para determinar la línea u orientación de la noticia y del carácter informativo del medio impreso.

#### **1.4.5. Lingüística y Semiótica**

Para poder establecer un análisis de contenido de manera breve del diario en estudio es importante tomar en cuenta las principales características que una nota periodística debe poseer como por ejemplo la semiología o semiótica que según Charles Sanders Peirce<sup>23</sup>, *“la semiótica es la que debería incluir a las demás ciencias que tratan de los signos en determinados campos de uso o del conocimiento”*. Este pensamiento es coherente con el hecho de que la semiótica se plantea como la ciencia básica del funcionamiento del pensamiento, intentando responder la interrogante de cómo el ser humano conoce el mundo que lo rodea, cómo lo interpreta y cómo construye y crea conocimiento y lo transmite. Por esto, la semiótica ha llegado a ser planteada como la ciencia de las ciencias rivalizando con la epistemología.

En lingüística se utiliza más la palabra semántica, porque la semántica es una ciencia que estudia los significados de los signos pero sólo en comunicaciones escritas (y humanas), la semiótica estudia la comunicación escrita y oral en general (y la semiótica también todos los signos -incluyendo los que usan los animales en sus expresiones.

El signo lingüístico es la combinación de un concepto (significado) y de una imagen acústica (significante), que componen en conjunto una entidad lingüística de dos caras interdependientes. Es una construcción social que funciona dentro de un sistema lingüístico y que pone un "elemento" en lugar de otro. Como sistema, tiene la capacidad de aplicarse a sí mismo y de explicar los demás sistemas de signos; pero es importante advertir que en la lingüística y en la semiótica la teoría define

---

<sup>23</sup> Es considerado el fundador del pragmatismo y el padre de la semiótica moderna.

al objeto, y por lo tanto el signo es consecuencia de una perspectiva teórica.

El significado según Saussure<sup>24</sup> *“es el contenido mental que le es dado a este signo lingüístico. Es decir, es el concepto o idea que se asocia al signo en todo tipo de comunicación, como es el contenido mental”*. Éste depende de cada persona, ya que cada una le asigna un valor mental al significado, pero por convención este significado debe ser igual para realizar una comunicación óptima es decir que cada redacción debe contar con el criterio y la responsabilidad de la persona que lo escribe ya que al exponer su manera de pensar estará representando a todas las personas que como el piensa de misma manera o buscar un punto de equilibrio y ser parcial en cada criterio expuesto en el diario.

El término *significante* se utiliza en lingüística estructural y en la semiótica para denominar aquel componente material o casi material del signo lingüístico (la imagen acústica, la cadena de fonemas que en una determinada secuencia conforman una palabra hablada) y que tiene la función de apuntar hacia el significado (representación mental o concepto que corresponde a

Lacan<sup>25</sup> también expone un punto de vista diferente a Saussure pero Debido a que el concepto de Lacan puede resultar difícil de entender, una simplificación posible es afirmar que Lacan quiere decir que el pensar está constituido básicamente por significantes que cambian continuamente de significado. Por tanto, el psicoanalista debe, en muchos casos, dar mayor importancia al *significante* (el fonema u otra representación hecha por la persona durante el análisis) que al "supuesto" significado. Una persona durante un psicoanálisis puede usar un *significante* creyendo a nivel

---

<sup>24</sup> Lingüista suizo, cuyas ideas sirvieron para el inicio y posterior desarrollo del estudio de la lingüística moderna en el siglo XX. Se le conoce como el padre de la lingüística del siglo XX

<sup>25</sup> Reinterpretó y amplió la práctica psicoanalítica basándose en la experiencia analítica y en la lectura de Freud. Incorporó además a nivel teórico nociones de origen lingüístico, filosófico y topológico que lo llevaron a redefinir muchos de los principales términos del léxico psicoanalítico

consciente que le está dando un significado, sin embargo, muchas veces, ese significante remite -y es lo que importa- a otros significados que de momento son inconscientes.

Por eso el redactor de cada nota periodística debe cumplir con estos parámetros y llevarlos a cabalidad de una manera consiente de la realidad de cada sector social y no como una expresión individual sino como la conexión de toda la sociedad.

### **1.5. El Diario Súper**

El diario súper como diario familiar y popular posee diferentes características y va dirigido a personas de extracto medio y de poca lectura lo que conlleva a tener una visión y misión más propia y acorde a su público.

Según lo que publica el diario Súper en la página web oficial dice: *“SÚPER es el primer diario del país dirigido para lectores de todos los gustos y con temas de interés para cada uno de los miembros de la familia ecuatoriana”*<sup>26</sup>

Este producto es un Diario familiar en formato tabloide de circulación nacional que ofrece noticias, entretenimiento, farándula, deportes, curiosidades: además de ser un producto del diario El Universo, sigue los mismos preceptos como la misión, visión, objetivos, valores y principios como se los menciona a continuación<sup>27</sup>:

#### **Visión**

“Ser una organización sólida y cohesiva, identificada con los más caros intereses nacionales, enfocada a su razón de ser y líder en contenidos periodísticos, para ser el mayor y mejor diario nacional.”

---

<sup>26</sup> Publicado en la página oficial del Diario Súper. Disponible en línea: <http://www.super.com.ec/> (Mayo 2012).

<sup>27</sup> Página oficial del Diario El Universo. Consulta en línea. disponible en: <http://www.eluniverso.com/quienessomos/organizacion.htm#7> (Mayo 2012)

## **Misión**

“Informar sobre lo acontecido en las últimas veinticuatro horas en la ciudad, en el país y en el mundo, de manera clara, objetiva, honesta, imparcial y veraz y orientar y ofrecer elementos de reflexión sobre los asuntos de orden público desde los espacios editoriales y de análisis; en un producto útil, convenientemente presentado, bien impreso y que llegue a todos los sectores del país en el momento oportuno.

Hacer todos los días el mayor y mejor periódico del Ecuador.

## **Valores<sup>28</sup>**

Son valores fundamentales de El Universo:

- » Verdad
- » Libertad
- » Responsabilidad
- » Honestidad
- » Justicia
- » Respeto a la dignidad humana
- » Lealtad al país
- » Respeto a la libre expresión del pensamiento

El Universo entrega día a día a miles de lectores los diversos productos y secciones para mantener siempre informado, aportando con ello al desarrollo de la cultura y conciencia crítica de la comunidad.

## **Principios<sup>29</sup>**

Hay que recordar que los principios son los mismos con los que se rige El Universo de los que se destacan los que poseen mayor aplicación al periodismo desde un punto de vista general abarcando al Diario Súper. Estos principios son:

---

<sup>28</sup> Página oficial del Diario El Universo. Consulta en línea. disponible en: <http://www.eluniverso.com/quienessomos/organizacion.htm#7> (Mayo 2012)

<sup>29</sup> Página oficial del Diario El Universo. Consulta en línea. disponible en: <http://www.eluniverso.com/quienessomos/organizacion.htm#7> (Mayo 2012)

“Recordamos siempre que trabajamos para el lector y que esto implica la responsabilidad de ser depositario del derecho que tiene todo ciudadano a ser informado veraz e imparcialmente.”

“Favorecemos todos los esfuerzos en pro de la paz y rechazamos cualquier movimiento que invoque la violencia o las vías de hecho para la consecución de sus fines. Rechazamos las posturas extremas y adoptamos una posición de centro y de equilibrio frente a los problemas del país.”

“Utilizamos las páginas del diario, para cumplir nuestros objetivos periodísticos, en ningún caso, para favorecer o perjudicar a personas, grupos económicos, partidos políticos, denominaciones religiosas, organizaciones sociales o instituciones públicas o privadas, ni para buscar beneficios personales.”

De la misma forma deben existir principios que orienten la información según el público para beneficiar al lector y en el caso positivo impulsar su desarrollo.

#### **1.5.1. Situación Actual:- Agencia del Diario Súper La Libertad**

Como en toda sociedad el rol de los diarios escritos es un pilar importante en el desarrollo de la colectividad, este medio de comunicación es el encargado no solo informar sino de generar un espacio determinado de opinión y criterio además de poseer el poder de influenciar positiva o negativamente en los habitantes.

En la provincia de Santa Elena, existen diferentes medios de comunicación escritos que son los responsables de mantener informada a la comunidad de las noticias y hechos que son relevantes en el medio que nos desenvolvemos.

En la actualidad el Diario Súper esta entre los diarios más importantes en la provincia de Santa Elena y uno de los primeros con mayor circulación en el Cantón La Libertad por ser uno de los promotores de noticias locales.

De igual manera el rol del diario familiar “Súper” ha ascendido de manera impresionante volviéndose así en uno de los diarios más vendidos en estos ocho años de circulación en la provincia alcanzando un tiraje de 150 mil ejemplares por día según los datos tomados en la página oficial de este diario. Es de esta manera que las personas de diferentes estratos sociales del cantón La Libertad y toda la provincia adquieren este medio de información según las preferencias de cada persona.

### **1.5.2. Análisis Lingüístico**

El tipo de texto y su género determinan los objetivos para los que son utilizados los recursos lingüísticos que con mayor frecuencia aparecerán en ellos. Así, sabiendo el texto ante el que nos encontramos podemos suponer la presencia de ciertas estructuras gramaticales y al contrario, viendo la presencia de determinadas estructuras gramaticales podemos suponer ante qué tipo de texto estamos.

Estas son las características principales de una narración de tipo noticia breve:

- Objetividad
- Precisión
- Concisión
- Orden

Para llevar a cabo cada una de ellas se realizan diversas funciones:

- Objetividad: no implicación del narrador, citar fuentes de información, justificar
- Precisión: descripción de sucesos, definición de elementos, añadir información necesaria
- Concisión: oraciones cortas, ausencia de sinónimos, mantenimiento de referente
- Orden: habitualmente cronológico

- Y estas funciones llevan consigo la utilización de ciertos recursos lingüísticos:
- Objetividad: verbos en 3ª persona, oraciones causales, modales
- Precisión: oraciones copulativas, oraciones de relativo
- Concisión: signos de puntuación, pronombres
- Orden: oraciones temporales, aspecto verbal

### **1.5.3. Análisis de Forma**

Todo medio de prensa, incluso más allá de su conciencia explícita, desarrolla una estrategia y va construyendo un perfil, es decir una cara frente a la sociedad que es también un espacio de instalación cultural. Este perfil será la identidad que el medio adopte ante la sociedad pero solo unos pocos podrán constituirse como modelos.

El Diario Súper se consolidó en la sociedad peninsular en sus inicios como un medio diferente que prometía ser gestor no solo de generar opinión pública en cada una de sus redacciones, también prometía ser gestor de cambios en este medio de redacción en la provincia adoptando una identidad positiva y captando la aceptación del medio en el que incursionaba, pero en el transcurso de esta adopción las formas de redacción que empezaron a adquirir marcaron un momento crucial para realizar esta investigación.

#### **Análisis Forma: Narración**

El Diario Súper sigue un estilo periodístico sencillo lo que hace a la noticia fácil de entender, pero al utilizar el recurso en los titulares predomina la estrategias para llamar la atención y en muchos casos la utilización incorrecta de las palabras.

Además que las formas de narración utilizadas en este medio se ajusta al tipo de lector según el estrato social lo que permite usar recursos

lingüísticos y gráficos diferentes a otros medios citando como ejemplo al diario el universo.

Para redactar las notas periodísticas existen reglas o bases esenciales que se utilizan como ya sabemos a noticia es un relato de un acontecimiento de actualidad, que despierta el interés del público. El periodista tiene la responsabilidad de relatar con la mayor objetividad y veracidad posible cómo se ha producido ese acontecimiento. Sus funciones están claramente delimitadas y el periodista tiene que cumplirlas con el mayor rigor profesional.

El lector debe recibir la información sin ningún tipo de valoración personal. Cuando el periodista relata la noticia no debe pretender ser el más original y creativo, sino el más objetivo, veraz y preciso. El estilo lingüístico está definido por las siguientes normas: claro, concreto, preciso.

De forma general se podría destacar dos estilos de redacción que predominan en los medios escritos

### **Estilo Directo**

- Relato impersonal: el periodista nunca escribe en primera persona, el texto no debe plasmar lo que siente. Es más objetivo.
- Tiene que responder a la seis “W”: qué, quién, dónde, cuándo, cómo y por qué.
- Los datos del texto se estructuran en forma de pirámide invertida: los datos más importantes al principio y lo menos al final.
- Si se incluyen datos subjetivos, explicaciones, opiniones... el periodista nunca los hará suyos, sino que irán asociados a una fuente.
- Lenguaje aséptico y descriptivo, sobrio y escueto; no utilizar adjetivos calificativos y buscar palabras que no tengan doble significado.

## **Estilo indirecto o de color**

Podríamos decir que es la forma más humana del estilo directo, es decir, se trata de transmitir imágenes con las palabras.

- La o el periodista existe, puede aparecer, Lo normal es que incluya sus propias sensaciones y vivencias.
- Los protagonistas son más humanos: personas con un nombre, edad, sexo, ideas...
- Mostrar la voz de los personajes: abundan en citas y declaraciones.
- Mostrar la vida del personaje: contar anécdotas.
- Humanizar al receptor: nos dirigimos a una audiencia conocida.
- Contextualizar acontecimiento en el mundo real.
- La literatura se utiliza, a través de estrategias, para dar vida al relato.
- Hay que mantener el suspense rechazando así la pirámide invertida. Así, podemos escribir de lo menos a lo más importante.
- Utilizar narración y descripción, diálogos, citas y declaraciones, que la narración y el diálogo lleven al desarrollo de la noticia, además de introducir personajes secundarios que dan vida al relato.
- El texto se escribe de manera más literaria, explotando la función poética del lenguaje.

## **Estilos y Los Titulares**

El Diario Súper utiliza recursos en la construcción de titulares o encabezados para captar la atención de sus lectores en la portada de diario y en cada una de sus notas o redacciones periodísticas siendo este su principal recurso generador de interés.

Se identifica un estilo indirecto, que mediante el uso de términos populares dan a conocer una noticia o hecho, alejándose de una pauta básica al momento de redactar una nota periodística donde el titular debe destacar la noticia sin artificios.

El titular puede estar conformado por tres elementos que son:

- **Epígrafe:** Es un texto breve que entrega un antecedente importante para entender el titular y la noticia. Muchas veces no es posible decirlo todo en el titular, ya que este tiene que ser breve. Por esta razón, se echa mano de los antetítulos y subtítulos, que ofrecen más datos sobre la noticia que se quiere destacar, completando así lo que el titular pueda decir sobre ella. Aporta la información necesaria para complementar a la del titular
- **Titular:** Es el título de la noticia, destinado a captar la atención de los lectores. Con frecuencia los titulares dan una noticia escogiendo el hecho principal que pretenden destacar. El **titular** es la primera toma de contacto del lector con la noticia. Debe ser atractivo para que el lector siga leyendo, por ello, sus funciones serán las de informar y atraer al lector
- **Bajada o (Bajada de título):** Amplía el contenido sugerido por el epígrafe y el titular, adelantando algunos pormenores. Los periódicos prefieren guiar a los lectores para que aterricen y busquen en el subtítulo alguna explicación que complemente lo que el título nos dice.

Sin bien es cierto la aplicación de los conocimientos sobre periodismo amerita el uso de las prácticas y técnicas profesionales para ejercer correctamente dentro del periodismo y bajo las normas éticas y objetivas. En el caso del diario familiar súper, estas estructuras o estrategias narrativas adoptadas de los medios impresos locales ya existentes anterior al Súper.

El Diario Súper se apostaba por ser un diario que realce el periodismo en la Península y ese debe ser su objetivo primordial sin desmerecer la calidad periodística por el atractivo visual o de lectura.

