



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA**

---

**“LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA Y LA PREVALENCIA DE LA  
DIFUSIÓN DE CONTENIDOS EDUCATIVOS (ART. 8 DE LA LEY DE  
COMUNICACIÓN) EN EL DIARIO EL AMBATEÑO”**

---

Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de Licenciado en  
Comunicación Social

**AUTOR:**

Lenin Mauricio Santos Mejía

**DOCENTE:**

Dr. Mg. Walter Francisco Viteri Torres

**Ambato – Ecuador**

**2019**

## **CERTIFICADO DEL TUTOR**

El Suscrito Dr. Mg. Walter Francisco Viteri Torres, CERTIFICA:

Que el señor **Lenin Mauricio Santos Mejía**, portador de la **CC. 180474335-7** habilitado para obtener el Título de Tercer Nivel; ha concluido su Trabajo de Titulación, Modalidad **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**; sobre el Tema: “**LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA Y LA PREVALENCIA DE LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS EDUCATIVOS (ART. 8 DE LA LEY DE COMUNICACIÓN) EN EL DIARIO EL AMBATEÑO**”. Previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación Social; por lo que en calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, certifico de la autenticidad del mencionado Trabajo, y de haberle orientado durante todo el proceso.

**Ambato, 02 de junio de 2019**

**LO CERTIFICO:**



---

**Dr. Mg. Walter Francisco Viteri Torres**

**1802008118**

**Tutor del Trabajo de Titulación**

## **AUTORÍA DEL TRABAJO**

Dejo constancia que los criterios presentados en el presente trabajo sobre **“LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA Y LA PREVALENCIA DE LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS EDUCATIVOS (ART. 8 DE LA LEY DE COMUNICACIÓN) EN EL DIARIO EL AMBATEÑO”**. es el resultado de la investigación del autor, quien basado en la experiencia de los estudios realizados durante la carrera, análisis bibliográfico y trabajo de campo han generado los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta mencionadas en esta investigación los cuales son de exclusiva responsabilidad de su autor.

**Ambato, 02 de junio de 2019**

**AUTOR**



---

**LENIN MAURICIO SANTOS MEJÍA**

**C.C. 180474335-7**

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autor.

**Ambato, 02 de junio de 2019**

**AUTOR**



---

**LENIN MAURICIO SANTOS MEJÍA**

**C.C. 180474335-7**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del tribunal de grado aprueban el trabajo de la Investigación sobre el

**Tema: “LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA Y LA PREVALENCIA DE LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS EDUCATIVOS (ART. 8 DE LA LEY DE COMUNICACIÓN) EN EL DIARIO EL AMBATEÑO”.** Presentado por el señor Lenin Mauricio Santos Mejía, de conformidad con el reglamento de graduación para obtener el título Terminal de tercer nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

**Ambato,..... 2019**

**Para constancia firma:**

.....

**Presidente**

.....

**Miembro**

.....

**Miembro**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mis dos mejores amigos, mi madre Yolanda Mejía y mi padre Héctor Santos, por darme la vida y cuidar de mí en todo momento, por enseñarme el valor del estudio, el valor de la rebeldía y la calma, lo importante que es ser libre de pensamiento, firme de decisiones, hambriento de conocimientos y consecuente de acciones, pero sobre todo por haberme enseñado la humildad que es la verdad más absoluta que conocemos los hombres y mujeres trabajadores del mundo.

A mis dos maestros de la vida, mi hermana Loren Santos y toda su familia y a mi hermano Gregory Santos † que siempre ha vivido en mí. Dedicado a todos los niños y niñas de San Juan de Ambato que se juegan la vida en cada avenida.

Lenin Mauricio Santos Mejía

Ambato – Ecuador, 2019

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primer lugar a Dios, por permitirme seguir en pie y cumplir con su grandiosa obra.

Agradezco de manera infinita a la familia de la Universidad Técnica de Ambato, especialmente a los docentes de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, por haberme impartido sus conocimientos para desempeñarme como profesional en el área. A mi tutor el Dr. Mg. Walter Viteri, por guiarme con sus vastos conocimientos hasta la culminación de este proyecto.

A mis amigos, Santiago Toscano, Javier Manobanda, Analí García y Xavier Saltos con quienes compartí tantos momentos de felicidad y trabajo en el proyecto Fair Play Plus.

A la ing. Silvana Chicaiza quien significó un apoyo incondicional en mi carrera.

A mi abuelito Vicente Santos † que siempre confió en mí. Muchas gracias a todos esto va por ustedes.

Lenin Mauricio Santos Mejía

Ambato – Ecuador, 2019

## ÍNDICE GENERAL

### CONTENIDO

PORTADA .....	i
CERTIFICADO DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO .....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
ÍNDICE GENERAL .....	viii
INDICE DE TABLAS .....	xv
INDICE DE FIGURAS.....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO .....	xvii
ABSTRACT .....	xviii
INTRODUCCIÓN .....	1

### CAPITULO I

#### EL PROBLEMA

1.1 Tema de investigación.....	3
1.2 Planteamiento del problema .....	3
1.2.1 Contextualización.....	3
1.2.2 Análisis crítico .....	9
1.2.3 Prognosis .....	11
1.2.4 Formulación del problema.....	11
1.2.5 Preguntas directrices .....	11



1.2.6 Delimitación.....	11
1.3 Justificación .....	12
1.4 Objetivos.....	14
1.4.1 Objetivo general.....	14
1.4.2 Objetivos específicos.....	14

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

2.1 Antecedentes investigativos .....	15
2.2 Fundamentación Filosófica .....	30
2.3 Fundamentación Ontológica.....	30
2.4 Fundamentación Epistemológica .....	31
2.5 Fundamentación Axiológica.....	31
2.6 Fundamentación Sociológica.....	31
2.7 Fundamentación Psicopedagógica .....	32
2.8 Fundamentación Legal .....	32
2.9 Categorías fundamentales.....	34
2.10 Marco conceptual de la variable independiente.....	36
2.10.1 Comunicación educativa.....	36
2.10.2 Contenidos periodísticos.....	38
2.10.3 Difusión de contenidos educativos.....	41
2.10.3.1 Elaboración de productos .....	43
2.10.3.1.1 Distribución.....	44
2.10.3.1.1.1 Redes sociales .....	44
2.10.3.1.1.2 Objetos de aprendizaje.....	46

2.10.3.1.1.3 Webs estáticas .....	48
2.10.3.1.1.4 Blogs .....	49
2.10.3.1.1.5 Periódicos .....	51
2.10.3.1.1.6 Revistas .....	52
2.10.3.1.1.7 Artículos académicos .....	54
2.10.1.3.2 Proyecto educativo propio .....	55
2.10.1.3.2.1 Investigación .....	56
2.10.1.3.2.2 Licencias flexibles .....	58
2.10.1.3.2.3 Distribución 2.0 y formatos físicos .....	59
2.10.1.3.3 Utilidad .....	61
2.10.1.3.3.1 Desarrollo .....	62
2.10.1.3.3.2 Aprendizaje .....	64
2.10.1.3.4 Reutilización .....	65
2.10.1.3.4.1 Obras de otros autores.....	69
2.10.1.3.4.1.1 Propiedad intelectual.....	71
2.10.1.3.4.1.2 Derechos de Autor .....	72
2.10.1.3.4.1.3 Convenios.....	73
2.10.1.3.4.1.4 Distribución Segura .....	74
2.11 Marco conceptual de la variable dependiente.....	78
2.11.1 Periodismo .....	78
2.11.2 Géneros periodísticos .....	81
2.11.2.1 Géneros Informativos .....	83
2.11.2.2 Géneros de opinión.....	85
2.11.2.3 Cartas al director .....	86
2.11.2.4 Otros géneros y formatos del periodismo digital. ....	87
2.11.3 Producción periodística .....	88
2.11.3.1 Producto .....	92

2.11.3.1.1 Creación.....	94
2.11.3.1.2 Distribución.....	95
2.11.3.1.3 Posicionamiento .....	96
2.11.3.2 Fundamentación .....	98
2.11.3.2.1 Valores éticos y organizacionales .....	101
2.11.3.2.2 Talento humano .....	105
2.11.3.3 Salas de redacción .....	107
2.11.3.3.1 Comunicación interna.....	109
2.11.3.3.2 Responsabilidad Social Empresarial .....	110
2.11.3.4 Nuevas tecnologías.....	111
2.11.3.4.1 Cybermedios .....	112
2.11.3.4.2 Medios Móviles.....	114
2.11.3.5 Editor .....	116
2.11.3.5.1 Técnicas .....	118
2.11.3.5.2 Fuentes.....	119
2.11.3.6 Noticia y Noticiabilidad.....	121
2.11.3.6.1 Calidad.....	123
2.11.3.7 Medios masivos.....	125
2.11.3.7.1 Agenda setting.....	128
2.11.3.7.2 La teoría del frame.....	131
2.11.3.7.3 Espiral del silencio .....	133
2.12 Hipótesis.....	136
2.13 Señalamiento de las variables.....	136

### **CAPITULO III**

## **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

3.1 Enfoque de la investigación.....	137
3.2 Modalidad básica de la investigación .....	137
3.2.1 Bibliográfica / Documental.....	137
3.2.2 Investigación de campo .....	138
3.3 Nivel o tipo de investigación .....	138
3.3.1 Investigación exploratoria .....	138
3.4 Muestra para el análisis de contenido .....	138
3.5 Operacionalización de las variables .....	140
3.5.1 Variable independiente.....	140
3.5.2 Variable dependiente.....	141
3.6 Técnica e instrumentos.....	142
3.6.1 Análisis de contenido .....	142
3.7 Plan de Recolección de Información.....	143
3.8 Plan de Procesamiento de la Información .....	143

## **CAPITULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

4.1 Análisis e interpretación de resultados.....	145
4.2 Verificación de Hipótesis .....	162

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1 Conclusiones.....	164
5.2 Recomendaciones .....	165

## **CAPITULO VI**

### **PROPUESTA**

6.1 Datos informativos .....	167
6.2 Antecedentes de la propuesta.....	167
6.3 Justificación .....	168
6.4 Objetivos.....	169
6.4.1 Objetivo general.....	169
6.4.2 Objetivos específicos.....	169
6.5 Análisis de factibilidad .....	169
6.5.1 Factibilidad socio - cultural .....	169
6.5.2 Factibilidad tecnológica, económica y financiera.....	170
6.5.3 Factibilidad legal.....	171
6.6 Fundamentación científico y técnico .....	172
6.7 Metodología.....	172
6.8 Modelo operativo .....	173
6.9 Administración de la propuesta .....	176
6.10 Modelo del semanario .....	176
6.11 Producción del semanario.....	178
6.11.1 Primera Página .....	179
6.11.2 Segunda página .....	179
6.11.3 Tercera página.....	181
6.11.4 Cuarta página .....	183
6.11.5 Quinta página .....	184
6.11.6 Sexta página.....	185
6.11.7 Séptima página.....	186

6.11.8 Octava página.....	189
6.12 Diseño del semanario .....	189
6.12.1 Primera Página .....	190
6.12.2 Segunda página .....	191
6.12.3 Tercera página.....	192
6.12.4 Cuarta página .....	193
6.12.5 Quinta página.....	194
6.12.6 Sexta página.....	195
6.12.7 Séptima página.....	196
6.12.8 Octava página.....	197
Bibliografía.....	198
Anexos	
Paper de la investigación	

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Comparación del análisis de posicionamiento físico y perceptual .....	96
Tabla 2: Operacionalización de variables- variable independiente .....	140
Tabla 3: Operacionalización de variables- variable dependiente .....	141
Tabla 4: Espacio dedicado a cada sección de contenido. Lunes 02/04/18- .....	146
Tabla 5: Espacio dedicado a cada sección de contenido. Martes 03/04/18- .....	148
Tabla 6 Espacio dedicado a cada sección de contenido. Miércoles 04/04/18- .....	149
Tabla 7: Espacio dedicado a cada sección de contenido. Jueves 05/04/18-.....	151
Tabla 8: Espacio dedicado a cada sección de contenido. Viernes 06/04/18. ....	154
Tabla 9: Espacio dedicado a cada sección de contenido. Sábado 07/04/18.....	156
Tabla 10: Espacio dedicado a cada sección de contenido. Domingo 08/04/18.....	158
Tabla 11: Espacio dedicado a cada sección de cont. del 2 al 8 de abril de 2018. ....	160
Tabla 12: Presupuesto del semanario.....	171
Tabla 13: Modelo operativo .....	175
Tabla 14: Modelo del semanario .....	178
Tabla 15: Cronograma 2019.....	217
Tabla 16: Matriz de relevamiento bibliográfico .....	231
Tabla 17: Espacio dedicado a la producción educativa, lunes 02 de abril de 2018....	232
Tabla 18: Espacio dedicado a la producción educativa, martes 03 de abril de 2018 .	233
Tabla 19: Espacio dedicado a la producción educativa, miér 04 de abril de 2018.....	234
Tabla 20: Espacio dedicado a la producción educativa, jueves 05 de abril de 2018..	235
Tabla 21: Espacio dedicado a la producción educativa, viernes 06 de abril de 2018.	236
Tabla 22: Espacio dedicado a la producción educativa, sábado 07 de abril de 2018 .	237
Tabla 23: Espacio dedicado a la producción educativa, dom 08 de abril de 2018.....	238

Tabla 24 Espacio dedicado sección de cont. del 2 al 8 de abril de 2018 (Paper)..... 247

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1:</i> Árbol de Problemas.....	8
<i>Figura 2</i> Categorías fundamentales .....	34
<i>Figura 3</i> Constelación de ideas variable independiente .....	35
<i>Figura 4</i> Constelación de ideas de la Variable Dependiente .....	77
<i>Figura 5:</i> Espacio dedicado a cada sección de contenido. Lunes 02/04/18- .....	146
<i>Figura 6:</i> Espacio dedicado a cada sección de contenido. Martes 03/04/18- .....	148
<i>Figura 7:</i> Espacio dedicado a cada sección de contenido. Miércoles 04/04/18- .....	150
<i>Figura 8:</i> Espacio dedicado a cada sección de contenido. Jueves 05/04/18.....	152
<i>Figura 9:</i> Espacio dedicado a cada sección de contenido. Viernes 06/04/18. ....	154
<i>Figura 10:</i> Espacio dedicado a cada sección de contenido. Sábado 07/04/18.....	156
<i>Figura 11:</i> Espacio dedicado a cada sección de contenido. Domingo 08/04/18.....	158
<i>Figura 12:</i> Espacio dedicado a cada sección de cont. del 2 al 8 de abril de 2018. ....	161
<i>Figura 13:</i> Espacio dedicado a cada sección de cont. 2 al 8 de abril de 2018. (P) ....	131



## RESUMEN EJECUTIVO

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Tema:** “LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA Y LA PREVALENCIA DE LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS EDUCATIVOS (ART. 8 DE LA LEY DE COMUNICACIÓN) EN EL DIARIO EL AMBATEÑO”

**Autor:** Lenin Mauricio Santos Mejía

**Director:** Dr. Mg. Walter Francisco Viteri Torres

**Fecha:** Ambato, 02 de junio de 2019

Esta investigación se basa en el análisis realizado al diario El Ambateño conforme a lo que indica la (LOC, 2013), en su Art 8 sobre la prevalencia de contenidos educativos en los medios de comunicación, obteniendo como resultado el análisis semanal de la producción de contenidos educativos, que busca reconfigurar la manera en que es entendida la educación dentro del medio para redistribuir la cantidad de espacio destinado a la producción educativa, equilibrándola a través de un insumo educativo impreso semanalmente.

La metodología utilizada parte del enfoque cuantitativo junto con la modalidad de investigación bibliográfica - documental. En cuanto a la técnica utilizada para la recolección de datos, se aplicó el análisis de contenido cuantitativo junto con la herramienta ficha de análisis.

Una vez finalizado el estudio se comprobó que el diario El Ambateño no cumple con la prevalencia en la difusión de contenidos educativos según lo que indica la (LOC, 2013), desarrollando una producción distinta a la propuesta en la ley.

**Palabras clave.** Producción periodística, contenidos educativos, análisis de contenido

## **ABSTRACT**

This investigation is based on the analysis made to the El Ambateño newspaper according to the (LOC, 2013), in its Art. 8 about the prevalence of educational content in the media, obtaining as the result a weekly analysis on the production of educational content that looking for reconfigure the way in which the communication is understood inside the medium, for redistribute the space's amount destined to educational production, balancing it through an educational input printed weekly.

The methodology used is based on the quantitative approach together with the bibliographic-documentary research modality. As for the technique used for data collection, the quantitative content analysis was applied together with the analysis card tool.

Once that the study was completed it was found that the El Ambateño newspaper doesn't comply with the prevalence in the diffusion of educational content as indicated by (LOC, 2013), developing a production different from that proposed in the law.

**Keywords:** Journalistic production, Educational content, Content analysis

## INTRODUCCIÓN

La producción periodística de contenidos educativos en los medios de comunicación, cumplen un rol muy importante en el desarrollo de la sociedad, su difusión está regulada por el Art. 8 de la (Ley Organica de Comunicación, 2013), debido a su función colectivizadora del conocimiento, que entrega respuestas a las interrogantes ciudadanas a la vez que proporciona el sentido social que encamina a las personas hacia el desarrollo humano, fomentando los valores y derechos expresados en la ley. El presente trabajo de investigación se desarrolló con la finalidad de determinar la producción periodística respecto a los contenidos educativos en el diario El Ambateño para lo cual se analizó los contenidos de la producción de una semana y se constató cuanto espacio le dedican a la producción y difusión de contenidos educativos en el medio periodístico.

El trabajo de investigación se realizó en base al enfoque cuantitativo con la modalidad bibliográfica documental, el cual se ubicó en un nivel exploratorio. En cuanto a la técnica para la recolección de datos se utilizó el análisis de contenido cuantitativo; a través de fichas de análisis que determinaron los indicadores para el estudio, graficaron los datos obtenidos y estructuraron los resultados.

El análisis de la producción educativa se lo realizo en los ejemplares que se imprimieron durante la semana del 02 al 08 de abril de 2018.

Este informe final del trabajo de investigación consta de seis capítulos que se encuentran estructurados de la siguiente manera:

**El Capítulo I:** Se ubica en el problema a través de la contextualización, el análisis crítico y la prognosis, se describe el problema y las interrogantes y se delimita el campo de estudio, se elabora la justificación y se plantean los objetivos.

**El Capítulo II:** Plantea el marco teórico de la investigación, los antecedentes del origen del estudio, se fundamenta de forma filosófica, ontológica, epistemológica, axiológica, sociológica, psicopedagógica y legal, se define las categorías

fundamentales y se elabora el marco conceptual de la variable independiente y dependiente, se señala las hipótesis y se define el señalamiento de las variables.

**Capítulo III:** Establece la metodología de la investigación en base al enfoque cuantitativo del estudio, la modalidad básica y el nivel o tipo de investigación, se define la muestra para el análisis de contenido y la operacionalización de las variables, y se definen las técnicas e instrumentos que servirán para el plan de recolección y procesamiento de la información.

**Capítulo IV:** Se describe el análisis e interpretación de resultados al que conlleva el análisis de contenidos realizado al diario El Ambateño y verifica la hipótesis.

**Capítulo V:** Desarrolla las conclusiones y recomendaciones de la investigación, importantes para futuros estudios.

**Capítulo VI:** Expone y detalla la propuesta de diseño de un semanario de producción educativa para el diario El Ambateño, se presenta los antecedentes, la justificación, elaboración de sus objetivos, análisis de factibilidad, fundamentación científica y técnica, elaboración de su metodología y modelo operativo, se presenta la administración de la propuesta y el modelo, producción y diseño del semanario conforme a los requerimientos expuestos en la (LOC, 2013).

**Línea de investigación:** Teoría de la comunicación

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.1 Tema de investigación**

“LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA Y LA PREVALENCIA DE LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS EDUCATIVOS (ART. 8 DE LA LEY DE COMUNICACIÓN) EN EL DIARIO EL AMBATEÑO.”

#### **1.2 Planteamiento del problema**

##### **1.2.1 Contextualización**

###### **Macro**

En la actualidad, la producción periodística a nivel de Latinoamérica, conforme a la prevalencia de contenidos educativos en los medios de comunicación constituye uno de los fenómenos de mayor trascendencia en las empresas informativas. Los problemas que este tipo de contenidos enfrentan, ante la sociedad de la información y su constante evolución, son mayores al tener en cuenta que las instituciones dedicadas a la comunicación deben procurar ingresos comerciales que les ayuden a mantenerse en funcionamiento, lo que determina que, no precisamente, los contenidos producidos desde sus profesionales deben estar orientados a asumir roles educativos o pedagógicos, muy necesarios conforme a la ley y la mejora social.

La alfabetización mediática e informacional permite identificar las funciones de los medios de comunicación y de los dispositivos de información en nuestra vida cotidiana y en nuestras sociedades democráticas. Es un requisito previo indispensable para el ejercicio del derecho individual a comunicarse, a expresarse y a buscar, recibir y transmitir información e ideas. (UNESCO, 2017)

Por esta razón, es de vital importancia realizar el análisis sobre las generaciones que han tenido acceso a temarios pedagógicos de educación reglada, niveles de analfabetismo, acceso a tecnología, niveles económicos, sociales y culturales, etc. Que procuren la fluidez de conocimiento. Esta realidad provoca que instituciones educativas y de comunicación consideren el ejercicio periodístico como una herramienta, en el proceso formativo o educativo.

La educación y los medios de comunicación son considerados elementos básicos para un cambio cultural ante la extralimitación humana en la realidad biofísica. La educación ha de tener en consideración las informaciones transmitidas por los medios de comunicación y viceversa. (Berna, 2000)

La producción de contenidos educativos dentro de los propios medios es necesaria para lograr el acercamiento a las problemáticas de formación social y brindar soluciones sostenibles para un cambio global.

## **Meso**

En el Ecuador, la preocupación por los niveles de desatención que se prestaba a los procesos educativos dentro de los medios de comunicación, condujo a que el gobierno de la república en 2013, encabezado por Rafael Correa Delgado y en conjunto con la función legislativa vigente, procediera a elaborar el tercer suplemento de la (LOC, 2013), donde se indica, en su Art. 8, la postura del estado frente a la difusión prevalente de contenidos educativos

Según la (LOC, 2013), se estipula que:

Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos. (LOC, 2013)

Este artículo ha constituido un pilar fundamental en el tema de esta investigación, al entenderse que la prevalencia de contenidos educativos rige para todos los medios de comunicación, sin excepción alguna, y su difusión debe estar garantizada, por el código deontológico que cada medio elabore conforme a la (LOC, 2013).

Es importante investigar la producción periodística que se genera desde los medios de comunicación en el Ecuador, específicamente en los medios escritos, por ser un instrumento, didáctico, constructor de la memoria colectiva de un pueblo y herramienta principal en la elaboración y protección del registro histórico de la actividad social de una comunidad. A su vez, es necesario conocer el objetivo que se plantean los medios, en cuanto al reto que tienen de formar el principal recurso que posee un país, el recurso humano.

El periódico usado como un recurso didáctico puede ser el punto de partida para la reflexión, el análisis, la crítica, la autocrítica que conduzcan (...) a una toma de conciencia (...), producto de todo un proceso transversal de enseñanza- aprendizaje. (Martínez A. , 1993)

Desde un punto de vista amplio, se puede utilizar el periódico como el recurso didáctico e interdisciplinario, de fácil acceso y facilitador de la competencia comunicativa, fomentador de la lectura, el análisis y el pensamiento crítico que conllevan al desarrollo, evaluación y la correcta utilización de la información.

## **Micro**

La historia del periodismo y sobretodo de la imprenta en el Ecuador está marcada por la trascendencia que tuvo lugar en la ciudad de Ambato, al constituirse como la primera ciudad en albergar la imprenta traída por los padres jesuitas en épocas coloniales.

En la ciudad de Ambato, en la provincia de Tungurahua, los medios de comunicación escritos han constituido un elemento básico en la historia, formación, educación y cultura de sus pobladores, cuando en la época

colonial, el sacerdote jesuita José María Maugeri en el año 1755, trajo la primera imprenta del Ecuador que llevaba el nombre de compañía de Jesús. Cuatro años después la imprenta fue llevada a la ciudad de Quito por el padre Maugeri y ubicada en el Seminario de San Luís Rey y fue en ella donde el Dr. Eugenio Espejo imprimió las primeras publicaciones de "Primicias de la Cultura de Quito". (Villamarin, 2011).

En el sector de Pinllo, en la ciudad de Ambato, se levanta orgulloso un monumento dedicado a este paso de la imprenta por la ciudad, dejando el legado del periodismo y la escritura que se mantiene vivo hasta el día de hoy.

En la ciudad de Ambato, en el monumento a la primera imprenta existe una inscripción que dice "Aquí funcionó la primera imprenta del Ecuador. El primer periódico que se editó en la ciudad de los tres Juanes fue edición gubernamental, en el año de 1835, donde se detallaban las actas de la Convención Nacional y fue desde este año que la ciudad se convirtió en un centro de difusión del pensamiento escrito por medio de periódicos, revistas y libros. (Villamarin, 2011).

El reto educativo y de difusión de la palabra a través de los medios escritos en la ciudad de Ambato, es un reto muy amplio, por cuanto, se debe edificar nuevos conocimientos que conduzcan la sociedad a la reflexión sobre lo que los medios escritos producen y emiten en sus publicaciones.

Entregar a la ciudadanía contenidos educativos producidos desde su propia realidad, con sus propios códigos y sentidos comunitarios es y debe ser materia fundamental de los medios de comunicación, porque es de vital importancia resolver problemáticas pedagógicas que se dan alrededor de la población, con poco o ningún acceso a la educación reglada o formal, y provocar el dialogo, fomentar el pensamiento crítico, son características que pueden entregar los medios escritos a sus pobladores, generando nuevas ideas y sentidos de estar en mundo.



Disparar el habla en una comunidad es fundamental para la producción de conocimientos colectivos. La entrega al movimiento de hablar en una comunidad produce una energía de poder y autoestima que dan lugar a una producción de sentidos colectivos que llevan a esta comunidad hacia su propio desarrollo. (Ceraso y Arrúa, 2005)

Dada la importancia que requiere la producción de contenidos educativos y su difusión a través de los medios escritos en la ciudad de Ambato, se identificaron tres principales medios de comunicación como son: El Heraldito, La Hora y el diario El Ambateño, siendo este último materia de análisis bajo los parámetros que exige la ley de comunicación y los lineamientos de esta investigación.

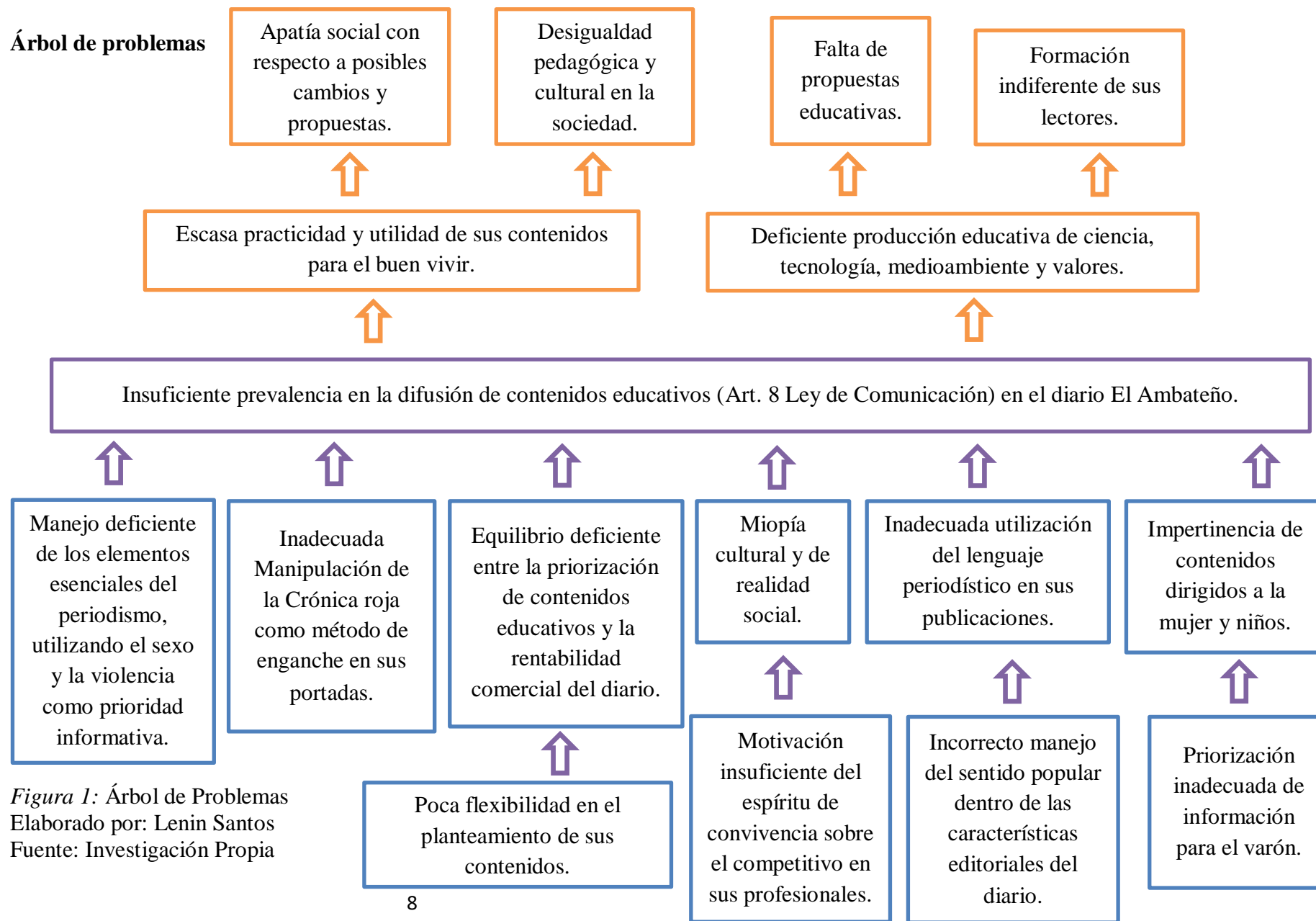


Figura 1: Árbol de Problemas  
Elaborado por: Lenin Santos  
Fuente: Investigación Propia

### **1.2.2 Análisis crítico**

La producción periodística con respecto a los contenidos educativos y su difusión en el diario El Ambateño de la provincia de Tungurahua, luego de un primer acercamiento investigativo, nos permite observar de forma general que una de las principales causas podría estar relacionada con el manejo deficiente en la distribución de contenidos, priorizando información sobre crónica roja, entretenimiento, deportes etc. Sobre otro tipo de contenidos.

Una de las principales características, de representación negativa, que posee el diario, es la inadecuada manipulación de contenidos policiales o de crónica roja que son utilizados como método de enganche para sus lectores, en sus portadas, con un espacio considerablemente mayor en relación al resto de publicaciones.

A su vez, puede observarse el manejo prioritario de los contenidos de publicidad que son parte de estrategias económicas importantes para el medio de comunicación, este tipo de acciones publicitarias, se ven respaldadas por la inflexibilidad que existe en el planteamiento deontológico de sus contenidos, el cual por ser un diario popular, permite el desequilibrio entre la prevalencia de contenidos educativos y la rentabilidad comercial del diario, justificándola a través de las ventas masivas.

Esto ha llevado, aparentemente, a crear un fenómeno dentro de sus oficinas, con sus profesionales, que podrían estar recibiendo indirectamente, a través del accionar ejecutivo, una insuficiente motivación del espíritu de convivencia social, con sus lectores, posibles competencias y ciudadanos en general, fomentando el espíritu competitivo grupal y olvidando la responsabilidad social y cultural que el medio debe procurar para el bienestar de su colectividad. A esto se lo puede denominar como un fenómeno de miopía cultural y social que elimina de las parrillas de información lo que podría ser de gran beneficio para el ciudadano, la construcción de sentidos comunitarios para la mejora mutua.

Es necesario comprender que el incorrecto y excesivo manejo del sentido popular, que de por sí, está dentro de las características editoriales del diario, conlleva al

inadecuado manejo del lenguaje periodístico, el cual procura simpleza, coloquio, pero a su vez, originalidad, elegancia y propiedad. Los titulares de este medio, muchas veces, caen en el amarillismo y sensacionalismo, dejando de lado las características importantes, educativas y cosmopolitas que galardonan a la población ambateña.

A Esto se suma, la priorización inadecuada de información para el varón, que pone de manifiesto la intencionalidad y pensamiento de sus creadores y el camino que se busca transitar, mientras lo que causa es, la justa impertinencia de contenidos dirigidos a la mujer y niños que no están exentos de adquirir u observar el diario en su propia casa.

De esta manera llegamos al problema central de esta investigación, el cual muestra la escases de contenidos educativos y el desequilibrio en su difusión prevalente, conforme a lo que indica la (LOC, 2013). Lo cual arroja como resultados dos grandes efectos que son: la escasa practicidad y utilidad de sus contenidos para el bien comunitario y la deficiente producción educativa de ciencia, tecnología, medioambiente, valores etc. En concordancia al conocimiento, uso y manejo de los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Estos resultados aparentes, a su vez nominan, como efectos secundarios, a la apatía social con respecto a posibles cambios y propuestas realizadas desde los jóvenes y adultos para la mejora colectiva, el hambre de conocimiento, natural en el ser humano, que no se ve saciada y provoca la desigualdad pedagógica, cultural y de oportunidades que conduzcan a la población hacia la realización personal y de conjunto; la falta de propuestas educativas desde los medios de comunicación en conjunto con la población y gobernantes y la formación indiferente de sus lectores que miran a los medios escritos como simples informantes de la realidad que no se puede cambiar.

Ante esta posible desigualdad, las empresas comunicativas proponen tales acciones para posicionarse y competir con otras empresas, pero es importante saber que en

medio de todo esto, está la población que no va a pedir educación, sino q se le debe administrar, por justicia y bienestar social, entregando productos de calidad que nos permitan avanzar en el conocimiento y por consecuencia, procuren la rentabilidad económica de las empresas informativas.

### **1.2.3 Prognosis**

Si no se eleva la producción periodística de contenidos educativos y se prioriza su difusión en los medios escritos, conforme a la (LOC, 2013), las consecuencias serán aún mayores de lo que se vive en la actualidad, el conocimiento, la lectura, el análisis crítico sobre el mundo que nos rodea, pasara a un segundo plano de importancia donde los ciudadanos aceptan ciegamente lo que se les propone desde las altas cúpulas del poder. La investigación y el experimento, como método científico, se verá mermado por las universalidades y modas que entregan la globalización y el consumismo, mientras que los saberes que procuran y promueven el correcto manejo de recursos naturales se verán amenazados, en su existencia.

### **1.2.4 Formulación del problema**

¿Cómo se cumple la prevalencia de la difusión de contenidos educativos (Art. 8 Ley de Comunicación) en el diario El Ambateño?

### **1.2.5 Preguntas directrices**

¿Qué prevalencia tienen los contenidos educativos en el diario El Ambateño?

¿Qué cantidad de espacio se destina a la producción periodística educativa en el diario El Ambateño?

¿Existen alternativas de solución al problema planteado?

### **1.2.6 Delimitación**

**Campo:** Comunicación Social.

**Área:** Comunicación Educativa.

**Aspecto:** Prevalencia de contenidos educativos.

**Delimitación Espacial:** Diario El Ambateño, cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

**Delimitación temporal:** Semana del 02 de abril, al 08 de abril de 2018.

**Unidades de observación:** Producción del diario El Ambateño.

### **1.3 Justificación**

Las nuevas políticas gubernamentales respecto al manejo de la información en el Ecuador dieron paso a que más ciudadanos puedan participar y educarse de forma activa, a través de los medios de comunicación.

Independientemente de las condiciones sociales que se tejen alrededor del ser humano, el aprendizaje que se transmite a través de los medios escritos ha abierto un camino para combatir el analfabetismo, regionalismo, exclusión social, y lograr que los ciudadanos obtengan herramientas para su realización personal. Ha contribuido a fortalecer la identidad propia de cada pueblo, prácticas ancestrales, educación ambiental, ciencia y valores sociales, históricamente formados en la conciencia del seno familiar, sus funciones y la educación de los hijos.

Estas prácticas educativas igual han entregado un arma de empoderamiento cultural a las nuevas generaciones que crecen respetando las diversas líneas de pensamiento e instruyéndose en nuevos y diversos temas de interés colectivo, de forma fácil y segura.

Cada vez, más personas tienen acceso a la información y al conocimiento a través de los medios de comunicación, razón por la cual, proyectos de comunicación educativa, públicos y privados, han visto la luz dentro de los espacios de diálogo que se han creado por consecuencia de la toma progresiva de conciencia ante los saberes que facilitan las labores profesionales, eliminan la percepción negativa de la diversidad cultural y de pensamiento y enriquecen a la comunidad ecuatoriana de forma general.

Hoy en día existen plataformas virtuales así como físicas de fácil acceso para niños jóvenes y adultos que desean informarse y aprender a través de los medios de comunicación, de esta manera las empresas informativas, toman un lugar preponderante en la transmisión de conocimientos a lado de la familia y los centros educativos. Estos cumplen el papel de agentes educadores, en algunos casos, más influyentes que padres, madres y maestros en la transmisión de lenguajes símbolos y ritos que constituyen los valores y costumbres de un pueblo en busca de aprendizaje y evolución.

En la actualidad, dentro de nuestra comunidad, existen medios impresos con gran anclaje de lectores de distintas edades, entre los cuales se encuentran niños, jóvenes y adultos. Esto también significa una gran responsabilidad social desde los medios hacia su público a la hora de manejar contenidos que puedan ser de alto impacto para la colectividad, porque los ciudadanos esperan contenidos informativos y de opinión que les ayuden a tomar decisiones vitales.

El poder y alcance que tienen los medios impresos es innegable y la riqueza educadora de la palabra escrita es digna de ser protegida, esta es una de las principales razones de porque debe ser analizada la producción que nace en las salas de redacción de los medios impresos de nuestra ciudad, porque desde esta perspectiva se proponen contenidos para desarrollar el pensamiento crítico, la convivencia y la participación ciudadana.

Las propuestas educativas dentro de las leyes ecuatorianas han sido acogidas por varios profesionales así como los actores principales de los medios de comunicación impresos.