## **MARCO CONCEPTUAL**

### **2.1. Aprendizaje por Observación**

Es la forma más común en que se adquieren las conductas. Una persona modela la conducta y el individuo la imita, sobre todo si el modelo obtuvo una recompensa por hacerlo. (Albert Bandura, 1977)

### **2.2. La Psicología Evolucionista**

Propone que la psicología y la conducta de los humanos y primates pueden ser entendidas conociendo su historia evolutiva. Específicamente, propone que la mente de los primates, incluido el hombre, está compuesta de muchos mecanismos funcionales llamados adaptaciones psicológicas o mecanismos psicológicos evolucionados que se han desarrollado mediante selección natural por ser útiles para la supervivencia y reproducción del organismo.

### **2.3. Völkerpsychologie**

Acuñado por Wilhelm Von Humboldt, con la finalidad de estudiar el “espíritu del pueblo” o el “carácter nacional”. Mejor conocido como Psicología de los Pueblos (conocida también como psicología etnológica o psicología étnica), es una rama de la psicología que se empezó a desarrollar en el siglo XIX. Su objetivo es el estudio de los comportamientos de los grupos en relación con la identidad étnica de los mismos. Está influenciada por el romanticismo que, como reacción al cosmopolitismo de la ilustración, hace énfasis en los aspectos populares y étnicos de los pueblos.

### **2.4. La Conducta Humana**

Entendemos por conducta el acto realizado como reacción ante el estímulo. Este acto incluye el pensamiento, movimientos físicos, expresión oral y facial, respuestas emocionales.

El estudio de la conducta humana se caracteriza porque sostiene que la conducta:

- Esta causada y, por lo tanto, para conocerla hay que analizar los hechos que la preceden.
- Varía con la naturaleza del estímulo y debe hacerse cargo con él y de la situación en que se da;
- Varía también con la naturaleza de la persona, debe ser analizada para ser comprendida y se debe tratar de saber de sus aptitudes, temperamento, carácter, experiencias anteriores.

Situaciones, diferencias individuales, hábitos, actitudes y fines son los datos fundamentales que se deben analizar para entender la conducta humana.

La psicología tiene por objeto conocer científicamente a los seres humanos, para ello, observa su conducta o comportamiento y describe las diferentes formas de la conducta, identifica cada una de estas formas y las distingue de las demás, las explica e interpreta y también aplica todo este saber organizado a los asuntos de la vida práctica.

## **2.5. Psicología Social**

Es la rama de la psicología que estudia cómo el entorno social influye directa o indirectamente en la conducta y comportamiento de los individuos. Los psicólogos sociales se interesan por el pensamiento, emociones, deseos y juicios de los individuos, así como por su conducta externa.

Los fenómenos psíquicos internos pueden deducirse a partir de ciertas peculiaridades de la conducta y comportamiento externos. La investigación ha demostrado que el individuo es influido por los estímulos sociales al estar o no en presencia de otros y que, en la práctica, todo lo

que un individuo experimenta está condicionado en mayor o menor grado por sus contactos sociales.

El campo de estudio de la psicología social se basa en el análisis del individuo en sociedad, y el influjo que ésta y el resto de individuos ejercen sobre cada individualidad, en un proceso de reciprocidad o interacción. Individuo y sociedad son dos conceptos clave en este tipo de psicología.

## **2.6. Estimulo Social**

Son los aspectos externos, provenientes de la sociedad que influyen en un individuo y producen efectos en el mismo, momentáneos o que se arraigan en la conducta, dependiendo del tipo de estímulo que sea. Cada individuo puede también generar estímulos sociales y afectar a los demás individuos.

La influencia de los factores sociales sobre la *psique* del individuo es un hecho evidente en los temas propios de la psicología social y relacionada con la sociología, que influyen profundamente en la conducta del individuo en la sociedad.

La cultura ejerce indudablemente una notable influencia sobre la personalidad individual, pero también el desarrollo de esta última se proyecta sobre aquélla en recíproca acción con un efecto social generalizado.

## **2.7. La Autorregulación Periodística**

Nace del compromiso voluntario de los agentes que participan en el proceso de comunicación y se dirige a complementar la libertad de los medios de comunicación con un uso responsable de la misma. No se trata de poner la comunicación al servicio de ninguna causa, sino más bien lo contrario: de prevenir que la comunicación y sus contenidos sean utilizados para fines ajenos, desvirtuando así sus propios bienes internos.

Las diferentes formas de autorregulación periodística tienen su origen en la deontología profesional periodística.

## **2.8. La Educación Social**

Es una profesión de carácter pedagógico, generadora de contextos educativos y acciones mediadoras y formativas, que son ámbito de competencia profesional del educador social, posibilitando:

- La incorporación del sujeto de la educación a la diversidad de las redes sociales, entendida como el desarrollo de la sociabilidad y la circulación social.
- La promoción cultural y social, entendida como apertura a nuevas posibilidades de la adquisición de bienes culturales, que amplíen las perspectivas educativas, laborales, de ocio y participación social.

## **2.9. Psicología de la Comunicación**

Forma parte de la Psicosociología que es la disciplina que estudia, analiza e interviene en los procesos de interacción y comunicación humana a través de una mirada inter e intrasubjetiva.

Se podría considerar la Psicosociología como el punto de encuentro entre la psicología y la sociología que sumadas a los aportes de otras disciplinas tales como la filosofía, la comunicación, el derecho o la medicina, entre otros. Se constituye en una ciencia particular y autónoma. Entre las principales áreas de la psicosociología se encuentran: Psicosociología de las organizaciones e instituciones; Psicosociología de la comunicación; Psicosociología de la educación; Psicosociología de la salud y; Psicosociología política

## **2.10. Lingüística**

La lingüística moderna tiene su comienzo en el siglo XIX con las actividades de los conocidos como neogramáticos que, gracias al descubrimiento del sánscrito, pudieron comparar las lenguas y reconstruir una supuesta lengua original, el idioma proto-indoeuropeo. Esto animó a los lingüistas tratar a crear una ciencia positiva en la que incluso se llegó a hablar de leyes fonéticas para el cambio lingüístico.

## **2.11. Semiótica**

La semiótica o semiología es la ciencia que trata de los sistemas de comunicación dentro de las sociedades humanas.

Saussure fue el primero que hablo de la semiología y la define como: "Una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social"; añade inmediatamente: "Ella nos enseñará en que con los signos y cuáles son las leyes que lo gobiernan (...)".

El americano Peirce (considerado el creador de la semiótica) concibe igualmente una teoría general de los signos que llama semiótica. Ambos nombres basados en el griego "*Semenion*" (significa signo) se emplean hoy como prácticamente sinónimos.

En la semiótica se dan corrientes muy diversas y a veces muy dispares por lo que más que una ciencia puede considerarse un conjunto de aportaciones por la ausencia del signo y el análisis del funcionamiento de códigos completos.

## **2.12. Semántica**

La semántica estudia las diferentes relaciones que contrae un signo con todos los demás, pues todo el léxico constituye un sistema, cuya estructuración facilita a los hablantes la adquisición de ese léxico.

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. No obstante lo dicho, hay que tener en cuenta que este significado tiene dos componentes:

- Denotación. Son los rasgos conceptuales objetivos. Es el significado que presenta una palabra fuera de cualquier contexto. Constituyen el núcleo semántico fundamental. Son comunes a todos los hablantes. Es el significado que encontraremos en el diccionario
- Connotación. 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.

## MARCO LEGAL

### 3.1. La Constitución de la República del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador de 2008, es la carta magna vigente en la actualidad aprobada por la Asamblea Constituyente y es el fundamento jurídico del Ecuador; los ciudadanos, instituciones, medios y el gobierno.

Según lo que expresa la Constitución en el artículo 3, los deberes primordiales del Estado son:

- 1. Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes.*
- 2. Garantizar y defender la soberanía nacional.*
- 3. Fortalecer la unidad nacional en la diversidad.*
- 4. Garantizar la ética laica como sustento del quehacer público y el ordenamiento jurídico.*
- 5. Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.*
- 6. Promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización.*
- 7. Proteger el patrimonio natural y cultural del país.*
- 8. Garantizar a sus habitantes el derecho a una cultura de paz, a la seguridad integral y a vivir en una sociedad democrática y libre de corrupción.<sup>30</sup>*

---

<sup>30</sup> Art. 3. Título I: Elementos Constitutivos del Estado. Capítulo primero: Principios Fundamentales

Dentro del artículo citado los tres últimos numerales pueden hacer alusión al tema de estudio al referirse a promover el desarrollo, a proteger la cultura y a garantizar una cultura de paz, ya que los tres puntos tienen relación, pues su base es el aspecto social y por lo tanto se debe incentivar desde todos los campos, en este caso de los medios impresos, a la sociedad en función de los numerales mencionado.

En el Título segundo se menciona que: *“Las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos son titulares y gozarán de los derechos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales.*

*La naturaleza será sujeto de aquellos derechos que le reconozca la Constitución.”<sup>31</sup>*

Esto para conocer que todos los ciudadanos poseen derechos y que gozan de ellos para su cumplimiento y defensa de los mismos.

En el artículo 16, perteneciente a *Derechos del Buen Vivir*, declara que:

*“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 símbolos.*
- 2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.*
- 3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.*
- 4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.*
- 5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.”<sup>32</sup>*

---

<sup>31</sup> Art. 10. Título II: Derechos. Capítulo Primero: Principios de Aplicación de los Derechos

Bajo el contenido de este artículo, el numeral uno es el que más se apega a la temática de esta investigación mencionando la comunicación libre, facultad de los ciudadanos, así como intercultural, incluyente, diversa y participativa, aplicado a todos los aspectos y medios de la comunicación, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos, esto también hace referencia al empleo y manejo del lenguaje.

Continuando, el Artículo 17 que establece que el Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto menciona en su numeral dos que: *“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”*<sup>33</sup>.

Uno de los artículos más cercanos a la problemática planteada es el artículo 19 que expresa:

*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.*<sup>34</sup>

Es importante hacer énfasis en la regulación de contenidos, para que lo que se publica se alinee a los objetivos primordiales de los medios; informar, formar y educar.

---

<sup>32</sup> Art. 16. Título II: Derechos. Capítulo Segundo: Derechos del Buen Vivir. Sección Tercera Comunicación e Información.

<sup>33</sup> Ibid. Art. 17.

<sup>34</sup> Ibid. Art. 19

Un punto de interés es mencionado en el artículo 380 que expresa que entre las responsabilidades del Estado se encuentra, establecer incentivos y estímulos para que las personas, instituciones, empresas y medios de comunicación promuevan, apoyen, desarrollen y financien actividades culturales.

Tanto como responsabilidad e incentiva propia del Estado, las medidas para que la comunicación, a través de los medios impresos, promuevan fines culturales también tiene relación con ética, la responsabilidad social, el lenguaje mismo y el estilo, que deben ir en función de dicho apoyo a actividades culturales, ya que el lenguaje es parte de la cultura de un sociedad.

En la Sección Séptima, sobre Comunicación social se menciona que:

*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 la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.<sup>35</sup>*

El derecho a la libertad de expresión siempre genera opiniones diversas y en este caso, a más de tomar en cuenta lo que se expresa o publica esta la imagen social que se difunde y el lenguaje que se utiliza, con lo que se influye en la sociedad, en su cultura social y lingüística.

---

<sup>35</sup> Art. 384 Título Sexto Régimen del Buen Vivir. Capítulo Primero Inclusión y Equidad. Sección Séptima: Comunicación Social

### 3.2. Ley de Ejercicio Profesional del Periodista Ecuatoriano

Publicada en el Registro Oficial No. 900, el 30 de Septiembre de 1975, en Decreto No. 799-B, por la Presidencia del General Guillermo Rodríguez Lara, se expresa que debe protegerse al periodista profesional y estimular su superación intelectual y material, además se menciona que los ecuatorianos tienen derecho a expresar su pensamiento sin otras restricciones que las que imponen la Ley, la moral y la seguridad nacional.

El en Capítulo I se determina quienes pueden considerarse periodistas profesionales, a lo que dice:

- a) Quien hubiere obtenido el correspondiente título académico conferido por las universidades u otros establecimientos de educación superior de la República;*
- b) Quien hubiere obtenido ese título u otro equivalente, en universidades o planteles de educación superior del extranjero, y lo revalidare legalmente en el Ecuador, y*
- c) Quien obtuviere un certificado de profesionalización otorgado por el Ministerio Educación Pública, en razón de haber ejercido la profesión con anterioridad a la fecha de vigencia de esta Ley, y de acuerdo con sus disposiciones<sup>36</sup>.*

Claramente se hace énfasis en la profesionalización de las personas que ejerzan o quieran ejercer el periodismo en el Ecuador.

En el Capítulo II, de la Federación Nacional de Periodistas, desde el artículo 2 hasta el 14 se menciona que dicha federación se regirá por esta ley, sus estatutos y reglamentos y por el Código de Ética Profesional. Además menciona los órganos de la Institución: La Asamblea Nacional; El Comité Ejecutivo Nacional; Los Colegios provinciales; y, Los Tribunales de Honor, también expresa que a la Asamblea Nacional le corresponde dictar los estatutos y reglamentos de la Federación y sus reformas; y, al Comité Ejecutivo Nacional, el Código de Ética Profesional. Todos estos documentos serán puestos a conocimiento del Ministerio de Educación Pública para su aprobación legal.

---

<sup>36</sup> Art. 1 Capítulo I. Ley de Ejercicio Profesional del Periodista Ecuatoriano

Dentro de este tema, el Artículo 9, dicta que en las provincias en las que residieren diez o más periodistas profesionales, se constituirá un colegio provincial que tendrá personería jurídica y domicilio en la capital de la provincia. Y que la personería jurídica de un colegio provincial se obtendrá por efecto de la aprobación por el Ministerio de Educación Pública, de los estatutos de la Federación Nacional de Periodistas, los mismos que rigen para todos los colegios provinciales de la República.

Referente a los Tribunales de Honor, en consideración a la gravedad y circunstancias de la falta cometida, podrán imponer las siguientes sanciones:

- a) Amonestación escrita;*
- b) Multa; y,*
- c) Suspensión temporal del ejercicio profesional de tres meses a un año.*

*De la sanción determinada en el literal c), podrá apelarse ante el Comité Ejecutivo Nacional, dentro de los ocho días posteriores a la respectiva notificación.*

*El Tribunal de Honor, cuando los actos cometidos por un periodista profesional, fueren dolosos, podrá recomendar la suspensión definitiva de su ejercicio profesional y la consiguiente expulsión de la entidad, al colegio provincial al que pertenezca el periodista<sup>37</sup>.*

Estas competencias pueden ejercerse por el Colegio de Periodistas Provincial pero la problemática es que no todos los que ejercen periodismo están afiliados a dicha institución.

Por esto, en el Capítulo III, Del Ejercicio de la Profesional, entre otras cosas menciona los cargos que pueden desempeñar exclusivamente los periodistas profesionales, los mismos que son: jefes, subjefes, secretarios de redacción o de información, reporteros o cronistas, titulares o correctores de estilo, reporteros gráficos, corresponsales, diagramadores e informadores; y, directores, jefes y reporteros de los programas de información radial, televisada y cinematográfica.

---

<sup>37</sup> Art. 12 Capítulo I. Ley de Ejercicio Profesional del Periodista Ecuatoriano

De forma expresa en el Artículo 25, se prohíbe el ejercicio de la profesión de periodista o el desempeño de cargos por personas que no cumplan con las disposiciones de esta Ley. Así mismo dicta que para que el periodista profesional pueda gozar de los beneficios de esta Ley, debe hallarse afiliado a uno de los colegios provinciales. Artículo 27.

### **3.3. Código de Ética Profesional: Federación Nacional de Periodistas del Ecuador**

Según facultad de la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador dicta el siguiente Código de Ética Profesional para normar la conducta profesional de los periodistas ecuatorianos.

En el Capítulo I, El Periodista y la Comunidad, se establecen puntos muy importantes para el periodismo y la información.

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

Estos principios van en concordancia con la Constitución de la República del Ecuador. En los artículos siguientes menciona que *“El periodista debe lealtad a las aspiraciones y a los valores fundamentales de su comunidad”*<sup>38</sup>.

Consecuentemente el artículo 3 expresa:

*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.*<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Art. 2. Capítulo I, El Periodista y la Comunidad. Código de Ética de la Federación Nacional de Periodística del Ecuador

<sup>39</sup> Ibid. Art. 3.

Promover el desarrollo social también conlleva, en cuanto a cultura, al comportamiento psico-social y al lenguaje, por lo que es importante promover dicho desarrollo.

Uno de los artículos que posee mayor trascendencia es el 4 que menciona que la comunidad tiene derecho a ser correctamente informada y el periodista está obligado a evitar la deformación y tergiversación de la información.

También se establece en el artículo 5 que el periodista no debe utilizar su profesión para denigrar o humillar la dignidad humana. Y que 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, como dicta el artículo 7.

Un punto a resaltar, en relación al lenguaje utilizado en los medios de prensa, se da como:

*Artículo 10.- El periodista tiene la obligación de utilizar correctamente los idiomas oficiales<sup>40</sup>.*

Según la Constitución, uno de los idiomas oficiales del Ecuador es el Castellano<sup>41</sup>, por lo que los medios escritos de comunicación deben apegarse al correcto uso y manejo del idioma y del lenguaje escrito.

Refiriéndose, en el Capítulo II, sobre El Periodista y el Estado se puede traer a consideración que *“El periodista debe impulsar y promover los programas del Estado destinados a fomentar el desarrollo integral del*

---

<sup>40</sup> Ibid. Art. 10.

<sup>41</sup> Art. 2. Constitución de la República del Ecuador. Título I: Elementos Constitucionales del Estado. Capítulo I: Principios Fundamentales.

*país*<sup>42</sup>. Aunque en la actualidad existan discrepancias entre los entes gubernamentales del estado y ciertos medios de comunicación.

Más adelante y sobre el Periodista y el Ejercicio Profesional se menciona en el artículo 25 que *“El periodista debe verificar sus informaciones y recurrir a fuentes que garanticen una información veraz”*<sup>43</sup>.

En la misma línea el Artículo 30 expresa: *Le está prohibido al periodista comunicar de mala fe informaciones que atenten contra la dignidad, el honor o prestigio de personas, instituciones y agrupaciones.*

Continuando a manera de deber, el Artículo 31 menciona: *El periodista está obligado a rectificar las informaciones probadas como falsas. Los rumores y las noticias no confirmadas deben identificarse y tratarse como tales.*

Finalmente se hace referencia a El Periodista y la Empresa donde se establece, en el Artículo 38, que: *El periodista exigirá a la empresa respeto a su producción, cuyo sentido no podrá ser cambiado sin su consentimiento.*<sup>44</sup>

De igual forma se expresa en el Artículo 39: *El periodista debe asumir conjuntamente con la empresa la responsabilidad de toda información elaborada por él y difundida sin que ésta haya sufrido alteración ajena a su voluntad.*<sup>45</sup>

Todo esto teniendo en cuenta que los medios deben trabajar en función de la sociedad, difundiendo información veraz, válida de interés y que impulse o promueva el desarrollo social integral.

---

<sup>42</sup> Art. 17. Capítulo II: El Periodista y el Estado.

<sup>43</sup> Art. 25. Capítulo IV: el Periodista y el Ejercicio Profesional.

<sup>44</sup> Art. 38. Capítulo V: El Periodista y la Empresa

<sup>45</sup> Ibid. Art. 39

### **3.4. Principios del Diario El Universo**

El Diario Súper forma parte de El Universo, por lo tanto se presentan los principios que rigen a El Universo.

Principios:

1. Desarrollamos nuestra misión en ejercicio de la libertad de prensa, cuya vigencia será exigida y defendida por el Diario, dentro del marco institucional y en acatamiento a las autoridades legalmente constituidas.
2. Propugnamos el respeto a la vida privada de los ciudadanos, a la moral social, a las instituciones que conforman la sociedad y a la unidad nacional en la aceptación de la diversidad y en la defensa de nuestra territorialidad.
3. Respetamos la dignidad, la intimidad, los derechos y el bienestar de las personas, tanto en el trato empresarial, como en la cobertura periodística. El Universo no prohíja el ocultamiento de información relevante, pero tampoco permite la violación de los derechos de las personas.
4. Favorecemos todos los esfuerzos en pro de la paz y rechazamos cualquier movimiento que invoque la violencia o las vías de hecho para la consecución de sus fines. Rechazamos las posturas extremas y adoptamos una posición de centro y de equilibrio frente a los problemas del país.
5. Mantenemos nuestra independencia y rechazamos presiones de cualquier procedencia para variar el sentido objetivo de una información.
6. Trabajamos sin compromisos políticos, sociales, laborales, comerciales o de cualquier índole que puedan interferir con el derecho primordial del lector a conocer la verdad.

7. Recordamos siempre que trabajamos para el lector y que esto implica la responsabilidad de ser depositario del derecho que tiene todo ciudadano a ser informado veraz e imparcialmente.

8. Defendemos la confidencialidad de las fuentes de información, y de todos los datos que maneja la empresa en todos los departamentos y funciones.

9. Utilizamos las páginas del diario, para cumplir nuestros objetivos periodísticos, en ningún caso, para favorecer o perjudicar a personas, grupos económicos, partidos políticos, denominaciones religiosas, organizaciones sociales o instituciones públicas o privadas, ni para buscar beneficios personales.

10. Mantenemos una organización eficiente y respetuosa de las leyes, que garantice la rentabilidad necesaria para sostener la independencia periodística y asegurar el liderazgo sostenido de la empresa en el tiempo.

11. Creemos que el éxito de nuestra tarea se basa en la selección adecuada del recurso humano y en su desarrollo, compromiso y motivación, así como en una administración eficaz y adecuada. Fomentamos y apreciamos el amor al trabajo bien realizado, los logros de equipo y las buenas relaciones interpersonales.

En conclusión los principios citados corresponden a los diversos derechos dictados en la Constitución, en el Código del Ejercicio Profesional y en los demás instrumentos internacionales sobre periodismo e información con el respeto irrestricto a la libertad de expresión, a la información veraz e imparcial, a la independencia informativa, sin favoritismos o excluyente en ningún caso, como debe ser el periodismo.

### **3.5. Códigos de Ética Internacionales**

La UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) es el único organismo de las Naciones Unidas que tiene el mandato de defender la libertad de expresión y la libertad de prensa.

Conclusiones del Fourth Consultative Meeting of International and Regional Organizations of Journalists (Cuarta Reunión Consultiva de Organizaciones Internacionales y Regionales de Periodistas), realizado en París el 20 de noviembre de 1983.

Participaron: International Organization of Journalists (IOJ), International Federation of Journalists (IFJ), International Catholic Union of the Press (UCIP), Latin-American Federation of Journalists (FELAP), Latin-American Federation of Press Workers (FELATRAP), Union of African Journalists (UJA), Confederation of ASEAN Journalists (CAJ). De esta reunión se conformó el siguiente Código Internacional de Ética Periodística de la UNESCO.

1) El derecho del pueblo a una información verídica:

El pueblo y las personas tienen el derecho a recibir una imagen objetiva de la realidad por medio de una información precisa y completa, y de expresarse libremente a través de los diversos medios de difusión de la cultura y la comunicación.

2) Adhesión del periodista a la realidad objetiva:

La tarea primordial del periodista es la de servir el derecho a una información verídica y auténtica por la adhesión honesta a la realidad objetiva, situando conscientemente los hechos en su contexto adecuado.

3.- La responsabilidad social del periodista:

En el periodismo, la información se comprende como un bien social, y no como un simple producto. Esto significa que el periodista comparte la responsabilidad de la información transmitida. El periodista es, por tanto, responsable no sólo

frente a los que dominan los medios de comunicación, sino, en último énfasis, frente al gran público, tomando en cuenta la diversidad de los intereses sociales.

4.- La integridad profesional del periodista:

El papel social del periodista exige el que la profesión mantenga un alto nivel de integridad. Esto incluye el derecho del periodista a abstenerse de trabajar en contra de sus convicciones o de revelar sus fuentes de información, y también el derecho de participar en la toma de decisiones en los medios de comunicación en que esté empleado.

5.- Acceso y participación del público:

El carácter de la profesión exige, por otra parte, que el periodista favorezca el acceso del público a la información y la participación del público en los medios, lo cual incluye la obligación de la corrección o la rectificación y el derecho de respuesta.

6.- Respeto de la vida privada y de la dignidad del hombre:

El respeto del derecho de las personas a la vida privada y a la dignidad humana, en conformidad con las disposiciones del derecho internacional y nacional que conciernen a la protección de los derechos y a la reputación del otro, así como las leyes sobre la difamación, la calumnia, la injuria y la insinuación maliciosa, hacen parte integrante de las normas profesionales del periodista.

7.- Respeto del interés público:

Por lo mismo, las normas profesionales del periodista prescriben el respeto total de la comunidad nacional, de sus instituciones democráticas y de la moral pública.

8.- Respeto de los valores universales y la diversidad de las culturas:

El verdadero periodista defiende los valores universales del humanismo, en particular la paz, la democracia, los derechos

del hombre, el progreso social y la liberación nacional, y respetando el carácter distintivo, el valor y la dignidad de cada cultura, así como el derecho de cada pueblo a escoger libremente y desarrollar sus sistemas políticos, social, económico o cultural. El periodista participa también activamente en las transformaciones sociales orientadas hacia una mejora democrática de la sociedad y contribuye, por el diálogo, a establecer un clima de confianza en las relaciones internacionales, de forma que favorezca en todo la paz y a justicia, la distensión, el desarme y el desarrollo nacional.

9.- La eliminación de la guerra y otras grandes plagas a las que la humanidad está confrontada:

El compromiso ético por los valores universales del humanismo previene al periodista contra toda forma de apología o de incitación favorable a las guerras de agresión y la carrera armamentística, especialmente con armas nucleares, y a todas las otras formas de violencia, de odio o de discriminación, especialmente el racismo.

De igual forma que los principios de El Universo, el Código Internacional de Ética Periodística de la Unesco está dirigido a promover y mantener las buenas prácticas periodísticas en la información, a la responsabilidad social, a la integridad periodística, al respeto en todos sus ámbitos y a todos, a promover el humanismo y la cultura, por lo que el cumplimiento de estas normas asegura un buen trabajo periodístico para el desarrollo integral de las sociedades.

## CAPITULO II

### DISEÑO METODOLÓGICO

#### Diseño de la Investigación

Para lograr comprender el hecho que se estudia en la investigación, es necesario establecer un marco o diseño metodológico que permita conocer, describir y validar la información que se obtenga del problema.

El diseño que se aplica es el transversal lo que ayuda a recoger datos dentro del tiempo establecido de estudio, aplicando diversos métodos que ayuda a despejar las interrogantes. La utilización de métodos teóricos como el deductivo es el más calificado para esta investigación.

Según Alberto Ramírez dice:

*“La deducción es un método de razonamiento que lleva a conclusiones partiendo de lo general aceptado como válido, hacia aplicaciones particulares. Este método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, y principios de aplicación universal y mediante la deducción, el razonamiento y las suposiciones entre otros se comprueba su validez para aplicarlos en forma particular”<sup>46</sup>*

Este método es el mismo que ayuda a partir de la observación de los hechos o casos particulares, plantear el problema a través de la revisión bibliografía, formulaciones las hipótesis, recolección y análisis de datos a llegar a una conclusión o teoría que intente validar las hipótesis planteadas.

También se utiliza el método empírico en este caso la observación científica facilitará la posibilidad de conocer y estudiar el problema, logrando corroborar las teorías expuestas del mismo modo Alberto Ramírez sostiene en su libro de metodología que:

---

<sup>46</sup> RAMÍREZ, Alberto. *Metodología de Investigación Científica*. Pontifica Universidad Javeriana.

*La observación consiste en que el investigador vigila y registra directamente las características de los elementos objeto del estudio. No se refiere únicamente al sentido de la vista, sino que incluye todos los medios de percepción.*

*La observación puede referirse tanto a expresiones verbales lingüísticas como no lingüísticas y también a conductas corporales o incluso a la determinación de distancias entre sujetos<sup>47</sup>.*

La característica definitoria de la observación es que trata de extraer conclusiones, así como construir puntos de vista personales acerca de cómo manejar o calificar situaciones similares en el futuro, en lugar de simplemente registrar algo que ha sucedido.

### **Modalidad de la investigación**

Según Marcelo Saravia la modalidad de la investigación *contiene la descripción y argumentación de las principales decisiones metodológicas adoptadas según el tema de investigación y las posibilidades del investigador. La claridad en el enfoque y estructura metodológica es condición obligada para asegurar la validez de la investigación.*<sup>48</sup>

Con este claro concepto la modalidad de investigación es de campo y para la recolección de la información que valide el proceso de estudio, se determina a la encuesta y la entrevista lo que permite la obtención de datos reales y precisos que describe el objeto de estudio.

### **Tipo de investigación<sup>49</sup>**

*Por el propósito: Investigación Aplicada, para resolver problemas prácticos y concretos*

La investigación aplicada es una actividad que tiene por finalidad la búsqueda y consolidación del saber, y la aplicación de los conocimientos

---

<sup>47</sup> RAMÍREZ, Alberto. *Metodología de Investigación Científica*. Pontificia Universidad Javeriana.

<sup>48</sup> SARAVIA, Marcelo. *Metodología de la Investigación Científica*. Universidad de Barcelona

<sup>49</sup> PAREDES, Wilson. *Como Desarrollar una Tesis*. S&S. Edición 2009

para el enriquecimiento del acervo cultural y científico, así como la producción de tecnología al servicio del desarrollo integral del país.

*Por nivel: Descriptiva para reflejar lo que aparece tanto en el ambiente natural como social.*

*Científicamente describir es medir. En un estudio descriptivo se relaciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente para así describir lo que se investiga.*

*Por el lugar documental, para conocer y comparar diferentes enfoques basados en documentos libros publicaciones.*

*Tiene el propósito de conocer comparar, ampliar, profundizar y deducir diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada basándose en documentos libros o publicaciones.*

La investigación Documental como una variante de la investigación científica, cuyo objetivo fundamental es el análisis de diferentes fenómenos (de orden históricos, psicológicos, sociológicos, etc.), utiliza técnicas muy precisas, de la Documentación existente, que directa o indirectamente, aporte la información.

### **Técnicas e Instrumentos para la Investigación**

Durante el proceso de investigación es imprescindible el uso de diferentes técnicas e instrumentos que faciliten la recolección de datos y el manejo ordenado de la información que se obtenga de la investigación documental y de campo.

*Los instrumentos así se tratan de cuestionarios, test guías de observación, guías de entrevistas, aparatos o instrumentos para medida físicas etc. Siempre estarán destinados a*

*proporcionar una definición operacional de la hipótesis, pues son los que dan la medida de los indicadores de las variables.*<sup>50</sup>

Las técnicas son los procedimientos e instrumentos que utilizamos para acceder al conocimiento. Para esta investigación se utilizarán las técnicas: encuestas, entrevistas, observación empírica y análisis documental.

### **La Entrevista**

Como dice Wilson Paredes en su libro:

*La entrevista es un reporte verbal de una persona con el fin de obtener información primaria acerca de su conducta o de experiencias. Se hace cara a cara, permite aclarar la información, puede ser entendida como la conversación que sostiene dos personas para obtener información.*<sup>51</sup>

La entrevista se utiliza para recabar información en forma verbal, a través de preguntas que propone el analista. Quienes responden pueden ser gerentes o empleados, en este caso son los usuarios actuales del problema a investigar, aquellos que proporcionarán datos o serán afectados por la aplicación propuesta. El analista puede entrevistar en forma individual o en grupos; algunos analistas prefieren este método a las otras técnicas que se estudiarán más adelante. Sin embargo, las entrevistas no siempre son la mejor fuente de datos de aplicación.