Sin embargo en la actualidad, la prevalencia de contenidos educativos dentro de los medios escritos es muy poca en relación a otro tipo de adjuntos, por el carácter comercial que es de vital importancia para la supervivencia de los mismos. Por esta razón es muy importante que se defina este aspecto tomando en cuenta el Artículo 8 de la (LOC, 2013) que indica claramente que los medios de comunicación en general deberán difundir contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma

prevalente y además, deberán propender a ser difusores de los valores y derechos expresados en la Constitución de la república.

Las buenas prácticas de la comunicación, llevan a lograr de forma equitativa el bienestar y la educación segura de la población, desde los profesionales de la información hacia el público lector.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo general**

Determinar la producción periodística de los contenidos educativos en el diario El Ambateño.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

Analizar la producción periodística sobre los contenidos educativos en el diario El Ambateño.

Analizar la prevalencia de contenidos educativos en el diario El Ambateño, en función del Art 8 de la Ley Orgánica de Comunicación

Proponer un semanario de producción educativa de acuerdo al mandato de la Ley Orgánica de Comunicación.



## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes investigativos**

Es importante entender a los medios de comunicación escritos, como el referente histórico, educativo, social y cultural del lugar donde se realizan, se distribuyen o se transmiten. Y es precisamente por estas características que requieren de gran responsabilidad al planificarlos en favor del bien común.

Los periódicos y revistas son publicaciones complejas que se diagraman, planifican, redactan, maquetan e imprimen en un tiempo muy corto, es por esto que el reto que asumen los medios de comunicación en relación al tiempo y a sus lectores, ha llevado a que dentro de sus estructuras, se detallen cierto tipo de actividades, técnicas de trabajo, mecanismos de toma de decisiones, controles de calidad y sistemas de organización que conforman la producción periodística.

Dentro de la historia, la revolución científica acontecida en el siglo XX, trajo consigo varios cambios de paradigmas que han modificado la manera que tenía el mundo de ver a las ciencias, esta dejó de ser el patrimonio de los ricos y poderosos que tenían patrocinio de empresas privadas y pasaron a ser propiedad de científicos financiados con fondos públicos o capitales privados, a su vez, los científicos que trabajaban de forma individual fueron reclutados y pasaron a formar parte de grupos de investigación que actuaban de forma jerarquizada, conjuntamente con un grupo de miembros que mantenían bases sólidas sobre varios temas científicos. Este fue el inicio para brindarle a la ciencia el reconocimiento universal que merecía y aprovechar sus beneficios comunitarios al ser publicados dentro de pequeños espacios de información, como fueron los artículos científicos, promoviendo cada vez más la producción de información científica que pudiera ser utilizada por la población en general.

Al respecto, el trabajo investigativo realizado por (Padawer, 2008) con la temática “CONTRA LA DEVOLUCIÓN: APORTES DE LOS CONCEPTOS DE IMPLICACIÓN Y DIÁLOGO PARA LAS INVESTIGACIONES ANTROPOLÓGICAS EN CONTEXTOS DE GESTIÓN EDUCATIVA.” Publicado en la revista científica Scielo, tiene como objetivo discutir el concepto de “Devolución” a partir de una reflexión teórico-metodológica en torno a la gestión pública, considerando reflexiones sobre la relación sujeto-objeto en la producción de conocimiento en Buenos Aires Argentina en el mes de agosto de 2008.

Esta investigación se fundamenta en el análisis cualitativo porque se basa en datos obtenidos bajo observación directa y otras investigaciones. A su vez esta exploración constituye un importante insumo, para posteriores reflexiones de investigadores, políticos, y otros colegas que decidan abordar el tema o darle seguimiento a la producción de contenidos educativos a partir de la antropología.

Dentro de su investigación se analiza el reto que tienen los investigadores que consiste reconocer las hipótesis implícitas en el campo de acción y además reconocer y valorar las hipótesis propias que se generan en el acto investigativo para la correcta construcción del conocimiento.

Quien produce contenidos científicos educativos, lejos de ser un simple "informante" que espera una voz autorizada que explique "desde afuera" lo que vive cotidianamente, el interlocutor del investigador es un sujeto reflexivo que incorpora en su accionar esta experiencia de indagación que lo atraviesa, así como lo hace con las distintas perspectivas a las que accede en su experiencia cotidiana, y que la conceptualización de la cultura como proceso dialógico permiten recuperar. (Mannheim y Tedlock, 1995) Como se citó en (Padawer, 2008)

La explicación y divulgación de contenidos científicos en los medios de comunicación, es necesaria para que la población en general pueda involucrarse en asuntos relevantes sobre estos temas y que tengan que ver con el avance de la comunidad y la sociedad a partir de la ciencia y la tecnología por medio de la

lingüística, terminologías, conceptos, informaciones, programas científicos, entre otros.

La divulgación científica busca incrementar la cultura del conocimiento en las audiencias no especializadas a través de la explicación, lejos de tecnicismos, con un lenguaje divulgativo y con sus propios códigos, además busca dar cuenta a la sociedad sobre las consecuencias que tiene la ciencia.

Para cumplir con este objetivo el divulgador científico y tecnológico puede elaborar su mensaje a través de cualquier formato en medios impresos radiales o televisivos, el propósito es transcodificar el lenguaje científico a un lenguaje comprensible por la audiencia a través de un trabajo de mediación.

Al respecto el artículo científico realizado por (Quiñonez, 2011) con la temática “DIVULGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA: TEORÍA Y PRÁCTICA PERIODÍSTICA PARA LA PRODUCCIÓN DEL DOCUMENTAL” Publicado en la revista científica Razón y Palabra, tiene como objetivo analizar los distintos conceptos sobre el documental de divulgación científica y tecnológica de varios autores y representar el trabajo de la cátedra de Periodismo Científico de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Los Andes en Venezuela en el proceso aprendizaje-enseñanza Para producir un documental durante los meses de agosto y octubre de 2011.

Esta investigación se fundamenta en el análisis cualitativo, porque se basa en datos obtenidos por conclusiones y resultados a las que llegaron autores e investigadores de interés para la investigación, a su vez, este trabajo constituye un manual de producción de contenidos y divulgación científica y tecnológica fácilmente aplicable a grupos de trabajo extra escolares.

Dentro de esta investigación se analiza el reto que tiene el comunicador social al momento mediar la información entre los agentes científicos y la audiencia. “La divulgación es el envío de mensajes elaborados mediante transcodificación de lenguajes crípticos a lenguajes onmicomprensibles a la totalidad del universo perceptor disponible” (Pasquali, 1978) como se citó en (Quiñonez, 2011).

La resignificación de los medios de comunicación escritos, modificando el lugar de la prensa actual es una tarea imprescindible en el contexto social. Aprender de una comunidad es mucho más fácil e inclusivo que aprender dentro del contexto académico al que solo pocos tienen acceso y cuando se propone esta resignificación de los medios es necesario también modificar algunas prácticas y modos de tratar la información es donde saltan a la luz significados e imaginarios sociales que hasta el momento permanecían ocultos pero que al tratarlos nos dejan ver que la relación entre comunicación y educación podría estar en crisis.

De este modo podemos decir que el acercamiento que produce la educación dentro de la comunicación, hacia la sociedad es de total beneficio para crear nuevas sensibilidades y estructuras fortaleciendo la propia cultura y las prácticas de la misma en favor comunitario.

Al respecto, la investigación realizada por (Montoya y Zuluaga, 2012) con la temática “EDUCAR MIENTRAS SE INFORMA: UNA PROPUESTA DE RESIGNIFICACIÓN DE LA PRENSA TRADICIONAL” publicado en la revista científica *Signo y Pensamiento*, tiene como objetivo obtener resultados cualitativos sobre la praxis de la educomunicación en los medios tradicionales, específicamente en los medios impresos, a partir de la estrategia “educar mientras se informa” implementada por el periódico *el Mundo* de la ciudad de Medellín, Colombia en 1979, Estudio de caso que se llevó a cabo durante el mes de febrero y noviembre de 2012.

Esta investigación fue realizada bajo el método de análisis cualitativo porque busca develar un modelo educomunicacional que resignifique el lugar de la prensa tradicional desde el estudio de caso de la propuesta. *Educación mientras se informa.*, a su vez este trabajo propone un enfoque donde los medios impresos asumen un papel primordial en la educomunicación a través de la reestructuración de sus políticas internas y la creación de nuevas plazas de trabajo que tienen que ver con la elaboración de contenidos que formen a sus lectores y ciudadanos.

El hecho comunicativo de hoy en día no puede entenderse si no se piensa en la revolución tecnológica y científica que se enfrenta en la actualidad y que está ocasionando cambios profundos, por ejemplo, la superación, al menos parcial, de las barreras del tiempo, del espacio e incluso de la materia, gracias al efecto de los Medios de Comunicación y las tecnologías de la Comunicación y la información, están configurando, sin duda, un nuevo modelo de ser humano y de sociedad, como nunca había ocurrido antes en la historia y todo ello a un ritmo de vértigo. (Aguaded, 2012) Como se citó en (Montoya y Zuluaga, 2012)

El lenguaje periodístico debe cumplir con varios lineamientos que lo hacen único frente a los demás géneros, dichas características, tienen que ver con hacer el mensaje lo más preciso y claro como para ser entendido en una primera lectura. Estas características específicamente tienen que ver con la claridad, sencillez y la concisión de las ideas expresadas en la información.

En la actualidad los lectores disponen de muy poco tiempo para entender los mensajes expresados en los medios de comunicación, por lo que un ahorro de energía y tiempo a la hora de comprender un mensaje expuesto puede significar la fidelidad o no que pueda tener esta persona para con el medio de comunicación, en el caso de utilizar ternísimos y mensajes científicos, estos requieren de una explicación breve que situé al lector en contexto y lo puedan elevar a un nivel de conocimiento superior.

Al respecto, la investigación llevada a cabo por (Zabala y Corona, 2010) con la temática “IMPORTANCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS Y FUNCIONES PRESENTES EN EL LENGUAJE PERIODÍSTICO DE LOS MEDIOS IMPRESOS DE MARACAIBO” publicado en Revista de Ciencias Sociales, tiene como objetivo identificar de forma estructural las características y funciones del lenguaje periodístico puesto de manifiesto en la redacción de los periódicos de mayor circulación en la ciudad de Maracaibo - Venezuela en el año de 2010.

Esta investigación fue realizada bajo el método de análisis cuantitativo porque se entregan datos numéricos obtenidos después de aplicar el instrumento de ficha de

observación documental para analizar los contenidos de las noticias, a su vez esta investigación recoge varios datos sobre la importancia de las características y funciones del lenguaje periodístico en los medios impresos para la correcta interpretación de los contenidos por parte de los lectores y los ciudadanos, la cual, podrá servir para futuras acciones que los medios impresos puedan tomar en cuanto a la claridad con que se manejan sus contenidos.

La producción y distribución sistemáticas de mensajes informativos de actualidad que contribuyen al proceso enseñanza-aprendizaje, logrando formar un ser humano capaz de elevarse al nivel de la civilización moderna. Esto, por supuesto, refuerza sus posibilidades personales de participar responsablemente en la vida social satisfaciendo a la vez su sed de conocimientos, de superación personal y perfeccionando el desarrollo estrictamente vinculado con las exigencias de la vida profesional. (Raigón, 1999) Como se citó en (Zabala y Corona, 2010)

El sistema social es el encargado de formar, moldear y nutrir de recursos ideológicos, científicos y educativos al pueblo que gobierna, ya que estos son materia fundamental para el desarrollo integral y planificación de ideas en torno a la sociedad, cultura y política de un territorio. El entendimiento del entorno para la correcta convivencia dentro de la comunidad, está dada en gran parte por los medios de comunicación que son, prácticamente, gestores de la ideas que se cuecen en las calles, plazas, oficinas, aulas y sitios de trabajo etc. Por lo cual se debe prestar gran atención al modo en que se producen contenidos educativos para la sociedad y guía activa del conocimiento para los educandos.

Al respecto de esta problemática, la investigación llevada a cabo por (Calles y Belly, 2007) con la temática “LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA: UNA ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO DEL PENSAMIENTO CRÍTICO” publicado en la revista científica Laurus, tiene como objetivo presentar la producción periodística, sus recursos, su influencia para el desarrollo del pensamiento crítico, la convivencia y el pluralismo dentro y fuera de las aulas. En Caracas – Venezuela en el año de 2007.

Esta investigación fue realizada bajo el método de análisis cualitativo porque se apoya en el análisis de posturas teóricas fundamentadas en estrategias de lectura, análisis periodístico, y la teoría de la acción comunicativa de (Habermas, 2002) Esta investigación recoge varios datos literarios sobre el uso del periódico dentro del aula como apoyo didáctico, lúdico para el aprendizaje, escolar, abriendo la posibilidad a que instituciones educativas implementen el uso de medios impresos con la participación activa de profesores y estudiantes.

El ámbito escolar es el creador de los procesos de entendimiento, donde está inserta la práctica comunicativa cotidiana del estudiante, la conexión de la interacción con respecto a los contextos del mundo, y la integración social con el mundo de la vida. Es por ello que se deben desarrollar destrezas en el alumno: como la capacidad de análisis, el pensamiento crítico que le permitan interrelacionarse con la realidad a través de la coordinación de acciones, estas a su vez que armonicen las vidas individuales con las formas de vida colectiva y de esta manera responder autónomamente de sus acciones. (Habermas, 2002) Como se citó en (Calles y Belly, 2007)

Existe poca información ambiental dentro y fuera de las aulas, a pesar de que este tipo de información conducen a las buenas prácticas sobre la agricultura ganadería, y el correcto manejo de recursos naturales, por esta razón, las instituciones y entidades de carácter ambiental han visto en los medios de comunicación una alternativa de difusión muy práctica y viable para el ejercicio educativo de los pueblos.

Ante la emergencia ambiental que vivimos en la actualidad, el reto del periodismo, consiste en dar hacer conocer a la población nuevas prácticas que enriquezcan la cultura de la sostenibilidad asumiendo la función educativa dentro de la información.

Al respecto de este tópico ambiental, la investigación llevada a cabo por (Reyes, 2011) con la temática “LA FUNCIÓN FORMATIVA O EDUCATIVA EN EL PERIODISMO AMBIENTAL” publicada en la revista científica Contribuciones a las Ciencias Sociales, tiene como objetivo plantear el reto de la nueva cultura de sostenibilidad donde el periodismo ambiental asume el rol de educador y formador

de ciudadanos conscientes de su entorno, cumpliendo la función instructora propia de la función informativa. Sevilla España 2011.

Esta investigación fue realizada bajo el método de análisis cualitativo porque recoge distintas posturas y además realiza un debate para sugerir una postura ante la problemática social planteada sobre la función educadora e informativa de los medios de comunicación, a su vez Este artículo propone que los periodistas ambientales no son educadores, pero la función informativa lleva consigo una responsabilidad de carácter educativa, de la cual el periodista no puede prescindir, porque esta es una oportunidad para mejorar la sociedad y el periodismo dentro de los medios. Según la UNESCO “la alfabetización mediática es considerada una herramienta indispensable para la ciudadanía global, el desarrollo social, el compromiso cívico y para caminar hacia sociedades sostenibles” (Andersen y Miller, 2010) como se citó en (Reyes, 2011).

Las nuevas tecnologías así como los nuevos modos de percibir la información han llevado a que se cuestione fuertemente la calidad de los contenidos educativos en un ámbito de enseñanza y aprendizaje, analizando las propuestas formativas que nacen desde los medios y la calidad que definen sus características y lineamientos.

Es importante realizar una aproximación a las características de los contenidos educativos de carácter reutilizable que contengan procesos de enseñanza y aprendizaje basados en la mediación de materiales expuestos en formato multimedia e hipermedia, para captar la incidencia de las nuevas tecnologías en los procesos formativos e informativos.

Al respecto de esta problemática, la investigación realizada por (Mauri, Onrubia, Coll y Colomina, 2016) con la temática “LA CALIDAD DE LOS CONTENIDOS EDUCATIVOS REUTILIZABLES: DISEÑO, USABILIDAD Y PRÁCTICAS DE USO” publicada en la revista científica Revista de Educación a Distancia, tiene como objetivo plantear algunos parámetros para la evaluación de procesos educativos que incluyen contenidos virtuales o reutilizables, su diseño, modos de uso y aplicaciones para el aprendizaje. Universidad de Murcia, España. Julio de 2016.



Esta investigación fue realizada bajo el método de análisis cualitativo porque analiza lo particular que tiene la educación y los procesos de enseñanza al utilizar propuestas basadas en contenidos educativos reutilizables o virtuales, a su vez, este artículo entrega una valoración de las dimensiones de alcance y efectividad de utilizar propuestas educativas reutilizables muy oportuno para procesos educativos donde el maestro y el estudiante tengan poca interacción física.

La idea de interactividad no se limita a las actuaciones sincrónicas y presenciales de profesor y alumnos. La interactividad, tal como la hemos definido, incluye la consideración de todas aquellas actuaciones que profesores y alumnos desarrollan sin estar ambos presentes. (Mauri et al., 2016)

El conocimiento que se genera dentro de las aulas, en las escuelas y universidades, donde se invierten varias horas en la construcción del conocimiento y la afinación del mensaje en las tareas que se encargan a los estudiantes, no pueden ni deben quedarse dentro de los establecimientos educativos, analizar que las nuevas tecnologías y redes de comunicación social nos permiten realizar una labor que trasciende las aulas y llega hasta interlocutores que no estuvieron reconocidos en un principio pero que finalmente serán quienes aprovechen el mensaje podríamos hablar de construir conocimiento que se expande desde lo interior hasta lo exterior abriendo brechas de comunicación e integración bajo los parámetros de comunicación educativa.

Al respecto la investigación realizada por (Calzadilla I. , 2012) con la temática “LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA DE LOS ESTUDIANTES COMO PROYECTO EXTENSIONISTA EN LA RED: PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA” publicado por la revista científica Blogia, tiene como objetivo reflexionar sobre la conveniencia del trabajo extensionista, aprovechando los recursos tecnológicos para desarrollar propuestas que, responsabilicen a profesores y alumnos en la construcción de un proyecto creativo y participativo, promotor de difusión de cada tarea que se realiza en las aulas de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana. 2006 – 2012.

Esta investigación fue realizada bajo el método de análisis cualitativo Porque es una investigación del modelo constructivista que abarca un caso múltiple e inclusivo donde 6 cursos académicos de la carrera de Periodismo, en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana participan, bajo la dirección del maestro, en la creación de información y conocimiento dentro de un edublog, recogiendo posteriormente sus experiencias.

A su vez, este artículo nos entrega un modelo que plantea cambios de actitud en alumnos y docentes siendo estos últimos los dueños e intérpretes del conocimiento que pasa por la mente de sus estudiantes, ampliando los conocimientos en el quehacer profesional. En un modelo educativo constructivista.

Si la comunicación en los centros docentes se ha distinguido en no pocas ocasiones por su ritmo y tempo autoritario, unidireccional y no participativo, hoy la comunicación profesor-estudiante requiere trascender la dinámica de transmisión de información y evaluación de una sola vía, para alcanzar los derroteros dinámicos y aportadores del diálogo, el concierto formativo y el comprometimiento de los alumnos en función de su preparación integral. (Gonzales, 1995) Como se citó en (Calzadilla I. , 2012)

La comunicación educativa dentro de los medios de comunicación masiva es un tema imprescindible para una sociedad que avanza y que busca resultados a partir de sus ciudadanos, por lo cual es necesario generar propuestas que ayuden a concretar una labor educativa tomando en cuenta el entorno cultural, los saberes ancestrales, necesidades e intereses colectivos que permitan crear esta realidad de modo que las personas se conviertan en representantes y autores de su propio desarrollo.

Es importante rediseñar los modelos de intervención pedagógica dentro de los establecimientos educativos y las empresas de información para desarrollar la competencia comunicativa, especialmente a la hora de producir y entender textos escritos por ser el lenguaje materia prima del aprendizaje.

Al respecto de esta problemática, la investigación realizada por (Barrera y Maurera, 2006) con la temática “UN MODELO PEDAGÓGICO METALINGÜÍSTICO PARA LA PRODUCCIÓN DE TEXTOS ESCRITOS” publicado por la revista científica Letras, tiene como objetivo demostrar de qué manera influye un modelo de intervención educativa orientado por la psicología cognitiva, la metacognición, la metalingüística y la lingüística del discurso, y como facilita la competencia comunicativa en un grupo de personas excluidas del sistema educativo en Caracas, Venezuela 2006.

Esta investigación fue realizada bajo el método de análisis cualitativo porque las actividades se diseñaron teniendo en cuenta tres grandes bloques que son: planificación, escritura y revisión que se incorporaron dentro de un proyecto pedagógico en el aula, de la misma manera, este artículo nos entrega un análisis sobre como los contenidos didácticos metalingüísticos contribuyen al buen uso del lenguaje y el reconocimiento de la lengua materna a partir de estrategias comunicacionales aplicadas para la transformación o impacto social.

A esta noción se asocia el planteamiento de que la producción de un texto supone conocer esos patrones estructurales y el conjunto de normas que rigen la utilización social del lenguaje, por lo que la enseñanza de la lengua escrita debe contemplar estrategias para que los sujetos aprendices se apropien de estos aspectos. (Barrera y Fraca, 1999) Como se citó en (Barrera y Maurera, 2006)

Cuando hablamos de la enseñanza y el aprendizaje de una lengua extranjera, no importa tanto la manera en que se estructuran sus contenidos o las metodologías que se utilizan sino la acción comunicativa que conforma el hecho de aprender de forma inclusiva y de acuerdo a la cultura de dicho idioma.

Tanto la globalización como los nuevos cambios tecnológicos a los que han sido expuestos los medios de comunicación son parte fundamental en el desarrollo y el aprendizaje de los individuos, actualmente la enseñanza se la adquiere de distintas fuentes como son interacciones digitales en redes o foros on line, o libros de texto

con plataformas virtuales que sugieren un nuevo o diferente uso del tiempo y los distintos escenarios interculturales.

Al respecto, la investigación realizada por (Shobeiri, 2006) con la temática “COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN: NUEVOS ESCENARIOS EN LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO” publicado por la revista científica Opción, tiene como propósito la reflexión educativa donde se reinventan conceptos y lineamientos en el accionar de actividades necesarias para la instrucción de un idioma dentro de la sociedad de la información y el conocimiento en Irán en 2006.

Esta investigación fue realizada bajo el método de análisis cualitativo la investigación se basa en la indagación del habla, en la forma particular de expresión de dicha lengua, en los mitos y leyendas que la representan y en el conjunto semiótico de la cultura en donde se realiza la enseñanza. A su vez, Este artículo proporciona una visión objetiva a la acción comunicativa desde los medios sobre la enseñanza de una lengua, sus códigos, costumbres y cultura en general.

Además nos indica que, independientemente de cómo se estructuren sus mensajes, estos deben procurar que el proceso educativo sea constructivo, multidisciplinar e inclusivo para dicha cultura. “La educación ocupa un lugar preponderante, constituyendo uno de los instrumentos esenciales para avanzar hacia la construcción del bienestar individual y colectivo de los ciudadanos, pero también hacia el desarrollo económico y social” (Santos, 2012) Como se citó en (Shobeiri, 2006).

Desde hace algún tiempo, específicamente desde 1960, las revistas y artículos, así como los libros o las publicaciones de la palabra escrita, utilizan un método para evaluar su difusión, tiraje, número de lectores y si tiene o no acceso a internet, este método es conocido como el factor de impacto y es el que determina la importancia de la publicación.

Al respecto, la investigación realizada por (Hernández, 2014) con la temática “LA DIFUSIÓN DEL CONOCIMIENTO COMO INSTRUMENTO EDUCATIVO” publicada por la Revista Médica del Instituto Mexicano del Seguro Social, tiene

como objetivo analizar la difusión del conocimiento como instrumento educativo a través del factor de impacto de varias revistas científicas así como su número de tiraje, acceso a internet, editorial y número de lectores en la Revista Médica del Instituto Mexicano del Seguro Social, vol. 52, núm. 1 de 2014, en el Distrito Federal. México.

Esta investigación fue realizada bajo el método de análisis cuantitativo Porque nos provee de datos numéricos a cerca del factor de impacto, año de creación, frecuencia de publicación y número de ejemplares. A su vez, Esta investigación nos proporciona un análisis sobre la manera en que las revistas científicas se posicionan en mercados específicos a través de las veces que son citadas, el número de ejemplares y las editoriales dueñas de sus derechos, poniendo de manifiesto el acaparamiento de la edición de dichas revistas y la necesidad de que existan más revistas científicas de libre acceso siempre y cuando sean elaboradas con seriedad y distribuidas entre quienes puedan utilizarlas adecuadamente. “Desde la década de 1960 se utiliza el factor de impacto para calificar la importancia de las revistas y, simultáneamente, la labor de los investigadores. En este texto se propone que las revistas también se evalúen por su difusión, tiraje, número de lectores y acceso por internet” (Hernández, 2014).

Para la realización de las distintas investigaciones de tipo cualitativo existen metodologías como el análisis de contenido, que toma en cuenta aspectos como la importancia, variedad y naturaleza de los documentos, la variedad del análisis, los principales propósitos y los pasos o etapas que deben cumplirse para su aplicación.

Hay quienes definen al análisis de contenido como una técnica de investigación mientras que otros prefieren tomarlo como un conjunto de procedimientos.

Al respecto, la investigación realizada por (Fernández F. , 2002) con la temática “EL ANÁLISIS DE CONTENIDO COMO AYUDA METODOLÓGICA PARA LA INVESTIGACIÓN” publicada por Revista de Ciencias Sociales, tiene como objetivo describir los elementos componentes del análisis de contenido y como se aplica

metodológicamente para la investigación y análisis de 55 documentos publicados en Costa Rica en el año de 2002.

Esta investigación fue realizada bajo el método de análisis cualitativo Porque ilustra la utilidad del análisis de contenido como ayuda metodológica en la realización de distintas investigaciones, a su vez, Esta investigación nos proporciona un análisis de métodos, técnicas e instrumentos posibles de ser utilizados en investigaciones de diferentes campos del conocimiento, dando a conocer resultados y experiencias que pueden ser transitadas por otros investigadores.

Se considera sobre todo como un método de observación y medición. En lugar de observar el comportamiento de las personas en forma directa, o de pedirles que respondan a escalas, o aun de entrevistarlas, el investigador toma las comunicaciones que la gente ha producido y pregunta acerca de dichas comunicaciones. (Kerlinger F. , 1988) Como se citó en (Fernández F. , 2002)

La manera de aprender dentro de las instituciones educativas ha tomado nuevos rumbos teniendo en cuenta las nuevas tendencias y las nuevas tecnologías, lo que sugierele nuevos métodos de enseñanza por parte de maestros experimentados y aprendices.

Lo que se vive en la actualidad pedagógica es un fenómeno complejo que se hace visible en distintas aéreas del conocimiento y hoy en día están obligadas a valorar más el tiempo que se tiene para realizar actividades presenciales y de la misma manera adaptarse a modalidades mixtas donde se conjugan métodos digitales con la utilización de plataformas, dispositivos móviles o redes sociales etc.

Estas manifestaciones poseen prácticas distintas y teorías propias, pero todas en esencia poseen características que se comparten como es la creación de contenidos que sean de carácter educativo, que se distribuyan de forma digital y que satisfagan las exigencias del público al que van dirigidos.

Al respecto, la investigación realizada por (Chiappe y Herrera, 2015) con la temática “PRODUCCIÓN ABIERTA DE UN CONTENIDO EDUCATIVO DIGITAL: UN ESTUDIO DE CASO” publicado por la revista científica Opción, tiene como objetivo mencionar todos los procesos involucrados en la incorporación educativa de las TIC para la producción de contenidos educativos abiertos en un estudio de caso en Maracaibo Venezuela en el año de 2015.

Esta investigación fue realizada bajo el método de análisis cualitativo porque identifica los alcances y limitaciones de una práctica abierta como es “La producción abierta de contenidos educativos”, a su vez, esta investigación nos proporciona resultados sobre la complejidad de realizar contenidos libres o abiertos que al estar sujetos a voluntades particulares, no solo requiere formas de pensar sino forma de proceder flexibles para poder aprovechar sus potencialidades y resolver sus limitaciones.

La incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) es una de las tendencias educativas de mayor crecimiento y representa uno de los grandes retos para las instituciones educativas actuales y para los maestros y aprendices de estos tiempos. (Sangra y González, 2011) Como se citó en (Chiappe y Herrera, 2015)

El mundo se encuentra en un cambio constante del que derivan varios modos de percibir la vida y la interacción que los humanos tenemos con nuestro entorno. En cuanto a la educación y los contenidos educativos podemos decir que nuestros antepasados regían sus vidas por distintos parámetros que hoy están en desuso, es por eso que la importancia de actualizar estos modos de aprendizaje y modos de percibir el mundo se hacen imprescindibles

Estos cambios que se realizan de forma general y se hacen visibles en un contexto local cuando hablamos de salud, familia y educación. Y son estos tres grandes grupos los que hoy están en proceso de transformación debido a los cambios que se general dentro de la cultura y la sociedad.

Al respecto, la investigación realizada por (Inchaurredo, Negrete Y Wahnón, 2003) con la temática “MEDIACIÓN DE MATERIALES EDUCATIVOS PARA PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE SENTIDOS COMUNITARIA” publicado por la revista científica Ferozo, tiene como objetivo crear un camino de reflexión, intervención, metodología y producción de contenidos colectivos en el marco del programa familias para la inclusión social en el Municipio Moreno, Argentina 2003.

Esta investigación fue realizada bajo el método de análisis cualitativo porque el escrito es fruto del análisis de un proceso de producción y mediación colectiva de materiales pedagógicos en el programa familias para la inclusión social, a su vez, esta investigación nos proporciona pistas para que otros comunicadores que trabajan en proyectos pedagógicos en otros lugares y con otras personas, puedan utilizarlas para posteriores investigaciones o proyectos.

Disparar el habla en una comunidad es fundamental para la producción de conocimientos colectivos. La entrega al movimiento de hablar en una comunidad produce una energía de poder y autoestima que dan lugar a una producción de sentidos colectivos que llevan a esta comunidad hacia su propio desarrollo. (Ceraso y Arrúa, 2005) Como se citó en (Inchaurredo et al., 2003)

## **2.2 Fundamentación Filosófica**

El presente trabajo de investigación se encuentra situado dentro de un enfoque crítico-propositivo; crítico porque se efectúa una lectura actual de los deberes y derechos que se tejen alrededor de “La producción periodística y la prevalencia de la difusión de contenidos educativos según el Art. 8 de la (LOC, 2013) en el diario el Ambateño.” y propositivo porque propone una alternativa de solución a los problemas suscitados a partir del incumplimiento de la ley.

## **2.3 Fundamentación Ontológica**

La investigación propone que los medios de comunicación escritos posean una correcta



incidencia en la sociedad de la información y que además sean aprovechados en equidad con el ser humano y el derecho a una comunicación libre de la influencia del poder económico y político así como el mejoramiento de la calidad de contenidos educativos difundidos a través de estos canales de información, lo cual contribuye a la creación de procesos de enseñanza y aprendizaje dentro y fuera de las aulas logrando formar un ser humano capaz de participar en procesos sociales y de superación personal, estrictamente vinculado a las exigencias de la vida en comunidad.

#### **2.4 Fundamentación Epistemológica**

La investigación posee un enfoque epistemológico inductivo concreto; una de las causas del déficit de contenidos educativos es la prevalencia del carácter comercial que mantienen algunos medios, esto provoca que, existan réplicas en varios campos de información produciendo múltiples consecuencias como por ejemplo la falta de propuestas educativas y pedagógicas dentro de los medios escritos. Este estudio busca el cambio dinámico tanto del objeto como del sujeto de la investigación.

#### **2.5 Fundamentación Axiológica**

Dentro de la relación que tiene el periodismo y la educación, podemos resaltar valores que justifican este tema. La responsabilidad, la humanidad, el respeto, el profesionalismo, la verdad son parte intrínseca de la relación social que deben tener los medios de comunicación en una globalización más justa e inclusiva.

#### **2.6 Fundamentación Sociológica**

En la presente investigación se considera que es de importancia fomentar la cultura del conocimiento a través de los medios escritos por ser los más accesibles a la comunidad en materia de formato, modo de aprendizaje y costos, lo cual genera un gran impacto en la sociedad, tanto en su comportamiento como en su pensamiento crítico. Es decir prepara al individuo para ser un ente propositivo y participativo en la toma de decisiones comunitarias.

## **2.7 Fundamentación Psicopedagógica**

Propone la cultura del aprendizaje, la responsabilidad, la convivencia, la solidaridad y el respeto formando personas con pensamiento crítico y participativo en la aplicación de nuevos métodos de aprendizaje dentro del contexto periodístico, por lo tanto es importante proporcionar contenidos educativos a la población e invitarles a su empoderamiento ya que solo así serán, los mismo individuos, quienes velen por el buen uso que se den a los medios en una comunidad de desarrollo.

## **2.8 Fundamentación Legal**

En base a la, (Constitución del Ecuador, 2008) en su capítulo segundo sobre de los derechos del buen vivir, en la sección tercera de la comunicación e información señala:

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.

En base a la (Constitución del Ecuador, 2008), Capítulo Segundo de los derechos del buen vivir en la sección quinta de la Educación indica:

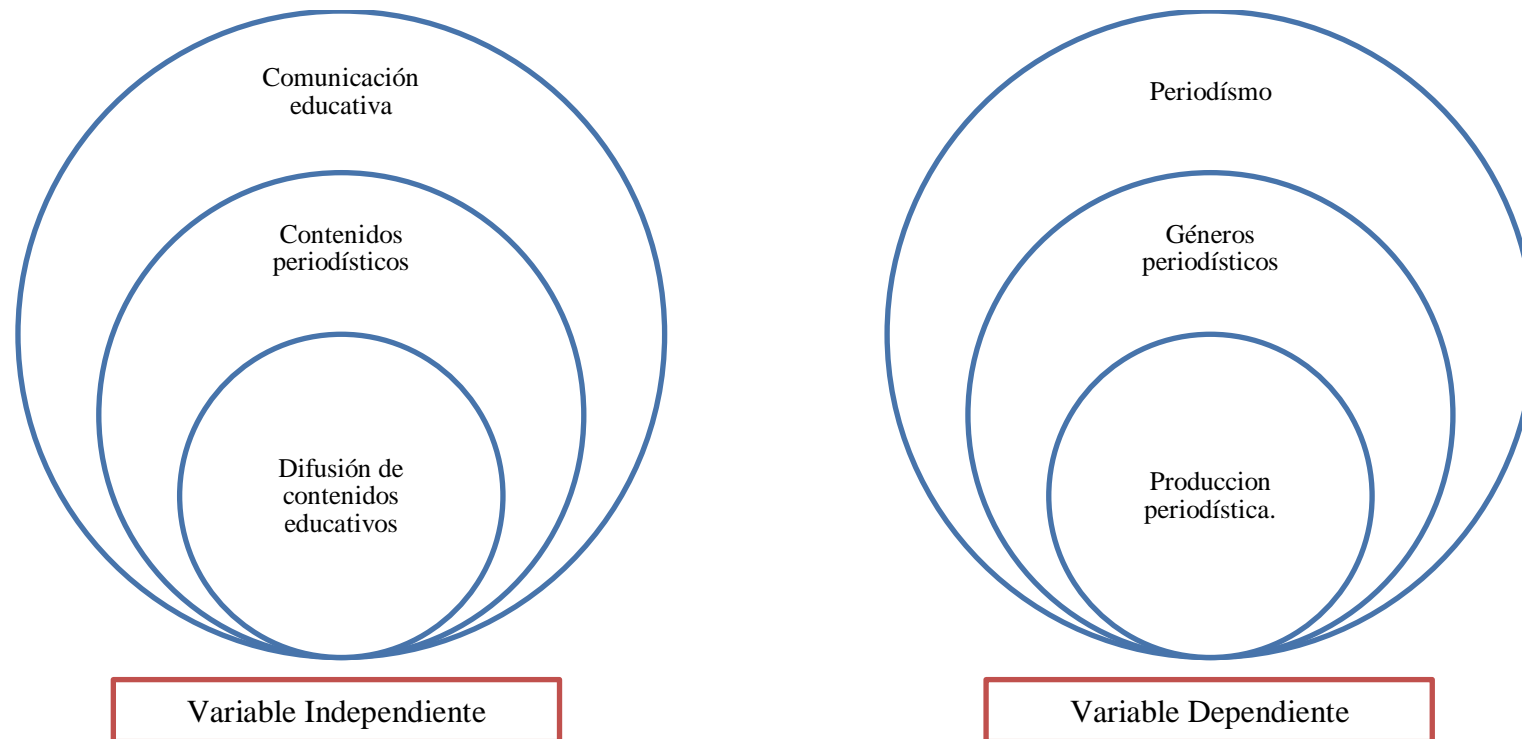
Art. 26.- La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo.

Art. 27.- La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar. La educación es indispensable para el conocimiento, el ejercicio de los derechos y la construcción de un país soberano, y constituye un eje estratégico para el desarrollo nacional.