La entrevista es la técnica más significativa y productiva de que dispone el analista para recabar datos. En otras palabras, la entrevista es un intercambio de información, es un canal de comunicación entre el analista y la organización; sirve para obtener información acerca de las necesidades y la manera de satisfacerlas, así como consejo y comprensión por parte del usuario para toda idea o método nuevos. Por otra parte, la ofrece al analista una excelente oportunidad para establecer

---

<sup>50</sup> PAREDES, Wilson. *Como Desarrollar una Tesis*. S&S. Edición 2009

<sup>51</sup> PAREDES, Wilson. *Como Desarrollar una Tesis*. S&S. Edición 2009

una corriente de simpatía con el personal usuario, lo cual es fundamental en transcurso del estudio.

### **La Encuesta**

*La encuesta es una técnica que a través de preguntas sirve para recabar información acerca de las variables, medir opiniones, conocimientos y actitudes de las personas. La información que se obtiene puede ser útil para relacionar las variables, según Paredes.<sup>52</sup>*

Una encuesta es un estudio observacional en el cual el investigador no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento). Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación.

### **Análisis Documental**

El análisis documental es una forma de investigación técnica, un conjunto de operaciones intelectuales, que buscan describir y representar los documentos de forma unificada sistemática para facilitar su recuperación. Comprende el procesamiento analítico-sintético que, a su vez, incluye la descripción bibliográfica y general de la fuente, la clasificación, indización, anotación, extracción, traducción y la confección de reseñas.

El tratamiento documental significa extracción científico-informativa, una extracción que se propone ser un reflejo objetivo de la fuente original, pero que, soslaya los nuevos mensajes subyacentes en el documento.

---

<sup>52</sup> PAREDES, Wilson. *Como Desarrollar una Tesis*. S&S. Edición 2009

El análisis documental es la operación que consiste en seleccionar las ideas informativamente relevantes de un documento a fin de expresar su contenido sin ambigüedades para recuperar la información en él contenida. Esta representación puede ser utilizada para identificar el documento, para procurar los puntos de acceso en la búsqueda de documentos, para indicar su contenido o para servir de sustituto del documento. El análisis puede tomar la forma de un sumario, un resumen, un índice alfabético de materias o códigos sistemáticos.

El análisis documental cubre técnicas tradicionales de bibliotecas, tales como catalogación, indización, clasificación y resumen, además de técnicas informáticas como la indización automática y la recuperación de la información almacenada en ordenadores mediante el lenguaje natural.

Este análisis se realiza persiguiendo el fin práctico: recuperar la información que no es una tarea simplemente rutinaria, ni tan sencilla como resulta al parecer para algunos usuarios que desconocen cuanto trabajo previo ha habido que realizar para que el reciba la documentación que necesita.

### **Población y Muestra**

Paredes menciona que la muestra probabilística simple:

*Constituye la forma más elemental de seleccionar las unidades de análisis. En las muestras probabilísticas simples se cumple los preceptos señalados anteriormente, es decir todos los elementos del universo tienen la posibilidad de ser seleccionados y, la selección se la efectúa mediante procedimientos aleatorios.*<sup>53</sup>

Según el censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC, en el año 2011, en el cantón La Libertad existe una población de 95.942.

---

<sup>53</sup> PAREDES, Wilson. *Como Desarrollar una Tesis*. S&S. Edición 2009

## Fórmula estadística de la muestra

$$n = \frac{N p \times q}{N - 1 e_K^2 + p \times q}$$

$$n = \frac{95942 \cdot 0.5 \times 0.5}{95942 - 1 \cdot 0,05/2^2 + (0.5 \times 0.5)}$$

$$n = \frac{95942 \cdot 0.5 \times 0.5}{95942 - 1 \cdot 0,05/2^2 + (0.5 \times 0.5)}$$

$$n = \frac{95942 \cdot 0.25}{95941 \cdot 0,0025/4 + (0.25)}$$

$$n = \frac{23985,5}{95941 \cdot 0,000625 + (0.25)}$$

$$n = \frac{23985,5}{59,963125 + 0.25}$$

$$n = \frac{23985,5}{60,213125}$$

$$n = 398,34$$

Según el desarrollo de la fórmula, el tamaño total de la muestra queda determinado en 400 para el número de encuestas a realizarse de la población total que comprende a los habitantes del cantón La Libertad.

## CAPITULO III

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

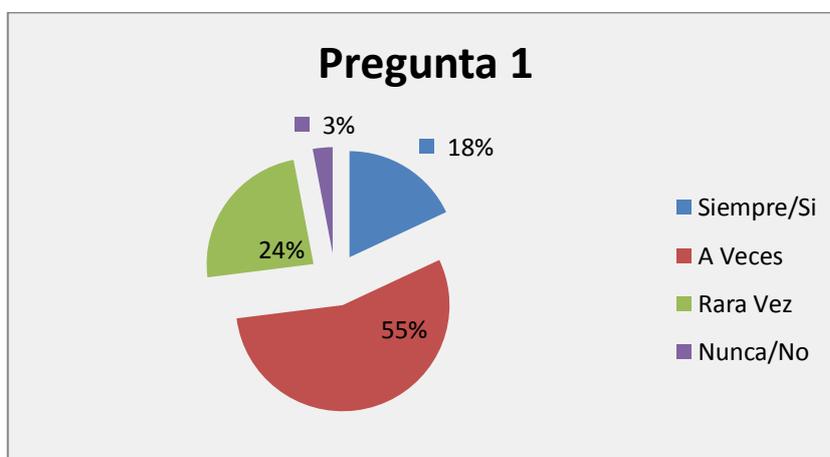
#### Pregunta 1:

#### 1. ¿Lee usted o ha leído el Diario Súper?

Tabla 1

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Siempre/Si (4)	72	18%
A Veces (3)	220	55%
Rara Vez (2)	96	24%
Nunca/No (1)	12	3%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Grafico 3



Según los datos obtenidos en las encuestas el mayor porcentaje que lee el Diario súper supera el 55%.lo que nos demuestra que este medio de comunicación tiene acogida en la península y que como medio masivo tiene o genera influencia en los lectores.

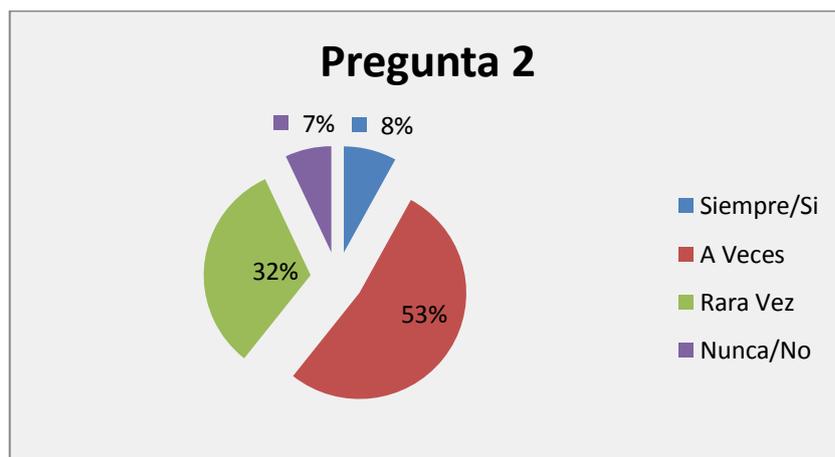
**Pregunta 2:**

**2. ¿Cree usted que el Diario Súper Informa de manera acertada?**

**Tabla 2**

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre/Si (4)	32	8%
A Veces (3)	212	53%
Rara Vez (2)	128	32%
Nunca/No (1)	28	7%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Grafico 4**



Considerando las respuestas de los encuestados un 53% respondieron que el diario súper informa de manera acertada a veces y un 32 % manifestaron que solo lo efectuaban rara vez.

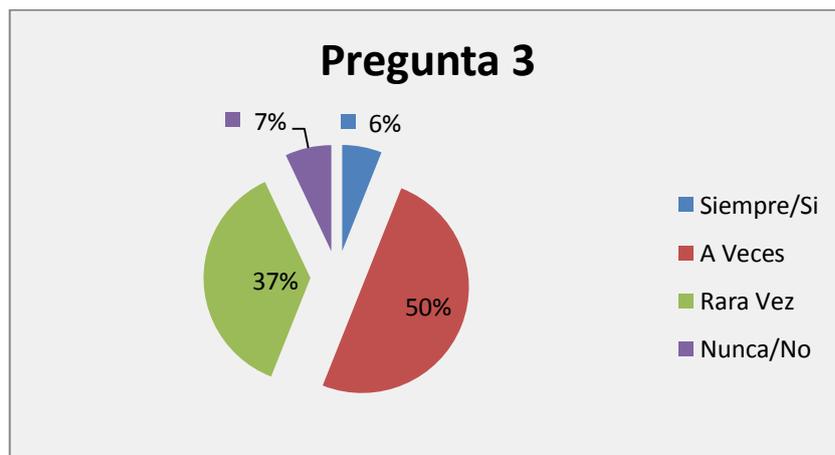
**Pregunta 3:**

**3. ¿Considera usted que los titulares son acertados en el Diario Súper?**

**Tabla 3**

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre/Si (4)	24	6%
A Veces (3)	200	50%
Rara Vez (2)	148	37%
Nunca/No (1)	28	7%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Grafico 5**



Los resultados obtenidos según la encuesta realizada los titulares del Diario Súper son acertados a veces, con un resultado del 50%.

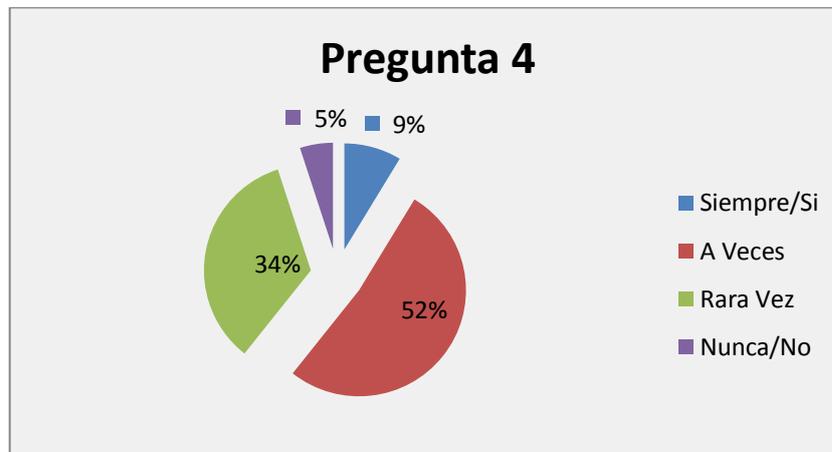
**Pregunta 4:**

**4. ¿Considera usted que el Diario Súper posee un buen criterio en las noticias que publica?**

**Tabla 4**

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre/Si (4)	36	9%
A Veces (3)	208	52%
Rara Vez (2)	136	34%
Nunca/No (1)	20	5%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Grafico 6**



El 52% de las personas que respondieron esta pregunta manifestaron que el Diario Súper posee un buen criterio en las noticias solamente a veces

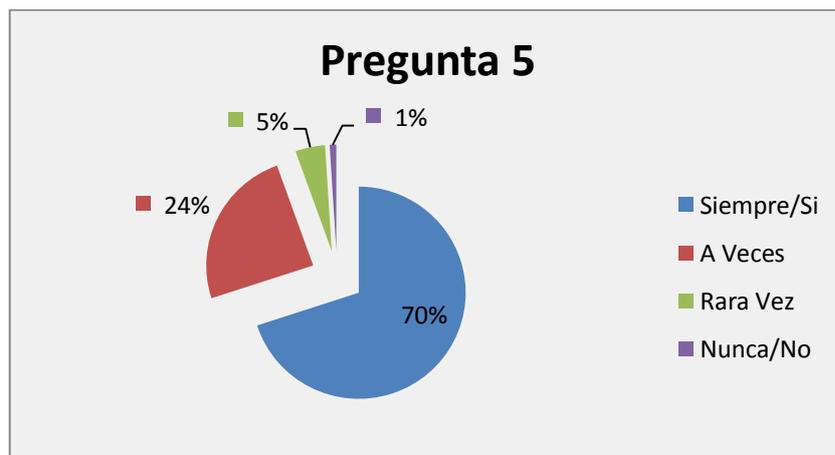
**Pregunta 5:**

**5. ¿Considera usted que los periódicos o diarios deben ser formadores además de informativos?**

**Tabla 5**

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre/Si (4)	280	70%
A Veces (3)	98	24%
Rara Vez (2)	18	4%
Nunca/No (1)	4	1%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Grafico 7**



Los resultados conseguidos reflejan claramente que los diarios o periódicos deben ser formadores además de informativos ya que el 70% respondieron asertivamente en esta pregunta.

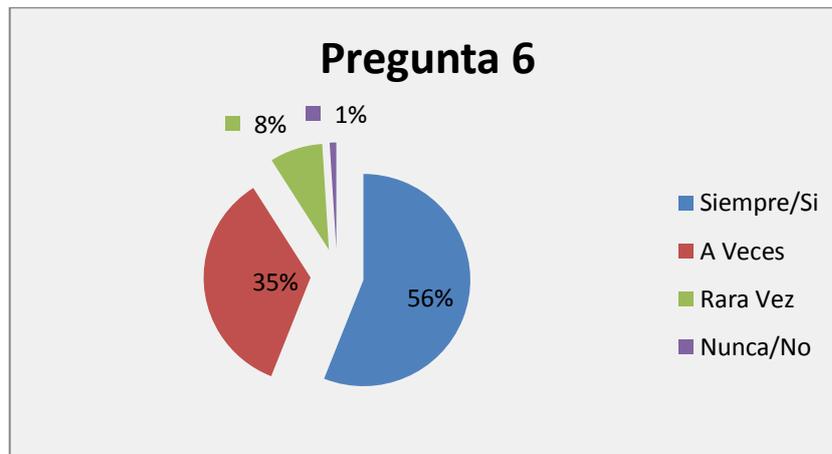
**Pregunta 6:**

**6. ¿Considera que los periódicos o diarios son importantes para la formación de criterios en la sociedad?**

**Tabla 6**

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre/Si (4)	224	56%
A Veces (3)	140	35%
Rara Vez (2)	32	8%
Nunca/No (1)	4	1%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Grafico 8**



El 56% de los encuestados manifestaron que los diarios son importantes para la formación de criterios de las personas que conforman una sociedad y así aportar con el crecimiento de la población.

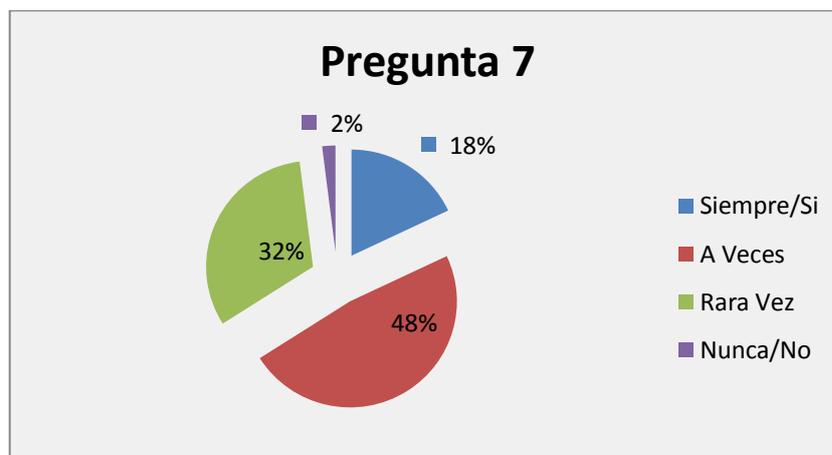
**Pregunta 7:**

**7. ¿Considera que los medios de comunicación (incluido el Diario Súper) influyen en el comportamiento psicosocial?**

**Tabla 7**

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre/Si (4)	72	18%
A Veces (3)	192	48%
Rara Vez (2)	128	32%
Nunca/No (1)	8	2%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Grafico 9**



La influencia de los medios de comunicación es importante para reforzar el criterio de las personas con los sucesos que atraviesa diariamente una sociedad, aseveración que se respalda en los resultados con un 48%.

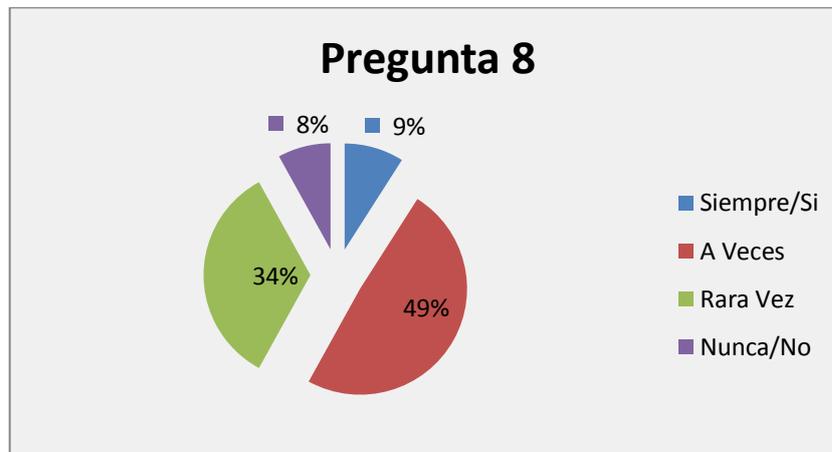
**Pregunta 8:**

**8. ¿Considera usted que el Diario Súper ayuda a formar correctamente a la sociedad peninsular?**

**Tabla 8**

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre/Si (4)	36	9%
A Veces (3)	196	49%
Rara Vez (2)	136	34%
Nunca/No (1)	32	8%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Grafico 10**



Los medios de comunicación cumplen un papel fundamental cada día en la sociedad ya que ellos son parte esencial de la formación social de las personas, un 49% dijo que esto solo sucede a veces

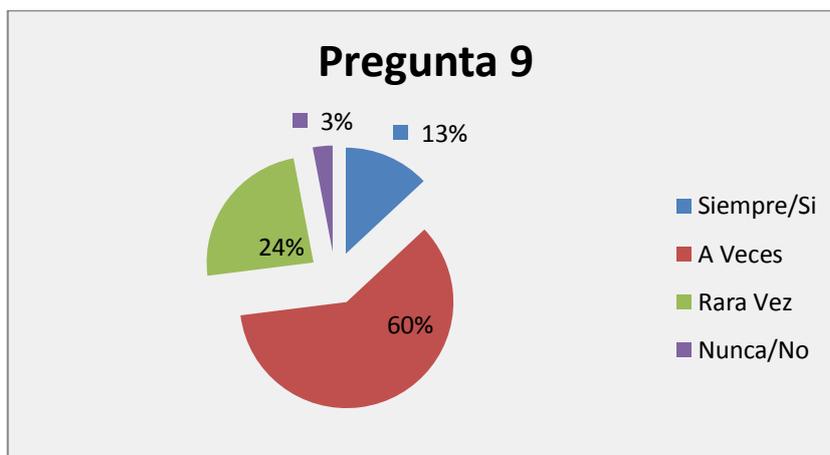
**Pregunta 9:**

**9. ¿Considera que las expresiones utilizadas en el Diario Súper influye en las personas?**

**Tabla 9**

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre/Si (4)	52	14%
A Veces (3)	240	60%
Rara Vez (2)	96	24%
Nunca/No (1)	12	3%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Grafico 11**



El 60% de los encuestados manifestó que a veces el diario súper influye en las personas mediante las expresiones que utilizan, este porcentaje es considerable y manejar un poco mejor el lenguaje y la redacción que utilizan este medio importante en la provincia.

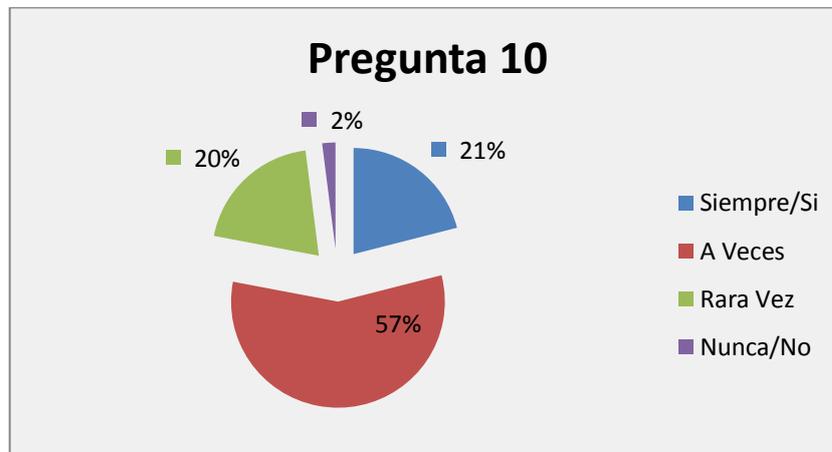
**Pregunta 10:**

**10.¿Considera que las noticias que se publican influyen en la percepción social local?**

**Tabla 10**

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre/Si (4)	84	21%
A Veces (3)	228	57%
Rara Vez (2)	80	20%
Nunca/No (1)	8	2%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Grafico 12**



En esta pregunta un 57% de las personas manifestaron que a veces las noticias que se publican en el diario influyen en las personas lectoras lo que nos conlleva a estudiar de qué manera influye en la percepción social y como los ciudadanos manejan este tipo de información.

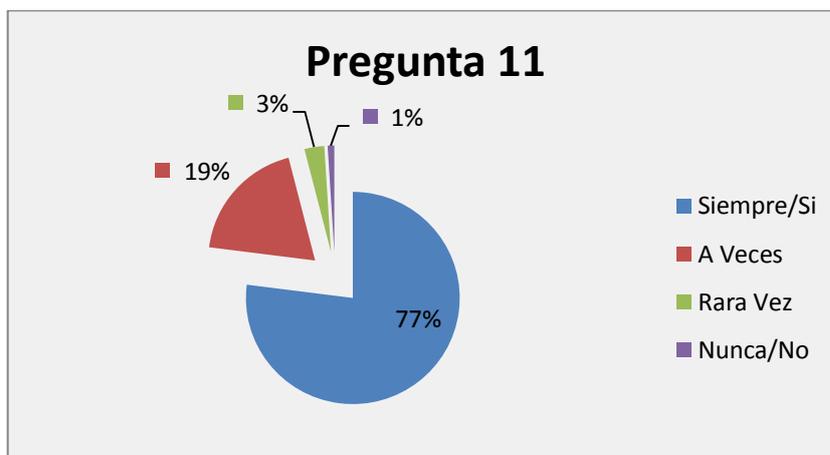
**Pregunta 11:**

**11. ¿Considera que el Diario Súper debe promover el correcto uso del lenguaje en la sociedad?**

**Tabla 11**

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre/Si (4)	308	77%
A Veces (3)	76	19%
Rara Vez (2)	12	3%
Nunca/No (1)	4	1%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Grafico 13**



Los diarios además de ser formadores para una sociedad deben y siguen un reglamento específico que les otorga una responsabilidad de promover el correcto uso del lenguaje mediante las líneas que utilizan para redactar las noticias, pero además de ser una responsabilidad el 77% de la población encuestada también piensa lo mismo y esto demuestra que los lectores exigen calidad en la redacción en cada edición.

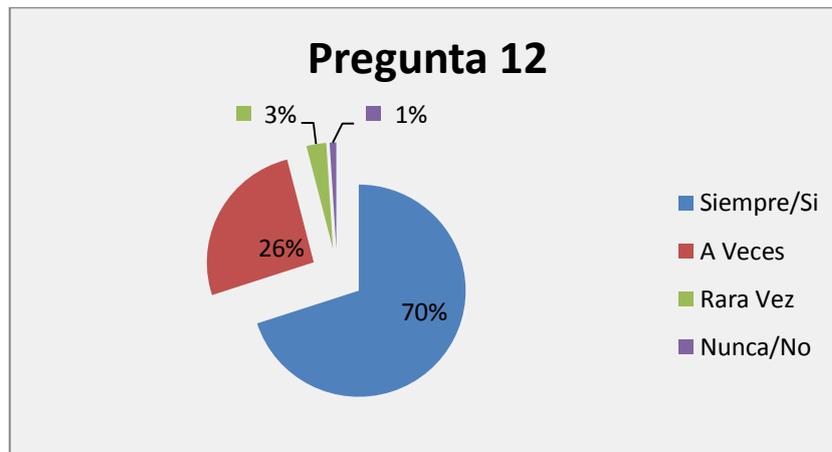
**Pregunta 12:**

**12. ¿Considera que el Diario Súper debería regular el lenguaje periodístico que utiliza en las noticias?**

**Cuadro 12**

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre/Si (4)	280	70%
A Veces (3)	104	26%
Rara Vez (2)	12	3%
Nunca/No (1)	4	1%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Grafico 14**



El 70% de los encuestados manifiestan que el diario súper si debería regular el lenguaje que utiliza para redactar las notas periodísticas ya que de eso depende que los ciudadanos apliquen correctamente el lenguaje y que esto conlleve a una mejoría en el léxico de los lectores.

## Preguntas de Respuesta Múltiple

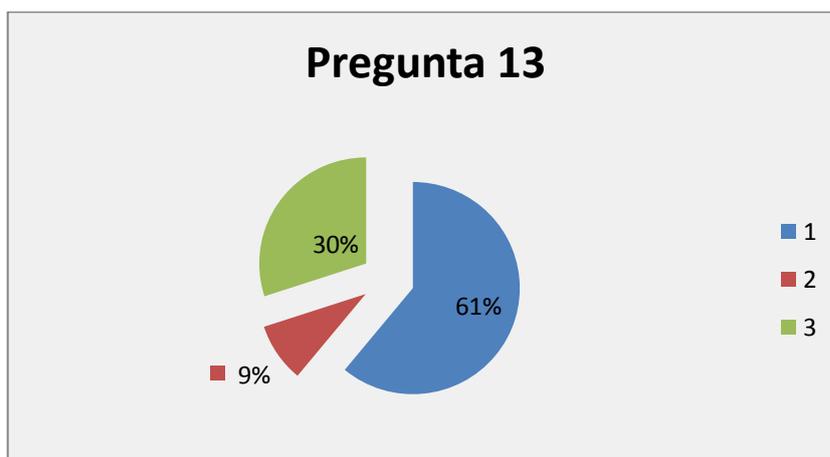
### Pregunta 13:

13. ¿Qué entiende usted por comportamiento psicosocial?

Cuadro 13

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Como se relacionan en sociedad (1)	244	61%
Formas de ser de las personas (2)	36	9%
Maneras de la conducta de los individuos (3)	120	30%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Grafico 15



Las personas encuestadas demuestran que conocen el significado de la palabra comportamiento psicosocial y también la importancia que tiene al momento de relacionarse con las demás personas.

**Pregunta 14:**

**14. ¿Cuál cree usted que debería ser la prioridad de un periódico?**

**Cuadro 14**

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Informar (1)	384	96%
Formar (2)	8	2%
Entretener (3)	4	1%
Vender (4)	4	1%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 16**



En esta pregunta con opciones múltiple los encuestados manifestaron que las prioridad de un diario debe ser informar a la comunidad de los hechos que son noticias pero que además debería ser formador (219 respuestas) de criterios por medio de las redacciones de cada edición, ya que en ellas se transmiten no solo acontecimientos de una localidad, en ellas se fortalecen los conocimientos y las maneras de expresarse de cada lector.

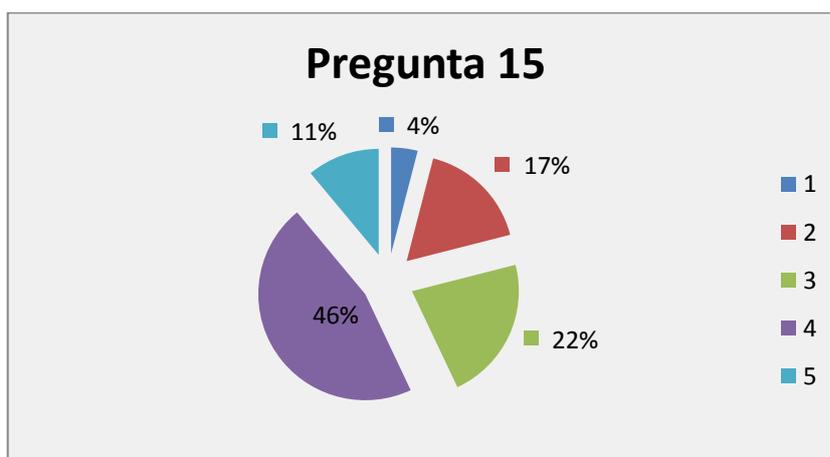
**Pregunta 15:**

**15. ¿Cuál cree usted que debería ser el lenguaje periodístico empleado en las notas de redacción?**

**Tabla 15**

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Coloquial (1)	16	4%
Conciso (2)	68	17%
Sencillo (3)	88	22%
Objetivo (4)	184	46%
Profesional (5)	44	11%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 17**



Según el 46% las personas encuestadas manifiestan que el lenguaje debería ser objetivo al momento de redactar las noticias para evitar las malas interpretaciones pero además añaden que debería utilizarse el profesionalismo (179 respuestas) en cada expresión porque un medio masivo que es muy influyente para sus lectores debería recoger todo los parámetros que poseen los medios responsables

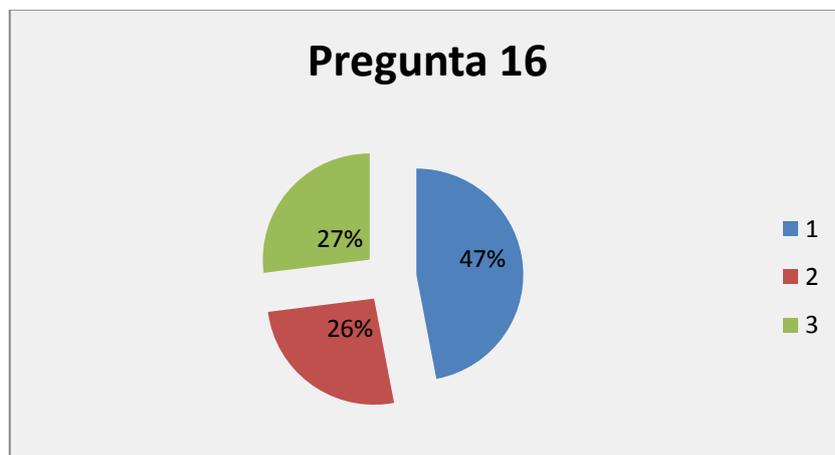
**Pregunta 16:**

**16. ¿Qué entiende usted por percepción social?**

**Tabla 16**

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Primera Impresión (1)	188	47%
Evaluar a las personas (2)	104	26%
Formar y modificar lo que pensamos(3)	108	27%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Grafico 18**



El 47% de los encuestados indicaron saber que percepción social es el efecto de la primera impresión, respuesta en la que se demuestra que el medio a investigar debe manejar cuidadosamente las imágenes y el modo de expresarse mediante las páginas que redactan de ellos dependen las opiniones que se generen de un tema o un personaje que no es muy conocido para los lectores

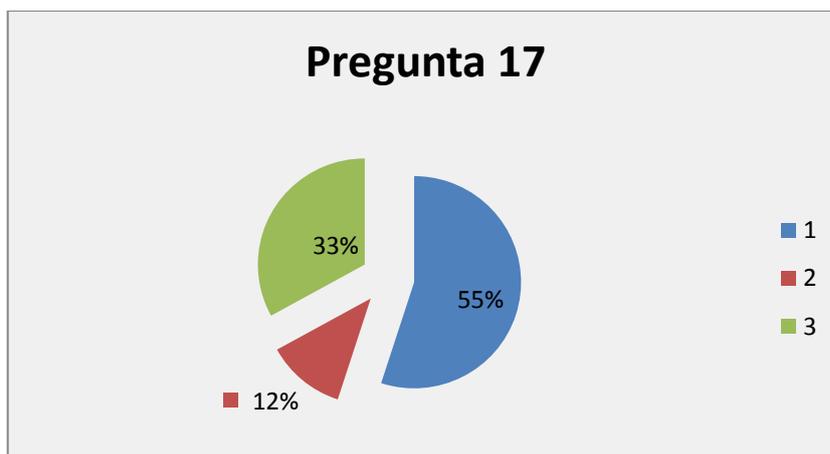
**Pregunta 17:**

**17. ¿Cómo el correcto empleo del lenguaje en los diarios ayudaría en el desarrollo social?**

**Tabla 17**

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Mejorando el léxico (1)	220	55%
Relaciones interpersonales (2)	48	12%
Mantener la cultura (3)	132	33%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Grafico 19**



El 55% de los lectores demuestran en esta pregunta que los diarios ayudarían en el desarrollo de su entorno de una manera significativo mejorando el léxico de los lectores, respuesta la cual no lleva a reflexionar que además de ser un medio es informativo también debería estar presta a ser parte importante en promover el correcto uso del lenguaje y con esto a la restablecimiento de la cultura.