En base a la (LOC, 2013) en su Título primero, Disposiciones Preliminares y Definiciones indica:

**Art. 8.-** Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

## 2.9 Categorías fundamentales



*Figura 2* Categorías fundamentales

Elaborado por: Lenin Santos

Fuente: Investigación Propia

Constelación de ideas variable independiente

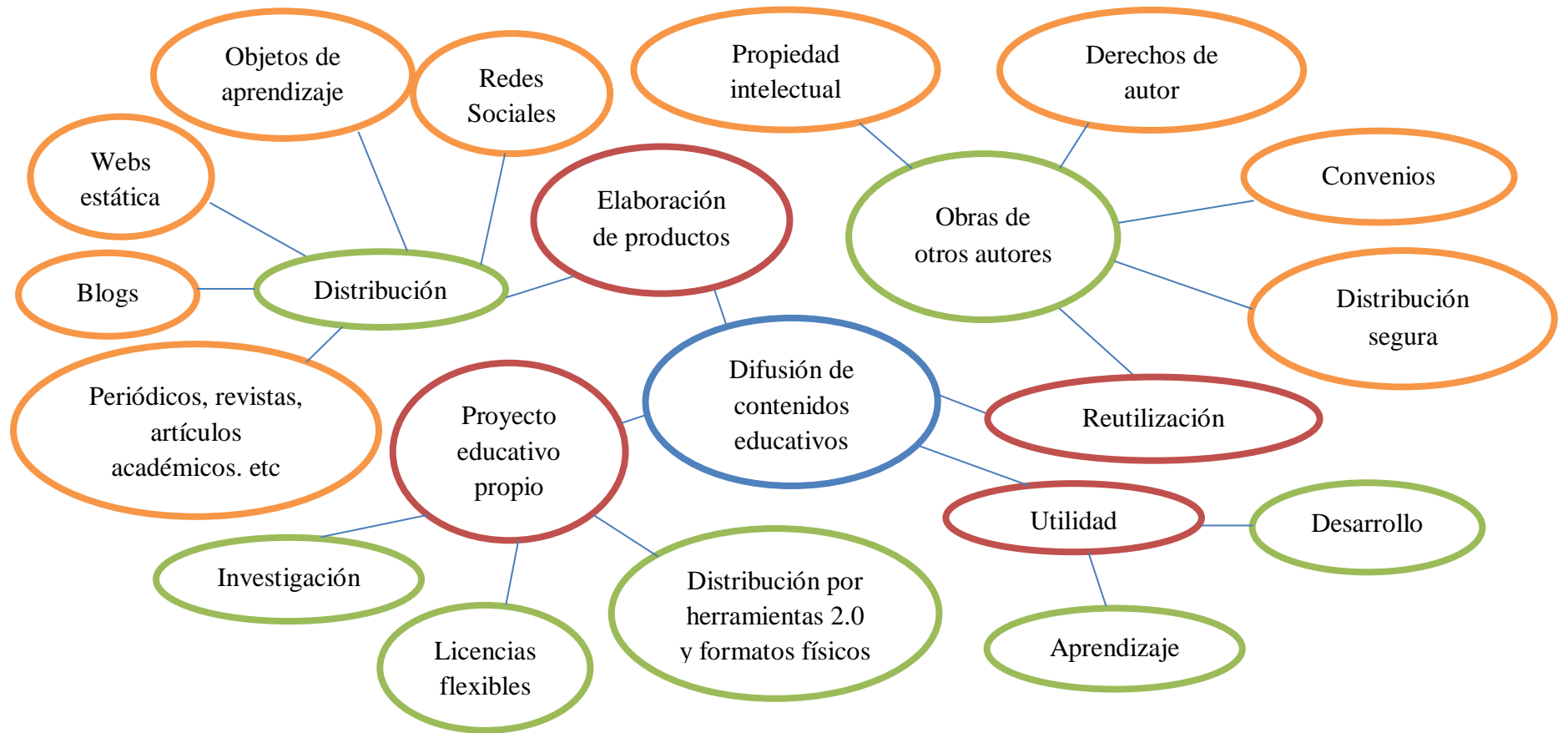


Figura 3 Constelación de ideas variable independiente

Elaborado por: Lenin Santos

Fuente. Observación Directa

## **2.10 Marco conceptual de la variable independiente**

### **2.10.1 Comunicación educativa**

La comunicación y la cultura del aprendizaje cada vez más exigen que la comunicación educativa sea tomada en cuenta dentro de los procesos de configuración del aprendizaje constructivo e inclusivo que determinan los rumbos que toman la cultura de un pueblo.

Atrás van quedando los viejos modelos de educación donde el docente era el encargado de impartir el conocimiento hacia una masa homogénea de estudiantes para darle paso a nuevos métodos que procuran una educación más flexible y abierta a procesos digitales sin descuidar los formatos tradicionales que logran un equilibrio entre ambas tendencias.

En el escenario actual donde se desarrolla la educomunicación existen varios cambios que marcan una afinidad y un antagonismo entre los modelos verticales y horizontales de aprendizaje, como son los roles y metodologías, los tiempos dedicados a cada actividad y hasta los modos en que se transmiten y gestionan los conocimientos. Dentro de estos nuevos paradigmas: “La Educación ocupa un lugar preponderante, constituyendo uno de los instrumentos esenciales para avanzar hacia la construcción del bienestar individual y colectivo de los ciudadanos, pero también hacia el desarrollo económico y social” (Santos, 2012).

Dentro de este proceso de cambios las nuevas tecnologías constituyen un eje fundamental para el cambio social y el desarrollo del modelo social, cultural y económico de los nuevos tiempos. Una reinvención de los formatos tradicionales le da el impulso necesario para que las nuevas generaciones crezcan y se desenvuelvan junto con los cambios de la globalización, la interculturalidad y la tecnología, sin olvidar el carácter educativo que mantiene la comunicación desde sus principios.

La educación y los procesos pedagógicos, guardan dentro de sí un lugar muy amplio para la comunicación, es esta la encargada de hacer que dos o más personas entren en un sistema de flujo informativo eficiente para el desarrollo del aprendizaje.

Uno de los objetivos de la educación es el de aprender a pensar, aprender a comunicarse y aprender a participar desde esta perspectiva; dentro de la educación la comunicación humana es un proceso dinámico resultado de la interacción entre dos o más protagonistas inmersos en un contexto sociocultural. (Valverde, 2009)

La llegada de las nuevas tecnologías, ha modificado a conveniencia de los usuarios, los tiempos destinados al consumo de información. En temas pedagógicos, los tiempos y espacios destinados al aprendizaje tradicional se ven modificados debido a las facilidades que entrega la tecnología, abriendo nuevas oportunidades a la sociedad pero también generando nuevos retos para quienes producen este tipo de información.

Las experiencias de enseñanza-aprendizaje a través de las tecnologías multimedia y de las telecomunicaciones, se desarrollan en unas coordenadas espacio-temporales que tienen poco -y cada vez menos- que ver con las manejadas en los sistemas tradicionales de enseñanza. Los avances que en el terreno de las telecomunicaciones se están dando en nuestros días están abriendo nuevas perspectivas a los conceptos de espacio y tiempo que hasta ahora habíamos manejado tanto en la enseñanza presencial, como en la enseñanza a distancia. (Salinas, 2005)

La comunicación y el aprendizaje han salido del lugar tradicional en el que se realizaba, como son el aula de clases en las escuelas, colegios y universidades, los libros de texto, foros, conversatorios, exposiciones, casas abiertas etc. Hoy en día el individuo aprende en cualquier lugar y en horarios diferentes a los establecidos por instituciones académicas, estos cambios se dan por efecto de la globalización que requiere nuevas y mejores formas de comunicarse y aprender, principalmente, involucrando a las personas en nuevos espacios interculturales que logran nuevas formas de manejar sus recursos.

La educación además ha abierto las puertas a que los modelos de aprendizaje se modifiquen de tal manera que todos aprendemos con todos en la comunidad.

Las experiencias existentes parecen indicar que el entorno para acciones de formación relacionadas con los nuevos objetivos de la sociedad de la información y con la anticipación de las competencias necesarias que la evolución futura requerirá (uso de las fuentes de información, la organización de la información, gestión del conocimiento,...), definitivamente no es el salón de clase. Aparecen nuevos ambientes de aprendizaje, nuevo escenarios, que, aunque de entrada parece que no vayan a sustituir a las aulas tradicionales, vienen a complementarlas y, sobre todo, a diversificar la oferta formativa. (Salinas, 2005)

### **2.10.2 Contenidos periodísticos**

El periodismo así como sus contenidos se hallan en una constante reconversión por distintos motivos los cuales modifican sus estructuras así como sus métodos de elaboración. Esto debido a la innovación tecnológica que es provocada por la era de la digitalización.

La era digital ha afectado al ámbito de los medios de comunicación, los cuales están presentes en la Red y se reinventan y crecen continuamente con nuevas herramientas y servicios para aprovechar al máximo las ventajas, los atractivos y los valores añadidos que proporcionan las Tecnologías de la Información y de la Comunicación. (Oliva, 2014)

El periodismo tal y como lo estamos viviendo, con la aparición de la tecnología, requiere de nuevos métodos y formas más explicativas de tratar la información que no se limiten a cumplir los parámetros tradicionales, sino que se reinventen para generar nuevas experiencias.

Los textos que demanda la sociedad deben de responder a las estrategias de desarrollo de sus entornos y potenciar la constante y necesaria interacción entre especialistas, de forma constructiva y creativa. La especialización se presenta en la comunicación como la forma de tratar con más profundidad los



contenidos de los mensajes de temática científica, pero a su vez de forma explícita y concisa. (Herrera, Del Río, Santovenia y González, 2010)

Los contenidos periodísticos orientados hacia campos pedagógicos exigen mucho más de la información en temas de verificación de fuentes, autores y profundidad de la investigación, por esta razón, quien elabore estos contenidos debe ser un profesional de la información especializada. “La investigación científica pretende, al igual que el periodismo especializado, una mayor profundidad en los contenidos informativos, así como un mayor rigor en su tratamiento y un control más eficaz con las fuentes” (Herrera, Del Río, Santovenia y González, 2010).

Contar con profesionales que sean capaces de manejar textos periodísticos e investigativos y elaborar este tipo de contenidos, es el reto que los medios de comunicación asumen cuando se habla de elaboración de contenidos periodísticos. “La investigación científica pretende, al igual que el periodismo especializado, una mayor profundidad en los contenidos informativos, así como un mayor rigor en su tratamiento y un control más eficaz con las fuentes.” (Herrera, Del Río, Santovenia y González, 2010).

El tratamiento de la información de carácter educativo, científico o tecnológico, desde estas nuevas perspectivas que ofrece el aprendizaje, abre las puertas hacia nuevas formas de educarse en los medios de comunicación y la oportunidad también de dichos medios, de participar de las nuevas prácticas sociológicas para el avance ciudadano a través de los contenidos periodísticos.

Se presenta como un reto al conocimiento, aparece como la gran oportunidad de los medios de comunicación de responder al reto periodístico especializada un análisis suficientemente profundo y riguroso. Una nueva sociología del conocimiento se manifiesta ante una permanente referencia externa, matizada por citas de expertos, hechos colaterales y de antecedentes que son juzgados por la propia sociedad. La respuesta al qué y al para qué de la información excesivamente preocupada por el cómo, resalta la calidad informativa que particulariza a esta especialidad informativa. (Herrera, Del Río, Santovenia y González, 2010)

La llegada de la era digital, trae consigo una de las características primordiales de los contenidos que se distribuyen en los sitios web. Estos avances obligan a que los medios se mantengan en una actualización constante, lo que provoca una mayor demanda de información, más flexible y apta para ser diseminada por distintas vías de comunicación, como blogs, páginas multimedia y redes sociales.

En el escenario mediático actual coexisten las iniciativas que prestan atención a lo que acontece en la proximidad y en el ámbito mundial. Mientras los medios remodelan las líneas de sus estrategias informativas, los ciudadanos siguen demandando información creíble. Ahora ya nadie duda de la necesidad de disponer de información para adoptar decisiones adecuadas en los distintos ámbitos de la vida. Cada vez el conocimiento está más mediatizado por los medios de comunicación y existe una mayor dependencia de ellos. (López G. , 2003)

En cuanto a los contenidos que se diseminan en medios impresos, encontramos que gran parte de estos, encuentran su experticia desde las instituciones educativas, donde el docente, dentro de los institutos y escuelas de comunicación instruye a sus estudiantes para poder elaborar textos informativos en el mundo profesional.

Los estilos y géneros periodísticos desde la perspectiva del periodismo impreso y cuyas asignaturas constituyen la plataforma del deber ser del periodismo. Asignaturas que, impartidas en el primer año de la carrera, suponen no solo dotar de herramientas para el saber hacer del futuro profesional, sino también, gestar en él la ética y la responsabilidad social del mensaje difundido. (Calzadilla I. , 2007)

El periodismo se descentraliza de los grandes monopolios de la información que son manejados por las élites informativas, dando paso a nuevos proveedores y provocando la proliferación de nuevos espacios de comunicación donde los ciudadanos también pueden producir noticias en una dinámica social.

### **2.10.3 Difusión de contenidos educativos**

La importancia que tiene la difusión de contenidos educativos para el avance de una sociedad es innegable, cada vez esta necesidad, nos ha llevado a utilizar de mejor manera la tecnología informática distribuyendo por medio de las páginas web, blogs redes sociales etc. Contenidos que contribuyen al desarrollo de la investigación científica y por ende a nuestra comunidad.

En años recientes hemos presenciado el auge de las plataformas y repositorios en línea, capaces de albergar gran cantidad de documentación digital para ponerla a disposición del público. El hecho de que ahora sea posible alojar información multimedia en la nube y en servidores remotos de acceso abierto ha fomentado el éxito de estas bases de datos y las ha convertido en elementos fundamentales para la investigación. (Villanueva, 2012)

La ciencia y sus estudios, así como, sus avances y resultados no serían nada si estos no fueran comunicados al público. Nuestra visión como ciudadanos del mundo sería limitada y posteriores investigaciones y avances no serían concretados, en pocas palabras, la evolución del ser humano como un ser social e íntegro y tecnológico se vería afectado. Esta es la importancia de la difusión de contenidos educativos.

La difusión y divulgación de la información científica es el pilar fundamental del Periodismo Científico. La ciencia, como una de las actividades humanas, a través de su rigurosidad y sistematización, analiza diversos objetos de estudio para brindar una mejor calidad de vida y desarrollo. (Quiñonez, Guerrero y Rengel, 2014)

La investigación científica así como su difusión, es importante para elevar los estándares de calidad de vida que mantiene una población, a través de la difusión de contenidos educativos, el pueblo construye su realidad y la aplica desde sus métodos educativos.

La universidad es uno de los epicentros de la actividad científica a través de las investigaciones individuales y grupales que se generan en ella. Sin embargo, la difusión y divulgación de los avances, resultados y hallazgos científicos siempre resultará escasa. De allí la insistencia que debe asumir el Periodismo Científico frente a este problema que se presenta en numerosas instituciones latinoamericanas. (Quiñonez, Guerrero y Rengel, 2014)

La decodificación de la información científica requiere de bases periodísticas sólidas además de conocimientos y habilidades propias del periodista que le permitirán elaborar productos educativos capaces de ser difundidos de forma masiva.

En este punto, cabe hacer una reflexión sobre como la divulgación de temas científicos puede contribuir de forma significativa a la difusión de los mismos.

La difusión es la elaboración de mensajes accesibles a todo el público preceptor, independientemente que trate o no temas de interés científico, mientras que la divulgación tiene que ver con la depuración del contenido de los mensajes científicos a lenguajes asimilables por un mayor número de personas. (Paquali, 1979)

La difusión de la ciencia y la tecnología según (Encalada, 2005) debe cumplir con una serie de planteamientos que la llevarán a ser considerada como una difusión integral.

1. La difusión no es sólo el envío de contenido de un sector a otro, sino que se alimenta inicialmente de información que es digerida y procesada para hacerla comprensible a las comunidades potenciales.
2. La difusión científica debe entenderse como una necesidad comunicacional y social.
3. La difusión tiene que ir más allá de la transmisión de información, entrelazándose como una comunicación integral.

4. En el sentido progresista, la difusión debe ser entendida como un proceso que contribuye a desarrollar políticas en pro de la ciencia y la tecnología.
5. La difusión debe manejarse democráticamente, no se deben anteponer intereses ni en la información difundida ni en los medios o canales por los cuales se difunde

### **2.10.3.1 Elaboración de productos**

Los productos relacionados a la comunicación educativa, básicamente son elaborados dentro de los departamentos de investigación de las instituciones dedicadas a la formación del pensamiento humano, dentro de los medios de comunicación especializados, en los grupos profesionales de investigadores independientes, etc.

Los productos que se elaboran, en correspondencia a la razón educativa, constituyen una extensión de la empresa hacia el público que se mantiene en vigilia del buen actuar de la institución. Estos productos reflejan el compromiso de los profesionales que laboran en el medio para con sus clientes y la sociedad en general. Por consiguiente, logra atraer nuevos clientes y fideliza a los que ya conocen los productos de la empresa.

El tratamiento de la información educativa, para la elaboración de productos, tiene como fin trabajar con formas discursivas dentro del texto como son: artículos, informes, ensayos, análisis etc. Y brindarles las características necesarias para que estos a su vez puedan ser aplicables a formatos informativos en los medios de comunicación masiva. Según (Herrera, Del Río, Santovenia y González, 2010) estos rasgos son:

- Observación a contextos de forma directa.
- Tratamiento a los antecedentes, hechos colaterales y contextos.
- Investigación bibliográfica y documental durante el proceso.
- Estrategia de fuentes y de expertos.
- Vínculo con la actualidad, según los propósitos.

- Práctica de la redacción técnica.
- Evaluación en sus contextos.
- Las diferencias se perciben desde el propio tratamiento de la información de actualidad.
- La profundidad.
- El tratamiento ético, viable y aplicable.

#### **2.10.3.1.1 Distribución**

El proceso de aprendizaje está sujeto a varios cambios tecnológicos los cuales son permanentes y han sido capaces de hacer, que más gente en el mundo se vea beneficiada por este tipo de productos comunicacionales.

La distribución de estos productos, en muchas ocasiones pertenece a un departamento específico de la empresa, con el fin de aprovechar al máximo la oportunidad que brinda el distribuir de primera mano la producción.

Este rol es muy importante como mediador en el proceso de comunicación, expansión, socialización y construcción del conocimiento en la población.

La labor extensionista desde las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones no pueden ser asumidas con miradas estrechas y marginadas a los modos mediáticos tradicionales. Ellas deben ser objeto de una reapropiación por parte de cada disciplina, de manera que sean aprovechados sus mejores y más convenientes aportes para cada interés específico de emisores y receptores, inmersos en procesos integradores y desarrolladores de comunicación educativa. (Calzadilla I. , 2012)

#### **2.10.3.1.1.1 Redes sociales**

Son una herramienta de difusión de contenidos, tan eficaz, que hoy en día es muy difícil prescindir de ella, gracias a su intuitiva facilidad de uso, contenido informativo e inmediatez. Esta conjunción de cualidades son posibles en espacios virtuales que gracias a la tecnología, se han abierto al público en general para la interacción sobre temas de interés general, “Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos” (Celaya, 2008).

Esta interacción está marcada por algunos aspectos particulares como el anonimato total o parcial, si así el usuario lo deseara, la facilidad de contacto sincrónico o anacrónico, así como también la seguridad e inseguridad que dan las relaciones que se suscitan por esta vía. (Hütt, 2012)

Las redes sociales nos acercan al mundo, a cada una de sus personas. En temas de difusión de contenidos podríamos, establecer contacto con cualquier persona en el mundo siempre y cuando se utilicen algunos procesos necesarios tal y como se describen en la teoría de los seis niveles.

La mayoría de las personas mantienen un vínculo directo, más o menos permanente con alrededor de 100 personas. Estas, las cuales se van restando o sumando a lo largo de nuestras vidas, viene a consolidar una lista de 100 a 200 personas aproximadamente en nuestra lista. Si estos 100 contactos nos presentaran a sus 100 respectivos contactos, nuestra lista de referencia iría creciendo exponencialmente. Es decir, en un primer nivel tendríamos 100 personas, y si cada uno de ellas nos presenta a sus 100 respectivos contactos, tendríamos 10.000 integrantes en nuestra lista, y así sucesivamente hasta llegar a nuestro sexto nivel, con un total de 1 billón de personas (un millón de millones). Bajo esta primicia, cualquier persona estaría en posibilidad de conocer a cualquier otra persona del mundo a través de su red de contactos. (Watts, 2003)

Según (Celaya, 2008), existen tres clasificaciones principales de redes sociales:

1. Redes profesionales (por ejemplo, LinkedIn, Xing, Viadeo)
2. Redes generalistas (por ejemplo, MySpace, Facebook, Tuenti, Hi5)
3. Redes especializadas (por ejemplo, Ediciona, eBugá, CinemaVIP, 11870)

La interacción del ser humano con sus semejantes es el motivo que lo empuja a su constante evolución, siendo cada vez más evidente la necesidad de pertenecer a estas nuevas prácticas tecnológicas con el fin de subsistir en el medio informativo y efectivizar la organización.

Desde esta perspectiva, Internet ha facilitado la creación de espacios de interacción virtual innumerables, constituyéndose en un medio de interacción social cada vez más común y utilizado por diversos tipos de usuarios en el mundo. “Internet está cambiando la sociedad y está transformando la manera en que las empresas venden sus productos y servicios. No hay que olvidar que las nuevas generaciones de consumidores identifican a una compañía y su marca según su experiencia en la WEB. (Celaya, 2008)

#### **2.10.3.1.1.2 Objetos de aprendizaje**

Los objetos de aprendizaje son los elementos de un nuevo tipo de instrucción basada en el computador y fundamentada en el paradigma computacional de “orientación al objeto”. Se valora sobre todo la creación de componentes (llamados “objetos”) que pueden ser reutilizados en múltiples contextos. Esta es la idea fundamental que se esconde tras los objetos de aprendizaje: los diseñadores instruccionales pueden construir pequeños componentes de instrucción (en relación con el tamaño de un curso entero) que pueden ser reutilizados varias veces en contextos de estudio diferentes. (Wiley, 2000)

La evolución de la tecnología ha permitido que esta se vea involucrada en la mejora de aspectos sociales, culturales y económicos de los pueblos como la educación. La inclusión de las nuevas tecnologías (TIC) dentro de los procesos de aprendizaje es imprescindible en una época donde las escuelas y centros de estudios están incorporados con laboratorios que facilitan este tipo de procesos.



Esto no significa que se incluyan las (TIC) en los viejos procesos de educación, sino que se trata de innovar en estos procesos facilitándolos y haciéndolos más didácticos, descubriendo a cada paso nuevas y mejores formas de transmitir el conocimiento.

No se trata de insertar lo nuevo en lo viejo, o de seguir haciendo lo mismo, con los nuevos recursos tecnológicos. Es innovar, haciendo uso de los aciertos de la pedagogía y la psicología contemporáneas y por supuesto de las nuevas tecnologías. (Ferreiro, 2000)

Según (Longmire, 2000) sobre los objetos de aprendizaje, se propone que se debe cumplir con las siguientes características.

- **Flexibilidad:** El material educativo es usado para usarse en múltiples contextos, debido a su facilidad de actualización, gestión de contenido y búsqueda, esto último gracias al empleo de metadatos.
- **Personalización:** “Posibilidad de cambios en las secuencias y otras formas de contextualización de contenidos, lo que permite una combinación y recombinación de OA a la medida de las necesidades formativas de usuarios”.
- **Modularidad:** Posibilidad de entregarlos en módulos, potencia su distribución y recombinación.
- **Adaptabilidad:** “Puede adaptarse a los diferentes estilos de aprendizaje de los alumnos”.
- **Reutilización:** El objeto debe tener la capacidad para ser usado en contextos y propósitos educativos diferentes y adaptarse pudiendo combinarse dentro de nuevas secuencias formativas.
- **Durabilidad:** Los objetos deben contar con una buena vigencia de la información, sin necesidad de nuevos diseños.

El proceso de aprendizaje no depende de la modalidad educativa en que se encuentre el individuo, sino de cómo se manejan los contenidos temáticos, de las actividades que realiza en conjunto con su entorno, la calidad del material educativo etc. Es aquí donde los objetos de aprendizaje juegan su papel como actor social de una comunidad que avanza.

### **2.10.3.1.1.3 Webs estáticas**

Las dimensiones de calidad en las propuestas educativas y formativas que integran los objetos de aprendizaje y estrategias educativas son muy amplias. Hablamos de propuestas que apuestan por contenidos reutilizables que se remiten a una propuesta educativa centrada en los contenidos que utilizan canales en formato multimedia o hipermedia cuya utilización se prevé sea posible con o sin la presencia física coincidencia de maestros y alumnos.

Es necesario y urgente plantear una aproximación al análisis de la calidad de las propuestas educativas apoyadas en contenidos educativos reutilizables que contemple la complejidad del proceso de enseñanza y aprendizaje, basando el análisis en sus distintas características específicas, y al mismo tiempo que considere las especiales características que aporta al proceso la mediación de materiales presentados en formato multimedia e hipermedia. (Mauri, Onrubia, Coll y Colomina, 2016)

Las nuevas tecnologías no solo se apoyan en un aumento cuantitativo de la información sino también en la inmediatez con la que esos contenidos pueden ser distribuidos a través de la web. Sin que importe la diferencia cultural, de idioma o actividades entre usuarios.

Las numerosas transformaciones sociales que se están produciendo, vienen determinadas, de algún modo, por el avance en las nuevas tecnologías. Llegado a este punto, debemos evitar caer en el error de pensar que las tecnologías de la información y comunicación crearán un modelo de sociedad, sino que por el contrario, ambos aspectos, sociedad y tecnología, se condicionarán mutuamente. (Cabero y Duarte, 1999).

La tecnología dentro de la educación constituye uno de los pilares fundamentales para la sociedad post industrial, donde la imaginación juega un papel fundamental para construir nuevos espacios de aprendizaje ya sea dentro o fuera del espacio asignado, tradicionalmente, a la adquisición de conocimiento.

La tecnología es la expresión propia de la sociedad del S. XXI y las recientes muestras internacionales han puesto en evidencia que la línea directriz de la sociedad post-industrial en los albores del tercer milenio es la sociedad post-tecnológica en el que el sector de la formación, de los servicios y de la imaginación ocupan un lugar prioritario. (Medina, 1995)

El hecho de que un sitio web sea dedicado a la educación no nos garantiza que los contenidos del mismo sean de mayor calidad. Por lo tanto habrá que apreciar su identidad para una mayor comprensión de sus objetivos.

Es importante entender que los sitios web no están sujetos a formas de aprendizaje formal o informal, pero en cualquier situación los sitios web didácticos deberían tomar consideración de los puntos aquí expresados para mejorar sus aspectos técnicos y de aprendizaje en todo momento.

#### **2.10.3.1.1.4 Blogs**

Los cambios que han tenido la educación y los modos de comunicarse han hecho imprescindible el uso de tecnologías que faciliten o potencien la distribución de contenidos. Hoy en día la presencia online es esencial en las estrategias corporativas y de educación por lo que es necesario el aprendizaje sobre el manejo y uso correcto de esta herramienta para beneficio de todos.

Han aparecido en el entorno académico variadas herramientas que potencian la calidad del proceso educativo. Una de ellas, el blog, es fácil de usar y permite mayor interacción entre los actores del proceso. Se pueden generar blogs personales e institucionales. Su principal objetivo es facilitar la accesibilidad y gestión de contenidos, así como la gestión de la información para construir conocimiento. (Abreu, 2014)

Mediante un blog podemos exponer de forma ordenada nuestros productos, obtener retroalimentación y la oportunidad de debatir sobre temas de interés para construir conocimiento.

El blog, abreviatura de weblog, es un lugar de la web, o sea un sitio web donde se publican artículos de un autor o varios autores con el objetivo de relatar sucesos, comentar opiniones y compartir conocimientos acerca de temas de interés. El nombre blog o weblog como también se le llama, proviene de las palabras web y log, que significa diario, y tiene como antecedentes las bitácoras o cuadernos de escritura o diarios que se utilizaban en los viajes en barco en siglos pasados para dejar constancia de los sucesos. (Abreu, 2014)

La utilización de esta herramienta para la distribución de contenidos supone una gran ayuda en el proceso educativo, ya que es la manera, en que se construye el conocimiento en el siglo XXI donde las personas no necesariamente deben estar de forma presencial en un centro de estudios para adquirir conocimientos, a la vez que su naturaleza sugiere la combinación con el uso de las tics.

El blog actual es una evolución de los foros de Internet y de los diarios en línea. Facilita el acceso de muchas personas a la producción científica, y el intercambio de ideas que debe realizarse de forma respetuosa y colaborativa. (Abreu, 2014)

El blog ya ha sido utilizado en procesos educativos y de aprendizaje en universidades, sin embargo, dichos estudios han dejado en evidencia la sistematización paulatina que es necesaria para lograr resultados en la educación

El Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) supone una reflexión sobre el modelo de profesorado que se ha gestado hasta este momento. Si se une la idea de que el protagonista de la educación es el alumnado y que es imprescindible ir provocando cambios hacia el uso de las tecnologías en educación, es necesario adecuarse, cuidadosa y científicamente, para que estos cambios no sean traumáticos para ninguna de las partes implicadas: profesorado y alumnado. (Canos y Fernández, 2010)

Entramos entonces a un punto neutral donde quienes aprenden se les es permitido preguntar y quienes enseñan se les es permitido aprender, este importante flujo de información, que por supuesto, debe darse de forma paulatina y que es de doble vía, es lo que favorece la comunicación y la construcción de conocimiento dentro de una cultura tecnológica. “Aunque los docentes nos consideremos profesionales innovadores, la realidad es que en la educación los cambios se dan muy lentamente y si nos preguntásemos ¿por qué cambiar? encontramos tres respuestas que marcan caminos distintos en la demanda tecnológica” (Underwood y Dilon, 2011).

Una se basa en minimizar el uso de la tecnología, otra combina la tecnología como complemento de la práctica tradicional y la última, unifica y evoluciona, consiguiendo un nuevo concepto de enseñar en el docente y de aprender en el estudiante. Supone, por tanto, utilizar las posibilidades de la tecnología en pro de la innovación, principio que subyace en el modelo o enfoque tecno constructivista del aprendizaje. (Mas, 2006)

Los blogs son parte de la cultura de la información, utiliza recursos tecnológicos que lo hace fácil de usar e interactuar en la construcción de conocimiento. La utilización de los blogs es muy amplia en los terrenos de la educación ya que sirven como un factor de desarrollo en los procesos de aprendizaje y la gestión de la información.

#### **2.10.3.1.1.5 Periódicos**

Los periódicos responden a la necesidad natural del ser humano de obtener información de su entorno y participar de forma activa en la sociedad, son parte fundamental de una sociedad que se comunica y construye nuevos patrones de cultura constantemente.

La prensa se presenta en un formato accesible y cercano a todos los ciudadanos. En ella se recoge la vida local y las noticias de actualidad más relevantes del resto del mundo. Pero creemos que es su carácter contextualizado el que la impregna de un especial atractivo para las personas adultas con una formación intelectual limitada. El formato utilizado por la

prensa está pensado para ser utilizado por adultos y su alcance es posible a la mayoría. (Ricoy, 2003)

Las necesidades de información se hacen presentes cuando cualquier persona en su afán de saber, cuestionarse, tomar decisiones, solucionar problemas y participar en la sociedad requiere de ciertos insumos informativos, los cuales al no estar disponibles en el momento preciso, crean un estado de insatisfacción frustración denominado necesidad informativa. (Morales y León, 2012)

En la actualidad la forma de consumir la información es muy variada y está en constante cambio, lo cual pone a competir a los distintos proveedores por captar la atención del público.

Se está produciendo un cambio en las pautas de consumo de los periódicos impresos, con una continua reducción del número de lectores más jóvenes, por otra parte las nuevas tecnologías están acelerando este proceso de cambio. Los jóvenes acuden a Internet en su demanda de noticias, y es además cada vez mayor el público de otras edades y de distintas clases sociales que también acude a la Red con este mismo objetivo. En Internet los periódicos online no sólo tienen que competir con las web de los otros medios, sino también con otros proveedores online de noticias. (Larrañaga, 2009)

#### **2.10.3.1.1.6 Revistas**

Las revistas a diferencia de los diarios se publican con una periodicidad más amplia, contienen artículos de temas variados pero son el escenario perfecto para la difusión del pensamiento científico.

Los mecanismos a través de los cuales las ciencias sociales y las humanidades comunican los resultados de sus investigaciones difieren sustantivamente de los empleados por las ciencias biológicas, exactas y naturales. Mientras las últimas se centran en artículos publicados en revistas científicas indexadas en

bases de datos internacionales, las ciencias sociales y las humanidades tienen una diversidad mayor de formas de disseminación de resultados (Vasen y Lujano, 2017)

Gracias al uso generalizado de las nuevas tecnologías, los canales de difusión tanto de los tradicionales medios en papel, como de los electrónicos se han diversificado, al tiempo que han incrementado su cantidad y renovado sus audiencias. No obstante, las revistas científicas continúan siendo el principal medio de comunicación entre especialistas ya que al publicarse con una periodicidad establecida, además de contribuir a consolidar comunidades de especialistas en torno a temas específicos, permite generar indicadores bibliométricos acerca del posicionamiento que en determinado lapso puede lograr un órgano de difusión al interior de la comunidad académica a la que sirve. (López y Salazar, 2006)

Los artículos científicos que se publican en las revistas especializadas son el resultado de un exhaustivo análisis en el que intervienen distintos científicos u organizaciones para dar certificación a las investigaciones así como también a los resultados logrados en un determinado proyecto.

Las tareas de evaluación forman parte del quehacer cotidiano de los académicos. Se manifiestan en múltiples instancias y formas. Pueden incluir dictaminar sobre la calidad de un artículo para una publicación científica, evaluar a los colegas en el jurado de un premio o formar parte de una comisión que determine el otorgamiento de estímulos, subsidios, plazas, promociones, definitividades, etc. Puede ser *ex ante* o *ex post*, entendiendo la primera cuando se juzga sobre un proyecto o actividades aún no realizadas, y la segunda cuando de lo que se trata es de determinar si se han cumplido las metas formuladas en un proyecto o actividad ya transcurrida. También puede darse una combinación de ambas, cuando, por ejemplo, se analiza la trayectoria previa de una persona en conjunto con su propuesta de trabajo que va a realizar a futuro. (Vasen y Lujano, 2017)

### 2.10.3.1.1.7 Artículos académicos

Son publicaciones que cumplen con requisitos muy rigurosos para su aceptación, y tienen la finalidad de difundir el pensamiento científico entre los miembros de una comunidad específica. Según (Universidad de los Andes, 2003), Artículo académico se refiere a “un escrito breve que presenta una reflexión sobre algún asunto en particular, desde cierta disciplina o área del saber, para sustentar un punto de vista crítico, novedoso o esclarecedor”.

Los artículos académicos se diferencian de los meramente informativos (de prensa, de revistas de opinión), pues su finalidad no se reduce a la descripción u opinión sobre un estado de cosas ni al planteamiento de algún tipo de propuesta política, ideológica o de conveniencia social pública o privada. (Camacho, Rojas y Rojas, 2014)

Las revistas científicas han constituido el principal vehículo donde los artículos académicos son distribuidos y el medio principal por el cual los investigadores de la comunidad científica han llegado a construir conocimiento.

Según la investigación realizada por (Reverter y Hernández, 2012) estos son algunos tipos de publicaciones o artículos aceptados dentro de las revistas científicas.

**Artículo original:** Es el resultado de un proceso de investigación que parte de una hipótesis de trabajo y de unos objetivos específicos para llegar a unas conclusiones concretas, mostrando además unos resultados científicos determinados, así como la discusión y análisis de éstos.

**Artículo original breve:** Similar al artículo original, pero con menor extensión, al ser producto de una investigación también menor; suele utilizarse para presentar estudios descriptivos o retrospectivos.



**Nota o caso clínico:** Adecuado para la exposición, descripción y discusión de casos muy inusuales o infrecuentes, observadas en un individuo o un grupo pequeño de individuos; suele incluir su posible tratamiento o intervención.

**Artículo de revisión:** Texto que de forma completa, estructurada y sencilla aporta una visión general sobre un tema desde todas sus posibles perspectivas, ofreciendo una síntesis de los conocimientos actuales disponibles al respecto; suele hablarse de revisiones narrativas o literarias (que sintetizan los conocimientos mediante una selección de lo publicado) de revisiones sistemáticas (que sintetizan los conocimientos a partir de una identificación exhaustiva de lo publicado)

**Carta al director/editor:** Documentos breves que permiten expresar opiniones y comentarios sobre un tema de actualidad e interés general o sobre un artículo recientemente publicado en la misma revista.

**Artículo especial:** Trabajo realizado, por encargo la mayoría de las veces, y que, con mayor libertad que en un artículo original, le permite al autor la exposición, discusión y comentario de un tema relevante desde una óptica particular y experta, sin estar sometido a la estructura habitual de un artículo original.

Los artículos científicos son publicaciones muy útiles a la hora de transmitir el conocimiento, por lo cual, son ideales para proyectos de comunicación y educación donde se busca trascender los muros de las aulas y llegar con más facilidad a un público específico.

#### **2.10.1.3.2 Proyecto educativo propio**

La producción periodística, realizada desde su propio entorno, con sus propios códigos e imaginarios sociales y además que contenga una propuesta que responda a las necesidades de la comunidad, es un eje importante dentro de la función

comunicativa que tienen los medios y la responsabilidad a la que se deben en su naturaleza.

El mantener un proyecto educativo propio dentro de cada medio de comunicación, especialmente escritos, se transforma en una herramienta eficaz a la hora de corregir lineamientos y realizar modificaciones en cualquier área que la institución así lo disponga. El trabajo preliminar que se realice al desarrollo del proyecto, es lo que determinará la misión y visión que va a asumir la empresa, en un futuro próximo. “La formulación de cualquier Proyecto Educativo Institucional debe comenzar por determinar los principios y valores que serán los elementos guías y conductores de todo el proceso de conformación del mismo” (Cuadernos Interculturales, 2003).

En este sentido es necesario, realizar una evaluación, sobre el tipo de ciudadanos que se busca formar, ciudadanos que promulguen valores democráticos que permitan insertar en su vida una serie de actitudes que le accedan a comprender y relacionarse con las demás personas sin importar sus diferencias étnicas, sociales o culturales. Sin tener que dejar de lado su propia personalidad y que además busca educarse de manera segura en su propio entorno.

Estos son los retos a los que hace frente un medio de comunicación cuando emprende con un proyecto educativo propio, se hace necesario que el establecimiento realice un análisis exhaustivo a cerca de las fortalezas y debilidades y ante esto se debe recoger toda la información que sea necesaria para la ejecución del proyecto, no solamente desde el medio de comunicación, sino extendiéndolo hacia todas aquellas personas e instituciones involucradas que constituyen instancias que puedan convertirse en un escenario de desarrollo real y aplicación del proyecto.

#### **2.10.1.3.2.1 Investigación**

Ante los acelerados cambios que se muestran en la forma de adquirir el conocimiento y los múltiples paradigmas que envuelven nuestra sociedad, es necesario contar con profesionales de buen nivel que brinden respuestas sobre la realidad y que además aporten con una visión reflexiva y crítica respecto a la educación, que posean características y aptitudes que les faciliten realizar investigación científica para luego

proponer soluciones de forma creativa. Es también necesario contar con profesionales que se asuman como pensadores, que trasciendan las barreras de lo establecido y que transformen la realidad con sus ideas, tal como lo explica (Freire, 1998), que "realicen la tarea permanente de estructurar la realidad, de preguntarle y preguntarse sobre lo cotidiano y evidente, tarea ineludible para todo trabajador social."