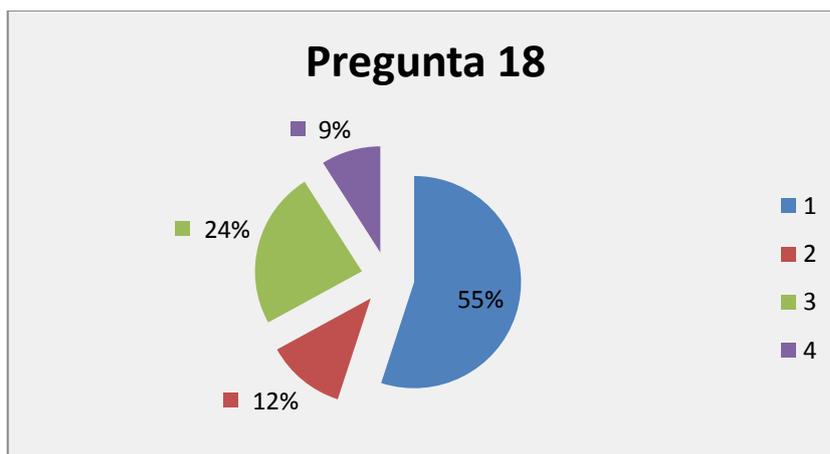
**Pregunta 18:**

**18. ¿Cómo los diarios incide en el comportamiento psicosocial de las personas?**

**Tabla 18**

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Lenguaje (1)	220	55%
Publicidad (2)	48	12%
Imágenes (3)	96	24%
Redacción (4)	36	9%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Grafico 20**



El porcentaje del 55% de las personas encuestadas demuestra que los diarios influyen con el lenguaje que utilizan para redactar las notas periodísticas en los lectores pero que además las imágenes (94 respuestas) ayudan a interpretar los hechos. Es por esto que los diarios no son sencillamente los encargados de dar a conocer noticias también poseen la responsabilidad de influenciar positivamente en las relaciones interpersonales de sus lectores y por ende de las personas que conforman la sociedad.

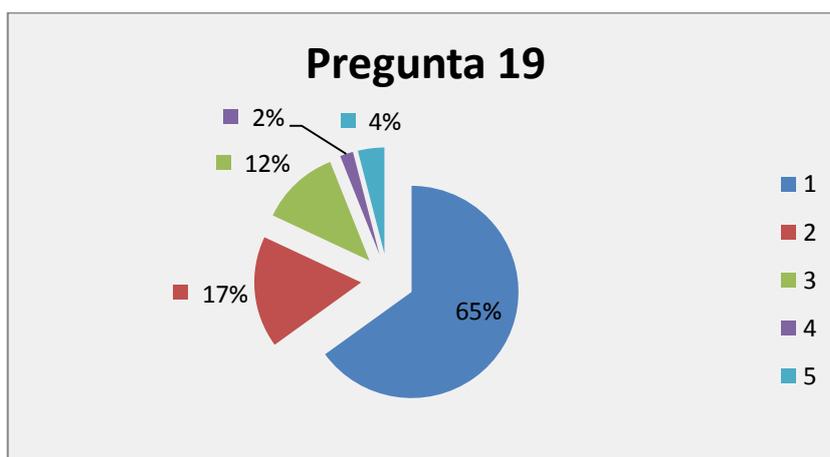
**Pregunta 19:**

**19.¿Cómo el correcto ejercicio periodístico de los diarios beneficiaría en el desarrollo psicosocial de las personas?**

**Tabla 19**

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Coloquial (1)	260	65%
Conciso (2)	68	17%
Sencillo (3)	48	12%
Objetivo (4)	8	2%
Profesional (5)	16	4%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Grafico 21**



El 65 % de los encuestados indican que el correcto uso del ejercicio periodístico mejoraría el lenguaje que utilizan los lectores y que además promovería de manera positiva en la cultura (124 respuestas) no solo de las personas que leen el diario sino de toda la sociedad utilizando un lenguaje y comportamiento acorde a las exigencias de una colectividad preparada.

## Conclusión General

Dentro de las encuestas realizadas existen preguntas que fundamentan directamente la idea de esta investigación las mismas que son las preguntas: 5, 6, 11, 12, 14, 17, 18 y 19; las mismas que van en función del tema de estudio. Los datos claramente demuestran la existencia del problema según la apreciación de los habitantes del cantón La Libertad.

Esto fundamenta la investigación bajo un método cuantitativo que se complementa con las entrevistas y demás datos obtenidos durante la investigación.

### Entrevista

Entrevista con la coordinadora de redacción del Diario Súper agencia La Libertad, Mónica Camacho:

*El Diario El Universo, Diario Súper y Radio City y productos nuevos (...) estamos bajo la misión y los objetivos del Diario El Universo (...); la misión la visión y los objetivos, no es que nos dedicamos y que súper tiene su misión y su visión aparte, no... Nosotros somos un diario popular un diario dirigido a la gente un diario que va dirigido a un extracto más bajo poco lector somos más grafico que textos (...) entretenemos, orientamos, informamos lo que sucede en todo el país (...) pero la misión y todo eso es la misma del diario el universo (...)*

El Diario Súper como medio popular sigue manteniendo la misma línea periodística informadora y atractiva dejando a un lado la parte formadora y social, enfocando la realidad de la provincia y del Cantón La Libertad, estos lineamientos no ayudan a impulsar a la formación de los lectores que también influye en las demás personas.

La responsabilidad es uno de los valores fundamentales que mantiene el diario Súper como organización además de ser un diario popular es un

diario familiar y es aquí donde la responsabilidad social debe presidir en cada una de las ediciones que se realizan día a día.

### **Análisis de la entrevista**

A más de ser una entrevista corta se pudo entender varios puntos y ciertas conclusiones de lo expresado por Mónica Camacho:

El Diario Súper es un diario familiar, que claramente se ha desviado de su línea o de su objetivo “familiar”. Está claro que es un medio impreso de carácter popular, para un grupo de lectores diferente al Diario El Universo, lo cual no posee estrecha concordancia con los objetivos o principios que tiene El Universo, por lo que el Súper debe poseer sus propios principios debido a los factores mencionados.

Un punto importante a resaltar que aún se mantiene una mala imagen de las personas de la Provincia de Santa Elena por lo que la calidad periodística baja, cuando debería ser lo contrario para poder educar y formar a las personas y no ayudar a la aculturamiento de las personas en cuanto a uso de términos del leguaje.

Como empresa o institución deben contar con un personal que esté ligado directamente con la realidad social que atraviesa cada sector y estar pendientes de los cambios que surgen en la sociedad para ofrecer información de calidad y ayudar a formar a las personas.

En esta investigación se está tomado en cuenta a una población que es económicamente activa y que además la mayoría son personas entre jóvenes y adultos, es por esto que los departamentos de redacción deben escribir para reforzar o mejorar la cultura y también deben estar dispuestos a impulsar estos cambios.

## CAPITULO IV

### LA PROPUESTA

#### **Implementación de Políticas Institucionales y Línea Editorial para la calidad de la Información para el Diario Súper.**

##### **Justificación**

La propuesta de este trabajo de investigación parte de la importancia que tienen los medios de comunicación masivos, en este caso el Diario Súper, como un *Diario Familiar*, que circula diariamente dentro del Cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, el cual posee un número significativo de lectores. Así como en el resto del país.

Para esta propuesta se han recopilado datos reales con los cuales se ha trabajado para poder comprender las variables del problema planteado en esta investigación.

Diariamente cada individuo es influenciado por lo que escucha, observa o lee, y tienen más impacto cuando las noticias son de su localidad, es aquí cuando los medios de comunicación intervienen en el proceso de satisfacer las necesidades de información, por lo que la línea editorial debe estar encaminada a influenciar positivamente en los lectores.

La responsabilidad que tiene los medios de comunicación va más allá de informar y vender, la responsabilidad social juega un papel fundamental para complementar el proceso correcto de comunicación y también promover el desarrollo cultural de los habitantes, es por esto que se propone implementar Políticas Institucionales y Línea Editorial para el Diario Súper y así fortalecer la misión periodística y social que debe cumplir como medio de comunicación.

Esta propuesta favorecerá positivamente a los lectores de este medio, promoviendo la culturización de las personas que leen el diario a través de las redacciones que se publican día a día y por lo tanto a mejorar las relaciones que establece la sociedad. Por otro lado el Diario Súper avanzaría como empresa al implementar sus propias políticas institucionales y seguir la línea editorial idónea para el público a quien se dirige dicho medio.

### **Diagnóstico**

El Diario Súper es un diario popular que circula en las en las tres regiones del país pero que tiene una circulación mayor en la Provincia de Santa Elena afirmado por el editor general Víctor Vera Donoso, tiene alrededor de seis años en el mercado alcanzando aproximadamente una circulación de 150 mil ejemplares diarios en todo el país.

Este producto es un Diario familiar en formato tabloide que ofrece noticias, entretenimiento, farándula, deportes y curiosidades.

*El 66% de los lectores del Diario Súper son económicamente activos, 33% son productivos, independientes o dueños de negocios 26% son empleados de la empresa privada y el 7% son asalariados gubernamentales y también hay amas de casa y estudiantes según el estudio de lectoría de la firma Kantar Media Research (KMR) Chile, son el público de ese diario. El director de Súper, Eduardo Cedeño Pérez, explica que sus lectores quieren superarse.<sup>54</sup>*

El hecho de que los lectores quieran superarse se convierte en un deber para que este medio promueva, mediante sus páginas, la formación correcta de criterios y sea un apoyo para sus lectores generando análisis y puntos de opinión pública.

Por esto el medio, Diario Súper, debe tener su propia línea editorial, independientemente de estar adscrito a El Universo, debido a que sus

---

<sup>54</sup> Artículo Diario el Universo: *El Diario Súper celebra hoy un año de circulación*. Fecha de publicación: miércoles 23 de Agosto del 2006. Sección: Economía.

lectores son una población diferente, por lo que se debe establecer una política institucional que no se aleje de los principios definidos por el diario El Universo pero que se direccionen al público objetivo del Diario Súper, por ello es de vital importancia que este diario maneje sus propias políticas editoriales.

## **Fundamentación Teórica de la Propuesta**

### **Filosófica**

Es común en el campo de la comunicación aceptar las relaciones entre la Sociología y las Ciencias Sociales, pero también existe cierta relación con la filosofía como Filosofía del lenguaje, que es 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. A diferencia de la lingüística, la filosofía del lenguaje se sirve de métodos no-empíricos. 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. También es parte de la cosmovisión del campo de la comunicación el incluirlo como parte de las Ciencias Sociales.

Los medios son el elemento de vinculación más importante y más valiosa con que contamos para compartir ideas, proyectos e incluso sentimientos. La alfabetización en medios, desde la filosofía, le confiere sentido al acto de comunicar, más allá de la opinión pública y publicada. Por ello la filosofía, comprendida esencialmente como una reflexión sobre la realidad del Ser y del ser social, adquiere el compromiso de generar contenidos reflexivos que permitan la evolución del pensamiento colectivo.

En nuestros días y a través de la historia ha sido fundamental el papel de los medios en las sociedades del mundo entero. Enfocándonos en nuestro país los medios de comunicación son muy influyentes además de informadores, los diarios poseen la responsabilidad de generar diarios con

calidad de información y generadora de opinión en base a una filosofía que promueva el conocimiento, la verdad, la moral y el lenguaje, que son los temas de estudio de la filosofía como tal.

### **Pedagógica**

Los medios de comunicación, desempeñan un papel central en la vida de los adultos, jóvenes y porque no niños. Los medios de comunicación, y las más recientes nuevas tecnologías, han modificado la manera de construir el saber, el modo de aprender, la forma de conocer y la relación de las personas con los medios de comunicación

Se menciona en el artículo *Los medios de comunicación y la educación: un binomio posible*<sup>55</sup>:

*Una educación en medios implica todas las formas de estudiar, aprender y enseñar, en cualquier nivel y circunstancia, la historia, la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación. Implica también analizar el lugar que ocupan los medios de comunicación en la sociedad, el acceso a ellos, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizada, la participación y la modificación que producen en el modo de percibir el mundo (Masterman, 1993).*

Más que nunca, la educación necesita de la comunicación, no solamente para romper los moldes que han terminado por aprisionarla y separarla de la posibilidad de crecimiento, sino también porque frente a la llamada “sociedad de la información”

*Una educación en medios habla del papel central que desempeñan los medios de comunicación en la vida de las personas. El desarrollo de la información y la comunicación ha llevado a considerar la necesidad imperiosa de preparar a los ciudadanos, para que puedan relacionarse críticamente con este entorno mediático (Piette, 1996).*

---

<sup>55</sup> Morduchowicz, Roxana. *Los medios de comunicación y la educación: un binomio posible*. Artículo en línea

En la medida en que la educación se concibe como un proceso de aprendizaje de toda la vida, no puede sino acudir a la comunicación como su complemento directo. Siguiendo a Paulo Freire, *si la educación es a la vez un acto político, un acto de conocimiento y un acto creador*<sup>56</sup> entonces no puede sino hacer el mismo camino que la comunicación en el proceso pedagógico de cambio social.

De ahí el rol pedagógico tan importante de los medios, aquellos que informan y proponen contenidos que refuerzan los valores humanos y los derechos colectivos, y aquellos medios, los comunitarios, que a partir del derecho a la comunicación construyen comunidades de diálogo y participación.

### **Psicológica**

El estudio de la psicología de los medios de comunicación surgió como una disciplina académica y profesional debido a una demanda social y comercial para la aplicación de la teoría psicológica y la investigación sobre el impacto de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de los medios de comunicación y no tanto el ámbito académico

La psicología es fundamental para entender el impacto sobre los individuos y grupos de la integración de las tecnologías de los medios de comunicación en nuestra sociedad. Este campo abarca toda la gama de la experiencia humana de los medios de comunicación-incluyendo el afecto, la cognición y el comportamiento en las actividades, eventos, teorías y prácticas. Los medios de comunicación incluyen todas las formas de comunicación mediada, como imágenes, sonidos, gráficos, contenidos y tecnologías emergentes.