La investigación, es un área del conocimiento que se encuentra comprometida con la vida y el constante desarrollo del ser humano en su entorno, por lo que debe ser asumida con total responsabilidad social.

La investigación como actividad humana es la función más trascendental de la sociedad. No se puede proceder a la deriva, es necesario conocer los hechos, causas relaciones y consecuencias en toda la fase del proceso, esto debe hacerse en plena conciencia de todos sus elementos y factores si se desea lograr la eficacia. (González, Zerpa, Gutierrez y Pirela, 2007)

La investigación es una actividad que debe estar orientada a la búsqueda de la verdad de forma científica y profesional creando un área de discusión donde pueden intervenir distintas opiniones para la organización del pensamiento.

La investigación debe despertar la curiosidad, la reflexión, el cuestionamiento, la duda, bases fundamentales de toda genuina investigación. De allí la investigación será educativa si permite que los participantes involucrados desarrollen nuevas formas de comprensión y si le forman para emprender caminos propios de reflexión autónoma y compartida sobre el sentido de la práctica y las posibilidades de mejorarla. (González, et al., 2007)

La investigación es parte fundamental de la construcción del pensamiento social es por eso que no se puede prescindir de ella en la creación de contenidos propios dentro de un medio de comunicación. Los contenidos que están dirigidos a educar deben proporcionar vías alternas de comunicación y de ejecución de proyectos.

Según la investigación realizada por (González, et al., 2007) los tipos más comunes de investigación son los siguientes:

**Básica o Fundamental:** Busca el descubrimiento de leyes o principios básicos, los cuales constituyen el punto de apoyo en la solución de alternativas sociales. Dentro de ésta se encuentran la investigación histórica y de modelo.

**Aplicada:** Busca la obtención de un nuevo conocimiento técnico con aplicación inmediata a un problema determinado entre ellas están: la investigación evaluativa, de campo, caso y la investigación acción.

**De Desarrollo Experimental:** Esta comprende el desarrollo de prototipos, construcción y operación de productos y servicios en el mercado tales como software con fines específicos.

#### **2.10.1.3.2.2 Licencias flexibles**

La creación de contenido educativo propio desde los medios de comunicación también sugiere que se tenga especial cuidado con el manejo de licencias sobre derechos de autor, sobre todo si se trata de investigaciones o publicaciones científicas que requieren gestión editorial.

La gestión editorial de revistas científicas comprende todas aquellas actividades de planificación, organización, control continuo y evaluación orientadas a garantizarla visibilidad, impacto y reconocimiento de las revistas en cuestión. Incluye además: la concreción de mecanismos que faciliten el acceso y difusión de los contenidos, así como el logro de la periodicidad establecida. La realización de estas actividades de forma óptima define en gran medida el éxito de este proceso. (Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado, 2016)

A fin de proteger los derechos de autor de los profesionales que presentan sus investigaciones al público, algunas revistas científicas optan por mecanismos de

suscripción por pago o licencias de acceso lo cual contrasta con otras revistas que realizan publicaciones de acceso libre pero indican dentro de sus especificaciones que se debe citar a dichos autores que publican sus investigaciones.

Al realizar una investigación se requiere consultar y referenciar a autores con materiales que puedan servir de antecedente, fundamento o evidencia a fin de soportar teóricamente y empíricamente los argumentos presentados. Sin embargo, es legal y éticamente necesario mencionar a los autores de dichos materiales a fin de respetar sus derechos morales y patrimoniales. Por ello, una investigación que haga uso de los aportes intelectuales específicos de otros autores, no implica la modificación del original, sin embargo, hay que garantizar el compromiso de citar la autoría principal. (Labastida, 2010)

Es recomendable, si se va a citar el pensamiento de algún autor o grupo de investigadores, revisar los lineamientos de cada revista donde fue publicado el estudio, esto con el fin de evitar conflictos con las partes involucradas.

#### **2.10.1.3.2.3 Distribución 2.0 y formatos físicos**

La distribución de los productos comunicacionales educativos realizados desde los propios medios, deben contar con estructuras y departamentos especializados, que les permitan optimizar recursos económicos y humanos para lograr un mayor número de lectores y lograr sostenerse en el mercado.

Según la investigación realizada por (Zamarrón, 2005) es necesario como primera instancia marcar una diferencia entre promoción y distribución de contenido teniendo en cuenta de forma clara cuáles son sus actividades específicas. La distribución, la difusión y la divulgación, estableciendo acciones que permitan efectivizarlas.

La investigación realizada por (Zamarrón, 2005) explica, también que la comercialización debe contemplar cuatro niveles que son:

**Interna.** Las Unidades Académicas, concebida como el lugar en el que los de dentro y los de fuera puedan encontrar en el mismo espacio toda la oferta viva de nuestras publicaciones.

**Externa.** La venta de publicaciones en librerías universitarias y comerciales. Buscando convenios institucionales que nos permitan intercambiar comercialmente fondos editoriales con instituciones de educación superior que cuentan con librería propia, y privilegiando las librerías comerciales en que, por las características de nuestras publicaciones y el perfil de las librerías, es fundamental estar.

**Suscripción a publicaciones periódicas.** Establecer mecanismos para el conjunto de nuestras revistas que nos permitan tener regularidad en su aparición, un precio fijo y un procedimiento claro de suscripción, pago y entrega. Se hace necesario contar con una cuenta concentradora de los pagos de las suscripciones que permita diferenciarlos de otros depósitos que se realizan en la Institución, tomando en cuenta la posibilidad de depósitos en moneda extranjera.

**Ventas a distancia.** Precisar procedimientos para realizar ventas vía Internet y telefónicas. Requerimos contar con un catálogo electrónico que nos permita levantar pedidos.

Dentro de la misma investigación (Zamarrón, 2005) explica que:

La difusión de toda publicación debe incluir los siguientes medios:

En prensa y medios electrónicos.

La elaboración de un catálogo único que considere su permanente actualización.

Promover las presentaciones de libros.

Nuestra inclusión en todo evento académico que se realice, tomando en cuenta que el fondo editorial con que participemos responda a las características específicas de cada evento.

Ferias de libro. Es este rubro el que ha concentrado los mayores esfuerzos del grupo de trabajo que realizamos la distribución. Se han logrado avances significativos en la coordinación y en la definición de las ferias en que participamos, sin embargo, considerar la participación institucional en cada feria de libro es una definición necesaria, así como la organización de cada una de las ferias que al interior realizamos.

La divulgación incluye el intercambio de publicaciones con otras instituciones y las donaciones, actividad que además ayuda a contar con publicaciones para nuestras bibliotecas.

#### **2.10.1.3.3 Utilidad**

La utilidad de los contenidos educativos radica en su difusión, y posterior beneficio que le puedan dar los miembros de una comunidad, especialmente sus gobernantes a través de políticas públicas, “por medio de estos programas es como el estado busca ilustrar a la sociedad. La importancia de la sociedad educada en ciencia es fundamental para impulsar el desarrollo del país”. (Arango, 2011)

La responsabilidad de las organizaciones públicas de legislar es de suma importancia, en el entendido que el poder legislativo es quien genera normas encaminadas a buscar la ilustración de la sociedad. Podemos concretar que a mayor promoción y protección del desarrollo científico de la sociedad, mayor amplitud de alcance del conocimiento científico en los ciudadanos del país. (Arango, 2011)

El impacto social que tiene la producción científica de un país sobre sus ciudadanos es innegable, (Estébanez, 2003) la define como “efectos positivos o negativos en la población, de la incorporación de conocimiento científico y tecnológico en prácticas

sociales, hábitos e instituciones”. Es por eso que la producción científica está destinada a mejorar la calidad de vida de un país

Conforme esta producción de materia científica, se va incrementando en una nación, también se incrementan las oportunidades de dialogo, debate y toma de decisiones en sus ciudadanos. A esto se le llama cultura científica.

En el primer cuadrante tendríamos a los encargados de promover la ciencia y los destinatarios de la ciencia a los propios científicos; en el segundo, como destinadores a los científicos, los docentes y como destinatarios a los estudiantes; en el tercero, los científicos, los docentes, etc., serían los destinadores, siendo los destinatarios los estudiantes y más ampliamente el público joven. En el cuarto cuadrante, los periodistas y los científicos serían los destinadores, y los destinatarios serían la sociedad en general y, de manera más específica, la sociedad organizada en sus diferentes instituciones, uno de los objetivos principales de este espiral es la sociedad civil ya que impactaría directamente a los ciudadanos; los convertiría en los principales destinatarios de esta interlocución con la cultura científica. (Vongt, Righetti, Figueiredo, Castelfranchi, Knobel y Martineli, 2011)

La producción de información científica destinada a los ciudadanos debe ser materia de primer orden en cualquier nación que busque crecer conjuntamente con sus habitantes.

Las acciones de gobierno encaminadas a la potenciación de la ciencia y la tecnología se encuentran en gran medida en el terreno educativo. El impulsar políticas públicas que fortalezcan la presencia de una comunidad del conocimiento en la educación mejora la realidad y la perspectiva de futuro de cualquier país. (Arango, 2011)

#### **2.10.1.3.3.1 Desarrollo**



La difusión de contenidos educativos muestra, en sí misma, una clara intención de fortalecer el desarrollo y la calidad de vida de su público, es decir, también forma parte de la comunicación para el desarrollo que procura el bienestar social.

El proceso de comunicación para el desarrollo es entendido como una forma de comunicación planificada y dirigida a un público objetivo concreto, centrada en fomentar el desarrollo y que persigue fortalecer el cambio social, para que los individuos puedan conocer cuáles son sus derechos y puedan reivindicarlos. Se trata de un proceso de comunicación necesariamente participativo y horizontal, en el que lo que se pretende es que participe en él cuanta más gente mejor. De hecho, se tiene preferencia por la participación de aquellas personas que usualmente quedan excluidas de los procesos sociales. Este es, sin duda, uno de sus objetivos principales: dar voz a aquellas personas que no la tienen. (Brunet, 2011)

La comunicación para el desarrollo aplicada a la realidad latinoamericana, tiene definiciones mucho más simples tal y como lo menciona (Lara y Olave, 2012) “En la actualidad, el concepto de comunicación para el desarrollo ha evolucionado y tiene como meta conseguir un cambio social tanto en el norte (despertar conciencias) como en el sur (cambiar realidades)”.

El desarrollo de los pueblos a través de la difusión de contenidos educativos en los medios de comunicación se da a través de procesos donde intervienen instancias relacionadas con la sensibilización de la población frente a problemas comunitarios y la solución de los mismos. “La utilización de los medios de comunicación como herramientas para concienciar se basa principalmente en la capacidad pedagógica de los mismos y en su servicio a la sociedad en la que se desarrollan y de la que se nutren”. (Lara y Olave, 2012).

Los contenidos educativos así como la comunicación para el desarrollo buscan brindar más y mejores oportunidades a la comunidad para enriquecer su sentido social, a través de la participación ciudadana, así como también ser el mediador para

que las personas con menos recursos tengan acceso a espacios de discusión y toma de decisiones.

Se pretende que las personas, fundamentalmente los grupos marginados tanto política, cultural como económicamente, decidan quiénes son, qué quieren y cómo pueden obtenerlo, y en su empeño de tratar de lograrlo en un contexto donde se les facilite la elección de opciones y oportunidades, mejoren su calidad de vida guiados por los principios de tolerancia, autodeterminación, equidad, justicia social y participación. (Camacho A. , 2003)

#### **2.10.1.3.3.2 Aprendizaje**

La educación, durante muchos años, se pensó que se podía realizar solo dentro de los centros especializados, pero hoy las posibilidades que nos brinda la tecnología hace que podamos utilizar recursos cada vez mejores para facilitar el aprendizaje dentro y fuera de las aulas.

Educación y formación no son realidades distintas y, por tanto, soportan también el peso y la velocidad de los cambios que experimenta el ser humano. Así, la educación a principios del siglo XX se limitaba a materias como Literatura, Geografía o Historia (entre otras) a través de un material didáctico que eran los libros o cuadernillos. Por el contrario, en pleno siglo XXI observamos cómo desde las escuelas infantiles hasta las universidades no solo forman a través de guías didácticas básicas sino que, además, emplean, fomentan y enseñan el uso de tecnologías tales como videojuegos, pizarras digitales, tablets o herramientas similares de aprendizaje. (Jiménez, Pérez y Zambrano, 2014)

El desarrollo de las nuevas tecnologías y la virtualización de la información, sugiere, por parte de quienes aplican métodos educativos y los distribuyen, la innovación de contenidos virtuales y métodos de aprendizaje, fáciles de consumir por el público.

Depende de que las instituciones cuenten con la capacidad de asumir retos como la generación y uso de contenidos de calidad por parte de los diseñadores y docentes de los programas, el desarrollo de habilidades, para realizar la creación y tutoría de ambientes de aprendizaje. (Leal, 2008)

Cuando hablamos de procesos educativos en los medios, nos referimos a métodos de aprendizaje que nos llevan a la solución de problemas, tanto de forma individual como en el espacio social, es el caso del el método de aprendizaje basado en problemas ABP. (Barrows, 1986) Define al ABP como “un método de aprendizaje basado en el principio de usar problemas como punto de partida para la adquisición e integración de los nuevos conocimientos”. Desde esta perspectiva el público que se educa a través de los medios, toma un papel primordial en la utilidad de contenidos al ser ellos quienes procuran este tipo de información y la aplican sin mayor intervención de terceras personas, para obtener el aprendizaje.

#### **2.10.1.3.4 Reutilización**

La reutilización de contenidos dentro del contexto educativo, es un término que tiene relación con los “objetos de aprendizaje” los cuales están codificados de tal manera que se puedan utilizar, de forma definida o indefinidamente, según lo requiera el programa que va a realizar el seguimiento de los avances del implicado

Al mismo tiempo, no podemos ignorar un nuevo concepto introducido a partir del desarrollo de los contenidos basados en los estándares internacionales. Nos estamos refiriendo al concepto de “Objeto de Aprendizaje”, el cual va más allá de lo que supone incorporar un término novedoso más al mundo del e-learning. Desarrollar contenidos basados en “Objetos de Aprendizaje”, aporta una nueva filosofía de desarrollo que, a su vez, nos permite garantizar la creación de programas de formación online dotados de un alto grado de personalización y flexibilidad, lo cual implica la posibilidad de cumplir objetivos más específicos y, a la vez, adaptarnos a las necesidades de cada participante. (González, 2005)

Los contenidos educativos que tienen “objetos de aprendizaje” como línea principal de acción son fácilmente manejables por los colaboradores, es decir reutilizables dentro del programa educativo.

Básicamente, definiremos “objetivos de aprendizaje” como pequeñas unidades de contenido interactivo, cuya característica más importante es la posibilidad de ser fácilmente reutilizables. Dichos objetos o unidades podrá incorporar cualquier tipo de formato (impreso, web, multimedia, word, etc), de acuerdo a las necesidades del curso en sí, además de otros elementos adicionales. (González, 2005)

Este tipo de productos comunicacionales educativos brindan la oportunidad, a quien los realiza, de dar seguimiento de las acciones a través de dichos objetos.

Cuando hablamos de interactividad del objeto de aprendizaje, nos estamos refiriendo a la capacidad de que dicho objeto conste, no sólo de contenido propiamente dicho, sino también de algún tipo de elemento que nos permita registrar el progreso de alumno y las diferentes interacciones que dicho usuario realiza sobre una unidad de contenido concreta. La interactividad se puede definir a partir del desarrollo de ejercicios, simulaciones, cuestionarios, diagramas, gráficos, diapositivas, tablas, exámenes, experimentos, etc. (González, 2005)

Dentro de dichos programas educativos existen ciertos tipos de interactividad, la investigación realizada por (González, 2005) los menciona de la siguiente manera:

Se pueden dar los siguientes tipos de interactividad:

**Activa:** El alumno interactúa enviando datos a un recurso (ej: test o ejercicios).

**Expositiva:** El recurso es el que envía información al alumno (ej: exposición de un determinado tema)

**Mixta:** Combinación de las dos anteriores.

La reutilización de contenidos educativos también brinda la posibilidad a quien los realiza de buscar alternativas de solución frente a problemas de avance dentro del programa lo cual lleva a una mejor utilización de los recursos.

Por otro lado, la posibilidad de reutilización del objeto de aprendizaje creado, nos permitirá construir cualquier tipo de acción formativa fácilmente, a partir de la búsqueda, localización y reorganización de objetos que tengamos en una base de datos o Banco de Contenidos. (González, 2005)

Los objetos de estudio contienen características que los hacen reutilizables, dichas características deben ser procuradas por quien los realiza, además debe brindar las facilidades para quienes los aplican de dar seguimiento al avance del participante.

Lógicamente, para poder reutilizar un objeto o unidad de contenido, tendremos que haberle otorgado previamente una serie de características identificativas o atributos que nos permitan distinguirlos de otros objetos, a la vez, que se facilita su proceso de reutilización. Por tanto, ya no hablaremos de almacenar cursos, postgrados, master, seminarios, etc., sino que lo que almacenaremos serán Objetos o Unidades de Aprendizaje que nos permitirán crear cualquier tipo de acción formativa, independientemente de cómo deseemos llamar a dicha combinación u organización de elementos. (González, 2005)

Existen ventajas que proporcionan las unidades de aprendizaje frente a otros tipos de contenidos educativos. La investigación de (González, 2005) menciona algunas de estas ventajas al utilizar estos productos en procesos de educación.

**Para el alumno:**

- Mayor capacidad de cubrir sus necesidades específicas y de personalización.
- Capacidad de valorar y analizar las habilidades y competencias que se van adquiriendo a lo largo de un proceso formativo.
- Mayor capacidad de organización, planificación y gestión del tiempo.

**Para el formador:**

Capacidad de adaptar sus programas formativos a las necesidades específicas de los participantes.

Facilidad de actualización y reutilización de los contenidos.

Facilidad de importación y exportación de contenidos entre diferentes sistemas de tele formación o plataformas.

Mayor capacidad de aplicar diferentes metodologías formativas y diseños pedagógicos.

Cuando hablamos de incorporar interactividad a nuestras unidades de aprendizaje también hablamos de actividades concretas que se deben realizar. La investigación que nos muestra (González, 2005) nos habla de dos tipos de actividades que son:

**Actividades autoformativas:** es decir, aquellas que no requieren el seguimiento de un tutor, ya que el alumno pueda realizar individualmente. El sistema se encarga de realizar la revisión de dicha actividad y de presentar los resultados al participante.

**Actividades abiertas de tipo individual o colaborativo:** Este tipo de actividades no cuentan con una secuenciación tal y como se indica en el modelo anterior y están pensadas para ser utilizadas en procesos de formación autorizados, en los cuales, el proceso de corrección y evaluación, se prevé llevar a cabo por parte de un tutor.

Para el diseño de una propuesta educativa de este nivel es necesario establecer de forma clara los objetivos que se persiguen al utilizar objetos de aprendizaje, la investigación realizada por (González, 2005) los menciona de la siguiente manera:

**Globalidad:** Capacidad para describir el proceso de aprendizaje dentro de una Unidad de Aprendizaje, incluyendo referencias a objetivos de aprendizaje digitales y no digitales y a todos los servicios que sean necesarios incorporar para completar el proceso.

**Flexibilidad pedagógica:** Se debe aportar significado y funcionalidad pedagógica a todos los elementos que están integrados en la unidad de aprendizaje.

**Personalización:** El contenido y las actividades descritas en una unidad de aprendizaje deben poder adaptarse según las preferencias, necesidades y circunstancias de los usuarios.

**Formalización:** descripción formal del diseño de aprendizaje para que sea posible su procesamiento automático.

**Interoperabilidad:** Los diseños de aprendizaje deben ser intercambiables, de tal manera que se pueda trabajar en cualquier herramienta o entorno.

**Compatibilidad:** Compatibilidad con otras especificaciones o estándares.

**Reusabilidad:** Debe permitir integrar cualquier tipo de producto educativo y, a su vez, reutilizarlo en diferentes contextos.

Es importante tener en cuenta que estos métodos de aprendizaje bajo la utilización de productos comunicacionales reutilizables, requiere de modelos pedagógicos que combinen la flexibilidad y la planificación para la correcta utilización de vías de comunicación, que promuevan la construcción del pensamiento.

#### **2.10.1.3.4.1 Obras de otros autores**

En la actualidad los textos que son elaborados bajo principios educativos tienen que enfrentarse a los cambios tecnológicos que digitalizan las expresiones del ser humano, exponiéndose muchas veces al plagio parcial o total de sus obras cuando estas se digitalizan para distribuirse en plataformas virtuales. Esto ha hecho que sea necesario, en primera instancia, un cambio personal en la manera de consumir y producir conocimiento.

Se deben sortear los obstáculos y vicios prácticos del nuevo contexto interconectado y sobre comunicado, en un esfuerzo dietético por consumir de manera eficaz, las dosis exactas de la información que verdaderamente permita que nuestros jóvenes de hoy puedan aprenderse aquellas conductas, hábitos y comportamientos que el mundo académico y práctico demandan de un profesional honesto y responsable de su actuar en todos los escenarios que le correspondan. (Yordanka, 2015)

Para la elaboración de un trabajo de investigación, es necesario, que el investigador desarrolle algunos atributos fundamentales dentro del lenguaje, para el posterior estudio de obras realizadas por otros autores, a los que por derecho, se los debe citar de forma adecuada.

Las referencias desempeñan varias funciones esenciales, entre ellas, sirven para reconocer las ideas y los hallazgos de otros investigadores, proporcionar información válida y útil a los lectores del artículo, refrendar afirmaciones y argumentos y para respaldar la información suministrada, pero para que estas funciones se cumplan, es necesario que los autores sepan que es su obligación presentar listas de referencias libres de errores o defectos. (...) El apego de las referencias al modelo exigido, demuestra el rigor en el trabajo. (Hernández, Rodríguez y del Campo, 2013)

Hay muchos caminos que ha tomado la educación para construir ciudadanos capaces de asimilar información y procesarla en favor de la sociedad. Las nuevas tecnologías ayudan a facilitar estos procesos, sin embargo y ante el creciente fenómeno sobre delitos de derechos de autor, cabe hacer una reflexión sobre el aporte educativo que nos brindan los medios y las aulas para desarrollar valores como la ética profesional y el respeto al derecho intelectual, al momento de realizar una investigación o difundir contenidos educativos.

Son los profesores, desde sus diferentes disciplinas, los que deben tomar conciencia de las características de los textos y de la nueva cultura a la que aspiran que lleguen sus estudiantes, ya que esto implica cambios profundos



en la cultura del docente y de las instituciones. (Serrano, Duque y Madrid, 2012)

#### **2.10.1.3.4.1.1 Propiedad intelectual**

La elaboración de contenidos reutilizables, objetos de aprendizaje, producción educativa o científica dentro de los medios, ya sean físicos o virtuales, exige un especial cuidado, a quien lo realiza, sobre la protección de sus colaboradores y el derecho intelectual de cada profesional al momento de distribuirlo, por lo que es común, en estas instancias hablar de propiedad intelectual.

La propiedad intelectual como cualquier rama del derecho tiene diversas dimensiones. Dos tradicionales son: la práctica y la teórica. En la primera se conceden patentes o se solicitan certificados de registro de obras, entre muchos otros procedimientos donde sin duda existen ambigüedades que merecen aclaración. En la segunda se analizan y critican los fundamentos buscando articularlos sin adherencia a preguntas procedimentales. Sin embargo, luego de una revisión de la literatura experta, encontramos que esta última dimensión de la propiedad intelectual (PI) cuenta con poca bibliografía. (Álvarez, Salasar y Padilla, 2015)

La propiedad intelectual, es encargada de proteger el derecho que posee un autor sobre su obra. En base a esto, en el Ecuador, el (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2018) indica que: “la Declaración Universal de los Derechos Humanos, aprobada por la ONU, reconoce como un derecho fundamental la protección de las creaciones intelectuales y designa al Estado como su defensor”.

Con el Decreto 356, de 03 de abril del 2018, el presidente Lenín Moreno transforma al INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL (IEPI) en el SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES (SENADI), otorgándole nuevas responsabilidades y promoviendo la defensa de los derechos intelectuales. (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2018)

El SENADI, entre otras atribuciones tiene la de garantizar la adquisición y ejercicio de los derechos de propiedad intelectual de conformidad con el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación y actuar en coordinación con las dependencias competentes en la negociación de tratados y otros instrumentos internacionales en materias relativas a propiedad intelectual y conocimientos tradicionales. (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2018)

#### **2.10.1.3.4.1.2 Derechos de Autor**

El portal web del (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2018) lo define de la siguiente manera: “El derecho de autor es un derecho humano que regula los derechos subjetivos que tienen los autores y titulares sobre sus obras. Los derechos de autor y los derechos conexos son de tipo moral y patrimonial.”

El derecho sobre una obra lo obtiene todo aquel que sea el autor de la misma, sin embargo es recomendable apegarse a las normas de propiedad intelectual para proteger las obras de manera más adecuada al ser reconocido por la ley.

El Derecho de Autor protege la obra por el solo hecho de su creación. Sin embargo, es recomendable registrar ésta en la Unidad de Registro del IEPI, así el autor se beneficiará de la presunción de autoría que la ley reconoce a su favor. (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2018)

La protección sobre los derechos de autor se basa en los permisos o no que puede brindar el autor sobre su obra, los principales derechos morales y patrimoniales según el (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2018) son los siguientes:

#### **Morales:**

Divulgación o no de la obra.

Mantener la integridad de la obra.

Exigir el reconocimiento de la paternidad de la obra.

Derecho de arrepentimiento o retracto.

**Patrimoniales:**

La reproducción o fijación de cualquier medio o por cualquier procedimiento de la obra.

La comunicación pública de la obra.

La distribución de ejemplares de la obra.

La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación de la obra.

Los derechos de autor tienen mucho que ver con las leyes de cada país por lo que hay que tener especial cuidado el momento de elaborar un texto que utiliza información de otros autores, brindándoles siempre el crédito sobre sus obras.

**2.10.1.3.4.1.3 Convenios**

Realizar un convenio para la libre distribución de la información científica, entre los miembros de una misma comunidad, es tan importante como impulsar una sociedad que se educa día a día a través de los medios de comunicación. Mucha de la producción científica se debe a las instituciones educativas que manejan y organizan esta información según las normas institucionales y sus fines específicos.

Las universidades y organismos de investigación conllevan la mayor producción de publicaciones científicas originadas, generalmente, con fondos públicos; sin embargo, un alto porcentaje de estas publicaciones realizadas en universidades estatales se reflejan en el contenido de las bases de datos desarrolladas por grupos editoriales que editan y distribuyen el 84% de las publicaciones científicas las cuales tienen suscripciones onerosas, lo que induce a una contradicción, ya que las bibliotecas universitarias se limitan en adquirir estos recursos. (Martínez D. , 2008)

La comunidad científica distribuye gran parte de su contenido entre los miembros de su comunidad, sus de lectores deben estar suscritos a programas, empresas o realizar pagos para su adquisición. Ante esta problemática las entidades dedicadas a la

ciencia pública adquieren principal protagonismo al ser las mediadoras entre los científicos y el público en general.

Surgieron grupos para cambiar ese panorama, como Public Library of Science (PloS), entidad que publicó en el 2001 una carta dirigida a toda la comunidad científica en la que se pedía la adhesión de los investigadores a la reivindicación del acceso abierto a las publicaciones científicas a través de internet (...) recolectando (...) más de treinta mil firmas de investigadores de 175 países. (Melero, 2005)

Iniciativas como esta dieron a pie a que se sumen más personas tras la iniciativa del acceso libre al contenido científico lo cual trajo resultados que se evidenciaron a principios de siglo.

Con la iniciativa de PLoS se sumaron voces en el mundo, como la convocatoria de Budapest el 1 de diciembre del 2001, que aprobó la declaración Budapest Open Access Initiative (BOAI) publicada en febrero del 2002 y definió el acceso abierto de la información. (González A. , 2014)

#### **2.10.1.3.4.1.4 Distribución Segura**

Para la distribución de los contenidos científicos, es necesario tener en cuenta varios aspectos relacionados con las leyes de copyright y además someterse a una evaluación que realizan las comunidades científicas a quienes desean publicar dentro de sus medios.

Las comunidades científicas son las que generan, argumentan y validan el conocimiento, y para lograr su legitimidad, las aportaciones se someten al escrutinio de la propia disciplina. Esto implica hacer públicos los resultados de las investigaciones, y es también pública la aceptación y reconocimiento de tales resultados, por ejemplo, a través de citas. (Aguado, Rogel, Garduño y Zúñiga, 2008)

Al ser aceptadas estas investigaciones pasan a ser reconocidas de forma pública tomando sentido dentro de la comunidad científica, ya que este tipo de publicaciones constituyen un escenario de debate para lograr nuevos y mejores resultados.

A través de las publicaciones especializadas los investigadores muestran los avances de sus trabajos y consultan las aportaciones de sus pares en las áreas de interés. De allí que se parte de la premisa de que los científicos son escritores y lectores de la producción editorial especializada. Ese proceso de enriquecimiento y retroalimentación es el que permite la generación de nuevo conocimiento, pero es también en el mismo en el que se centran las asimetrías de su distribución. (Aguado, et al, 2008)

Apoyar a los miembros de la comunidad científica local, mediante proyectos regionales, es de vital importancia para la distribución de este tipo de contenidos fuera de las esferas científicas.

La mayor parte de la producción científica y tecnológica Iberoamericana es prácticamente invisible en el contexto internacional, por lo tanto no existen los elementos suficientes para estudiar su consumo y en consecuencia medir su impacto. De ahí deriva la importancia de desarrollar y apoyar los proyectos regionales. (Aguado, et al, 2008)

Para aumentar la visibilidad y el uso de las publicaciones científicas varias plataformas virtuales han hecho de la web el nuevo medio por donde es posible distribuir contenidos científicos de libre acceso, respetando los derechos de autor al citarlos dentro de investigaciones posteriores.

El acceso abierto se formalizó en los años 2002 y 2003 con las declaraciones de Budapest, Bethesda y Berlín, tras las cuales se establecieron sus principales características: que los autores garanticen el libre acceso a los textos científicos a través de Internet, para su lectura, impresión, vaciado y distribución, sin impedimentos legales, técnicos o financieros, respetando las leyes de derecho de autor existentes. (Aguado, et al, 2008)

Algunos de los principales beneficios del acceso abierto según (Aguado, et al, 2008) se enuncian a continuación:

- Incrementa la visibilidad e impacto de las publicaciones especializadas.
- Aumenta la citación de los artículos científicos que se ven.
- Reduce costos y hace más eficiente la producción editorial.
- Las publicaciones en línea cuentan con nuevos servicios y soportes.
- El consumidor final no absorbe el costo por el acceso a la información.
- Permite reproducir y distribuir el material con contenido científico.
- Incrementa el retorno de la inversión en investigación, al hacer más disponibles, recuperables y útiles los resultados de las investigaciones financiadas con fondos públicos.
- Promueve la democracia al compartir la información lo más rápida y ampliamente posible.
- Mejora la distribución del conocimiento científico publicado
-

- Constelación de ideas variable dependiente



- *Figura 4* Constelación de ideas de la Variable Dependiente

- Elaborado por: Lenin Santos

- Fuente: Observación Directa

## **2.11 Marco conceptual de la variable dependiente**

### **2.11.1 Periodismo**

El periodismo, como herramienta social, ha elevado sus estándares debido a las nuevas tecnologías y modos de elaborar y consumir la información, convirtiéndolo en parte fundamental de una sociedad que avanza y actor principal en la toma de decisiones.

Cuando un campo del conocimiento es reconocido como disciplina científica, es un indicador de avance y evolución cultural de una sociedad. Así, por ejemplo, la Medicina que empezó siendo una práctica empírica y que alcanzó su mayor conocimiento en las aulas universitarias hasta convertirse en lo que hoy constituye, es sólo una muestra de ese avance. Obviamente, los estudios de la Ciencia médica no son comparables con los estudios de Periodismo o Comunicación. Pero, lo que no podemos dejar de lado es que ya nadie duda de que el periodismo se ha convertido en uno de los pilares fundamentales de la democracia. (Flores, 2014)

La evolución que ha tenido la manera de percibir el periodismo en la actualidad, abre más de una brecha en los campos del conocimiento, especialmente, el que se imparte en las aulas de los centros universitarios.

La digitalización de contenidos educativos, las nuevas técnicas de investigación, así como el uso frecuente de las tics, son los nuevos terrenos donde los estudiantes y profesionales de la comunicación, deben ahondar para realizar sus investigaciones y contenidos.

En los tiempos actuales, los estudios de periodismo deben formar e instruir a los estudiantes, en primer lugar, acerca de la manera de identificar las noticias y reconocer el hecho de interés informativo en un complejo entorno de datos, opiniones y caos informacional que subyace en la red; y, en segundo término, realizar investigaciones periodísticas sin menoscabo de la ética de la



información y de la calidad en la redacción, en las ilustraciones, correcciones y producción de materiales en los diversos formatos de los medios de comunicación, periódicos y revistas, radio y televisión, Internet y multimedia. (Flores, 2014)

El periodismo, en la actualidad, obtiene una demanda sobre mejor calidad de la información que se produce. Ante esto los medios de comunicación son conscientes de que deben procurar, que entre su personal existan profesionales capaces de elaborar productos aptos para el público, resolver problemas dentro y fuera de las salas de redacción así como también aportar, con creatividad y profesionalismo a la disciplina del conocimiento.

debemos partir del hecho de que el periodismo ha dejado de ser un oficio para convertirse en una profesión reglada (como la del abogado, sociólogo, filósofo o psicólogo) aunque muchos persisten en señalarlo aun como oficio, que cualquier persona con estudios en este campo o sin ellos, puede ejercerlo, ignorando que la UNESCO lo tiene identificado como disciplina del conocimiento. (Flores, 2014)

Por ello es necesario adaptar la estrategia comunicativa que se maneja en las aulas de las universidades y dirigirla para que los futuros profesionales de la comunicación puedan percibir, adaptarse, y potenciar sus recursos, a través de las nuevas tecnologías, con el fin de reinventar constantemente el modo de hacer periodismo.

Los tiempos han cambiado y la profesión de comunicador y periodista debe adaptarse al cambio de los hábitos de consumo y de rentabilidad de la nueva industria que se derivan de las tecnologías de la información y la comunicación. Renovarse y adaptarse, o languidecer y morir. (Ortega, 2013)

Ante esta perspectiva el único camino viable para solucionar la crisis que hoy se vive el periodismo, es la reinención constante del mismo y sus contenidos, pero a su vez, la misión que tienen hoy los medios de comunicación es procurar que su personal sea debidamente calificado y titulado con el fin de procurar un buen trato de la

información, de manera que, el periodismo siga manteniendo estándares que lo califiquen para su función social dentro de una colectividad.

Las nuevas tecnologías pueden favorecer la impresión de que el periodismo, como profesión, llegará a desaparecer en plazo más o menos breve. La facilidad de cualquiera para acceder a las fuentes de información, así como para difundir, a través de Internet, todo tipo de mensajes con inusitada rapidez parecen abonar la idea de que ya no será necesaria capacitación técnica alguna, ni siquiera un bagaje cultural específico, ni mucho menos una titulación que garantice un ejercicio responsable y adecuado de la moderna comunicación social. El Periodismo, como profesión, no va a desaparecer, y quizá haya llegado el momento de que, de verdad, sea una profesión titulada. (Fernández M. , 2010)

El periodista profesional, al ser un intérprete de la realidad, debe mantener ciertas características que ayuden a su público a entender de manera crítica y propositiva la información que recibe “la realidad es que lo que hace hoy el periodismo sigue siendo imprescindible para el ciudadano de hoy y, quizá, podamos demostrar que lo que hace es, incluso, más necesario que nunca” (Arrogas, 2008).

El periodismo actual, se encuentra en constante evolución por el uso de tecnologías y los diferentes hábitos de consumo de sus usuarios, lo que ha dado paso para que más personas tengan acceso a la información.

El periodista, debe consolidar un lazo de confianza con su público a través de la veracidad de sus investigaciones, esto hará que las personas perciban la información de forma razonable y propongan soluciones por iniciativa propia, ayudándolos a construir su pensamiento crítico ante la realidad de los hechos.

Los periodistas tienen que transmitir confianza y credibilidad. Tienen que saber dar sentido a sus datos y garantizar que la información está cargada de un halo de honradez y deseo de objetividad, de manera que los ciudadanos puedan tomar una posición coherente y razonable sobre los hechos que

ocurren en la sociedad y que a veces, son difíciles de digerir dada la propia beligerancia e irracionalidad de los mismos. (San Martín, 2011)

La interpretación de la realidad es tarea de los periodistas profesionales, quienes salen en busca de historias, o elaboran investigaciones de carácter variado, para las distintas secciones en los medios de comunicación, por otro lado, la tarea de elaborar productos comunicacionales de carácter científico o educativo, es el resultado de mantener estrategias y manejar la información en los distintos escenarios donde los usuarios pueden acceder y a través de los cuales, se construyen la realidad social mientras se aprende.

### **2.11.2 Géneros periodísticos**

Los géneros como parte de la interpretación y la redacción periodística, deben adaptarse a los diferentes hábitos de consumo de los usuarios, estos cambios muchas veces vienen dados por la tecnología y la evolución que ha tenido el periodismo desde sus inicios.

Estos, que nacieron de la mano del periódico impreso, se fueron modificando para adaptarse a los nuevos medios de comunicación -radio y televisión-, a la vez que surgían otros nuevos que, por tener que transmitirse obligatoriamente a través de la voz o de la imagen y por necesitar de la inmediatez que estos medios ofrecían, no podían darse de ninguna manera en el papel. Así, cuando llegó internet y, con él, el periodismo digital, los géneros periodísticos han continuado su evolución. (Sánchez A. , 2016)

Los resultados obtenidos después del estudio de los géneros periodísticos se han visto reflejados en el método educativo para la enseñanza del periodismo. El cual considera de importancia la enseñanza de los mismos para conocer la función del texto.

Representan la manera más sencilla de enseñar periodismo ya que en los géneros se ha sedimentado una variada experiencia personal. Los géneros

periodísticos son el resultado de un largo proceso histórico de trabajo colectivo. Estudiar cómo se hace una noticia, un reportaje, una entrevista una crónica, una crítica, un artículo, un editorial es más que seguir la disciplina de unas normas. Es comprender la función de un texto, de un medio de información. (Santamaria, 1994)

El periodismo requiere del buen uso de los géneros periodísticos para llegar a su público de forma asertiva, es el medio que el periodista utiliza para interpretar la realidad y luego transmitirla a su público.

Desde su aparición los géneros periodísticos han sido vinculados a la prensa escrita ejerciendo una gran influencia en las diferentes formas que se emplean en el periodismo para contar los hechos de actualidad. De allí que hoy en día su presencia en las fuentes periodísticas tenga gran importancia para la redacción de las informaciones, ya que le permite al periodista disponer de los recursos idóneos para emitir los mensajes con mayor efectividad hacia el lector. (Zavala, 2010)

En la actualidad, los medios de comunicación guiados por las preferencias y demandas de su público, a enfatizado ciertos elementos de los géneros periodísticos, sobre otros, provocando un desbalance en la interpretación de la realidad a través de la información que se entrega. A esto se suma el hecho de que los periodistas han dejado de lado la práctica de los demás géneros periodísticos por la baja demanda económica que generan.

No obstante, existe la premisa de que muchos profesionales del periodismo no se sienten atraídos por todos los elementos de los géneros periodísticos dejando sólo cabida para los referentes al género de información, entre los que destacan la noticia y la entrevista informativa. Esto evidencia un gran vacío en el desarrollo de las informaciones, generando un desequilibrio en la práctica redaccional porque se desligan de las herramientas previstas para tal fin. (Zavala, 2010)

Los géneros periodísticos según (Sánchez A. , 2016) se clasifica en cuatro grandes grupos que son:

**a) Géneros Informativos**

La noticia

La crónica

El reportaje

La entrevista

**b) Géneros de opinión**

Artículo

Editorial

Columna

Crítica

Viñeta

Cartas al director

**c) El análisis**

**d) Otros géneros y formatos del periodismo digital. Nuevas formas de acceder a la información**

La encuesta

La infografía

**2.11.2.1 Géneros Informativos**

**La noticia**

Es el género más básico en la información, es el que precede al resto, a través de él se puede ahondar en la información desde distintas aristas.

Ya sea en internet o en papel, la noticia –o información– ha sido denominada por muchos autores como el género periodístico por excelencia. Y es que, no podemos olvidar que, por lo general, este género informativo es el prelude del resto: Un reportaje comienza a tener sentido a partir de una información

valiosa; una entrevista no ha lugar si el invitado no genera hechos noticiosos.  
(Moreno E. , 2006)

### **La crónica**

Es un relato que valora e interpreta los hechos y los ordena en el tiempo.

Es un género que el periodista utiliza para narrar el desarrollo de uno o varios acontecimientos, o bien de sucesos que se desarrollan en un periodo temporal determinado, pero en el que, a diferencia de la noticia y el reportaje, el género muestra la visión personal y la interpretación particular del periodista. Es precisamente esta combinación de información, interpretación y valoración la que le da una de sus principales características, que es su carácter híbrido, está vinculado a la actualidad, el periodista puede hacer uso de la creatividad para redactarla y, además, puede valorar los hechos. (Sánchez A. , 2016)

### **El reportaje**

Es un género periodístico que no se limita a contar los hechos sino que profundiza en cada uno ellos, analizándolos para exponerlos en la redacción.

El reportaje es un género periodístico de extensión variable en el que se suele ahondar, e incluso explicar y analizar, en hechos actuales pero no necesariamente noticiosos, cuyo autor goza de una mayor libertad estructural y expresiva, y que generalmente se publica firmado y acompañado de fotografías o infografía. (Parratt, 2008)

### **La entrevista**

Una herramienta que el periodista tiene a la mano para recabar información en la elaboración de cualquier otro género periodístico.

Por un lado, es una herramienta que permite al periodista obtener información (...). Esos datos son materia prima para la elaboración de una noticia, de una crónica, de un reportaje, o de cualquier otro género periodístico. Pero las respuestas pueden ser también presentadas en un formato que recrea la conversación entre el periodista y su interlocutor. En ese caso, la entrevista cumple por sí misma con su función de género periodístico. (Urbano, 2014)

### **2.11.2.2 Géneros de opinión**

#### **Artículo**

Es un escrito variado que valora y expone un tema actual de especial trascendencia, (Sánchez A. , 2016) Lo define de la siguiente manera: “El artículo es un género de opinión sin periodicidad fija, de libre composición y cuyo tema estará, por lo general, ligado a la actualidad y cuyo autor puede ser un periodista o un experto en la temática tratada”.

#### **Editorial**

Es el género que define la línea política y la dirección de la empresa al postular opiniones sobre temas de trascendencia. (Sánchez A. , 2016) Lo define de la siguiente manera: “el editorial es el género de opinión más importante para que el lector pueda conocer la opinión del periódico sobre un tema trascendental de la actualidad por lo general político o económico”.

#### **Columna**

Es un género que abarca una función argumentativa, narrativa, interpretativa o descriptiva, similar a otros géneros. (Albertos, 1984) Lo define de la siguiente manera: “un texto razonador, orientador, enjuiciativo, valorativo, según los casos, con una finalidad idéntica a la del editorial”

#### **Crítica**

Es un género que busca analizar, tanto los aspectos positivos como los negativos acerca de una obra. (Armañanzas y Díaz, 2009) Lo define de la siguiente manera: “el género de opinión que explica, analiza, argumenta y enjuicia las cualidades de una obra de creación y su autor debe ser especialista en algún área de las Artes”.

### **Viñeta**

Es un género artístico por excelencia, donde se conjugan las imágenes con los textos para expresar una postura a favor o en contra, en relación a temas de actualidad.

La imagen (o serie breve de imágenes) que se publica en un medio de comunicación, optativamente acompañada de texto, en la que se representa una situación sobre la que el autor desea transmitir un mensaje con finalidad opinativa y/o de entretenimiento, y en la que el dibujo es un componente o una referencia fundamental. Además, esa imagen debe tener significado por sí misma, sin que en su interpretación sea necesario el conocimiento previo de los personajes o del argumento de otras viñetas anteriores. (Salguero y Gross, 2009)

#### **2.11.2.3 Cartas al director**

Es un género que permite a los usuarios mantener una comunicación directa con el medio de comunicación. “las cartas constituyen la primera piedra del edificio de la comunicación entre el medio y su público. Pocas veces un medio concede la palabra a personas externas a la organización” (Herrera, 2012).

#### **El análisis**

Este género posee características informativas como de opinión por lo que se podría considerar un género híbrido.

Siendo éste un género aparentemente a caballo entre la información y la opinión, en realidad debería quedar adscrito a la primera de esas dos



categorías. En efecto, el análisis aporta datos complementarios y elementos de reflexión que pueden ayudar al lector a formarse un juicio sobre una noticia específica o sobre una situación: guerra, huelga, epidemia... Pero aportar elementos para formarse una opinión no es sinónimo de dar opinión. (El Mundo, 2016)

#### **2.11.2.4 Otros géneros y formatos del periodismo digital.**

##### **La encuesta**

Con la llegada de las nuevas tecnologías también han llegado algunas herramientas que facilitan el trabajo de los periodistas, a la vez que proporcionan al público una nueva forma de participar y opinar.

Es uno de los procedimientos más utilizados por el periodismo digital para fomentar la participación de los lectores. Su procedimiento es sencillo: el medio, por lo general en la página de portada, realiza una pregunta cerrada, es decir, con un número limitado de respuestas de las que solo se puede escoger una, a la que se puede responder durante un tiempo limitado. (Salaverría R. , 1999)

##### **La infografía**

La infografía es un género que facilita la comprensión sobre un tema al exponerlo en palabras e imágenes, muy útil en temas web.

Es una aportación informativa, elaborada en el periódico escrito, realizada con elementos icónicos y tipográficos, que permite o facilita la comprensión de los acontecimientos, acciones o cosas de actualidad o algunos de sus aspectos más significativos y acompaña o sustituye al texto informativo. Se puede también afirmar que existe desde al menos 200 años atrás, pero la informática la ha potenciado mucho. (Valero, 2000)

### **2.11.3 Producción periodística**

La forma en que las personas consumen la información, así como la manera en que los medios cuentan la realidad, ha tomado un rumbo distinto con la llegada de la tecnología, la cual ha permitido la apropiación de espacios de información, que hasta hace poco estaban reservados para ciertos profesionales, hoy son accesibles a toda la comunidad para contar historias dentro y fuera de los medios establecidos. “Las nuevas tecnologías digitales, y particularmente Internet, han supuesto una auténtica revolución en el ámbito de la comunicación” (Dahlgren P. , 1996).

Los vínculos comunicativos que experimenta nuestra generación nos abren las puertas hacia nuevos mundos de producción informativas donde se facilitan las relaciones de las personas a la vez que se fortalecen procesos de avance colectivo. Hoy en día “las posibilidades de relacionarse son mayores que antaño, gracias al desarrollo de numerosas aplicaciones en Internet que facilitan la comunicación entre personas y el establecimiento de vínculos diversos” (Aleixandre y Ferrer, 2010).

El periodismo, así como la producción periodística dentro y fuera de los medios, se encuentra en una etapa de transición en la cual profesionales y público expectante deben adaptarse a los nuevos cambios que se suscitan en el ámbito tecnológico, generando nuevos tipos de contenidos según las necesidades de cada lugar donde pertenecen y la naturaleza de su creación. “El periodismo se encuentra en medio de una época de transformación tan trascendental como la invención del telégrafo o la televisión” (Dahlgren P. , 2009).

“La aparición de una nueva tecnología ha propiciado cambios importantes en la forma como los medios cuentan sus historias a los destinatarios a través de las diferentes plataformas que integran sus estructuras” (Nieto, 2017).

Bajo esta premisa, el avance tecnológico de la información, permite a los usuarios disponer de distintas vías por las cuales obtener los productos comunicacionales, esto a su vez crea un espacio donde convergen los distintos tipos de comunicación de manera complementaria. “La radiofrecuencia e internet como medios y extensiones

de nuestras facultades comunicativas” (McLuhan, 1964). En su conjunto, “constituyen un nuevo ecosistema de la llamada ecología de medios” (Scolari C. , 2015). En este ecosistema los medios operan convergentemente, además que, “en él los flujos de contenido tienen la capacidad de circular por diferentes medios y plataformas de comunicación” (Jenkins, 2006). Esta realidad mediática sugiere nuevos retos.

Los medios de comunicación así como el monitoreo que deben llevar de acuerdo a los productos que ofrecen, también se ha visto alterado, ya que este estudio se lo debe realizar en conjunto teniendo en cuenta las diferentes plataformas en que se publica el contenido.

Los medios, como organización, deben ser observados tanto de manera individual como en el conjunto de la multiplataforma. Tal tarea permitirá analizar los flujos de contenido y las adaptaciones propiciadas por las condiciones del circuito, y también, las prácticas de los receptores que desarrollan diferentes habilidades, niveles de participación y creación narrativa respecto al tema que se les entrega. (Jenkins, Ford, y Green, 2013)

Es necesario entender estos cambios en la producción periodística y en las mismas organizaciones comunicativas como la oportunidad de llegar de forma más directa a las personas, mediando problemas de interés colectivo, explorando cada vez más los terrenos de la telemática.

El fin del siglo XX y el principio del siglo XXI llevan consigo la modificación estructural de la sociedad, por cuenta de la transformación de la forma de transmisión e intercambio de datos así como de las maneras de interacción de los sujetos. Ambos factores consolidan un huracán tecnológico consecuencia de la llamada era telemática. Los cambios presentados en el terreno de la telemática son de basta notoriedad y, ante todo, cercanos. Eso es lo interesante, todos están involucrados cotidianamente. La red involucra la esfera pública, privada e íntima de los sujetos. A tal punto que no se trata

simplemente de navegarla, sino de apropiarla, porque el universo factual se hace cada vez más un estado periférico. (Castellanos, 2011)

En este punto es necesario, dado las condiciones que lleva la tecnología, categorizar a los medios por su producción digital y física siendo denominados como medios de comunicación nativos digitales y medios de comunicación inmigrantes digitales.

Los nativos digitales son aquellos que se crean para vivir en el ámbito digital, y no han habitado, ni lo harán, en el universo analógico. Esto señala a la totalidad de periódicos, revistas, emisoras y contenidos de televisión nuevos que surgen en la red, para convivir con todo lo que implica este nuevo escenario. Del otro lado están los medios tradicionales, que dan el paso para ubicarse en la red y de esta manera asumen posiciones de vanguardia. Una muestra relevante son los periódicos más influyentes de América y Europa que trasladan su cuerpo impreso a una versión digital desde mediados de la década de los noventa. (Castellanos, 2011)

En esta época la prensa tomaría la iniciativa de migrar sus contenidos a las plataformas digitales debido a la ola tecnológica que incrementaba la demanda de contenidos en la red, lo cual dejó entrever que tanto profesionales de la información como directivos de los medios debían preparar sus contenidos para estos nuevos espacios.

La prensa es el primer medio de comunicación que la gente vio migrar a la red. En los inicios de este movimiento, periodistas y editores propendieron por hacer el trabajo fácil y se limitaron a llevar la información del impreso al canal electrónico. Este hecho generó la discusión acerca de cambios que debían presentarse en la forma y los contenidos de los medios digitales. Tras las exigencias del nuevo orden los periódicos inmigrantes empezaron a modificarse, haciendo uso de las herramientas propias de la informática y la telemática así como de las teorías que alrededor del discurso ciberperiodístico empezaron a producirse. (Castellanos, 2011)

Según lo explica (Álvarez, 2003) “el nuevo discurso cibernético, propio del ciberperiodismo, tiene cinco características definitorias que condicionan tanto la estructura redaccional de las informaciones como su presentación visual y gráfica”

**Multimedialidad:** “La escritura del periódico se mezcla con el sonido y la imagen en movimiento, pero también con otra cantidad de elementos inherentes a las estructuras digitales como botones y cajas de búsqueda” (Castellanos, 2011). “Estos nuevos objetos (...) también configuran la estructura redaccional de sus informaciones y su posterior lectura” (Álvarez, 2003).

**Hipertextualidad:** Gracias al lenguaje hipertextual los diarios cibernéticos adquieren una tercera dimensión, porque permite una navegación en el interior del hipertexto a través de enlaces que posibilitan la ampliación de la información. Se rompe de esta manera con la linealidad de la comunicación analógica. (Castellanos, 2011)

**Interactividad:** El proceso comunicativo que imponen los nuevos medios implica un receptor más activo que el de los medios convencionales, en tanto puede intervenir, en algunos espacios, directamente en la información con comentarios, vídeos y audios. De modo que complementa, refuta u opina sobre el relato que el sujeto emisor ha puesto en el espacio digital. (Castellanos, 2011)

**Universalidad:** “En la red ningún periódico se agota y no existen más barreras y distancias que las impuestas por el ancho de banda utilizable y la calidad de los accesos” (Álvarez, 2003). “Al fragmentarse el concepto de distancia y tiempo, la información de cualquier periódico digital del mundo se obtiene en segundos, lo que genera en muchas personas un interés por hechos distantes a su contexto inmediato”. (Castellanos, 2011).

**Instantaneidad:** “Con los nuevos medios la manera de concebir el tiempo periodístico cambia; los medios tradicionales hablaban de actualidad, pero los medios digitales dan paso a la instantaneidad”. (Castellanos, 2011). “En internet la

estricta noción de actualidad adquiere una dimensión nueva por el hecho de ser acumulativa, y no sustitutiva, acumulativa y secuencial como se materializa en los medios convencionales” (Álvarez, 2003).

La producción periodística ha evolucionado de tal manera que no es posible llevar, simplemente, los contenidos de los medios físicos a la red tal y como se realizaron, sino que es necesario elaborar de manera diferente los contenidos para que así se ajusten a las necesidades de los distintos usuarios expandiendo el relato.

“El periodismo, en lo transmedia, como construcción narrativa, no ha de confundirse con la mera distribución de contenido idéntico a través de la multiplataforma” (Renó y Renó, 2017). “o con una producción *crossmedia*, vista como partes de una historia contada en distintos medios y para cuya comprensión sea necesario consultarla en su totalidad (Costa y Piñeiro, 2012).

En su lugar, se entenderá como una elaboración que puede implicar procesos de las dos anteriores, pero en la que cada fragmento guarda independencia narrativa y sentido completo respecto al relato global, y en donde la acción del productor y la espontánea actividad productiva del prosumidor llevan a la expansión narrativa del relato. (Scolari C. , 2013)

Los nuevos escenarios periodísticos y la innovación en nuevas tecnologías de producción, debe estar dentro de las agendas profesionales de los medios, esta renovación le permitirá a la institución seguir cumpliendo a cabalidad su rol social.

Ante esta coyuntura, el periodismo debe afrontar un imprescindible proceso de renovación a nivel empresarial, profesional y ético que le permita seguir cumpliendo sus importantes funciones sociales, integrado dentro de mercados cada vez más competitivos, y ante públicos más exigentes y autónomos. (López P. , 2012)

### **2.11.3.1 Producto**

Los productos comunicacionales son la base del funcionamiento de un medio de comunicación masiva, y constituyen, en sí mismos, un poder comunicativo que documenta la historia para las nuevas generaciones. “Los medios de comunicación son contemplados, en la actualidad, como el primer poder dentro del mundo actual. Sin ellos, los acontecimientos que se vienen desarrollando, se podría decir, no existen” (Gutiérrez, Rodríguez y Camino, 2010).

El poder que los medios han ganado en la actualidad se debe a la gran influencia que pueden lograr en las decisiones o modos de comportamiento de sus públicos a través de los productos que promueven. “Por tanto, estamos hablando de documentos que no pueden ser contemplados de forma aislada. (...) relatos periodísticos, (...) productos de los medios de comunicación, provistos de unos valores sociales que producen beneficios económicos y unas necesidades generales a la sociedad” (Gutiérrez, Rodríguez y Camino, 2010).

En la modernidad, los productos comunicacionales constituyen el principal motor de desarrollo del individuo en la sociedad, al estar al alcance y facilidad que sugieren los usuarios de los medios masivos de comunicación.

El día de hoy los medios de comunicación masiva juegan el papel de mecanismo para la promoción de productos y servicios, sirven como paneles de discusiones y adquieren un significado especial en la lucha de las empresas por uno u otro segmento de los consumidores. Además, en las concepciones sociológicas de la sociedad de consumo, a los medios de comunicación masiva se les asigna el papel de constructores de la realidad, que sugieren los productos para satisfacer las necesidades y deseos, aumentan la demanda y en fin de cuenta gobiernan el mundo. (Golovina, 2014)

Los productos comunicacionales no se limitan a los medios de comunicación, actividades, eventos o imagen, sino que también componen gran parte de lo que significa la cultura organizacional dentro de las empresas.

Una empresa que se olvida de su público interno, de su cultura, cuando quiere generar y/o posicionar la imagen de la compañía está construyendo sin bases, porque quién más puede dar fe de lo que es un producto o servicio, si no son quienes lo fabrican o lo desarrollan: los empleados de cualquier compañía. En otras palabras, las organizaciones, las empresas y los empresarios no se pueden olvidar de que el producto comunicacional que más habla de una compañía es su propia cultura organizacional. (Sánchez A. , 2005)

#### **2.11.3.1.1 Creación**

La creación de un producto comunicacional, debe procurar una serie de estrategias personalizadas según las necesidades de la empresa y sus mercados, para contribuir positivamente al desarrollo social y económico de su lugar de origen.

Es necesario conocer los diferentes grupos de consumidores actuales o potenciales con fin de desarrollar estrategias diferenciadas y adecuadas para cada segmento según sus propias escalas de beneficios, que permitan el posicionamiento de las empresas, los productos o las marcas, contribuyendo de esta forma al desarrollo de los mercados. (Giraldo y Gómez, 2017)

La elaboración de productos va de la mano con las estrategias de gestión comunicacional que se manejan en la empresa, de esto dependerá gran parte de la fidelidad de los consumidores y por consecuencia de la economía del medio. “La utilización de los conceptos y técnicas de gerencia estratégica pueden dar lugar a numerosos beneficios. Ante todo, dicho proceso permite que una organización esté en capacidad de influir en su medio, en vez de reaccionar a él” (David, 1998).

De forma esquemática la elaboración de un producto comunicacional depende de varios aspectos como el medio social que será utilizado como soporte, el formato, el lugar donde pertenece, periodicidad, etc. Sin embargo el estudio realizado por ( Herrera y Zuñiga, 2011) nos permite observar un esquema básico de creación de productos comunicacionales basado en cuatro pasos.



1. Características básicas del producto comunicacional
2. Justificación del diseño
3. Manual de identidad
4. Manual de estilo

### **2.11.3.1.2 Distribución**

Los medios de comunicación en la actualidad, deben implementar políticas institucionales de distribución de contenidos, que les permitan seguir subsistiendo económicamente y captando la atención de sus consumidores, esto no resulta tarea fácil, y menos teniendo en cuenta el auge tecnológico que estamos viviendo, el cual para muchos medios a significado quedarse rezagados en el proceso competitivo de las empresas dedicadas a la información

La penetración de smartphones y tabletas digitales y el consecuente aumento del consumo de noticias en soportes móviles es una realidad para la industria de la comunicación. Los editores de prensa, con enormes dificultades para salvar su modelo de negocio impreso, afrontan ahora otro reto. El auge de las redes sociales y la convergencia multiplataforma inciden en la fragmentación del consumo de información. Con la aparición de nuevas ventanas para distribuir el contenido periodístico, los medios afrontan la renovación de sus modelos con la esperanza de recuperar el terreno perdido en la economía de la atención. (Carvajal, 2012)

Entender la era de la telemática como el nuevo escenario de distribución de contenidos es fundamental para lograr posicionar tanto la marca como para captar nuevos consumidores a través de las publicaciones que se realizan. “La era de convergencia convierte a los usuarios en consumidores de noticias multiplataforma” (Fidler, 1997) “La competencia por los mismos nichos de mercado genera una reconfiguración de la oferta de contenidos” (Dimmick, Feaster y Hoplamazian, 2010). “Los medios reaccionan a las nuevas demandas y se adaptan para estar presentes en todas las ventanas de la convergencia tecnológica” (Lawson, 2008). Además, ese proceso coincide con la era de la web social.

Los nuevos dispositivos multiplican las posibilidades de compartir imágenes, vídeos e información, factores que incrementan o disminuyen el consumo de noticias. Los hábitos de trabajo y la organización de las redacciones también se han visto influidos por la introducción de estos aparatos. (Singer, 2004)

La distribución de contenidos en el estudio realizado por (Carvajal, 2012) sugiere cuatro niveles de importancia que son:

1. Elegir el canal
2. Acceso a la conversación de la web social
3. Gestión de contenido
4. Comercialización

#### **2.11.3.1.3 Posicionamiento**

Las estrategias de posicionamiento van más allá del hecho de realizar ajustes al producto en su diseño, estilo, formato o identidad, constituye dar una visión más amplia al producto tomando en cuenta primero al consumidor. “en principio, posicionar no es algo que le haces al producto, es algo que haces con la mente, o sea, tú posicionas en la mente del consumidor”. (Coca, 2017). Este mismo concepto ya lo habían expresado mucho antes (Ries y Trout, 1972) de la siguiente manera: “Posicionamiento, es el lugar que ocupa en la mente del consumidor una marca de producto o servicio, sus atributos, las percepciones del usuario y sus recompensas”.

Llegado a este punto debemos hacer una diferenciación entre el posicionamiento físico que se basa en las características físicas del producto y el posicionamiento perceptual que se basa en las características subjetivas del producto, tal como lo explican (Walker, Boyd, Mullins, y Larréché, 2003) en el siguiente cuadro:

Tabla 1: Comparación del análisis de posicionamiento físico y perceptual

Elaborado por: (Walker, Boyd, Mullins, y Larréché, 2003)

### Comparación del análisis del posicionamiento físico y perceptual

Posicionamiento Físico	Posicionamiento Perceptual
<ul style="list-style-type: none"><li>• Orientación técnica</li><li>• Características físicas</li><li>• Medidas objetivas</li><li>• Datos fácilmente disponibles</li><li>• Propiedades físicas de la marca</li><li>• Dimensiones de gran número</li><li>• Representaciones del impacto de especificaciones del producto y precios.</li><li>• Implicaciones directas de la Investigación y desarrollo.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Orientación del consumidor</li><li>• Atributos perceptuales</li><li>• Medidas perceptuales</li><li>• Necesidad de estudios de mercado</li><li>• Posición perceptual de la marca e intensidad del posicionamiento</li><li>• Número limitado de dimensiones</li><li>• Representa el impacto de especificaciones de producto y comunicación.</li><li>• Las implicaciones de R&amp;D necesitan ser interpretado</li></ul>

De la misma manera (Lerma, 2004) como se citó en (Coca, 2017) propone que el posicionamiento puede ser entendido desde tres puntos de vista que son:

**Posicionamiento individual:** se refiere a la imagen inmediata que se forma en la mente de los individuos cuando se menciona un producto, empresa o sujeto determinados. Dicha imagen es distintiva y competitiva con respecto a los demás objetos de su tipo, proveyéndole ventajas o desventajas en la posible preferencia de los clientes.

**Ubicación en el mercado:** el concepto de posicionamiento identifica las características, segmento o segmentos donde el producto es exitoso. Es

importante para varios propósitos: promover nuestra oferta en aquellos segmentos donde es mayor la probabilidad de éxito, buscar segmentos o condiciones de éxito en nuevos mercados meta, finalmente, determinar estrategias de producto y comercialización para penetrar nuevos segmentos de mercado o incrementar nuestra presencia y participación en segmentos de mercado que con anterioridad hubiésemos penetrado.

**Relación con la competencia:** el posicionamiento se refiere a la situación que guarda cada empresa o producto con respecto a sus competidores en el mercado meta o en un determinado segmento de ese mercado. Marca las diferencias, ventajas y desventajas con respecto a nuestros competidores.

### **2.11.3.2 Fundamentación**

El periodismo así como las prácticas comunicacionales referentes a la producción periodística, son el pilar fundamental de una sociedad que se informa, aprende y construye su realidad a través de los medios de comunicación.

La comunicación pública es uno de los elementos fundamentales en la construcción democrática de cualquier país del mundo, teniendo en el periodismo la principal estrategia para lograr una mejor y mayor información en los ciudadanos. Por esta razón, se han establecido varios modelos educacionales que buscan crear marcos de referencia para lograr el objetivo de crear una propuesta de formación eficaz, eficiente y de calidad en todo lo relacionado con la comunicación pública en general y con el periodismo en particular, fundamentada especialmente en la adquisición de competencias que le permitan al futuro periodista formarse tanto en las técnicas del oficio como en los conocimientos imprescindibles para realizar un trabajo que realmente cumpla su función en una sociedad. (Pereira, 2007)

El periodismo tiene varias aristas sin embargo un objetivo en común el cual es cumplir su rol social, de servir a la ciudadanía.

Como fuente de información, análisis y comentario de los hechos de actualidad, el periodismo desempeña diversas funciones en la sociedad contemporánea. No obstante, el objetivo básico de la mayoría de los periodistas es servir a la sociedad informando a la ciudadanía, interrogándose sobre el modo en que se ejerce el poder, favoreciendo el debate democrático y, con ello, contribuyendo al desarrollo político, económico, social y cultural. Organización De Las Naciones Unidas para la Educación. (UNESCO, 2007)

La calidad de la enseñanza periodística fundamentada correctamente debe preparar a los estudiantes para identificar e interpretar la información que se suscita en el espacio social, esta interpretación de los signos, símbolos y códigos sociales debe regirse a las exigencias de cada formato a utilizarse.

La enseñanza del periodismo tendría que instruir a los estudiantes acerca de la manera de identificar noticias y reconocer el hecho de interés informativo en un complejo entorno de datos y opiniones, de realizar investigaciones periodísticas, y de escribir, ilustrar, corregir y producir material en diversos formatos de medios de comunicación (periódicos y revistas, radio y televisión e Internet y multimedia) y para el público propio de esos formatos. (UNESCO, 2007)

La enseñanza del periodismo en la actualidad es muy variada y se realiza tanto en instituciones públicas como privadas, sin embargo estas enseñanzas se dictan en contextos totalmente diferentes lo cual ha generado debates sobre la verdadera formación de la cátedra periodística.

Muchas entidades con diferentes tradiciones y recursos educativos ofrecen, en distintos formatos, enseñanzas de periodismo en muy diversos contextos, circunstancias y culturas y en condiciones políticas muy dispares. El principio básico que nos ha guiado ha sido la creación de una sólida estructura educativa básica en la que se consiga un equilibrio entre la práctica y la teoría. (UNESCO, 2007)

Según la (UNESCO, 2007) la enseñanza del periodismo en las universidades se estructura en torno a tres ejes curriculares o líneas de progresión:

1. un eje que comprendería las normas, los valores, las herramientas, los criterios de calidad y las prácticas del periodismo;
2. un eje que incidiría en los aspectos sociales, culturales, políticos, económicos, jurídicos y éticos del ejercicio del periodismo, tanto dentro como fuera de las fronteras nacionales; y
3. un eje centrado en el conocimiento del mundo y las dificultades intelectuales ligadas al periodismo.

La adquisición de destrezas dentro de la cátedra periodística se da a través de los fundamentos del periodismo lo cual significa un plan de estudios, que según la (UNESCO, 2007) se dan de la siguiente manera:

- La capacidad de pensar de modo crítico, integrando destrezas de comprensión, análisis, síntesis y evaluación de material con el que no se ha tenido un contacto previo, y una comprensión básica del concepto de prueba y de los métodos de investigación
- 
- La capacidad de redactar con claridad y coherencia valiéndose de procedimientos narrativos, descriptivos y analíticos.
- 
- El conocimiento de instituciones políticas, económicas, culturales, religiosas y sociales nacionales e internacionales.
- 
- El conocimiento de asuntos y cuestiones de actualidad y unas nociones generales de historia y geografía.

La fundamentación del periodismo como servicio a la sociedad es de vital importancia para la construcción de realidades que más tarde transitaremos de forma democrática. Es necesario realizar “Un análisis crítico de la función que desempeñan los medios de comunicación en la arquitectura de la democracia y las consecuencias

de los factores políticos, económicos, culturales y tecnológicos en la actividad de los medios de comunicación” (UNESCO, 2007).

#### **2.11.3.2.1 Valores éticos y organizacionales**

Dentro de las practicas organizacionales la utilización de valores es muy frecuente dado la importancia que hay en inducir modos de comportamiento, específicos, a las personas que están dentro de la organización para el correcto avance de la empresa y sus profesionales.

Los valores como herramienta o enfoques gerenciales han venido ocupando un lugar cada vez más relevante en las teorías y prácticas de las organizaciones en los últimos años. Estos pueden definirse como reglas o pautas mediante las cuales una empresa exhorta a sus miembros a tener comportamiento pertinente con un sentido de existencia. Son principios supremos a los cuales la organización y sus miembros deben dedicar toda su energía. (Suarez, Leiva y Negron, 2010)

Entre los motivos que fundamentan la necesidad del uso de los valores en labores gerenciales (Martin, 2002) señala:

- Los valores son impulsores principales de la actuación de las personas y las organizaciones, otorgando cohesión y sentido de pertenencia además establecen compromisos éticos entre sus miembros.
- 
- Nada es más importante que la visión y los valores para determinar lo sucedido en una organización. Ellos constituyen la base para toda las demás actitudes y prácticas.
- 
- Los valores son los elementos más importantes de las visión (valores, objetivos y metas), sugieren pautas de sobre cómo actuar en interactuar para lograr lo deseado.

Es importante para la ejecución de estrategias gerenciales la elaboración de una guía de acción basada en los objetivos y metas, así como la misión y visión de la empresa, gestionando un comportamiento específico en los miembros de la organización.

En el enfoque estratégico los valores constituyen uno de los componentes principales de la gestión del gerente y de las formaciones estratégicas de la organización, que incluye la identidad (quienes somos), la visión (que aspiramos), la misión la cuales precisa en cual negocio estamos, los objetivos y los resultados a alcanzar. Finalmente los valores precisan los comportamientos que caracterizan a los miembros de una organización. (Suarez, Leiva y Negron, 2010)

En el plano estratégico los valores compartidos son enunciados esenciales para la realización de la misión y visión propuesta por la organización, son los que deben guiar e inspirar las conductas de sus miembros, sirviendo de mecanismo de autocontrol y cause estratégico para el logro de los objetivos y metas, siendo una herramienta gerencial en las organizaciones vitales y una fuente importantísima de motivación, integración, compromiso y ventaja competitiva. (Suarez, Leiva y Negron, 2010)

Para elevar la competitividad de la organización así como su profesionalismo es necesario que sus miembros promuevan acciones y comportamientos acordes al sentido de identidad con la empresa, aquí reside la importancia del uso de los valores.

Esta importancia radica en que el valor se convierte en un elemento motivador de las acciones y del comportamiento humano, lo que define el carácter fundamental y definitivo de toda organización, es decir, crea un sentido de identidad del personal con la institución. De esta manifestación, se puede decir que los valores son guías que orientan a la conducta y la vida de cada individuo y de cada grupo social. Por lo tanto, se pueden entender los valores, como paradigmas que vienen a constituirse como modelos regulativos del comportamiento humano en la sociedad o como virtudes que



se tornan en cualidades adquiridas con esfuerzo que hacen a quienes las conquistan un ser más valioso. (Contreras, 2000)

Es importante destacar que el periodismo no solo una profesión para ganarse el sustento diario. Autores como (Corina y Conil, 2000) lo definen de la siguiente manera:

Una actividad social cooperativa, cuya meta interna consiste en proporcionar a la sociedad un bien específico e indispensable para su supervivencia como sociedad humana, para la cual se precisa en concurso de la comunidad de profesionales que como tales se identifican ante la sociedad. (Corina y Conil, 2000)

La valoración del ser humano, en su sentido ético, está en sus acciones frente decisiones importantes y modos de comportamiento, este proceso valorativo viene del poder orientador que genera la búsqueda de la autonomía del ser humano. “El proceso de valoración del ser humano incluye una compleja serie de condiciones intelectuales y afectivas que suponen: la toma de decisiones, la estimación y la actuación” (González J. , 2008).

Lo que se espera de un profesional es su buen desempeño gracias a sus habilidades pero también que actué de forma ética.

El periodista representa una figura muy importante: el verdadero, y único testigo en la mayoría de los casos, de los acontecimientos [...] es un privilegio, pero, sobre todo, supone la responsabilidad de ser fiel transmisor [...] no debe brillar por lo que ofrece, sino por cómo lo ofrece. La calidad, tan unida al trabajo empresarial y organizativo, ha de ser la nota distintiva que diferencie a un profesional de otro, a un medio de otro. ( Echaniz y Pagola, 2004)

La calidad de los contenidos y por ende la economía de las empresas dedicadas a la comunicación, es lo que se busca mejorar cuando se habla de ética profesional y organizacional.

La realidad social lleva a los medios a buscar audiencias bajo la premisa económica y demerita la calidad de los contenidos, por ello desde la década de los noventa se redactaron códigos deontológicos, con los cuales se intenta otorgar los cauces para un desempeño serio y con rigor. (Barragán, 2007)

El periodista debe procurar su libertad para ejercer su función social, para esto (Echaniz y Pagola, 2004) nos presentan cuatro valores éticos que se encuentran en juego.

1. La verdad y la veracidad; lo contrario, el engaño.
2. La libertad posibilita la información.
3. La dignidad de las personas tratadas como seres valiosos.
4. La responsabilidad combina el respeto a los principios de valoración de las consecuencias y las circunstancias.

Existen varios códigos elaborados para el buen tratamiento de la ética profesional en la producción periodística. El estudio realizado por (Barragán, 2007) nos proporciona algunos principios básicos.

1. Proporcionar información objetiva y veraz.
2. Se prohíbe toda representación manipulada de la realidad y manipuladora hacia el receptor.
3. Se norma la confidencialidad.
4. El deber de la profesionalidad, que es estar capacitado para lo que se hace.
5. Que se realice la labor independientemente y con total autonomía.

Con la finalidad de llevar a cabo el cumplimiento de estas normas se han elaborado códigos éticos o códigos deontológicos dentro de cada medio de comunicación.

El gran valor de los códigos radica en que surgen de la propia profesión, pero ahí se encuentra también su gran pega: no tienen el apoyo y la fuerza de las normas jurídicas, lo que hace que en la práctica no siempre se cumpla. ( Echaniz y Pagola, 2004)

### **2.11.3.2.2 Talento humano**

El personal es el factor clave en la capacidad de adaptarse que tiene una empresa ante los mercados cambiantes, a su vez esto le brinda una ventaja competitiva frente a otras organizaciones, de ahí la importancia de lograr un equipo comprometido y apto para las labores a desempeñarse.

El recurso humano es el elemento fundamental para la ventaja competitiva y por lo tanto éste se constituye en un componente esencial para cualquier tipo de institución. Este elemento común es el gran diferenciador que hace que haya competitividad puesto que esta debe demostrarse, debe medirse y se debe comparar. (González R. , 2005)

En la actualidad, las metas y los objetivos que pretenden lograr las empresas y organizaciones, mantienen como eje central al recurso humano y sus labores para alcanzar sus planteamientos.

Hoy el desafío al que se deben enfrentar los dirigentes de las organizaciones está fundamentado, entre otros aspectos, en la dirección de su recurso humano hacia una labor orientada a alcanzar la eficacia y la eficiencia, con el fin de lograr altos estándares de rendimiento fundamentado en valor agregado y en una notoria ventaja competitiva. Es importante tener presente que cuando la organización hace las cosas bien, se tienen grandes ganancias a diferencia de las que no lo hacen. ( Montoya y Boyero, 2006)

Un director corporativo debe procurar, no solamente la perfecta ejecución de las actividades, lo cual es beneficioso, sino también, la implementación de políticas y

actividades que conlleven al logro de estos objetivos a través de sistemas de fácil comprensión.