En la actualidad apenas se encuentra un estudio sobre la comunicación de masas en el que no se aluda, al menos someramente y bajo un

---

<sup>56</sup> 3. Prieto Castillo, Daniel. El interparentizaje como clave de la Educomunicación, en *Mediaciones*, N° 6, 2006. Universidad Minuto de Dios, Bogotá (Colombia).

aspecto, a la importancia de las actitudes y los prejuicios para los procesos de la comunicación de masas

Para esto en su libro Daniel Prieto manifiesta que:

*Las actitudes y los procesos de la comunicación de masas dependen de numerosas condiciones que en parte están vinculadas entre sí. Pero también existe una relación condicional entre las actitudes y los procesos de la comunicación en masas.<sup>57</sup>*

La comunicación dentro de los medios tiene el proceso de influencia, en donde se manejan cambios constantes de un mensaje para poder hacerlo y construirlo además de tener el conocimiento de la interpretación del mismo. Los medios han venido a revolucionar las actitudes de la masa, modificando sus creencias para convencerlas del medio y no de las masas. Por lo tanto, los medios deben ser líderes de opinión, líder de información.

El flujo de información dentro de los medios masivos de comunicación, necesita entre las masas ser aceptados todos los mensajes que deben cumplir ciertas características para cumplir con una respuesta de atención entre las masas.

### **Sociológica**

Resulta evidente que una de las funciones básicas que realizan los medios de comunicación social, de representación social, es la de proporcionar la imagen social en relación a diferentes realidades sociales, a diferentes colectivos, a diferentes personas concretas y específicas.

Por tanto resulta evidente que los medios de comunicación demuestran su capacidad de influencia social en la conformación de culturas, de representaciones sociales, de imágenes y de actitudes sociales con

---

<sup>57</sup> H.J kagelmann y G. Wenninger *Psicología de los medios de comunicación. Manual de conceptos básicos*. Biblioteca de Psicología.

respecto a los diversos problemas o aspectos de la sociedad. Y ello independientemente de los resultados, a veces contradictorios sobre el impacto y los efectos de los diversos medios de comunicación sobre el conjunto de la sociedad o sobre diversos sectores sociales.

Por esto se requiere conocer la relación que tiene la sociología y los medios de comunicación en las implicaciones socioculturales que nacen de la mediación simbólica. Además se encarga de comprender y reflexionar sobre las condiciones de emergencia de la comunicación, las teorías desarrolladas en torno a la temática de la comunicación humana y su importancia respecto del cambio social y el cambio de la estructura.

Estudiar los medios de comunicación significa examinar como el mismo mensaje mediático tiene, según el contexto cultural económico y social, consecuencias distintas sobre los grupos sociales y los individuos.

Por esto se precisa que el Diario súper como medio de comunicación masivo además de aportar a la comunidad una información profesional cumpla con el compromiso de promover positivamente a los lectores en cada ámbito de relación social influyendo directa o indirectamente en el comportamiento de los ciudadanos y su estructura social.

## **Legal**

### **Constitución**

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.

Artículo 380 que expresa que entre las responsabilidades del Estado se encuentra, establecer incentivos y estímulos para que las personas, instituciones, empresas y medios de comunicación promuevan, apoyen, desarrollen y financien actividades culturales.

### **Ley de Ejercicio Profesional del Periodista Ecuatoriano**

El en Capítulo I se determina quienes pueden considerarse periodistas profesionales, a lo que dice:

- a) Quien hubiere obtenido el correspondiente título académico conferido por las universidades u otros establecimientos de educación superior de la República;
- b) Quien hubiere obtenido ese título u otro equivalente, en universidades o planteles de educación superior del extranjero, y lo revalidare legalmente en el Ecuador, y
- c) Quien obtuviere un certificado de profesionalización otorgado por el Ministerio Educación Pública, en razón de haber ejercido la profesión con anterioridad a la fecha de vigencia de esta Ley, y de acuerdo con sus disposiciones

### **Código de Ética Profesional: Federación Nacional de Periodística del Ecuador**

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

Consecuentemente el artículo 3 expresa:

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

Finalmente se hace referencia a El Periodista y la Empresa donde se establece, en el Artículo 38, que: El periodista exigirá a la empresa respeto a su producción, cuyo sentido no podrá ser cambiado sin su consentimiento.

De igual forma se expresa en el Artículo 39: El periodista debe asumir conjuntamente con la empresa la responsabilidad de toda información elaborada por él y difundida sin que ésta haya sufrido alteración ajena a su voluntad.

## **Objetivos de la Propuesta**

### **Objetivo General**

Implementar las políticas institucionales del diario Súper mediante líneas editoriales y las políticas del medio para fortalecer la misión periodística y social que debe cumplir como medio masivo con el fin de promover la cultura y el desarrollo social.

### **Objetivos Específicos**

- Fomentar el correcto uso del lenguaje mediante las notas periodísticas para el mejoramiento del léxico de la población.
- Impulsar el desarrollo social a través de notas culturales o que incentiven la cultura lectora de los ciudadanos como responsabilidad local.
- Generar opinión pública por medio de notas completas y estructuras que impulsen el análisis y el conocimiento de hechos que sucedan localmente.

## Factibilidad de la Propuesta

### Financiera

Los recursos financieros que se utilizarán en esta investigación están desglosados en las diferentes tablas donde se plantean exactamente la utilización de los recursos

En primer lugar se desarrolla la propuesta donde se trabajarán todos los parámetros para obtener los resultados requeridos con la asesoría académica, posteriormente se realizará una cita con representantes de la institución en este caso los directivos del diario Súper para presentar la propuesta y obtener la aprobación de los directivos del Diario

### Recursos Humanos

Nombre	Duración	Costo Total
<b>DIRECTOR</b>	3 meses	1200,00
<b>Asesor (1)</b>	1 mes	300,00
<b>Colaboradores (2)</b>	1 mes	600,00
<b>Total</b>		<b>2100,00</b>

### Recursos Técnicos y Materiales

#### Logística y Movilización

Actividad	Lugar/es	Cantidad	Costo Total
Investigación	Guayaquil – La Libertad	6 viajes (ida y vuelta)	60,00
Reuniones de trabajo	La Libertad - Santa Elena	12 (ida y vuelta)	6,00
<b>Total</b>			<b>66,00</b>

### Activos Fijos

Activos Fijos	Cantidad	Costo Total
Computadora / Laptop	1	450,00
Impresora Multifunción	1	120,00
<b>Total</b>		<b>670,00</b>

### Materiales y Suministros

Material/Suministro	Unidad	Cantidad	Costo Total
Transporte	n	n	50,00
Copias	n	n	30,00
Viáticos	n	n	60,00
Hojas (resmas)	n	3	11,00
<b>Total</b>			<b>151,00</b>

### Presentación y Sociabilización

En la presentación se detalla las actividades a realizarse durante el proceso de presentación y sociabilización de la propuesta.

Actividad	Unidad	Costo Total
Manual	5	25,00
Presentación Final	1	100,00
Sociabilización	N	200,00
<b>Total</b>		<b>325,00</b>

<b>RESUMEN FINANCIAMIENTO</b>	
Recursos Humanos	2100,00
Actividades	66,00
Activos Fijos	670,00
Materiales y suministros	151,00
Presentación y Sociabilización	325,00
<b>Total</b>	<b>3312,00</b>

### **Descripción de la propuesta**

**Describa el criterio y estrategias que utilizara para validar la propuesta**

La validación de la propuesta del trabajo de titulación es necesaria para comprobará la viabilidad del proyecto, la misma que será revisado por un docente de la universidad y cuyo informe se encuentra en el anexo N° 3.

### **Sociabilización**

Esta propuesta se la trabajara con una capacitación donde intervendrán las autoridades y trabajadores del medio de comunicación impreso para dar a conocer los beneficios que obtendrían como medio masivo al implementar las políticas institucionales y línea editorial creada especialmente para este diario con gran importancia en el medio social.

### **Niveles de Sociabilización**

Los niveles de sociabilización se ejecutaran en el siguiente orden:

### **1.- Empresa o Institución (Director General)**

En este primer nivel se buscara obtener la aprobación del director general para implementar las políticas y line editorial dentro del diario exponiendo el manual diseñado en la propuesta; una vez aprobado el manual se iniciara las conversaciones correspondientes con el director general.

### **2.- Director General, Editor General y Coordinadores de Redacción**

Con el director y editor general se realizara el estudio oportuno al manual para realizar su estudio en caso de que las políticas y líneas editoriales se alejen de los principios del diario el universo o para realizar correcciones en caso de ser necesarias.

Dentro de esta segunda etapa se dará a conocer también la implementación del taller de periodismo y se pondrá en acción la realización de una cartelera donde se fijaran fechas para bridar el taller de periodismo a las personas de las distintas secciones que conforman el diario en las diferentes agencias del país con el único fin de dar cumplimiento a las nuevas políticas

Aquí se delegara a los coordinadores de cada sucursal la responsabilidad de dar cumplimiento al taller con todas las bases estipuladas en el manual.

### **3.- Coordinador de Redacción y cada sucursal**

Una vez finalizada las reuniones con el director, editor general y coordinadores de redacción de cada sucursal, estos últimos de cada agencia tendrán la responsabilidad y el compromiso de guiar los talleres programados para conocimiento general de los trabajadores de este medio impreso, que incluye a periodista, redactores, fotógrafos, para que conozcan y pongan en práctica los nuevos lineamientos del medio investigado.

## **Capacitación**

En este taller de periodismo se busca re direccionar a cada una de las personas que sean parte del equipo periodístico del diario para aumentar sus conocimientos periodísticos

La capacitación se desarrollara en cada una de las agencias a nivel nacional, la persona encargada de dirigir dicho taller será el coordinador de cada agencia con el editor general del diario súper, contando con la presencia de la directora del proyecto para verificar si los objetivos son alcanzados. En caso de ser necesario se contara también con la participación de un integrante del colegio de periodistas de cada provincia.

Se realizara una edición especial que no será publicada pero en la cual se buscara implementar las nuevas políticas y línea editorial desde la redacción más corta hasta las imágenes que se utilizarían para dicha edición. Del mismo modo se expondrá la importancia que tiene este nuevo reto en el diario y los múltiples beneficios que tendría como un medio importante y la responsabilidad social del periodismo.

## **Evaluación**

La evaluación será ejecutada durante seis meses después de la aplicación de la propuesta y una vez hayan concluido los talleres de socialización establecidos en la propuesta.

Dentro de las ediciones que se publiquen, durante el semestre siguiente a las charlas informativas, se llevará un control de la información, de la edición final y la apreciación social del medio para verificar que las políticas y la línea editorial se estén aplicando cabal y satisfactoriamente.

## **Propuesta**

Implementación de políticas institucionales y línea editorial que vayan en función del público objetivo del Diario Súper para promover el desarrollo social y ser generadores de una verdadera opinión pública además de promover la cultura y responsabilidad social mediante las páginas de cada edición.

### **Modelo de Políticas Institucionales y Línea Editorial**

#### **Misión**

Llevar la información y su acontecer diario de las distintas comunidades locales nacionales y en el mundo, de manera clara, objetiva, honesta, imparcial, dinámica, ágil y veraz en la redacción, orientar y ofrecer espacios de análisis que generen opinión pública. Ser el diario preferido por lectores de los diferentes sectores del país.

#### **Visión**

Ser una Institución confiable y de excelencia con el fin de satisfacer las necesidades de información, identificada por un equipo de alto desempeño con calidad periodística para ser reconocidos como el mejor diario familiar del país.

#### **Objetivos**

1. Cumplimiento con la verdad de la información como responsabilidad social en cada edición.
2. Mantener el profesionalismo en la labor periodística.
3. Conservar la credibilidad del diario como deber institucional.
4. Promover el desarrollo social a través de la adecuada redacción de notas periodísticas y manejo de contenido

## Valores Institucionales

Dado el nivel periodístico del diario el universo los valores no ameritan cambios por lo que seguirían siendo los mismos:

Son *valores fundamentales de El Universo*<sup>58</sup>:

- Verdad
- Libertad
- Responsabilidad
- Honestidad
- Justicia
- Respeto a la dignidad humana
- Lealtad al país
- Respeto a la libre expresión del pensamiento.

## Línea Editorial

### Principios

Los principios tendrán como bases los mismos del Diario El Universo con leves modificaciones y se resaltarán los puntos a reforzar:

1. Desarrollamos nuestra misión en ejercicio de la **libertad de prensa**, cuya vigencia será exigida y defendida por el Diario, dentro del marco institucional y en acatamiento a las autoridades legalmente constituidas.
2. Propugnamos el **respeto a la vida privada de los ciudadanos, a la moral social**, a las instituciones que conforman la sociedad y a la unidad nacional en la aceptación de la diversidad y en la defensa de nuestra territorialidad.

---

<sup>58</sup> Diario el Universo. Valores Fundamentales. Sección Nuestra Organización. Información Publicada en Línea.

**3. Respetamos la dignidad, la intimidad, los derechos y el bienestar de las personas**, tanto en el trato empresarial, como en la cobertura periodística. El Universo no patrocina el ocultamiento de información relevante, pero tampoco permite la violación de los derechos de las personas.

**4. Favorecemos todos los esfuerzos en pro de la paz y rechazamos cualquier movimiento que invoque la violencia** o las vías de hecho para la consecución de sus fines. Rechazamos las posturas extremas y adoptamos una posición de centro y de equilibrio frente a los problemas del país.

**5. Mantenemos nuestra independencia y rechazamos presiones de cualquier procedencia** para variar el sentido objetivo de una información. Esto incluye presiones internas interinstitucionales o departamentales.

**6. Trabajamos sin compromisos políticos, sociales, laborales, comerciales o de cualquier índole** que puedan interferir con el derecho primordial del lector a conocer la verdad.

**7. Recordamos siempre que trabajamos para el lector y que esto implica la responsabilidad de ser depositario del derecho que tiene todo ciudadano a ser informado veraz e imparcialmente.**

**8. Defendemos la confidencialidad de las fuentes de información**, y de todos los datos que maneja la empresa en todos los departamentos y funciones.

**9. Utilizamos las páginas del diario, para cumplir nuestros objetivos periodísticos**, en ningún caso, para favorecer o perjudicar a personas, grupos económicos, partidos políticos, denominaciones religiosas, organizaciones sociales o instituciones públicas o privadas, ni para buscar beneficios personales.

10. **Mantenemos una organización eficiente y respetuosa de las leyes**, que garantice la rentabilidad necesaria para sostener la independencia periodística y asegurar el liderazgo sostenido de la empresa en el tiempo.

11. **Creemos que el éxito de nuestra tarea se basa en la selección adecuada del recurso humano y en su desarrollo**, compromiso y motivación, así como en una administración eficaz y adecuada. Fomentamos y apreciamos el amor al trabajo bien realizado, los logros de equipo y las buenas relaciones interpersonales.

12. **La información estará basada y orientada a los objetivos estrictamente periodísticos y promulgara el impulso a la cultura, los valores, la ética y el desarrollo psicosocial de cada localidad.**

13. **Cada sucursal será responsable de lo que se difunda y del correcto manejo de la información**, se realizaran las respectivas correcciones para fomentar la responsabilidad ulterior y un periodismo con ética social.

### **Impacto**

Los diarios se han convertido en herramientas poderosas de sociabilización fomentando y facilitando tanto la formación como la expansión de una cultura por ello el diario mantendría la responsabilidad de influenciar positivamente en el desarrollo local.

Esta propuesta generaría el redireccionamiento y la independencia del Diario Súper con la creación de las políticas institucionales afianzando el compromiso y la responsabilidad con los lectores en cada edición del diario.

Así mismo la línea editorial busca promover la identificación de los lectores con el medio a través del correcto tratamiento de la información y la creación de notas periodísticas usando un lenguaje adecuado en cada redacción según el contexto psico-socio-cultural.

Tomando en cuenta las palabras del director del Diario Súper, Eduardo Cedeño Pérez quien manifestó que “*sus lectores quieren superarse*”. Con esta idea se busca incentivar al medio para participar en el progreso personal y social de los lectores, directa o indirectamente, para mejorar el desarrollo socio-cultural desde la óptica psicosocial de los habitantes del Cantón La Libertad, la provincia y el país.