Es por ello que se hace necesario que se incorpore al factor humano en la cadena de valor como un elemento clave de los procesos misionales y estratégicos corporativos, lo cual se verá evidenciado por el aporte y singular presencia en la prestación del servicio y en producción con calidad. ( Montoya y Boyero, 2006)

Las organizaciones son altamente eficientes y competitivas cuando logran que las estrategias definidas frente al recurso humano estén totalmente alineadas con las estrategias definidas por la dirección; la coherencia de estos dos aspectos implica que los procesos ejecutados por el recurso humano garanticen la consecución correcta, oportuna, eficaz y llena de valor de todas las metas establecidas en la organización. ( Montoya y Boyero, 2006)

Los beneficios más significativos los han logrado grupos de trabajo totalmente enfocados en una actividad en concreto, uniendo sus habilidades, conocimiento y experiencia, para completar actividades que llevan al bien colectivo. Ante esto ( Montoya y Boyero, 2006) nos propone algunos beneficios de trabajar en equipo:

- Fomenta la búsqueda de mejores ideas y aumenta el compromiso para llevarlas a la práctica.
- Genera identificación de las personas con los principios, valores e intereses de la organización y la prelación de los objetivos colectivos sobre los individuales.
- Genera colaboración, confianza y solidaridad entre los compañeros de la compañía.
- Desarrolla habilidades multifuncionales.
- Facilita la delegación de autoridad y autonomía.
- Elimina controles innecesarios, reduciendo reproceso y correcciones.
- Facilita el entrenamiento en metodologías y técnicas para el mejoramiento de la calidad y la productividad.

- Elimina barreras interfuncionales y promueve la retroalimentación y soportes entre las personas que manejan distintas disciplinas.
- Posibilita el mejoramiento en la calidad del trabajo y el servicio.
- Crea un clima favorable al desarrollo de la creatividad y la iniciativa.
- Aumenta la motivación y satisfacción laboral y personal.
- Facilita el aprendizaje y el intercambio de información.
- Desarrolla el potencial y talento de sus miembros.
- Incrementa los niveles de participación en los empleados dentro de la empresa.
- 

Sin duda alguna, la consecución de objetivos dentro de una empresa está íntimamente ligada al recurso y talento humano con que se pueda contar, las estrategias y actividades son resultado del buen funcionamiento gerencial enfocado a intervenir directamente con los objetivos.

### **2.11.3.3 Salas de redacción**

En la actualidad el periodismo que se desarrolla en las salas de redacción está pasando por una transición donde solo quienes se adapten a los nuevos métodos y estrategias sobrevivirán. Cada vez es más aceptada la idea de innovar en la producción periodística para lo cual es necesario realizar espacios de autocrítica donde se puedan identificar posibles fallas y corregirlas en bien de la organización.

En el periodismo latinoamericano es común el facilismo con que muchos jefes, editores y reporteros asumen sus obligaciones con el público. Sin espacios internos diarios para hacer crítica y autocrítica de su trabajo cotidiano, sin entender la necesidad de encontrar nuevos ángulos y voces a cada noticia, sin plantearse construir y mantener una agenda propia que marque distancias con la competencia y se acerque a la gente, la mayoría de salas de redacción se mantiene en la cómoda pero obsoleta escuela del periodismo declarativo que no cuenta la realidad sino que la filtra (y la

distorsiona) a través de los criterios subjetivos de analistas, juristas, constitucionalistas, comentaristas, expertólogos y todólogos. (Buitrón, 2005)

Adentrarse en los terrenos de la información, requiere de expertos al mando de las salas de redacción en los medios, estos deben guiar el contenido fuera de amarillismos procurando cumplir con su responsabilidad social. “El sensacionalismo desconoce dos valores esenciales del periodista: su compromiso con la verdad y su responsabilidad social” (Restrepo, 2004).

Los problemas en torno a la construcción de la realidad en los medios tienen su origen en el tiempo que se le dedica a la reflexión sobre el trabajo realizado, es necesario colectivizar nuestra opinión para restablecer nuestros criterios.

En las salas de redacción hace falta la pausa en medio del vértigo. La pausa para una reflexión colectiva, abierta, franca, en la que todo el equipo (desde los directivos hasta el personal de base) renueve sus conceptos, sus criterios y sus maneras de escoger y decidir a qué fuentes acudir cuando sea necesario contar con opiniones que contextualicen los hechos. (Buitrón, 2005)

La autocrítica en las salas de redacción es fundamental para no perder la dirección en el mundo informativo, existen medios que carecen de esta característica y capacidad de reflexión y se los puede reconocer, según (Buitrón, 2005) de la siguiente manera. “Financieramente cada día les va mejor, los lectores, en su mayoría pasivos, no interactúan con el medio, el poder público y las empresas privadas llenan sus páginas de avisos y no tienen nadie quién les señale abiertamente los errores”.

Es fundamental mantener una apertura no solo hacia los nuevos formatos, sino hacia las nuevas tendencias del mundo, de la sociedad, del país, de la comunidad. Entender profundamente a su gente, a su ciudad, y representarla y reflejarla honesta y creativamente. Trabajar más a fondo con agenda propia. Estudiar a la competencia y alejarse lo más distante de ella. Reinventar el periódico de papel frente al avance de la información por internet. Preparar mejor a sus periodistas. (Buitrón, 2005)

### **2.11.3.3.1 Comunicación interna**

Es el resultado de las teorías corporativas llevada a la práctica, la comunicación interna necesita de un buen manejo empresarial para instaurarse en el modo de ser y actuar de cada individuo. “La empresa socialmente responsable necesita de la comunicación corporativa para que ese valor organizacional se inserte en la forma de ser, hacer y sentir de la organización” (Galuppo, 2014).

Según la investigación realizada por (Fernández C. , 1996) la comunicación interna recibe la siguiente definición:

El conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio (...) Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos. (Fernández C. , 1996)

La comunicación interna genera confianza y promueve las buenas relaciones entre los públicos internos de una organización, es esencial para mejorar la consecución de objetivos empresariales.

El tipo de comunicación que favorece o promueve relaciones eficientes entre las personas que configuran los públicos internos de una organización, y que genera la confianza necesaria para coordinar adecuada y responsablemente todos los recursos disponibles en la consecución de la misión compartida. Su objetivo es mejorar la calidad del trabajo de la organización y llevar a cabo con mayor perfección la realización de su misión. (Le Porte, 2001)

La efectividad de las técnicas corporativas aplicadas en favor de la comunicación interna, tendrán una alta efectividad solo si se combinan con las técnicas

pertenecientes a la comunicación externa, pues como lo dice (Piñuel J. , 1997). “La comunicación interna es el soporte de las acciones externas”.

#### **2.11.3.3.2 Responsabilidad Social Empresarial**

Las nuevas ideas sobre la responsabilidad social van tomando más aceptación en la actualidad. Atrás va quedando el viejo modelo donde el único beneficiado era el accionista mayoritario, hoy se busca que más personas dentro de una comunidad salgan beneficiadas a través de estos programas y políticas sociales.

Hoy en día, se maneja un enfoque diferente acerca de lo que significa la responsabilidad social empresarial. Esta nueva manera de atender la actividad empresarial sitúa su énfasis en lo que la organización debería o podría hacer para enfrentar algunos problemas sociales, lo que supone que debe contribuir con el mejoramiento del entorno social donde ésta se desenvuelve, aportando ideas y recursos para resolverlos. Entonces, la empresa tiene responsabilidades que van más allá de la mera producción y comercialización de bienes y servicios para satisfacer las necesidades humanas. (Galuppo, 2014).

La responsabilidad social empresarial va mucho más allá de tomar cierto tipo de acciones a cerca de la protección del medio ambiente, sugiere nuevas políticas internas conformes a gestiones de proyectos más estrictas en favor de la conservación de su entorno.

La responsabilidad social empresarial no significa hacer nada sustancialmente diferente de lo que ya hacen las compañías. Se trata de hacerlo con una actitud más consciente y transparente. Supone incorporar en la gestión, las preocupaciones económicas, sociales y medioambientales. Las empresas responsables perciben el entorno actual como una oportunidad para afirmar su papel social, su potencial para liderar el desarrollo sostenible en términos de bienestar económico, y también en términos de bienestar social y protección del medio ambiente. (Galuppo, 2014).



La RSE es de vital importancia para obtener una evaluación directa por parte del público ya que como lo dice (Galuppo, 2014). “La responsabilidad social es valiosa porque permite que la sociedad califique positivamente las actividades empresariales”.

#### **2.11.3.4 Nuevas tecnologías**

Para entender el carácter de las nuevas tecnologías es necesario conocer el valor y la razón de ser, de los medios tradicionales. Así tenemos que:

Los Medios de Comunicación Audiovisuales y la prensa escrita constituyen el principal vehículo de expresión y comunicación social sin distinción de clases, ideologías o grupos políticos y su principal competencia es la de informar, formar y ofrecer por un lado educación y por otro, la información que los ciudadanos necesitan para poder participar en la toma de decisiones públicas que la sociedad democrática plantea. Este derecho, es a su vez un deber para el informador que tiene la obligación de dirigir su actividad hacia la consecución del interés general. (Pascal, 2011)

La era de la comunicación está viviendo una serie de cambios estructurales e ideológicos, producto de la aparición de nuevas formas de comunicarse. Estas nuevas formas arrojan resultados sobre el estudio del comportamiento social y la comunicación, dejando claro que el intercambio y manejo de información no es un acto exclusivo de algunos profesionales y que además se manifiesta en muchas formas.

Con el devenir de los tiempos, cuando la información se establecía sobre la base de los medios masivos, nos hemos dado cuenta que en realidad, la información no es un fenómeno unilateral sino que se manifiesta por muchos medios y de muchas formas, tanto por mensajes como por actos. Dentro de este amplísimo fenómeno de la comunicación, ha aparecido otro cuyo uso ya

no es patrimonio exclusivo de los jóvenes, ni excluyente de los periodistas o empresas informativas, y es el fenómeno de Internet. (Costa J. , 1995).

El uso de nuevas tecnologías de información, trae consigo la amplitud virtual a la que los usuarios pueden tener acceso para crear contenidos, lo cual ha provocado un cambio de valores en la forma de hacer periodismo.

La sociedad cada vez que aparece un nuevo medio de comunicación y desarrolla una nueva tecnología de comunicación, teme por los cambios culturales y de valores que se pueden producir derivadas del uso de estas tecnologías. (...) la noticia ha pasado de ser información a noticia-emoción, donde prima más lo trivial y sentimental que impacte a la audiencia que el derecho del ciudadano a estar informado sobre los asuntos de interés general. (Pascal, 2011)

En este punto, los medios masivos, en su afán de no perder audiencia han cambiado su enfoque priorizando contenidos específicos. “El temor a que las nuevas tecnologías reemplacen el interés de la audiencia hacia los medios convencionales, hace que olviden que el periodismo sea veraz, fiable y éticamente correcto” (Pascal, 2011).

Los cambios tecnológicos en el mundo de la comunicación son innegables, estos cambios requieren profesionales al mando de los grupos informativos. “Los soportes son importantes; la propiedad intelectual también; la gratuidad un problema, pero sin contenidos, no hay futuro y los contenidos necesitan profesionales preparados, experimentados, independientes y libres, es decir, periodistas (González F. , 2010).

#### **2.11.3.4.1 Cybermedios**

La presencia que requieren los medios masivos dentro de internet ha llevado a que muchas empresas migren a hacia el espacio virtual, así como también, se muestra el nacimiento de nuevos medios de comunicación dentro de la web.

Las transformaciones técnico-comunicativas han propiciado la incorporación de los medios tradicionales a Internet y la creación de otros dentro de la Red. (...) debido a su compleja innovación, dan origen a los cybermedios y organizan una situación comunicativa diferente a la de los sistemas tradicionales al atravesarla por los procesos de interactividad. (Herrerros C. , 2009)

Estas nuevas formas de comunicación van ganando espacio al acoger diferentes formatos en un solo sitio, haciéndola atractivas al público y a las grandes empresas.

Los cybermedios están produciendo unos cambios estructurales en el sistema mediático general. Se observa un crecimiento en su consumo mientras decae el de los medios tradicionales. Están adquiriendo una renovada expansión en las redes sociales en las que la sociedad civil, los grupos y las personas particulares orientan y dirigen los procesos comunicativos. Su relevancia es tal que las empresas mediáticas anteriores tratan de integrarlas en sus cybermedios para buscar nuevos mercados y nuevas modalidades de control sobre el ecosistema mediático. (Herrerros C. , 2009)

La facilidad con que podemos interactuar con la información en este tipo de medios es ya un avance palpable ante la realidad comunicativa.

La originalidad de los cybermedios es que todos se hallan en la misma plataforma, Internet, en sus diversos sistemas de difusión y distribución: cable, satélite, ondas hertzianas y su correspondiente web. Esto permite pasar de uno a otro con un clic, trabajar simultáneamente con varios o establecer unas sinergias que no podían hacer los medios tradicionales, ni siquiera los pertenecientes al mismo grupo de comunicación. (Herrerros C. M., 2009)

Según (Herrerros C. M., 2009) se distinguen tres modalidades de cybermedios:

**a) Cybermedios matriciales:** son los presentes en Internet cuyo origen se inicia previamente en papel como la prensa o mediante difusión electrónica

como la radio y la televisión. Desarrollan una evolución des - de su matriz hasta la plena adecuación a Internet.

**b) Cybermedios nativos:** son los nacidos dentro de Internet sin referencia matricial alguna. Sin embargo, en la concepción de la primera etapa se aprecia un predominio de la mentalidad de los medios tradicionales y pasan por un proceso de mestizaje hasta que poco a poco van adquiriendo sus características específicas.

**c) Cybermedios sociales:** es un paso adelante en las comunicaciones en Red; representan la comunicación directa entre miembros de la sociedad civil, grupos de personas afines que establecen un diálogo o intercambio entre ellos independientemente de las empresas que controlan los medios tradicionales y los cybermedios.

Los cybermedios crean un área interactiva en el espacio virtual, dispuesto a mejorar la comunicación de la colectividad, sus procesos van desde la tecnología que se usa hasta las maneras de elaborar contenidos web.

Los cybermedios alteran los modelos comunicativos al incorporar plenamente los procesos de interactividad de los emisores con los usuarios. La interactividad se instala como un proceso multidimensional que va desde los aspectos de las mediaciones tecnológicas hasta la expresión multimedia. Con la interactividad, los cybermedios y los usuarios modifican sus relaciones. Se amplía la concepción de la información periodística tradicional con el valor añadido de otras dimensiones pegadas a los asuntos individuales y de grupos. (Herrerros C. M., 2009)

#### **2.11.3.4.2 Medios Móviles**

Dentro de los cambios tecnológicos a los que es expuesto el periodismo han surgidos nuevos soportes digitales que acercan la labor periodística a los ciudadanos. “Denominados en conjunto como la ‘cuarta pantalla’, los dispositivos móviles están revolucionando las industrias de creación de contenidos digitales gracias a la

combinación de dos elementos, fundamentalmente: su elevada tasa de penetración y su conectividad a la red” (Costa C. , 2014).

Las empresas apuntan también a los nuevos mercados que se abren mediante estos soportes, siendo de gran significado para sus objetivos mantener una presencia constante en medios móviles.

La adaptación de las empresas de comunicación a los nuevos soportes y formatos en movilidad no se ha hecho esperar. Medios tradicionales (de todos los sectores, prensa, radio y televisión), así como medios nativos digitales intentan dotar de contenidos a las nuevas pantallas. (Costa C. , 2014)

Los medios móviles, dado su alcance y versatilidad, suponen un área tecnológica totalmente nueva, donde se puede hacer uso de recursos multimedia para ofrecer servicios en favor económico de la empresa. “Desde el punto de vista empresarial, la oferta de una aplicación para móviles, además de un nuevo servicio a los usuarios, puede suponer una interesante vía de consolidación de la marca y un nuevo canal para obtener financiación” (Costa C. , 2014).

Para las marcas comerciales, es de vital importancia dentro de las políticas de la empresa, el apostar por los medios móviles de comunicación, dada la participación interactiva entre emisores y receptores, estos nuevos formatos ofrecen un futuro prometedor para el intercambio comunicacional.

Las marcas informativas tradicionales, que apenas han empezado a ensayar modelos de negocio relativamente viables en el entorno digital, contemplan con una mezcla confusa de cautela y esperanza la consolidación de nuevas formas de entender el consumo de información digital. (Aguado y Castellet, 2013)

Para algunos investigadores estos nuevos dispositivos móviles constituyen la reaparición de otros que en su momento ya surgieron, precediéndoles en sus características básicas como es el teléfono convencional y el uso de computadoras o laptops.

En cierta forma, la nueva generación de dispositivos móviles está más cerca de los ordenadores portátiles que de los teléfonos tradicionales; por este motivo, también se los podría considerar un metadispositivo o un metamedium, un concepto utilizado en su momento por algunos investigadores para definir a la web. (Scolari C. A., 2009)

Por otra parte las empresas tecnológicas que elaboran estos dispositivos añaden aplicaciones y recursos que tienen como objetivo brindar una mejor experiencia comunicativa al usuario, con respecto a su posicionamiento global.

Además, se trata de un dispositivo que, por sus características morfológicas y su funcionalidad, nos acompaña a todas partes. En este sentido, las opciones de geo localización pueden ayudar a personalizar la información al servicio del usuario en función de su ubicación. (Canavilhas, 2009)

Las condiciones que ofrecen estos medios donde interactúan las demás formas de comunicación han dado lugar al periodismo ciudadano como método para reactivar la participación de la población en la producción de contenidos.

El llamado periodismo ciudadano nacería, efectivamente, con la pretensión, por parte de un sector activo de la ciudadanía y con acceso a los medios digitales, de formar parte activa en los procesos de creación de la información realizada cotidianamente por los distintos medios. (Salvat y Serrano, 2011)

#### **2.11.3.5 Editor**

La figura del editor tomó relevancia en los medios offline, donde quienes desempeñaban esta actividad, les correspondía tomar “la decisión final sobre la selección informativa” (Puente, Edwards, & Delpiano, 2014).

Dirigían la reunión de pauta, tomaban la decisión final respecto de los entrevistados, seleccionaban temas, jerarquizaban. Asumían también tareas

concretas como verificar y corregir; llegaban incluso a titular la nota hecha por el periodista. Decidían: hacían cambios, remplazaban noticias, redefinían un foco, etc. Representaban al director del medio y eran responsables del contenido. (Sancho, 2014)

La llegada de las nuevas tecnologías, significo también, la implementación de políticas y protocolos para la elaboración de textos periodísticos. “Con la aparición de las nuevas tecnologías y los medios online, desde la bibliografía académica se reitera la importancia del editor y se propone que éste debe adquirir un mayor protagonismo y responsabilidad” (Meyers, 2010).

Una de las actividades del sector editorial que todavía se conservan en la actualidad virtual, es el editorial meeting, lo cual significa un espacio de resolución de problemas a la hora de elegir contenidos para un medio. “El editorial meeting es una instancia privilegiada en la producción de la noticia. Esta rutina ha parecido ser una solución eficiente a esas circunstancias que parecen acompañar el trabajo periodístico” (Greene y Lecaros, 2015).

Según (Gans, 1979) existen circunstancias específicas por las que deben pasar los editores en los medios, estas realidades se resumen de la siguiente manera:

- 1) un suministro infinito de materia prima.
- 2) tiempos y espacios limitados por la hora de cierre.
- 3) una organización con staff o personal escaso.
- 4) la necesidad de restringir los gastos de la empresa informativa.
- 5) la aparición de empresas periodísticas con fines de lucro y, por lo tanto, la competencia entre los medios.

El editor sigue ciertas noticias planteadas en la pauta durante todo el día, resuelve conflictos y reenfoca cuando es necesario, para lo cual se apoya muy fundamentalmente en el llamado por celular para consultas/consejos, en Twitter y WhatsApp. La presencia del editor es más continua y permanente gracias a estas tecnologías de lo que era antes, cuando el periodista debía resolver solo y tomaba decisiones sobre la marcha. (Lecaros y Greene, 2012)

La llegada de las nuevas tecnologías de la información no ha debilitado la intervención del editor en los procesos de producción sino que lo renueva brindándole nuevas tareas. Así tenemos que, la tecnología “No ha afectado todavía a las rutinas periodísticas, sino que más bien ha reforzado la figura del editor como gatekeeper” (Puente et al., 2014).

#### **2.11.3.5.1 Técnicas**

El periodismo, puesto de manifiesto en la prensa escrita, está orientado a buscar su lugar en el espacio digital, esto le lleva a utilizar técnicas y recursos que proponen ciertas reglas y lineamientos ya utilizados en el pasado. “Ante la actual encrucijada, el Periodismo escrito necesita dotarse de nuevas herramientas expresivas. El análisis, la interpretación y la reflexión, armas tradicionales de la prensa para competir con los medios audiovisuales, resultaron útiles durante todo el siglo XX” (Ramón, 2013).

Los medios masivos han encontrado la manera de funcionar conjuntamente en el espacio virtual utilizando las diferentes técnicas que ofrece la web, sin embargo sus características tradicionales deben ser modificadas para competir entre sí.

Los cambios en el "ecosistema mediático" han permitido a los tres medios convencionales usar Internet como nuevo soporte, que a su vez se ha convertido rápidamente en un medio con personalidad propia. Como ya se ha dicho, la prensa puede jugar ahora en el propio terreno de los audiovisuales, pero debe competir en inmediatez. (Ramón, 2013)

Esta adaptación que tienen que realizar los medios masivos para ingresar a competir con otros del mismo tipo en el espacio virtual, no implica que generalmente los medios tengan que abandonar su identidad, sino que, esto constituye un recurso para diferenciarse del resto. “Si renunciase al texto, su seña de identidad lingüística, podría convertirse en una simple, y mala, imitación de los otros medios. El periodismo escrito no puede limitarse a adoptar miméticamente el lenguaje audiovisual para insertarlo en una página Web” (Ramón, 2013).



El uso de las diferentes técnicas para la comunicación digital, supone una evolución en la calidad de la producción periodística, potenciando el recurso más representativo de los medios impresos que es la palabra escrita "Se ha impuesto una evolución de ese lenguaje periodístico escrito para adaptarlo a las necesidades de la simultaneidad informativa sin renunciar a la comunicación mediante la letra impresa" (Ramón, 2013).

Otro fenómeno que surge tras la llegada de la tecnología informativa, es la rapidez en la transmisión de información, para lo cual el periodismo escrito ha sabido sacarle provecho para competir en la esfera digital a través de la continuidad. "Gracias a Internet, el periodismo escrito puede dar noticias de última hora y mejor que aquellas páginas llamadas Última hora, Al cierre, etc. (Ramón, 2013)." Hay un giro destacado en el modo de presentar, representar y distribuir la información, rompiendo las barreras de espacio y tiempo que amenazan a la prensa bajo el soporte de papel" (Moreno P. , 2009).

Dentro de las técnicas que nos ofrecen las nuevas tecnologías, tenemos la técnica de información fragmentada, muy utilizada en plataformas digitales como twitter. "Información fragmentada consiste en retazos de realidad de unos pocos bits, noticias que en segundos se difunden en el mundo interconectado para hacerse un hueco durante también apenas unos segundos en el magma de información en el que vivimos" (Cerezo, 2008).

#### **2.11.3.5.2 Fuentes**

Dentro de la labor periodística, un medio de comunicación para su credibilidad, prestigio, y construcción de la verdad requiere de un buen manejo de fuentes en sus contenidos. "La presencia y el uso de las fuentes informativas son claves en el quehacer periodístico" (López M. , 2007).

Por otro lado, el correcto manejo de fuentes refleja los valores de progreso que mantiene el medio con respecto a su entorno, su independencia y el respeto a sus lectores.

En primer lugar, la transparencia informativa, la independencia y la equidad pautas para medir el grado de objetividad- se definen más por cómo ha utilizado las fuentes el periodista que por el relato posterior. La calidad del medio, y de cada uno de sus géneros periodísticos, está en relación directa a cómo se emplea el sistema de fuentes para la obtención de información y a la autonomía de los periodistas en sus preguntas. (Casals, 2005)

Las fuentes, significan para la labor periodística, los aportes científicos con que se avala una investigación, estos grandes proveedores de información hacen posible una mejor comprensión de la verdad de los hechos.

Las fuentes son la materia prima del periodismo, las grandes proveedoras de información, básicas, por tanto, en el proceso comunicativo mediático. Se pueden definir como aquellos individuos, grupos, centros de poder e instituciones que, como actores de la sociedad, tienen la capacidad de comunicar algo y de influir en la agenda de los asuntos públicos que trata la información. Son las instituciones, grupos sociales o sujetos individuales y/o colectivos que proporcionan información sobre los acontecimientos. (Ospina, 2004)

“Por tanto, documentarse para completar y verificar las informaciones que se van a publicar es la necesidad constante de un redactor de prensa escrita o audiovisual” (Fuentes, 1995).

La necesidad de fuentes dentro de las investigaciones periodísticas, se da por la asignación de poder que estas generan para los medios y los profesionales “En una sociedad compleja donde los medios de comunicación juegan un papel esencial, las fuentes acumulan una importante cuota de poder, convirtiéndose en una pieza clave del proceso informativo” (Aguado y Martínez,, 2005).

La rigurosidad periodística con que trabaja un medio en el espacio social, depende de la calidad de fuentes para obtener valor informativo.

El rigor periodístico está estrechamente unido al concepto de fuente desde la segunda mitad del siglo XX. Desde entonces, todo acontecimiento redactado de acuerdo a las técnicas de convención informativa debe citar sus fuentes. Por ello, todos aquellos trabajos que carezcan de éstas carecen a su vez de valor informativo. (Clara, 2009)

No se debe confundir el uso de fuentes con el contraste periodístico, o la verificación de datos. Las fuentes nos indican el lugar de origen de la información sin embargo eso no quiere decir que esta información sea verdadera, por lo que el periodista tiene el deber de verificarla y contrastarla.

Por otro lado, resulta conveniente señalar en este punto que una correcta identificación de una fuente en una información por parte de un/a periodista no es sinónimo de credibilidad o calidad en el producto informativo. Numerosos textos llegan a las redacciones en forma de comunicados de prensa, redactados según los cánones periodísticos, provenientes de gabinetes de comunicación profesionalizados. En estos casos, el/la redactor/a no debe olvidar que este atractivo comunicado ofrece una sola versión de los hechos, por tanto es una fuente interesada, y antes de publicarse debería comprobar si los datos que aporta son ciertos o están maquillados. Esto se conoce como la “tiranía de las fuentes”, que convierte a los/as periodistas en simples voceros. (Clara, 2009)

### **2.11.3.6 Noticia y Noticiabilidad**

Es entendida como la reconstrucción de los hechos, la divulgación de lo sucedido en la realidad. (Escudero, 1996) Lo define de la siguiente manera: “La particular construcción del discurso de la información que narra eventos factuales generalmente públicos”. Otros autores lo definen de forma más metafórica y lo clasifican como: "imagen del presente social" (Gomis, 1991). Por otra parte, autores como (Van Dijk, 1997) lo definen de forma más subjetiva, conceptualizándola como: “la nueva información tal como la proporcionan los medios y tal como la expresan los informes periodísticos”.

La noticia parte de la realidad latente de los hechos suscitados, a estos se les reconoce, durante el proceso de producción de contenidos, ciertos valores que poseen y los ubican bajo el concepto de noticiabilidad.

Es el relato de un suceso que implica o afecta a individuos de la sociedad. Si se toman en cuenta los valores que rigen la noticiabilidad, la noticia puede ser definida como la construcción periodística de un acontecimiento cuya novedad, imprevisibilidad y efectos futuros sobre la sociedad lo ubican públicamente para su reconocimiento. (Martini, 2000)

La definición y valor que se puede explicar alrededor de la noticia depende también del soporte que utilice el medio. La noticia, en forma general ha sido relacionada con los medios tradicionales escritos tomando en cuenta el recurso de periodicidad.

El soporte que difunde la noticia es también una variable a la hora de su definición. La noticia en los diarios responde a la definición tradicional, que nació con las primeras formas de la prensa periódica: la frecuencia diaria hace a la noticia la construcción relatada de hechos que han sucedido en las últimas veinticuatro horas. (Martini, 2000)

Las prácticas sobre la construcción de la noticia, también intervienen con el desarrollo de habilidades por parte de los profesionales para reconocer valores dentro de un hecho que lo llevan a ser de interés público.

El trabajo con la gran masa informativa a la que acceden diariamente los medios se inicia con la verificación de la adecuación de los acontecimientos a los criterios de noticiabilidad. Una teoría sobre la noticia trabaja en la identificación de esos criterios y las formas de su aplicación en el armado cotidiano de las ofertas informativas. La tarea incluye la entrada en el campo de las rutinas que se ponen en práctica en la construcción de la noticia, y la consideración de que cualquier definición de noticia y de las cualidades que hacen a un hecho noticiable cobran sentido en el marco de una cultura y de un

momento histórico, y en relación con el contrato de lectura de un medio con su público. (Martini, 2000)

#### **2.11.3.6.1 Calidad**

La calidad en los medios de comunicación, adquiere importancia por su capacidad de direccionar la opinión pública y de liderar acciones sociales. “Los medios de comunicación son un pilar fundamental de la sociedad, pues a través de la construcción informativa es creado el discurso público que otorga forma a las realidades de nuestro entorno” (Gieber, 1964).

La calidad de los contenidos en los medios de comunicación se ha visto comprometidos sobre todo por la inmediatez que hoy es recurso de las nuevas tecnologías. “Este escenario informativo, imperado por la inmediatez en un ecosistema que no necesariamente cuenta con un proceso de verificación editorial, puede decaer en la superficialidad, imprecisión y hasta en infoxicación y desinformación” (Salaverría R. A., 2005).

Más aún, al aumentar las dificultades de comercialización ergo del mantenimiento financiero de los medios por el exponencial crecimiento de la competencia, podrían sumergirse en vicios y violaciones de las normas de calidad informativa en orden de mantenerse dentro del mercado. (Bogart, 2000)

La economía de los medios va de la mano con la calidad de contenidos que pueden generar desde sus profesionales, sin embargo, el recorte de personal para abaratar costos en una era digital supone el descuido de áreas importantes que verifican la calidad de los productos.

En consecuencia es común y muy evidente verificar la reducción de nóminas en los medios de comunicación, cancelación de corresponsalías en el extranjero, recortes salariales y la conculcación de derechos de los trabajadores de la información, a los fines de reducir costos de producción

informativa para la propia subsistencia del medio, mientras que sus contenidos tienden al sensacionalismo. (Gómez, Gutiérrez y PalauSampio, 2013)

Para la realización de una buena labor periodística es necesario teorizar en los parámetros que definen la calidad periodística. “Definir la calidad informativa no es sencillo, ya que el propio término calidad abarca dimensiones en las que se relacionan las características de un objeto, en este caso el producto informativo, con ciertos estándares vinculados a normas y valores” (Rosengren, 1979).

Mientras para la audiencia que lee una información la calidad puede estar expresada en la claridad expositiva de un mensaje o implícita en la marca del medio o agencia que la emite, la noción de calidad informativa de un periodista puede fundamentarse en el tiempo que le llevó realizar una investigación, el acceso a fuentes fidedignas y el contraste de las informaciones. Sin embargo, desde el ámbito académico se han hecho esfuerzos en intentar definir la calidad y sus elementos basados en criterios más o menos objetivos. (Romero, Casas y Torres , 2016)

Sin embargo en el vasto estudio de la comunicación se han realizado esfuerzos por definir la calidad periodística o informativa a través de sus contenidos fuentes y procesos.

La calidad informativa se da cuando el número de informaciones de producción propia son mayores a aquellas generadas por agentes externos y cuando la información y la educación privan sobre el contenido de entretenimiento, teniendo en consideración que dicho contenido propio debe seguir un método de obtención de información, tales como contar con variedad y contraste de fuentes informativas, como también eficacia técnica de la organización que permita que los productos estén organizados y sean comprensibles. (Picard, 2004)

La calidad y estándares informativos de los medios, lejos de considerarse un tema inalcanzable por las diversas interpretaciones subjetivas, deben tomar en consideración obligatoriamente todas las etapas del proceso productivo y analizar el producto final en función objetiva de sus indicadores, dimensiones, ámbitos y áreas. (Romero, Casas y Torres , 2016)

### **2.11.3.7 Medios masivos**

Este tipo de medios, destacan por varios aspectos, especialmente por su alcance, lo que sugiere un equipo de trabajo dispuesto a tiempo completo para llevar la información hasta varios puntos con el fin de que la actividad comunicativa se vea beneficiada. “Una manera de comunicación de gran importancia en la actualidad es la masiva, con sus respectivas herramientas. Los medios de comunicación masiva permiten a las grandes masas estar en contacto con la información más relevante para cada persona” (Domínguez, 2012).

La sociedad está separada por distancias que componen el mapa geográfico, sin embargo la comunicación ha encontrado vías de acceso hacia las esferas más aisladas.

Los medios de comunicación masiva son de suma importancia para la vida cotidiana, pues existen más de 6 mil millones de personas en el planeta, separados por diferentes continentes e inmersos en distintas actividades, lo que dificulta que se comuniquen entre sí, sin embargo, lo hacen. (Domínguez, 2012)

Los medios de comunicación masiva nos acercan al mundo en que vivimos de manera que podemos comprenderlo a través de la información.

Todas las personas en el mundo tienen necesidades que son satisfechas por la comunicación, desde las más simples hasta las más complejas, desde qué comer hasta dónde encontrar la comida, incluso, cómo preparar la misma. Los

medios de comunicación masiva son los que nos permiten ser parte del mundo en que vivimos. (Domínguez, 2012)

Los medios masivos permanecen en una posición de poder, al ser quienes controlan la información frente a las personas. “Los medios de comunicación masiva son las herramientas para lograr que un solo emisor se comunique de forma idéntica con millones de receptores al mismo tiempo” (Domínguez, 2012).

Los medios masivos de comunicación influyen directamente en el desarrollo de la comunidad, además actúan como fuente publicitaria de gran impacto.

En la modernidad los medios de comunicación masiva ya no se asocian solamente con los canales de comunicación. Con mayor frecuencia se puede encontrar las referencias a los medios de comunicación masiva como un vehículo de socialización, que influye tanto al desarrollo del individuo como de la sociedad: los medios de comunicación masiva muestran las normas, formulan el sistema de prioridades, educan, transmiten experiencias. De la herramienta de publicidad (instrumento de poder), los medios de comunicación se convirtieron en una fuente de poder, la clave de la popularidad y del éxito. (Golovina, 2014)

La importancia que tienen los medios para las actuales sociedades es innegable al tener en cuenta que estos constituyen un instrumento de control social, por lo tanto, se encuentran bajo la observación constante de las grandes empresas, sectores económicos y políticos

Los medios de comunicación de masas tienen considerable importancia en las actuales sociedades, pues estos suponen un recurso de poder en tanto son instrumentos potenciales de control social, por ser fuentes de información casi imprescindibles para el funcionamiento de las instituciones sociales; además, forman parte de una esfera en la que se dirimen asuntos de los sectores públicos, tanto nacionales como internacionales. (Cruz, 2012)



Esta importancia que se da sobre el sector social y el sector político son dos ejes fundamentales para la construcción de la realidad ciudadana, a esto se suman los valores y la cultura latente y que se puede transmitir para amplificarla o modificarla.

Los medios masivos de comunicación constituyen instrumentos en la construcción de imágenes de la realidad social y por tanto es donde se construye, conserva y expresa visiblemente los valores y la cultura de grupos sociales y de la sociedad en general. (Cruz, 2012)

Los medios masivos constituyen una influencia importante en favor del comportamiento social adecuado y del cumplimiento de las normas. “Por su origen son estos un sistema de significados, ordenado y público que proporciona patrones de lo que es normal, donde se señalan desviaciones y se hacen comparaciones, en función de esa versión pública de la normalidad” (Mcquail, 2000).

En un sentido amplio, podemos concebir la comunicación de masas como la producción institucionalizada y la difusión generalizada de bienes simbólicos por conducto de la transmisión y la acumulación de información/comunicación...Esto supone entonces asumirla como un proceso de interconexión centro-periferia en su dinámica universalizadora. (Thompson, 2008)

Esta interconexión que generan los medios masivos tienen sus orígenes en la afinidad de la ciencia y la tecnología en sociedad de la información.

El surgimiento de los medios masivos de comunicación se produce a partir de determinados procesos y fenómenos en un contexto histórico en el que la ciencia y la tecnología han estado como centro, y donde se desarrollan instituciones interesadas en fijar y reproducir formas simbólicas en el imaginario colectivo. (Cruz, 2012)

El desarrollo de la revolución industrial trajo consigo la presencia de la imprenta en Europa, lo que marcó el inicio de los medios de comunicación masivos.

Desde la segunda mitad del siglo xv se establecen imprentas en centros comerciales muy importantes de Europa, lo que marcó el comienzo de la era de la comunicación de masas; pues al combinar las actividades de impresión, se incorporó la publicidad y la venta de libros como parte de un floreciente mercado y comercio de libros en Europa, tal fue el caso de Inglaterra, en la que durante los siglos XVI-XVIII se produce un aumento considerable de periódicos muy ligado al desarrollo de la revolución industrial y su consiguiente impacto en la comunicación social. (Cruz, 2012)

Este desarrollo de los recursos industriales del periodismo abrieron nuevas puertas en la producción de contenidos, lo cual a su vez, tuvo repercusiones en el surgimiento del periodismo moderno.

Con el desarrollo de la prensa en los siglos XIX y XX se evidencia por un lado la consolidación de los periódicos de circulación masiva y por otro la internacionalización de la práctica de recopilar noticias; por lo que aparece una prensa dirigida a un público más amplio; se reducen los precios con un estilo más ligero, presentación muy llamativa, y buscando mayor atracción, sus contenidos se diversifican y prestan más atención a la violencia sexual, al crimen, los deportes y las modas, desarrollando también una publicidad comercial, facilitando así la venta de servicios y bienes, rasgos constitutivos del “nuevo periodismo”. (Cruz, 2012)

#### **2.11.3.7.1 Agenda setting**

Las nuevas tecnologías han creado espacios virtuales, donde los medios masivos convergen entre sí, dándole además, la oportunidad al público de expresar su reacción acerca de los contenidos que se perciben. “La presencia de estos medios, sumada a la prensa escrita, produjo cambios importantes en las sociedades y el comportamiento de las personas”. (González J. C., 2012)

Existen varias teorías, que intentan explicar el modo de actuar de los medios de comunicación en la sociedad y sobre cada uno de las personas, “Una de ellas es la teoría de la agenda setting, término adoptado en 1968” (McCombs M. , 2006). “Se enfoca en la manera en que los medios de comunicación masivos, mass media, seleccionan los temas a difundir para dar forma, directa o indirectamente, a la opinión pública”. (González J. C., 2012).

La teoría de la agenda setting pone su atención en analizar cómo los medios de comunicación escogen los temas sobre los que se discute y opina y marcan la valoración de importancia que tienen dichos temas según el orden y el modo como son presentados<sup>13</sup>. La agenda setting busca el por qué los medios dan cabida a ciertos temas y noticias y por qué no a otros. (González J. C., 2012)

“Los medios, al describir y precisar la realidad externa, presentan al público una lista de todo aquello entorno a lo cual debe tener una opinión y discutir” (Shaw, 1979) Por lo tanto los medios adquieren el poder de dirigir la atención pública hacia temas que ellos consideran de interés, a través del uso de la noticiabilidad.

Para la elaboración de contenidos bajo la influencia de la agenda setting es necesario construir cierta dinámica donde intervienen los criterios, gerenciales, editoriales, y comerciales de los profesionales a cargo del medio.

En la dinámica de los medios, estos elaboran primero una agenda de trabajo en la que incluyen la información a presentar, luego determinan cuáles hechos noticiosos del país y del mundo tiene mayor importancia y cuáles tienen menor importancia. Con esta base estructuran de tal modo sus emisiones y ediciones que puedan tener mayor audiencia, mayor impacto y una determinada conciencia sobre algún tema, y a su vez puedan evitar presentar temas que no sean de su interés o que afecten sus intereses. (González J. C., 2012)

Esta selección previa de contenidos nos introducen a una realidad creada por los medios de comunicación, las imágenes y temas que se resaltan, son reconocidos e incididos por el público en acciones, decisiones o pensamientos.

Hablar de agenda-setting es hablar de las imágenes de los temas que destacan los medios además de su transferencia a las imágenes que se reproducen en nuestras cabezas o mundo interior. La idea principal, por tanto, se centra en observar que las imágenes destacadas en los medios también son destacadas por la audiencia. (Rodríguez, 2004)

La elaboración de contenido por parte de los medios de comunicación, está determinado por muchos factores que limitan la reconstrucción de la realidad, tal y como sucede. Este proceso constituye un filtro para la información.

Cuando los hechos cotidianos pasan por la lente profesional de las empresas informativas, se puede tener como resultado una imagen del mundo, un pseudo entorno, que poco o nada tiene que ver con el entorno real, ya que el pseudo entorno termina siendo muy limitado. (McCombs M. , 2006)

La segunda dimensión de la agenda setting actúa sobre el modo en que está construido un contenido su intencionalidad, prioridad e importancia. “Tiene que ver con cómo se produce la transferencia de prioridades y el énfasis otorgado a cada uno de los temas. Este segundo nivel de estudio se ha denominado segunda dimensión de la agenda-setting”. (McCombs M. E., 1994)

Según (Rodríguez, 2004) dentro de la agenda setting se pueden distinguir cuatro momentos o fases que son:

**Primera fase:** Se preocupa de la influencia de los medios en la audiencia, dándole a esta última un papel pasivo.

**Segunda fase:** Agrega otro elemento a los de la primera fase, la necesidad de la audiencia de ser orientada sobre lo que ocurre en el mundo, pero

específicamente a su alrededor. La audiencia asume un papel activo, diferenciándose precisamente por su necesidad de orientación

**Tercera fase:** No solo interesa conocer los temas de la agenda de los medios y su influencia, sino la imagen que de estos temas se hace la audiencia.

**La cuarta fase:** Analiza la primera y segunda fase añadiendo la pregunta ¿quién establece la agenda de los medios?

Además de estas cuatro fases existen tres tipos de agendas que pueden ser estudiadas en conjunto o por separado para una mejor comprensión del tema. “La teoría de la agenda setting, en el ámbito de la comunicación, involucra tres agendas que pueden ser estudiadas en conjunto o independientemente: la agenda de los medios, la agenda pública y la agenda política” (Rodríguez, 2004).

La agenda setting de los medios mide la presencia y tratamiento de determinado o determinados temas dentro de un medio de comunicación. La agenda setting del público establece qué importancia tienen determinados temas en la audiencia. La agenda setting política se encarga de las propuestas y respuestas que los grupos políticos y las instituciones sociales dan a determinados temas. (Rodríguez, 2004)

#### **2.11.3.7.2 La teoría del frame**

Para distinguir los sucesos que se dan en la realidad, internamente, cada persona realiza un análisis diferente basado en sus propios marcos de interpretación frente a los propios principios que gobiernan el hecho. “La definiciones de una situación se construyen de acuerdo con los principios organizativos que gobiernan los acontecimientos, al menos los sociales, y nuestra implicación en ellos. Frame es la palabra que uso para referirme a esos elementos”. (Goffman, 1986)

La conducta humana, a diferencia de la animal no está determinada únicamente por estímulos, sino que antes de cualquier acto determinado de conducta siempre hay un nivel de examen y deliberación que llamamos definición de la situación, y realmente no solo los actos concretos son

dependientes de la definición de la situación, sino que gradualmente la vida social entera y la personalidad del individuo se derivan de series de tales definiciones. (Thomas, 1972)

Los frames son el recurso que utilizan los medios de comunicación para organizar y darle sentido a la realidad a través de los marcos de pensamiento, desde una posición de poder. “Los marcos son herramienta de una élite capaz de orquestar la conciencia cotidiana; los frames consiguen que lo que esta elite considera relevante parezca lo natural ante el resto de ciudadanos” (Gitlin, 1980)

La teoría del Frame ha sido estudiada por muchos dentro de la mediación periodística.

La mediación supone que los medios tienen un papel de intermediarios entre el hombre y el resto del mundo el único modo de conocer lo que sucede en otros lugares o en su misma sociedad. La mediación explica además que este acercamiento que hacen los medios al mundo no se efectúa a modo de espejo, sino que la misma dinámica de los medios somete a los sucesos por una serie de filtros hasta convertirlos en noticia. (Shoemaker y Reese, 1991)

Por esta razón los medios son considerados los creadores de la realidad que, administran la mediatización, realzan o minimizan aspectos trascendentales según su conveniencia proponiendo determinados frameworks para la interpretación de estos acontecimientos modulando nuestra conciencia.

La interpretación de la realidad por parte del profesional de la información está condicionada, en primera instancia, por la definición de situaciones o frames “En su tarea mediadora, los periodistas otorgan a las noticias un enfoque o encuadre determinado (frame)” (Sádaba, 2004). “La idea central organizadora del contenido de las noticias que aporta un contexto mediante un proceso de selección, énfasis, exclusión y elaboración” (Tankard, 1991). En otras palabras, son los propios periodistas quienes construyen las noticias según sus propios esquemas y encuadres mentales y los distribuyen a un público que también tiene sus propios cuadros de pensamiento haciendo que se reconozcan en el medio social.

### **2.11.3.7.3 Espiral del silencio**

Esta teoría fue propuesta por la politóloga alemana (Neumann, 1984) donde se explica que una persona, es menos probable que exponga sus ideas frente a un tema, si se encuentra dentro de una minoría. Este fenómeno se lleva a cabo por el miedo a ser rechazado por un entorno mayoritario.

La opinión pública es el eje transversal de esta teoría “El proceso de formación de ésta, parte de la observación que hace el individuo de su entorno social” (Neumann, 1984).

El ser humano biológicamente quiere ser aceptado y teme el rechazo de sus pares tiene una connotación esencialista. La autoprotección social que reflejaría el denominado miedo al aislamiento es sólo una reacción institucional, apoyada por los medios de comunicación como recreadores simbólicos de la realidad y por las emociones que actúan como dispositivos de control social. En otras palabras, la opinión pública no es más que un imaginario social, al igual que las emociones o la noticia, pero elevada a la categoría de institución. (Dittus, 2006)

El amplio estudio realizado por la investigadora alemana, se centra en brindar una visión distinta a cerca de la opinión pública, enfocada al aspecto psicosocial. “convirtiéndola en una especie de ojo público que vigila todos los ámbitos de la esfera social” (Dittus, 2006).

La opinión pública, bajo esta nueva visión, nos sugiere entender al público como un ente regulador de nuestro comportamiento, un poder que se oculta a los ojos de la sociedad pero que permanece en constante vigilancia. “No nos damos cuenta de la enorme presión que ejerce sobre todos los miembros de la sociedad, de la misma manera que no nos fijamos en la presión atmosférica, pero lo cierto es que es tremenda” (Neumann, 1984).

“La opinión pública es el resultado de la interacción entre los individuos y su entorno social” (Neumann, 1984). Ante esta definición, (Dittus, 2006) expone cuatro momentos en la teoría del silencio que los explica de la siguiente manera:

La teoría de la espiral del silencio se explica a partir de cuatro supuestos básicos, todos relacionados entre sí: primero, las personas tenemos un miedo innato al aislamiento; segundo, la sociedad amenaza con el aislamiento al individuo que se desvía; tercero, como consecuencia de ese miedo, el individuo intenta captar corrientes de opinión; y cuarto, los resultados de ese cálculo afecta la expresión o el ocultamiento de las opiniones. Sin embargo, estos supuestos se pueden resumir en un solo razonamiento: la opinión pública es entendida como un mecanismo social que hace posible la cohesión y la integración de los grupos humanos. (Dittus, 2006)

La integración del ser humano dentro de los grupos sociales es de vital importancia, tal y como lo indican los estudios experimentales realizados por (Asch, 1956) y (Milgram, 1956). “Para no encontrarse aislado, un individuo puede renunciar a su propio juicio. Esta es una condición de la vida en una sociedad humana; si fuera de otra manera, la integración sería imposible”.

Ese temor al aislamiento (no sólo el temor que tiene el individuo de que lo aparten sino también la duda sobre su propia capacidad de juicio) forma parte integrante, según nosotros, de todos los procesos de opinión pública. Aquí reside el punto vulnerable del individuo; en esto los grupos sociales pueden castigarlo por no haber sabido adaptarse. Hay un vínculo estrecho entre los conceptos de opinión pública, sanción y castigo. (Neumann, 1984).

El aislamiento del que puede ser víctima una persona al expresar opiniones diferentes a las establecidas, cayendo en la espiral del silencio, se puede diagnosticar a través de la observación del entorno y la valoración de aspectos positivos encontrados en el mismo.



Es lo que el individuo intenta descubrir mediante un "órgano cuasiestadístico" al observar su entorno social, estimar la distribución de las opiniones a favor o en contra de sus ideas, pero sobre todo al evaluar la fuerza y el carácter movilizador y apremiante, así como las posibilidades de éxito, de ciertos puntos de vista o de ciertas propuestas. (Neumann, 1984)

Esto es especialmente importante cuando, en una situación de inestabilidad, el individuo es testigo de una lucha entre posiciones opuestas y debe tomar partido. Puede estar de acuerdo con el punto de vista dominante, lo cual refuerza su confianza en sí mismo y le permite expresarse sin reticencias y sin correr el riesgo de quedar aislado frente a los que sostienen puntos de vista diferentes. Por el contrario, puede advertir que sus convicciones pierden terreno; cuanto más suceda esto, menos seguro estará de sí y menos propenso estará a expresar sus opiniones. (Neumann, 1984)

Este tipo de conductas, nuevamente se remiten a la evaluación que realiza la persona acerca de su entorno y la valoración de opiniones.

La opinión dividida se afirma cada vez con más frecuencia y con más seguridad; al otro se lo escucha cada vez menos. Los individuos perciben estas tendencias y adaptan sus convicciones en consecuencia. Uno de los dos campos presentes acrecienta su ventaja mientras el otro retrocede. La tendencia a expresarse en un caso, y a guardar silencio en el otro, engendra un proceso en espiral que en forma gradual va instalando una opinión dominante. (Neumann, 1984)

De la misma manera la autora nos entrega una definición acerca de opinión pública teniendo en cuenta las expresiones anteriores.

Basándonos en el concepto de un proceso interactivo que genera una "espiral" del silencio, definimos la opinión pública como aquella que puede ser expresada en público sin riesgo de sanciones, y en la cual puede fundarse la acción llevada adelante en público. Expresar la opinión opuesta y efectuar

una acción pública en su nombre significa correr peligro de encontrarse aislado. En otras palabras, podemos describir la opinión pública como la opinión dominante que impone una postura y una conducta de sumisión, a la vez que amenaza con aislamiento al individuo rebelde y, al político, con una pérdida del apoyo popular. (Neumann, 1984)

## 2.12 Hipótesis

- **Hipótesis nula H0:** El Diario “El Ambateño” no cumple con la prevalencia de la difusión de contenidos educativos establecido en el Art. 8 de la Ley Orgánica de Comunicación.
- **Hipótesis alternativa H1:** El Diario “El Ambateño” sí cumple con la prevalencia de la difusión de contenidos educativos establecido en el Art.8 de la Ley Orgánica de Comunicación.

## 2.13 Señalamiento de las variables

- Variable independiente: Difusión de contenidos educativos.
- Variable dependiente: Producción periodística.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 Enfoque de la investigación**

En el presente capítulo se analizó de manera cuantitativa, varios aspectos referentes a la producción periodística educativa, así como la prevalencia que estos contenidos deben procurar sobre otros, de acuerdo a la (LOC, 2013).

Para esta investigación se recopiló información, por medio de artículos científicos, registros oficiales, documentos, libros, e investigaciones científicas donde se encontró información pertinente al tema tratado.

A través del tiempo, el ser humano ha estado en la búsqueda constante de nuevos conocimientos, siendo la investigación cuantitativa una de las vías para obtenerlo, teniendo su soporte en la indagación a través de elementos cognitivos y en datos numéricos extraídos de la realidad, procesados estadísticamente para probar teorías. (Del Canto y Silva, 2013)

#### **3.2 Modalidad básica de la investigación**

##### **3.2.1 Bibliográfica / Documental**

“La investigación documental es una técnica que consiste en la selección y recopilación de información por medio de la lectura y crítica de documentos bibliográficos, de bibliotecas, hemerotecas, centros de documentación e información” (Paez, 2014).

La modalidad bibliográfica – documental en esta investigación se realizó en base a la lectura de varios aportes científicos como, revistas especializadas, libros, artículos científicos, registros oficiales, etc. Pertenecientes a las áreas de la educación, el

ciberespacio, los medios de comunicación y producción periodística, con el fin de sustentar debidamente el marco teórico de la investigación y la fundamentación de la propuesta.

### **3.2.2 Investigación de campo**

“Investigación de campo es la recolección de datos directamente de la realidad de donde ocurre los hechos sin manipular o controlar variable alguna” (Arias, 1999).

Para el estudio de investigación se tomó en cuenta la técnica de análisis de contenido de carácter cuantitativo, realizada sobre los ejemplares del diario El Ambateño, obtenidos en la semana del 02 al 08 de abril de 2018. Con el fin de obtener datos precisos sobre el problema.

### **3.3 Nivel o tipo de investigación**

#### **3.3.1 Investigación exploratoria**

La presente investigación muestra su carácter exploratorio al indagar en los aspectos fundamentales sobre la problemática planteada en la producción y la prevalencia de contenidos educativos, es decir, logró un aporte significativo a la exploración de ambas variables lo cual aporta a la conceptualización de las mismas.

La aplicación del nivel investigativo exploratorio, me permitió analizar, de primera mano, la producción periodística y los espacios destinados a cada tipo de información dentro del diario El Ambateño, especialmente los contenidos educativos, de acuerdo al cumplimiento del Art. 8 de la (LOC, 2013)

#### **3.4 Muestra para el análisis de contenido**

Aun cuando interesan los valores de ciertas características en la población, o parámetros, generalmente es imposible estudiar la población en su conjunto. Esa imposibilidad surge por razones de costo, tiempo o disponibilidad de recursos humanos y técnicos, porque la población es infinita o muy grande,

no está bien delimitada en término de espacio y tiempo, o por otras razones. La solución es, entonces, estudiar una parte de la población o muestra, y luego generalizar a la población, las conclusiones obtenidas a partir del estudio de la muestra. (Camacho J. , 2007)

Para esta investigación se tomaron en cuenta, siete ejemplares del diario El Ambateño, pertenecientes a la semana del lunes 02, al domingo 08 de abril de 2018.

Dichos ejemplares me permitieron investigar, la producción periodística del medio, así como, la cantidad de espacio que se destina, a cada uno de los segmentos que se publican en el diario.

Se aplicó un análisis de contenido de carácter cuantitativo, para verificar la cantidad de espacio semanal, que es destinado a cubrir cada una de las secciones en el medio, especialmente, la producción educativa.

Las secciones del diario están identificadas de la siguiente manera:

Entretenimiento

Información

Opinión

Publicidad

Remitido

Formativos

Educativo

Cultural

Deportivo

Posteriormente, se procedió a utilizar una ficha de análisis e interpretación de resultados, con el fin de organizar los datos obtenidos y adquirir los resultados de manera correcta. El análisis se lo realizó en los siete ejemplares, teniendo en cuenta sus distintas secciones y la variedad que se pueda observar en los diferentes días.

### 3.5 Operacionalización de las variables

#### 3.5.1 Variable independiente: Difusión de contenidos educativos.

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Items	Técnicas e instrumentos
Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos. (LOC, 2013)	Difusión	- Contenidos educativos.	- ¿Qué cantidad de contenidos educativos hay en el diario?	Análisis de contenido
	Calidad	- Valores y derechos	- La información que se presenta en el diario ¿cumple con la difusión de derechos valores?	
	Derechos humanos	- Análisis legislativo	¿La ley promueve y defiende la difusión de los derechos universales?	

Tabla 2: Operacionalización de variables - variable independiente

Fuente: Investigación propia

Realizado por: Lenin Santos

### 3.5.2 Variable dependiente: Producción periodística.

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Items	Técnicas e instrumentos
<p>“Producción Periodística es la materia que se refiere a los procesos de creación y elaboración de la comunicación periodística a través de medios escritos, audiovisuales y electrónicos. Teoría y práctica de la organización y gestión de la empresa informativa.” (Manfredi, 2000)</p>	Creación de contenidos.	- Producción y creación.	¿Qué cantidad de producción educativa se incluye en el medio?	Análisis de contenido
	Comunicación periodística.	- Muestra	¿Cuáles son los contenidos que prevalecen en el diario?	
	Organización y gestión informativa.	- Publicidad	¿Qué cantidad de publicaciones son dedicadas al cobro de rubros directos?	

Tabla 3: Operacionalización de variables - variable dependiente

Fuente: Investigación propia

Realizado por: Lenin Santos

## **3.6 Técnica e instrumentos**

### **3.6.1 Análisis de contenido**

El análisis de contenido constituye una herramienta de exploración que permite al quien investiga, acercarse directamente a los datos producidos por los implicados sin necesidad de intervenir con ellos de forma directa.

Según (Hernandez, 1998), “es una técnica muy útil para analizar los procesos de comunicación en muy diversos contextos. El análisis de contenido puede ser aplicado virtualmente a cualquier forma de comunicación”.

Se considera sobre todo como un método de observación y medición. En lugar de observar el comportamiento de las personas en forma directa, o de pedirles que respondan a escalas, o aun de entrevistarlas, el investigador toma las comunicaciones que la gente ha producido y pregunta acerca de dichas comunicaciones. (Kerlinger F. N., 1998)

El análisis de contenido puede concebirse como un conjunto de procedimientos que tienen como objetivo la producción de un meta texto analítico en el que se representa el corpus textual de manera transformada. (...) ha de concebirse como un procedimiento destinado a desestabilizar la inteligibilidad inmediata de la superficie textual, mostrando sus aspectos no directamente intuibles y, sin embargo, presentes. (Navarro y Díaz, 1998)

Esta técnica se utiliza como método investigativo que nos permite elaborar textos de carácter analítico en el que se presentan datos cuantitativos procesados para ahondar en aspectos que se encuentran ocultos pero que son determinantes para el estudio del tema planteado.

Según (Piñuel J. L., 2002), el análisis de contenido incluiría necesariamente los siguientes pasos: “ a) selección de la comunicación que será estudiada; b) selección



de las categorías que se utilizarán; c) selección de las unidades de análisis, y d) selección del sistema de recuento o de medida.

Para realizar un estudio completo sobre la muestra, se utilizó como herramienta, la ficha de análisis. Según (Piñuel J. L., 2002), este es el instrumento que se debe utilizar para realizar un análisis de contenido. “La ficha de análisis es un documento para el registro de los datos de cada una de las unidades de análisis y sus respectivas variables o indicadores”.

Mediante el uso de esta técnica se analizaron siete ejemplares del diario El Ambateño, estableciendo unidades de muestreo pertenecientes a los días de la semana y el número de páginas que se encuentran en cada uno de ellos.

### **3.7 Plan de Recolección de Información**

Se dividió cada unidad de muestreo en nueve secciones diferentes de acuerdo al tipo de contenidos que se especifican en el medio, posteriormente, se tomaron en cuenta las páginas de cada diario y se crearon secciones dentro de cada ficha de análisis para ubicar los datos obtenidos. Aquí se incluyeron los datos numéricos que se encontraron en la portada y contraportada del diario.

Una vez dividida la unidad de muestreo en secciones, se analizó cada página de forma cuantitativa, teniendo en cuenta el área de cada artículo, expresado en centímetros cuadrados. Dentro de cada sección, aleatoriamente, se encuentran publicaciones correspondientes a otros contenidos, por lo que se realizó una clasificación de la información, ubicando dichos valores dentro de sus propias secciones en la ficha de análisis.

### **3.8 Plan de Procesamiento de la Información**

Los datos numéricos expresados en esta investigación fueron procesados, a través de los programas informáticos, Microsoft Word y Microsoft Excel donde se procedió a

ubicar los datos obtenidos dentro de una ficha de análisis para procesarlos matemáticamente y obtener el porcentaje correspondiente a la producción periodística expuesta en cada página del diario.

En esta ficha se ubicaron todas las secciones de contenido, junto con veinte y cuatro espacios de análisis que representan cada página que posee el diario, igualmente, aquí, se incluyeron todos los datos obtenidos en la portada y contraportada.

Estos datos fueron analizados e interpretados de manera más profunda, tomando en cuenta, lo expresado en la (LOC, 2013), en la sección de disposiciones preliminares y definiciones, Artículo 8 que indica:

Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos. (LOC, 2013)

La fórmula investigativa es aplicada sobre el rango temporal de los siete días de la semana. Posteriormente, se creó otra ficha de análisis para realizar un estudio general con los datos obtenidos en los siete días, mostrando el resultado semanal de la producción periodística educativa y el resultado del análisis total de la muestra.

## CAPITULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1 Análisis e interpretación de resultados

Con el objetivo de analizar la producción periodística del diario El Ambateño, conforme a lo que indica (LOC, 2013), en su primer título, sección de disposiciones preliminares y definiciones, Art. 8, se procedió a utilizar la herramienta análisis de contenido, la cual me permitió determinar la cantidad de espacio destinado a cada una de las publicaciones que se incluyen en cada sección del diario y hacer el análisis general para saber si esta información cumple con lo estipulado en la ley, sobre la prevalencia de contenidos educativos en los medios de comunicación.

Para realizar el análisis de datos se tomó en cuenta los siguientes indicadores: entretenimiento, información, opinión, publicidad, remitido, formativos, educativo, cultural y deportivo. Los mismos que constituyen el 100% de cada edición.

#### 1.- Espacio que ocupa cada sección de contenido el día lunes 2 de abril de 2018 en el diario “El Ambateño”.

CONTENIDO	TOTAL	%
ENTRETENIMIENTO	1870	9
INFORMACION	8685	40
OPINION	570	3
PUBLICIDAD	5911	28
REMITIDO	117	1
FORMATIVO	72	0
EDUCATIVO	902	4
CULTURAL	1120	5
DEPORTIVO	2247	10
TOTAL (CM2)	21494	100

Tabla 4: Espacio dedicado a cada sección de contenido. Lunes 02/04/18.

Fuente: Análisis de contenido

Elaborado por: Lenin Santos

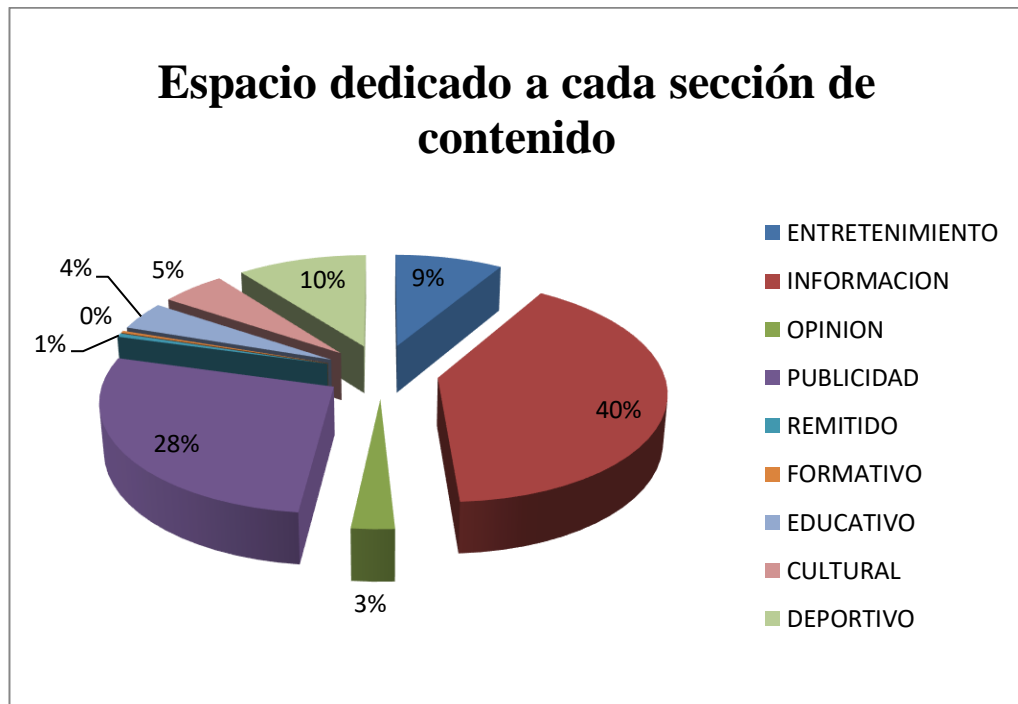


Figura 5: Espacio dedicado a cada sección de contenido. Lunes 02/04/18.

Fuente: Análisis de contenido

Elaborado por: Lenin Santos

### Análisis:

De acuerdo con el estudio realizado a la edición del día lunes 2 de abril de 2018, en el diario El Ambateño, este mantiene en su parrilla, nueve secciones de contenido que se distribuyen de la siguiente manera: Un 40% es destinado a contenidos de información con 8.685cm<sup>2</sup>, un 28% es destinado a publicidad con 5.911 cm<sup>2</sup>, le sigue, un 10% destinado para deportes con 2.247 cm<sup>2</sup>, un 9% es destinado a entretenimiento con 1.870 cm<sup>2</sup>, un 5% es dedicado a contenido cultural con 1.120 cm<sup>2</sup>, un 4% es dedicado a contenidos educativos con 902 cm<sup>2</sup>, un 3% es destinado a contenidos de opinión con 570 cm<sup>2</sup>, un 1% es destinado a contenidos remitidos con 117 cm<sup>2</sup>, y por último, un 0% es para contenidos formativos con 72 cm<sup>2</sup>.

### **Interpretación:**

En la edición del día lunes 2 de abril de 2018, existe un predominio de contenidos informativos, por la expectativa propia de los lectores al iniciar la semana con nuevas noticias, le siguen los contenidos dedicados a la publicidad, lo cual es determinante para la rentabilidad económica del medio. Los contenidos deportivos mantienen una ligera superioridad sobre los contenidos de entretenimiento, a los cuales, se les dedica un mediano espacio en la edición. Los contenidos culturales mantienen un ligero predominio frente a los contenidos educativos, estos a su vez, mantienen una cantidad de producción muy baja respecto al resto de contenidos, lo cual no cumple con lo estipulado en el Art. 8 de la (LOC, 2013).

Por otro lado, los contenidos de opinión muestran una pequeña superioridad frente a los contenidos de carácter remitidos y formativos, que son los que poseen menos producción periodística en todo el diario.

### **2.- Espacio que ocupa cada sección de contenido el día martes 3 de abril de 2018 en el diario “El Ambateño”.**

CONTENIDO	TOTAL	%
ENTRETENIMIENTO	2779	13
INFORMACION	8732	41
OPINION	514	2
PUBLICIDAD	3253	15
REMITIDO	896	4
FORMATIVO	437	2
EDUCATIVO	584	3
CULTURAL	1120	5
DEPORTIVO	3179	15
TOTAL (CM2)	21494	100

Tabla 5: Espacio dedicado a cada sección de contenido. Martes 03/04/18.

Fuente: Análisis de contenido.

Elaborado por: Lenin Santos

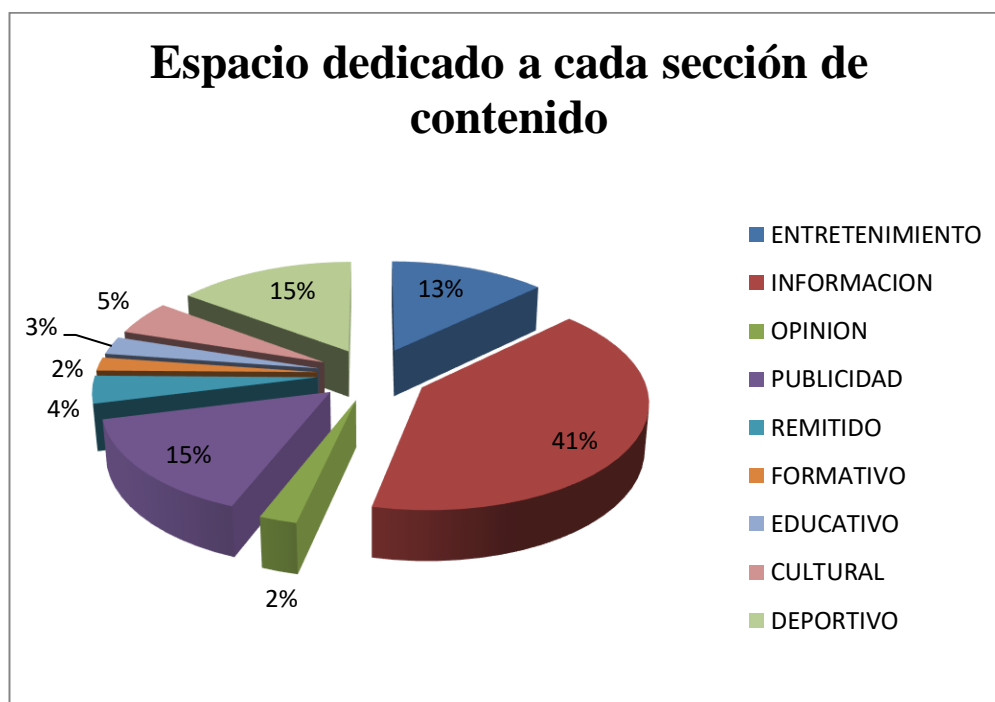


Figura 6: Espacio dedicado a cada sección de contenido. Martes 03/04/18.

Fuente: Análisis de contenido

Elaborado por: Lenin Santos

### Análisis:

De acuerdo con el análisis realizado a la edición del día martes 3 de abril de 2018, en el diario El Ambateño, el medio mantiene en su parrilla de contenidos, nueve secciones distribuidas de la siguiente manera: Un 41% dedicado a información con 8.732 cm<sup>2</sup>, un 15% destinado a publicidad con 3.253 cm<sup>2</sup>, de la misma manera, un 15% destinado a deportes con 3.179 cm<sup>2</sup>, un 13% dedicado a entretenimiento con 2.779 cm<sup>2</sup>, le sigue, un 5% destinado a contenidos culturales con 1.120 cm<sup>2</sup>, un 4% dedicado a contenidos remitidos con 896 cm<sup>2</sup>, un 3% destinado a contenidos educativos con 584 cm<sup>2</sup>, un 2% destinado a contenidos formativos con 437 cm<sup>2</sup> y por último, un 2% dedicado a contenidos de opinión con 514 cm<sup>2</sup>.

### Interpretación:

En la edición del día martes 3 de abril de 2018, existe un predominio de los contenidos de información, debido al carácter propio del medio de comunicación, los contenidos sobre publicidad, experimentan una igualdad con los contenidos deportivos, esto debido al gran interés que muestran las empresas sobre los juegos y competencias deportivas. Le siguen los contenidos sobre entretenimiento, los cuales ocupan una mediana plaza de producción en el medio para utilizarlo de enganche. Los contenidos culturales encabezan la franja con menos producción periodística en el diario, ubicándose por encima de los contenidos remitidos y educativos lo cual no cumple con lo estipulado en el Art. 8 de la (LOC, 2013).

Al final de la lista, se encuentran los contenidos formativos y de opinión, los cuales, mantienen una igualdad en la ubicación con menos producción periodística en el diario.

### **3.- Espacio que ocupa cada sección de contenido el día miércoles 4 de abril de 2018 en el diario “El Ambateño”:**

CONTENIDO	TOTAL	%
ENTRETENIMIENTO	2148	10
INFORMACION	8949	42
OPINION	560	3
PUBLICIDAD	3300	15
REMITIDO	1414	7
FORMATIVO	165	1
EDUCATIVO	1801	8
CULTURAL	1148	5
DEPORTIVO	2009	9
TOTAL (CM2)	21494	100

Tabla 6 Espacio dedicado a cada sección de contenido. Miércoles 04/04/18.

Fuente: Análisis de contenido.

Elaborado por: Lenin Santos

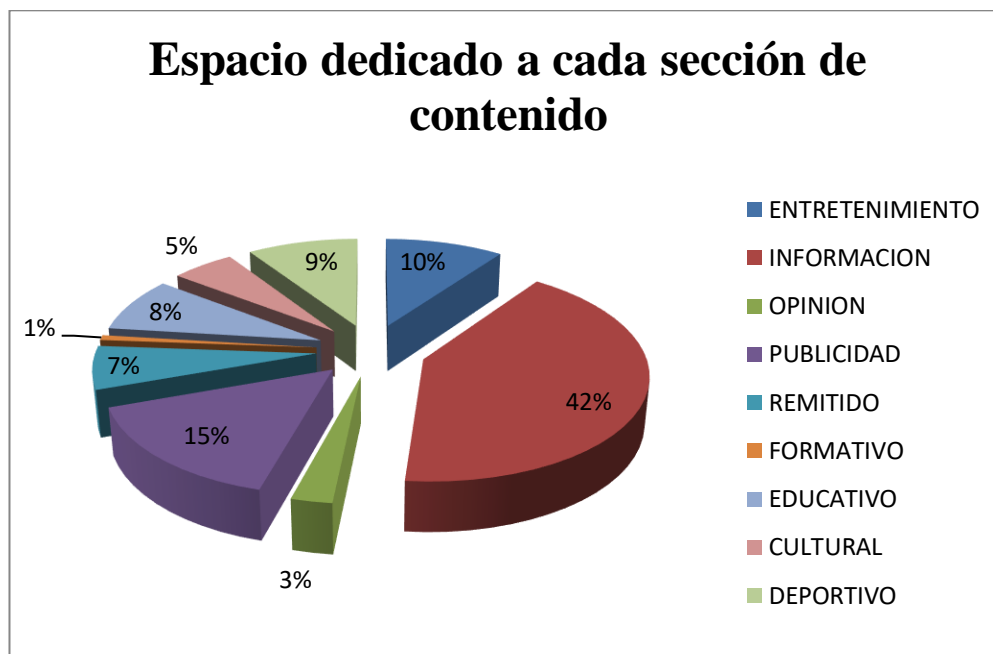


Figura 7: Espacio dedicado a cada sección de contenido. Miércoles 04/04/18.

Fuente: Análisis de contenido

Elaborado por: Lenin Santos

### Análisis:

De acuerdo con el estudio realizado a la edición del día miércoles 4 de abril de 2018, en el diario El Ambateño, el medio mantiene en su parrilla, nueve secciones de contenido mencionadas dentro de su edición. Un 42% destinado a contenidos de información con 8.949 cm<sup>2</sup>, le sigue, un 15% dedicado a publicidad con 3.300 cm<sup>2</sup>, un 10% destinado a contenidos de entretenimiento con 2.148 cm<sup>2</sup>, un 9% dedicado a contenidos deportivos con 2.009 cm<sup>2</sup>, le sigue, un 8% destinado a contenidos educativos con 1.801 cm<sup>2</sup>, un 7% dedicado a contenidos remitidos con 1.414 cm<sup>2</sup>, un 5% destinado a contenidos culturales con 1.148 cm<sup>2</sup>, le sigue, un 3% destinado a contenidos de opinión con 560 cm<sup>2</sup> y finalmente, un 1% dedicado a contenidos formativos con 165 cm<sup>2</sup>.

### Interpretación:



En la edición del día miércoles 4 de abril de 2018, existe un predominio de los contenidos destinados a información debido al carácter propio del medio, le siguen, los contenidos dedicados a la publicidad que mantiene la economía y rentabilidad del diario. Los contenidos de entretenimiento se encuentran en el tercer lugar de importancia informativa por encima de los contenidos deportivos y educativos, esto sin embargo, difiere con lo estipulado en el Art. 8 de la (LOC, 2013). Los contenidos remitidos experimentan una ligera superioridad sobre los contenidos culturales, los cuales a su vez, se ubican por encima de los contenidos de opinión, reiterando así, el carácter comercial del diario. Por último, los contenidos con menor producción periodística son los contenidos formativos que representan el 1% de la producción total del diario debido a su escasa demanda y mínimo interés que muestran sus autores.

**4.- Publicaciones según el tipo de contenido del día jueves 5 de abril de 2018 en el diario “El Ambateño”:**

CONTENIDO	TOTAL	%
ENTRETENIMIENTO	1997	9
INFORMACION	10292	48
OPINION	602	3
PUBLICIDAD	2360	11
REMITIDO	1190	6
FORMATIVO	592	3
EDUCATIVO	451	2
CULTURAL	1120	5
DEPORTIVO	2890	13
TOTAL (CM2)	21494	100,0

Tabla 7: Espacio dedicado a cada sección de contenido. Jueves 05/04/18.

Fuente: Análisis de contenido.