## CONCLUSIONES

- ❖ Existe poco interés en los estudios que se realizan sobre la prensa y los efectos que podrían producir por su influencia, de forma que falta apertura para brindar información para el desarrollo de investigaciones sociales o de comunicación.
- ❖ Todos los medios de comunicación son factores que influyen no solo en la percepción de la realidad en los lectores, sino también en el comportamiento y desenvolvimiento de las personas, y esto deriva en que incidan positiva o negativamente en la sociedad.
- ❖ Es importante que todo medio escrito posea una buena línea editorial y su propia política institucional para que el medio sea además de que informe, ayude a formar correctamente a la sociedad.
- ❖ los medios poseen la responsabilidad de cambiar y convertir los modelos actuales en pro de desarrollo generando espacios de opinión y promoción de cultura.
- ❖ Durante el desarrollo de los individuos existen diversos factores que moldean el comportamiento y por ende el aspecto psicosocial en este caso las relaciones interpersonales y el lenguaje que manejan para poder comunicarse, es aquí donde los medios de comunicación intervienen de forma secundaria pero con gran influencia de adquirir ciertos modismos de lenguaje que derivan en el comportamiento.

## RECOMENDACIONES

- ❖ Brindar información que ayude en el desarrollo de investigaciones académicas o aportes que faciliten la obtención de datos sobre la institución para futuros trabajos investigativos que posean relación con el Diario Súper.
- ❖ Se recomienda orientar la información de una forma correcta con el fin de informar de forma imparcial, fomentando el correcto uso de las palabras e impulsando la cultura de cada sector sin que eso signifique mantenerla o empeorarla, es decir mejorando a la sociedad desde su influencia o incidencia como medio informativo social.
- ❖ Súper, Diario Familiar, debe ser una guía de a quien se informa y como debe hacerlo, es necesario que la información se dirija de forma correcta a la familia haciendo referencia directa a su propio calificativo.
- ❖ Los diarios poseen una gran responsabilidad social por lo que se recomienda, además de informar, formar a la sociedad bajo los conceptos de calidad, veracidad e imparcialidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- ✚ Constitución De la República del Ecuador. 2008.
- ✚ LEWIS, R. (1991). Evolution of Life. United States of America: Wm. C. Brown Publishers.
- ✚ Gary Becker. Premio Nobel de la Economía 1992
- ✚ ÁLVARO Estramiana, José Luis (Editor). Fundamentos sociales del comportamiento humano. Editorial UOC. 2003
- ✚ KIMBLE, Charles y colaboradores. Psicología Social de las Américas. Pearson Educación. México 2002. ISBN: 970-26-0034-0
- ✚ ANGARITA, Consuelo. Psicología Social. Teoría y Práctica. Ediciones Uninorte. Colombia 2007
- ✚ MYERS, David. Psicología Social. Mc Graw Hill. 8va Edición. México. Julio 2006
- ✚ Código Internacional de Ética Periodística de la UNESCO. Conclusiones del Fourth Consultative Meeting of International and Regional Organizations of Journalists. París. Noviembre 20 de 1983
- ✚ Código Europeo de Deontología del Periodismo. Estrasburgo, 1 de Julio de 1993
- ✚ AZNAR, Hugo. Profesor de Ética de la Comunicación de la Universidad Cardenal Herrera. Ética De La Comunicación Y Nuevos Retos Sociales. Códigos y recomendaciones para los medios. Barcelona. 2005
- ✚ VILLANUEVA, Ernesto. Deontología Informativa. Códigos Deontológicos de la Prensa Escrita en el Mundo. Editorial: Miguel Ángel Porrua. Edición 02. 2002. ISBN: 9707012595
- ✚ BARRERA, Luz Carmen. La Calidad De La Información Periodística. Grupo de Investigación en Periodismo, GIP. Universidad de La Sabana
- ✚ RAMÍREZ, Alberto. Metodología de Investigación Científica. Pontifica Universidad Javeriana.
- ✚ SARAIVIA, Marcelo. Metodología de la Investigación Científica. Universidad de Barcelona

- ✚ PAREDES, Wilson. Como Desarrollar una Tesis. S&S. Edición 2009
- ✚ Diario el Universo: El Diario Súper celebra hoy un año de circulación.  
Fecha de publicación: miércoles 23 de Agosto del 2006. Sección:  
Economía.
- ✚ MORDUCHOWICZ, Roxana. Los medios de comunicación y la  
educación: un binomio posible. Artículo en línea
- ✚ PRIETO Castillo, Daniel. El interparentizaje como clave de la  
Educomunicación, en Mediaciones, N° 6, 2006. Universidad Minuto de  
Dios, Bogotá (Colombia).
- ✚ H.J kagelmann y G. Wenninger Psicología de los medios de  
comunicación. Manual de conceptos básicos. Biblioteca de Psicología.
- ✚ Lacan, Jacques. (1977) *Écrits: A Selection*. (Translated by Alan  
Sheridan). New York: Norton.
- ✚ Peirce, Charles S. *The Essential Peirce*, 2 vols., N. Houser et al (eds.)  
Bloomington, IN: Indiana University Press, 1992-1998.

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

**ANEXO 1**  
**INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**  
**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

Cuestionario dirigido a Ciudadanos del Cantón La Libertad

El presente instrumento tiene el propósito de obtener información relacionada, con su opinión, sobre **El Diario Súper y su incidencia en el comportamiento psicosocial de los habitantes del Cantón La Libertad.**

**INSTRUCTIVO**

Para llenar este cuestionario sírvase escribir el número en el casillero.

1. Nivel Académico del encuestado:

- 1. Primario
- 2. Secundario
- 3. Superior

2. Edad:

- 1. Entre 20 a 24
- 2. Entre 25 a 29
- 3. Entre 30 a 34
- 4. Entre 35 a 39
- 5. Entre 40 a 44

3. Sexo:

- 1. Masculino
- 2. Femenino

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

Sírvase marcar en el número que corresponda.

SIEMPRE / SI	A VECES	RARA VEZ	NUNCA/NO
4	3	2	1

No.	PREGUNTAS	4S	3AV	2RV	1N
1	Lee usted o ha leído el Diario Súper				
2	Cree usted que el Diario Súper Informa de manera acertada				
3	Considera usted que los titulares son acertados en el Diario Súper				
4	Considera usted que el Diario Súper posee un buen criterio en las noticias que publica				
5	Considera usted que los periódicos o diarios deben ser formadores además de informativos				
6	Considera que los periódicos o diarios son importantes para la formación de criterios en la sociedad				
7	Considera que los medios de comunicación (incluido el Diario Súper) influyen en el comportamiento psicosocial				
8	Considera usted que el Diario Súper ayuda a formar correctamente a la sociedad peninsular				
9	Considera que las expresiones utilizadas en el Diario Súper influye en las personas				
10	Considera que las noticias que se publican influyen en la percepción social local				
11	Considera que el Diario Súper debe promover el correcto uso del lenguaje en la sociedad				
12	Considera que el Diario Súper debería regular el lenguaje periodístico que utiliza en las noticias				

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

**Escriba el número correspondiente según su criterio:**

13. ¿Qué entiende usted por comportamiento psicosocial?
1. Como se relacionan con la sociedad
  2. La formas de ser de las personas
  3. Maneras de la conducta de los individuos
- 
14. ¿Cuál cree usted que debería ser la prioridad de un periódico?
1. Informar
  2. Formar
  3. Entretener
  4. Vender
- 
15. ¿Cuál cree usted que debería ser el lenguaje periodístico empleado en las notas de redacción?
1. Coloquial
  2. Conciso
  3. Sencillo
  4. Objetivo
  5. Profesional
- 
16. ¿Qué entiende usted por percepción social?
1. Efecto de la primera impresión
  2. Evaluar a las personas
  3. Formar y modificar lo que vemos
- 
17. ¿Cómo el correcto empleo del lenguaje en los diarios ayudaría en el desarrollo social?
1. Mejorando el léxico
  2. En las relaciones interpersonales(persona a persona)
  3. En mantener la cultura
- 
18. ¿Cómo los diarios incide en el comportamiento psicosocial de las personas?
1. Con el lenguaje
  2. Con la publicidad
  3. Con las imágenes
  4. Con la redacción
- 
19. ¿Cómo el correcto ejercicio periodístico de los diarios beneficiaría en el desarrollo psicosocial de las personas?
1. Mejorando el lenguaje
  2. Promoviendo la cultura
  3. Con una información adecuada
  4. Generando opinión publica
  5. Influyendo en el comportamiento
-

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

**ANEXO 2**

**Validación de las Encuestas**



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

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN							
TÍTULO DEL TRABAJO							
INSTRUCTIVO							
Ítem	CONGRUENCIA (Con el título del trabajo)		CLARIDAD		TENDENCIOSIDAD (Las preguntas están libres de otros factores que influyan en la respuesta)		Observaciones
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	✓		✓		✓		
2	✓		✓		✓		
3	✓		✓		✓		
4	✓		✓		✓		
5	✓		✓		✓		
6	✓		✓		✓		
7	✓		✓		✓		
8	✓		✓		✓		
9	✓		✓		✓		
10	✓		✓		✓		
11	✓		✓		✓		
12	✓		✓		✓		
13	✓		✓		✓		
14	✓		✓		✓		
15	✓		✓		✓		
16	✓		✓		✓		
17	✓		✓		✓		
18	✓		✓		✓		
19	✓		✓		✓		
Total	19		18	1	19		
%	100		95	5	100		

Evaluado por:	Apellido	Nombre	Cédula de Identidad	Fecha	Firma
	Acuña	Ricardo	1103602015	29/06/2011	
	Profesión		Cargo	Teléfono	
	Ing. AgroIndustrial		Docente Estadística	085 706480	

Agradecido por su colaboración.  
 Srta. Karina Santos G.

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

**ANEXO 3**

**Validación de la Propuesta**



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

**VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA**

**Autor:** Karina Santos González

**Fecha:** Diciembre del 2011

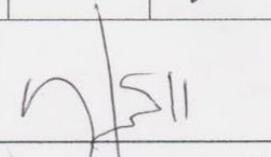
**FICHA TÉCNICA DEL VALIDADOR**

Nombre: Ing. Estanislao Igual Rodríguez  
 Profesión: Ing. Comercial  
 Ocupación: Docente  
 Dirección: Sta Elena  
 Teléfono: 2941676

Escala de Validación	Muy adecuada	Adecuada	Mediamente Adecuada	Poco adecuada	Nada adecuada
Introducción		✓			
Objetivos	✓				
Pertinencia		✓			
Secuencia		✓			
Modo de Intervención		✓			
Profundidad		✓			
Lenguaje		✓			
Comprensión		✓			
Creatividad	✓				
Impacto		✓			

Firma: \_\_\_\_\_

C.I.: \_\_\_\_\_

  
 0910992601

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

**ANEXO 4**

**Extractos de ejemplares de Diario Súper**

**EDICIÓN PENINSULAR** Ecuador, miércoles 27 de junio del 2012 **SUPER**

**400 DENUNCIAS REPOSAN EN LA DEFENSORÍA DEL PUEBLO**

# Veeduría respirará en 'nuca' de CNEL



Hasta lo que va de la fecha se han registrado 400 denuncias en la Defensoría del Pueblo.

**PIENSO QUE...**  
**AGUSTÍN CONFORME,** usuario  
"Me parece muy buena la iniciativa, aunque el servicio al parecer ya está mejorando".  
**ARTURO BENAVIDES,** gerente de CNEL  
"Estamos con las puertas abiertas para la veeduría, continuamos trabajando".  
**EATIMA CAMPOS,** delegada Defensoría del pueblo  
"Estamos para garantizar el derecho de los usuarios en lo público".  
**MERCY CHEZ,** usuaria  
"Estaría bien la veeduría para ver el qué se

**Empresa tendrá las puertas abiertas para la inspección**

**ANALIZARAN TODO EN CNEL**

En las próximas semanas se iniciará con el proceso de veeduría en CNEL.

Winston Rosales  
Redacción Santa Elena

Luego de las constantes denuncias presentadas ante la Defensoría del Pueblo por el mal servicio prestado por la Corporación Nacional de Electricidad (CNEL), se ordenó una asamblea ciudad-

**SUPER** Ecuador, sábado 9 de junio del 2012 **EDICIÓN**

**SE ENTREGARON NUEVE CRÉDITOS DE HASTA \$15.000**



En el evento entregaron simbólicamente algunos implementos para las panaderías.

# Panaderías se 'tunean bacán'

**Los panificadores agremiados están muy alegres**

Winston Rosales  
Redacción Santa Elena

"Un mejor pan y buen servicio" es lo que promete Elkin Carvajal, quien fue beneficiado con un crédito para renovar su panadería. Al igual que Carvajal, ocho panificadores más, provenientes de Cachaite, Salinas y La Libertad, también se vieron favorecidos con créditos de hasta \$15.000. La entrega oficial se realizó ayer en el Centro de Atención Ciudadana (CAC), donde presentaron algunos de los implementos contemplados en el crédito, entre ellos: un horno, perchas, batidores y latas. Varios de los beneficiarios comentaron sentirse felices por lo conseguido, pese a que les costó tiempo y mucha paciencia debido a que el trámite demoró. Ahora están convencidos de las mejoras en sus panaderías, por lo que aseguran podrán pagar la deuda en los cinco años de plazo establecido. Esta actividad fue coordinada por el Ministerio de Productividad (Mipro), Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), entre otras entidades estatales. Al evento también llegaron panificadores independientes, quienes también anhelan el crédito.

**PIENSO QUE...**  
**ELKIN CARVAJAL,** beneficiario del crédito  
"Me siento contento por el crédito, ahora renovaré mi panadería y daré un mejor pan".  
**RICARDO CAMACHO,** Ministerio de Productividad  
"Entregamos 9 créditos a panificadores de la provincia y así mejoren sus microempresas".

**EDICIÓN PENINSULAR** Ecuador, sábado 9 de junio del 2012

**LOS PÍLOS NO AGRIETARON 'PABO' Y LE PEGARON A UNA VÍCTIMA**

# OLEADA DE ROBO

**Sometieron a todos los empleados con armas y luego los amarraron**

David Cruz  
Redacción La Libertad

Cinco sujetos que se hicieron pasar como de más caso resultó en alguero cinco uniformados para robar y secuestrar a un grupo de víctimas. El hecho ocurrió la mañana de ayer en la calle 22 del barrio Balmorera, en La Libertad, mientras los empleados del hotel "Elle Depende" recibían la visita de los amos, quienes al momento de salir se encontraron a los empleados aterrorizados. Los pillos ingresaron al hotel al momento de salir y se llevaron a un grupo de víctimas. Los pillos ingresaron al hotel al momento de salir y se llevaron a un grupo de víctimas. Los pillos ingresaron al hotel al momento de salir y se llevaron a un grupo de víctimas.

**PIENSO QUE...**  
**RICARDO CHEZ,** usuario  
"Los pillos ingresaron al hotel al momento de salir y se llevaron a un grupo de víctimas. Los pillos ingresaron al hotel al momento de salir y se llevaron a un grupo de víctimas. Los pillos ingresaron al hotel al momento de salir y se llevaron a un grupo de víctimas."

**Por poco rob**  
El hotel Balmorera de la ciudad de La Libertad, fue el escenario de un robo a mano armada. Los pillos ingresaron al hotel al momento de salir y se llevaron a un grupo de víctimas. Los pillos ingresaron al hotel al momento de salir y se llevaron a un grupo de víctimas. Los pillos ingresaron al hotel al momento de salir y se llevaron a un grupo de víctimas.

**Pillo se lanza**  
El pillo se lanzó desde el techo del hotel Balmorera de la ciudad de La Libertad, fue el escenario de un robo a mano armada. Los pillos ingresaron al hotel al momento de salir y se llevaron a un grupo de víctimas. Los pillos ingresaron al hotel al momento de salir y se llevaron a un grupo de víctimas. Los pillos ingresaron al hotel al momento de salir y se llevaron a un grupo de víctimas.

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



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