Elaborado por: Lenin Santos

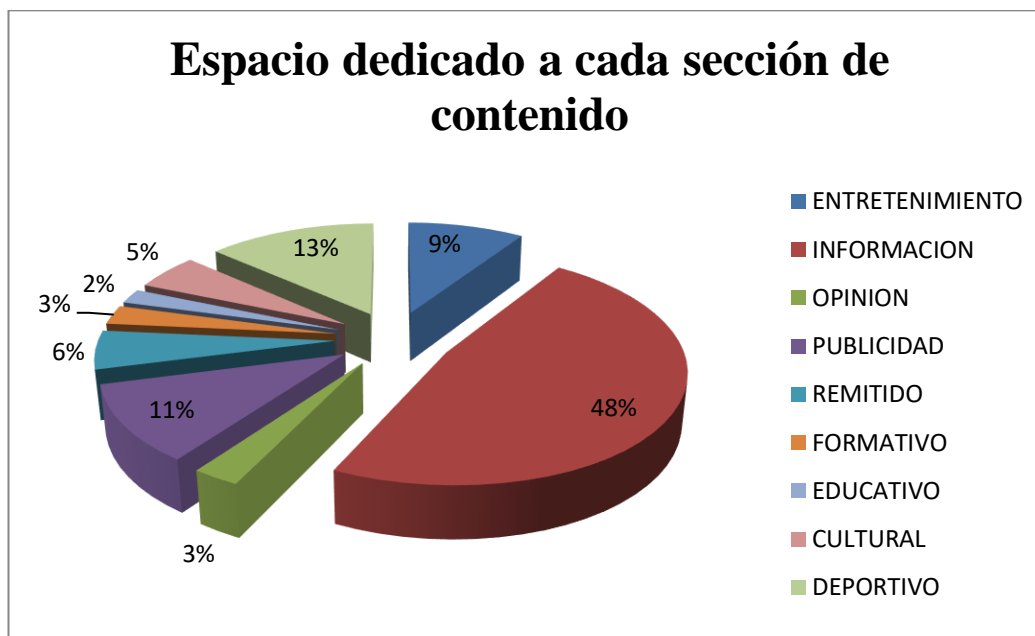


Figura 8: Espacio dedicado a cada sección de contenido. Jueves 05/04/18.

Fuente: Análisis de contenido

Elaborado por: Lenin Santos

#### **Análisis:**

De acuerdo con el análisis realizado a la edición del día jueves 5 de abril de 2018 en el diario El Ambateño, el medio mantiene en su parrilla, nueve secciones de contenido mencionadas dentro de su edición. Un 48% destinado a contenidos de información con 10.292 cm<sup>2</sup>, le sigue, un 13% dedicado a contenidos de deportivos con 2.890 cm<sup>2</sup>, un 11% es destinado a contenidos de publicidad con 2.360 cm<sup>2</sup>, un 9% dedicado a contenidos de entretenimiento con 1.997 cm<sup>2</sup>, un 6% destinado a contenidos remitidos con 1.190 cm<sup>2</sup>, un 5% destinado a contenidos culturales con 1.120 cm<sup>2</sup>, un 3% dedicado a contenidos de opinión 602 cm<sup>2</sup>, un 3% destinado a contenidos formativos con 592 cm<sup>2</sup>, y por último, un 2% destinado a contenidos educativos con 451 cm<sup>2</sup>.

#### **Interpretación:**

En la edición del día jueves 5 de abril de 2018, existe un predominio de los contenidos dedicados a la información por el carácter informativo propio del diario, le siguen los contenidos deportivos con una ligera superioridad sobre los contenidos dedicados a obtener rubros económicos como son los contenidos publicitarios, esto porque la información deportiva se vuelve relevante a medida que se acercan las fechas en los calendarios de juegos. Los contenidos sobre entretenimiento, ocupan un espacio mediano en el diario dado la importancia que requiere para la agenda periodística otro tipo de contenidos. Los contenidos remitidos se ubican ligeramente por encima de los contenidos culturales, los cuales a su vez, aparecen por encima de los contenidos de opinión y formativos que mantienen una leve igualdad de producción periodística, reiterando nuevamente el carácter comercial que mantiene el diario. Por ultimo aparecen en el último lugar los contenidos educativos con tan solo 2% de la producción total del diario lo cual difiere con lo propuesto en el Art. 8 de la (LOC, 2013).

**5.- Publicaciones según el tipo de contenido del día viernes 6 de abril de 2018 en el diario “El Ambateño”:**

CONTENIDO	TOTAL	%
ENTRETENIMIENTO	2668	12
INFORMACION	8686	40
OPINION	560	3
PUBLICIDAD	2880	13
REMITIDO	1232	6
FORMATIVO	432	2
EDUCATIVO	636	3
CULTURAL	1232	6
DEPORTIVO	3168	15
TOTAL (CM2)	21494	100

Tabla 8: Espacio dedicado a cada sección de contenido. Viernes 06/04/18.

Fuente: Análisis de contenido.

Elaborado por: Lenin Santos

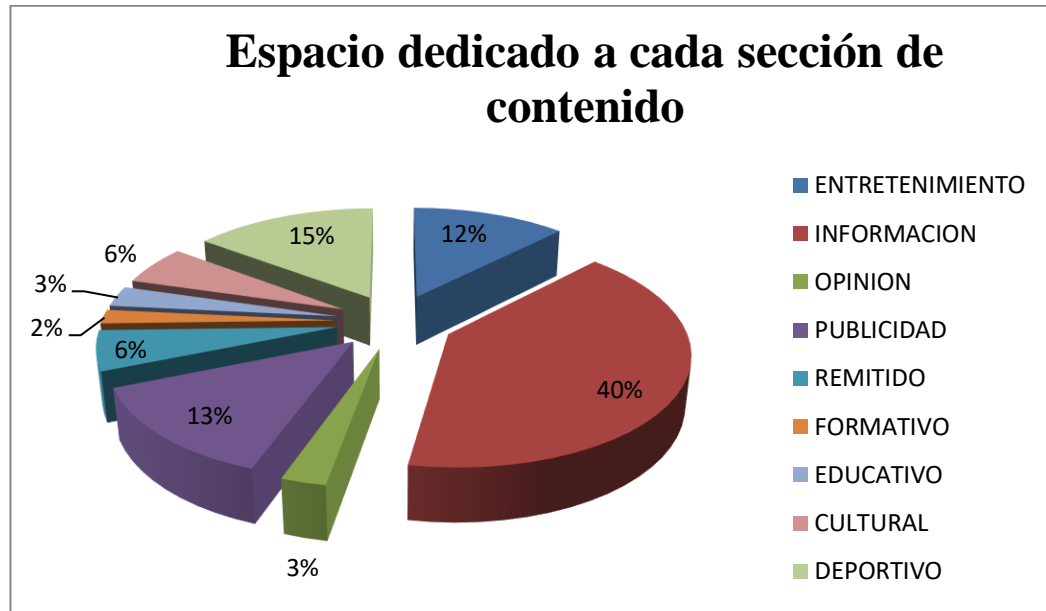


Figura 9: Espacio dedicado a cada sección de contenido. Viernes 06/04/18.

Fuente: Análisis de contenido

Elaborado por: Lenin Santos

### Análisis:

De acuerdo con el estudio realizado a la edición del día viernes 6 de abril de 2018, en el diario El Ambateño, el medio mantiene en su parrilla, nueve secciones de contenido mencionadas dentro de su edición. Un 40% destinado a contenidos informativos con 8.686 cm<sup>2</sup>, un 15% dedicado a contenidos deportivos con 3.168 cm<sup>2</sup>, un 13% dedicado a contenidos publicitarios con 2.880 cm<sup>2</sup>, un 12% destinado a contenidos de entretenimiento con 2.668 cm<sup>2</sup>, un 6% dedicado a contenidos de carácter remitido con 1.232 cm<sup>2</sup>, un 6% destinado a contenidos culturales con 1.232 cm<sup>2</sup>, un 3% dedicado a contenidos educativos con 636 cm<sup>2</sup>, un 3% destinado a contenidos de opinión con 560 cm<sup>2</sup> y finalmente, un 2% dedicado a contenidos formativos con 432 cm<sup>2</sup>.

### **Interpretación:**

En la edición del día viernes 6 de abril de 2018, existe un predominio de contenidos de carácter informativo, por el sentido propio del medio de comunicación a priorizar la información noticiosa y de actualidad, le siguen, los contenidos de carácter deportivo que responden a una demanda del público por saber el desarrollo de los encuentros deportivos próximos al fin de semana. Los contenidos destinados a recaudar réditos económicos para la empresa informativa, como son los contenidos publicitarios, ocupan la tercera plaza de importancia informativa en el medio, estos mantienen una ligera superioridad sobre los contenidos de entretenimiento, que pasan a ser más relevantes el fin de semana para públicos de distintas edades. Los contenidos remitidos mantienen una similitud con los contenidos culturales, estos se ubican por encima de los contenidos educativos, que también, mantienen una igualdad con los contenidos de opinión, esto por supuesto, difiere con lo propuesto en el Art. 8 de la (LOC, 2013).

Finalmente la plaza con menos producción periodística es la dedicada a los contenidos formativos con tan solo el 2% de la producción total del diario.

### **6.- Publicaciones según el tipo de contenido del día sábado 7 de abril de 2018 en el diario “El Ambateño”:**

CONTENIDO	TOTAL	%
ENTRETENIMIENTO	2140	10
INFORMACION	9461	44
OPINION	560	3
PUBLICIDAD	2874	13
REMITIDO	1272	6
FORMATIVO	120	1
EDUCATIVO	1161	5
CULTURAL	1092	5
DEPORTIVO	2814	13
TOTAL (CM2)	21494	100

Tabla 9: Espacio dedicado a cada sección de contenido. Sábado 07/04/18.

Fuente: Análisis de contenido.

Elaborado por: Lenin Santos

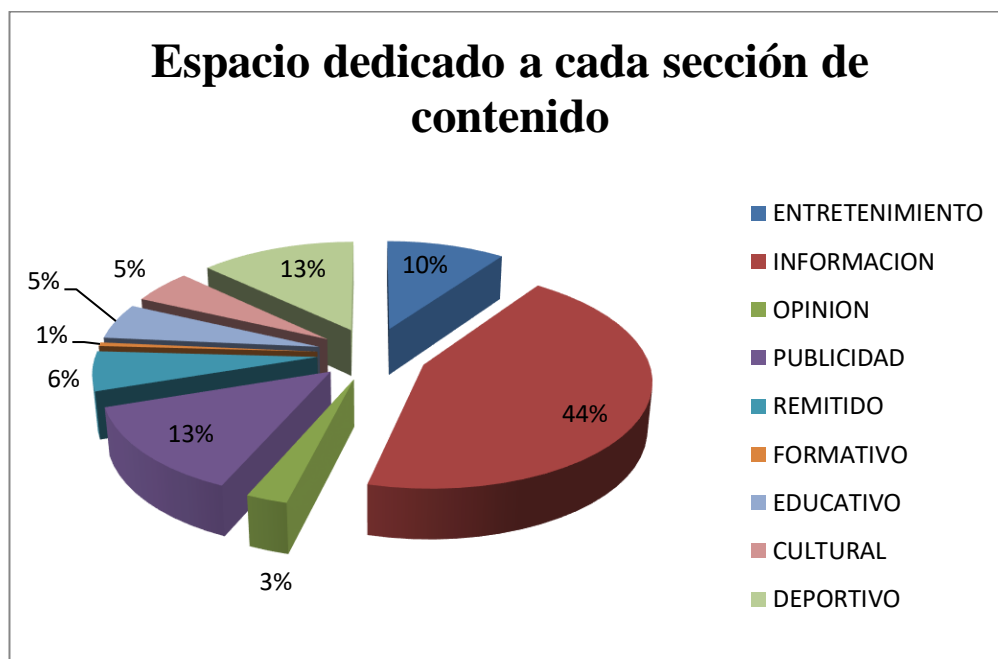


Figura 10: Espacio dedicado a cada sección de contenido. Sábado 07/04/18.

Fuente: Análisis de contenido

Elaborado por: Lenin Santos

### Análisis:

De acuerdo con el estudio realizado a la edición del día sábado 7 de abril de 2018, en el diario El Ambateño, el medio mantiene en su parrilla, nueve secciones de contenido mencionadas dentro de su edición. Un 44% destinado a contenidos informativos con 9.461 cm<sup>2</sup>, un 13% dedicado a contenidos publicitarios con 2.874 cm<sup>2</sup>, un 13% reservado a contenidos deportivos con 2.814 cm<sup>2</sup>, un 10% destinado a contenidos sobre entretenimiento con 2.140 cm<sup>2</sup>, un 6% destinado a contenidos remitidos con 1.272 cm<sup>2</sup>, un 5% reservado a contenidos educativos con 1.161 cm<sup>2</sup>, un 5% destinado a contenidos culturales con 1.092 cm<sup>2</sup>, un 3% dedicado a contenidos de opinión con 560 cm<sup>2</sup> y finalmente un 1% reservado a contenidos formativos con 120 cm<sup>2</sup>.

### **Interpretación:**

En la edición del día sábado 7 de abril de 2018, existe un predominio de contenidos de carácter informativo, esto por el sentido propio que mantiene el medio de comunicación, le siguen los contenidos de carácter publicitario, que sirven para aportar económicamente a la empresa informativa, estos contenidos además mantienen una igualdad con los contenidos deportivos que responden a la demanda del público por saber los avances sobre juegos y competiciones a desarrollarse el fin de semana, le siguen los contenidos sobre entretenimiento que ocupan una plaza mediana en el diario debido al clima emocional que existe en este día. Los contenidos remitidos mantienen una ligera superioridad sobre los contenidos educativos, los cuales a su vez mantienen una igualdad con los contenidos culturales, esto muestra una clara priorización de contenidos que generen ingresos económicos directos, lo cual difiere con lo propuesto en el Art. 8 de la (LOC, 2013).

Finalmente los contenidos sobre opinión se ubican por encima de los contenidos formativos los cuales ocupan solamente el 1% de la producción total del diario dada su poca demanda.

### **7.- Publicaciones según el tipo de contenido del día domingo 8 de abril de 2018 en el diario “El Ambateño”:**

CONTENIDO	TOTAL	%
ENTRETENIMIENTO	2903	14
INFORMACION	8871	41
OPINION	560	3
PUBLICIDAD	3224	15
REMITIDO	300	1
FORMATIVO	728	3
EDUCATIVO	1044	5
CULTURAL	1176	5
DEPORTIVO	2688	13
TOTAL (CM2)	21494	100,0

Tabla 10: Espacio dedicado a cada sección de contenido. Domingo 08/04/18.

Fuente: Análisis de contenido.

Elaborado por: Lenin Santos

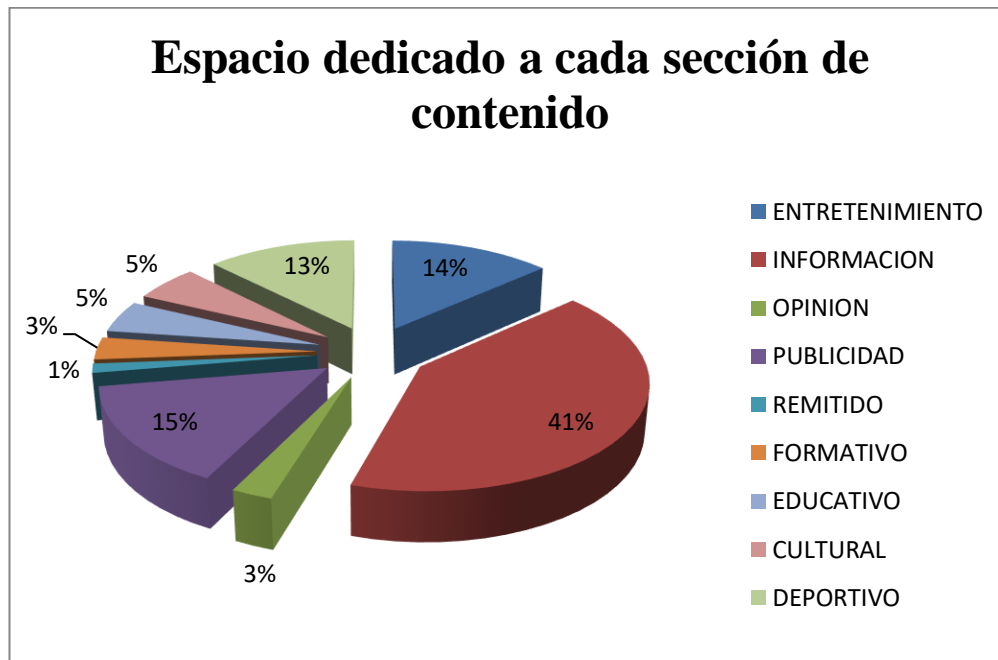


Figura 11: Espacio dedicado a cada sección de contenido. Domingo 08/04/18.

Fuente: Análisis de contenido

Elaborado por: Lenin Santos

### Análisis:

De acuerdo con el estudio realizado a la edición del día domingo 8 de abril de 2018, en el diario El Ambateño, el medio mantiene en su parrilla, nueve secciones de contenido mencionadas dentro de su edición. Un 41% destinado a contenidos informativos con 8.841 cm<sup>2</sup>, un 15% dedicado a contenidos publicitarios con 3.224 cm<sup>2</sup>, un 14% reservado para contenidos sobre entretenimiento con 2.903 cm<sup>2</sup>, un 13% dedicado a contenidos deportivos con 2.688 cm<sup>2</sup>, un 5% designado a contenidos culturales con 1.176 cm<sup>2</sup>, un 5% reservado a contenidos educativos con 1.044 cm<sup>2</sup>, un 3% designado a contenidos formativos con 728 cm<sup>2</sup>, un 3% designado a contenidos de opinión con 560 cm<sup>2</sup> y un 1% destinado a contenidos remitidos con 300 cm<sup>2</sup>.



### **Interpretación:**

En la edición del día domingo 8 de abril de 2018, existe un predominio de contenidos de carácter informativo por el sentido propio del medio de comunicación, le siguen los contenidos publicitarios que mantienen una ligera superioridad sobre los contenidos de entretenimiento y deportivos formando el segundo bloque de importancia en la parrilla informativa. Esto por la carga emocional propia del último día de la semana. Los contenidos culturales y educativos, experimentan una ligera similitud, al igual que los contenidos formativos y deportivos, lo cual difiere con lo propuesto en el Art. 8 de la (LOC, 2013). Por último los contenidos remitidos se ubican en la zona con la menor producción periodística de todo el diario con tan solo el 1%.

**8.- Espacio dedicado a cada sección de contenido durante la semana del 2 al 8 de abril de 2018, en el diario “El Ambateño”:**

CONTENIDO	DIAS DE LA SEMANA							TOTAL cm2	%
	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO		
<b>ENTRETENIMIENTO</b>	1870	2779	2148	1997	2668	2140	2903	16505	11
<b>INFORMACION</b>	8685	8732	8949	10292	8686	9461	8871	63676	42
<b>OPINION</b>	570	514	560	602	560	560	560	3926	3
<b>PUBLICIDAD</b>	5911	3253	3300	2360	2880	2874	3224	23802	16
<b>REMITIDO</b>	117	896	1414	1190	1232	1272	300	6421	4
<b>FORMATIVO</b>	72	437	165	592	432	120	728	2546	2
<b>EDUCATIVO</b>	902	584	1801	451	636	1161	1044	6579	4
<b>CULTURAL</b>	1120	1120	1148	1120	1232	1092	1176	8008	5
<b>DEPORTIVO</b>	2247	3179	2009	2890	3168	2814	2688	18995	13
								150458	100

Tabla 11: Espacio dedicado a cada sección de contenido del 2 al 8 de abril de 2018.

Fuente: Análisis de contenido

Elaborado por: Lenin Santos

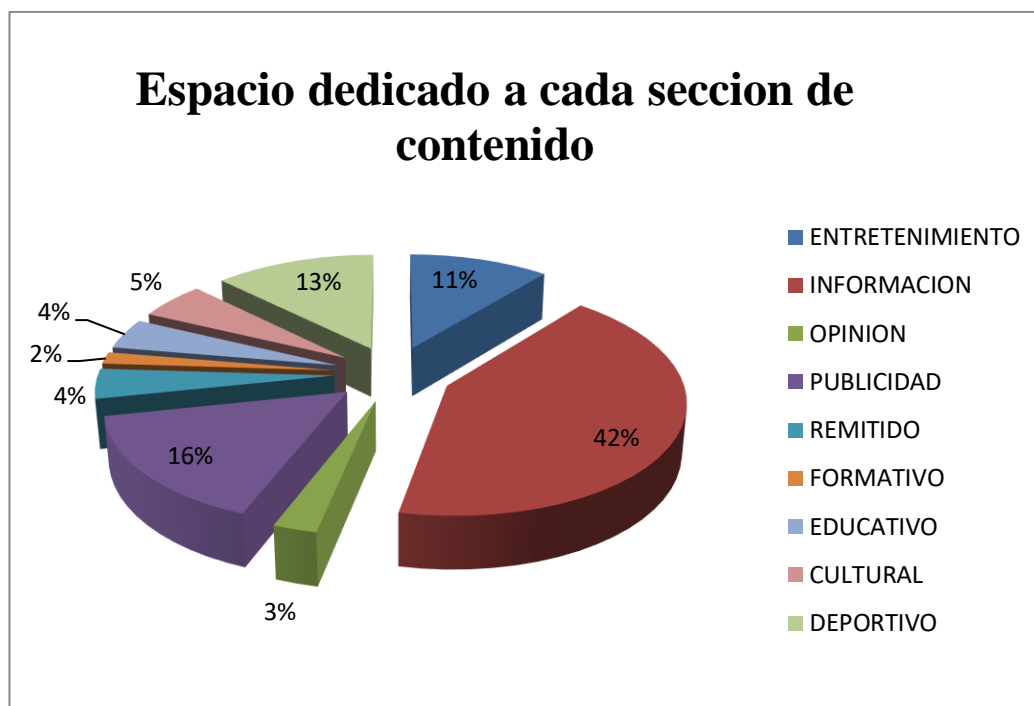


Figura 12: Espacio dedicado a cada sección de contenido del 2 al 8 de abril de 2018.

Fuente: Análisis de contenido

Elaborado por: Lenin Santos

#### Análisis:

De acuerdo con el análisis realizado durante la semana del 2 al 8 de abril de 2018, a la edición del diario El Ambateño, el medio mantiene en su parrilla, nueve secciones de contenido distribuidas de la siguiente manera: Un 42% destinado a contenidos informativos con 63.676 cm<sup>2</sup>, un 16% dedicado a contenidos publicitarios con 23.802 cm<sup>2</sup>, un 13% reservado para contenidos deportivos con 18.995 cm<sup>2</sup>, un 11% dedicado a contenidos de entretenimiento con 16.505 cm<sup>2</sup>, un 5% designado a contenidos culturales con 8.008 cm<sup>2</sup>, un 4% reservado a contenidos educativos con 6.579 cm<sup>2</sup>, un 4% designado a contenidos remitidos con 6.421 cm<sup>2</sup>, un 3% designado a contenidos de opinión con 3.926 cm<sup>2</sup> y un 2% destinado a contenidos formativos con 2.546 cm<sup>2</sup>.

#### Interpretación:

En la producción periodística de la semana del 2 al 8 de abril de 2018, existe un predominio de los contenidos de carácter informativo que se lo atribuimos al sentido de existencia propio del medio de comunicación escrito, le siguen los contenidos publicitarios que se traducen en ingresos económicos y que son importantes para la economía de la empresa informativa, los contenidos deportivos aparecen en la tercera plaza de importancia dada la constante demanda de este tipo de contenidos al generar expectativa de forma masiva, le siguen los contenidos dedicados al entretenimiento que significan una mediana producción para el medio y que aportan al enganche necesario para el lector, los contenidos culturales aparecen liderando la zona con menos producción periodística en el medio debido al interés mínimo que muestran sus autores sobre este tipo de información, Los contenidos educativos muestran una ligera similitud con la cantidad de contenidos remitidos incluidos en el diario, lo cual difiere con lo propuesto en el Art. 8 de la (LOC, 2013), en su primer título, sección de disposiciones preliminares y definiciones. Los contenidos sobre opinión se encuentran ligeramente sobre los contenidos informativos siendo este último la sección con menos producción periodística en el diario.

#### **4.2 Verificación de Hipótesis**

**Hipótesis alternativa (H1):** El diario El Ambateño sí cumple con la prevalencia de la difusión de contenidos educativos establecido en el Art. 8 de la Ley Orgánica de Comunicación.

**Hipótesis nula (H0):** El diario El Ambateño no cumple con la prevalencia de la difusión de contenidos educativos establecido en el Art. 8 de la Ley Orgánica de Comunicación.

Luego de examinar los resultados obtenidos mediante el análisis de contenido de la programación de una semana, se procede a aceptar el planteamiento de la hipótesis nula (H0) que indica que el diario El Ambateño no cumple con la prevalencia de la difusión de contenidos educativos establecido en el Art.8 de la Ley Orgánica de Comunicación. Y se rechaza la hipótesis alternativa (H1) que afirma que el diario El

Ambateño sí cumple con la prevalencia de la difusión de contenidos educativos establecido en el Art.8 de la Ley Orgánica de Comunicación.

Mediante el análisis e interpretación de resultados obtenidos en una semana, se pudo constatar que, en el diario El Ambateño, no existe prevalencia de la difusión de contenidos educativos según lo estipulado en el Art. 8 de la (LOC, 2013). Donde, del 100% de su parrilla informativa, el 4% es destinado a contenidos educativos, los cuales, a su vez se distribuyen con presencia en los 7 días de la semana. El 96% restante se distribuye entre las demás secciones que componen el diario.

A través de los nueve indicadores expuestos en cada tabla, se obtuvo el resultado de que solo el 4% de la producción periodística pertenece a contenidos educativos, los cuales están realizados acorde a lo estipulado en el Art. 8 de la (LOC, 2013).

Basándome en este resultado, es notorio que el diario El Ambateño no cumple con difusión prevalente de contenidos educativos bajo los parámetros que exige la (LOC, 2013) en su Art. 8 y que además, este bajo porcentaje de producción se encuentra distribuido en los siete días de la semana con presencia individual, ya que en los otros tipos de contenidos se encuentran bajos índices de información educativa.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

- Una vez examinados los distintos resultados del análisis semanal del diario El Ambateño, se constató que dentro de la parrilla de información existe una clara jerarquización de contenidos, debido a la cantidad de centímetros cuadrados que son dedicados a cada sección que compone el diario, esta jerarquización se puede analizar desde tres niveles de importancia, teniendo como resultado que, el primer nivel refleja la mayor cantidad de espacio y visibilidad en el medio y lo componen los contenidos de carácter informativo, publicitario y deportivo, el segundo nivel, tiene una producción media que se mantiene a lo largo de la semana y lo componen los contenidos de entretenimiento, culturales y educativos, lo cual difiere con lo estipulado por la (LOC, 2013) en su art. N° 8. Por último se encuentra el tercer nivel de importancia que refleja bajos índices de producción y que está compuesto por los contenidos de carácter remitido, opinión y formativos.
- La producción periodística de toda la semana cuenta con un total de 150.458 cm<sup>2</sup> que se refiere al 100% del espacio, que el medio destina a la producción del periódico. De esta cifra solo el 4% de producción con 6.579 cm<sup>2</sup> es destinado a contenidos educativos. El espacio restante se distribuye entre las demás secciones del diario, lo cual demuestra que no hay prevalencia de la difusión de contenidos educativos.
- Es necesario concluir que para rectificar el déficit de contenidos educativos en el diario El Ambateño, se debe ajustar la parrilla de información, dándole paso a propuestas alternas,

- capaces de lograr la prevalencia mencionada en la (LOC, 2013). A cerca de la prevalencia de contenidos educativos en los medios de comunicación la (LOC, 2013) indica: Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos. (LOC, 2013)

El diario El Ambateño no cumple con la normativa de la Ley sobre el espacio designado para los contenidos educativos, pues sólo destina el 4% de espacio semanal con 6.579 cm<sup>2</sup> a través de noticias, reportajes y pastillas informativas.

## **5.2 Recomendaciones**

- Reconfigurar la conceptualización de la educación según lo establecido en el Art. 8 de la (LOC, 2013), para realizar una correcta producción de contenidos educativos apegados a la norma y que sean de difusión prevalente dentro del diario.
- Redistribuir los contenidos en la parrilla de información en relación a lo que indica la (LOC, 2013), ya que se presenta la prevalencia de la difusión de contenidos publicitarios, deportivos y de entretenimiento, sobre los contenidos educativos.
- Gestionar espacios semanales donde se ubiquen contenidos de producción educativa, que engloben el concepto que indica la ley en su totalidad, ya que los contenidos que se ubican, actualmente, en esta sección no son suficientes en cuanto al cumplimiento de los requerimientos expuestos en la (LOC, 2013).
- Implementar políticas empresariales que mejoren la cultura periodística, conforme a los requerimientos estipulados en el Art 8 de la (LOC, 2013), teniendo en cuenta que el fin no es únicamente evitar una sanción, sino que, va

más allá, hasta lograr un cambio de paradigma que inevitablemente conlleva a un cambio cultural y social.



## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1 Datos informativos**

- **Título de la propuesta:** Diseñar un semanario de producción educativa para el diario “El Ambateño”
- **Institución ejecutora:** Diario El Ambateño
- **Provincia:** Tungurahua
- **Ciudad:** Ambato
- **Cantón:** Ambato
- **Parroquia:** La Matriz
- **Ubicación:** Calle Sucre, entre Montalvo y Mera
- **Beneficiarios:** Diario El Ambateño y pobladores de la ciudad de Ambato
- **Tiempo estimado para la ejecución:** Indefinido
- **Responsable:** Lenin Mauricio Santos Mejía

#### **6.2 Antecedentes de la propuesta**

En la provincia de Tungurahua existen tres medios de comunicación impresos que destacan en la cabecera cantonal como son: “El Ambateño”, “El Heraldo y el diario “La Hora”. En este sentido el diario El Ambateño es el único medio impreso de carácter popular que se distribuye en el cantón. Actualmente el diario posee de lunes a domingo, nueve secciones que se distribuyen de la siguiente manera: entretenimiento, información, opinión, publicidad, contenidos remitidos, formativos, educativos, culturales y deportivos.

La propuesta surge después de analizar la producción periodística de contenidos educativos en el diario El Ambateño, en concordancia con el Art. 8 de la (LOC, 2013), la cual, luego de la investigación nos dejó como resultado que, el diario El Ambateño, no cumple con la prevalencia de la difusión de contenidos educativos

durante la semana en que se analizó la muestra, ya que existe un manejo limitado sobre la producción de este tipo de contenidos.

Por tal motivo y al tener en cuenta que se trata de una investigación de carácter bibliográfica – documental, se realizó un análisis de contenido con el cual se pudo determinar la cantidad exacta de centímetros cuadrados, que la producción del diario dispone para cada sección que se incluye en el mismo.

El análisis de contenido me permitió visualizar las secciones de información que posee el diario en toda la semana, además de conocer, en datos numéricos, la cantidad de centímetros cuadrados que se le dedica a cada una de ellas, especialmente, a los contenidos educativos los cuales fueron analizados conforme al Art. 8 de la (LOC, 2013).

### **6.3 Justificación**

Esta propuesta es de interés social, pues se enfoca en la producción y la prevalencia de la difusión de contenidos educativos dentro del diario El Ambateño. Dicha propuesta, abordará los parámetros que indica la (LOC, 2013) en su Art. 8, en relación a la difusión prevalente de contenidos educativos, que cumplan con los estándares de calidad y que sean difusores de los valores y derechos estipulados en la ley.

Es importante pues beneficiará a la población del cantón Ambato, ya que esta propuesta puede ser tomada como parte de un proceso, de transformación social y educativa, en el que intervienen profesionales de la información, medios de comunicación y la población en general. Esta propuesta, además, busca dinamizar y efectivizar los procesos de elaboración de contenidos educativos, dándole versatilidad a la parrilla informativa a la vez que se cumple con lo estipulado en la ley.

La propuesta adquiere gran importancia, ya que significa un reto para el medio de comunicación incurrir en nuevos mercados contribuyendo al avance y el desarrollo

de las personas a través de contenidos educativos que respondan a necesidades educativas reales. Esto generará buenas reacciones del público además que contribuirá a crear una imagen sólida y de responsabilidad social, desde el medio de comunicación hacia la población.

El público objetivo que se maneja en esta propuesta, está pensado para un target familiar de género indistinto, comprendido en el rango de edad entre adolescentes de 12 a 19 años y adultos entre 20 y 30 años. Además se trabajará utilizando géneros periodísticos como el reportaje y la entrevista, combinados con formatos de entretenimiento, concurso y artículo científico, con el fin de dinamizar los contenidos dentro del impreso.

## **6.4 Objetivos**

### **6.4.1 Objetivo general**

- Diseñar un semanario de producción educativa para el diario “El Ambateño”

### **6.4.2 Objetivos específicos**

- Elaborar un plan de producción del semanario
- Investigar y recopilar información referente a lo que indica el art. N° 8 de la LOC sobre la prevalencia en la difusión de contenidos educativos
- Elaborar un esquema de diseño del semanario

## **6.5 Análisis de factibilidad**

### **6.5.1 Factibilidad socio - cultural**

La propuesta es posible, dado que el objetivo de realizar un semanario dedicado exclusivamente a contenidos educativos, tiene como fin aportar intelectualmente a la población, entregando nuevos conceptos y definiciones acerca de la educación no reglada, lo que lo llevara a ser aceptado por los consumidores como un difusor de valores y derechos expresados en las leyes vigentes

### 6.5.2 Factibilidad tecnológica, económica y financiera

La factibilidad tecnológica es lograda a través del medio de comunicación que liderará el proceso frente a sus inversores, proveedores y colaboradores, la factibilidad económica inicialmente será de autogestión, dejando espacio para pautar, con empresas públicas o privadas, que mantengan, sus productos o servicios, en afinidad con el semanario y sus contenidos, logrando así cubrir los distintos gastos en el presupuesto.

PRESUPUESTO				
RECURS O	CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Humano	2	Redactores	500 \$	1.000 \$
	1	Fotógrafos	300 \$	300 \$
	1	Editor	500 \$	500 \$
	1	Jefe de información	300 \$	300 \$
	3	Consejo editorial	300 \$	900 \$
Equipo Técnico	1	Canon T6	1.200 \$	1.200 \$
	1	Trípode Manfrotto	40 \$	40 \$
	2	Laptop Macbook Pro	500 \$	1.000 \$
	1	Macbook Pro Retina	600 \$	600 \$
	1	Imprenta Profesional	2.000 \$	2.000 \$
	8	Viáticos	20 \$	160 \$
<b>TOTAL</b>				<b>8.000 \$</b>

Tabla 12: Presupuesto del semanario.

Fuente: Análisis de contenido.

Elaborado por: Lenin Santos

### **6.5.3 Factibilidad legal**

Esta propuesta tiene su fundamentación legal en varias normativas estipuladas en las leyes vigentes del Ecuador, las cuales tienen como objetivo crear, mantener y regular, espacios educativos dentro de los medios de comunicación, para propender la difusión de valores y derechos estipulados en la Constitución del Ecuador y organismos internacionales.

En la Constitución del Ecuador creada en 2008 en su segundo capítulo sobre los derechos del buen vivir, sección tercera, comunicación e información, Art. 19 se estipula que “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”. (Constitucion del Ecuador, 2008).

De igual manera en la (LOC, 2013), en su primer título, sección de disposiciones preliminares y definiciones, Art. 8 Indica que:

Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos. (LOC, 2013)

Mientras que El Plan Nacional del Buen Vivir, en su objetivo 4, menciona que:

El conocimiento se fortalece a lo largo de la vida, desde el nacimiento, con la cotidianidad y con la educación formal y no formal. El talento humano también se nutre de los saberes existentes, del vivir diario, de la indagación y

de la retroalimentación constante de conocimientos. Educar en este modelo se convierte en un dialogo constante, en el cual aprender y enseñar son prácticas continuas para los actores sociales. (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013-2017)

## **6.6 Fundamentación científico y técnico**

Esta propuesta se basa en el diseño de un semanario de contenidos educativos para el diario El Ambateño, el mismo que servirá para crear espacios de aprendizaje y garantizará la comunicación para el desarrollo, compartiendo información útil para su comunidad y fortaleciendo el pilar educativo que empodere a sus pobladores para lograr cambios sociales.

Este programa de producción educativa, tiene como objetivo convertirse en un difusor de los deberes y derechos expresados en la Constitución del Ecuador y en los estatutos internacionales, de la misma manera busca ser un catalizador en el proceso de transformación social asentando los procesos de creación, acumulación, especialización y transferencia de conocimiento hacia los sectores productivos. Para ello se utilizara géneros periodísticos como, el reportaje, la entrevista y la crónica, combinándolos con artículos científicos que permitan sustentar la información y hacerla verídica, a la vez que dinámica.

## **6.7 Metodología**

Esta propuesta sobre el diseño de un semanario de producción educativa, está pensado para ser comercializado junto con el diario los días domingos de forma gratuita, cabe recalcar que esta propuesta se realizará a largo plazo, con motivo de dar seguimiento e identificar debilidades y fortalezas del proyecto, según lo que indica la (LOC, 2013) en su Art. 8.

Para la ejecución de este proyecto es necesario el compromiso del diario en el sentido económico y logístico, ya que el diseño, impresión y posterior difusión, del semanario, se realizará desde sus oficinas de trabajo.

## 6.8 Modelo operativo

ETAPAS	METAS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLES	TIEMPO		
Preproducción	Elaborar un plan de producción, que garantice la utilización correcta de los recursos	Establecer el perfil del semanario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talento humano</li> <li>• Recursos de oficina</li> </ul>	El Ambateño	1 semana		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título del semanario</li> <li>• Objetivo general</li> <li>• Público objetivo</li> <li>• Esquema</li> <li>• Formato</li> <li>• Presupuesto</li> <li>• Método</li> </ul>					
		Equipo editorial para la realización del semanario	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talento humano</li> <li>• Recursos de oficina</li> </ul>			El Ambateño	1 semana
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redactor</li> <li>• Fotógrafo</li> <li>• Editor</li> <li>• Jefe de información</li> <li>• consejo editorial</li> </ul>					
		Listado de equipos técnicos necesarios para la realización del semanario	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talento humano</li> <li>• Recursos de oficina</li> </ul>	El Ambateño	1 semana		
		Elaborar un esquema general para el diseño	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talento humano</li> <li>• Recursos de</li> </ul>	El Ambateño	1 semana		

			del semanario	oficina		
			Elaborar un plan publicitario	• Talento humano • Recursos de oficina	El Ambateño	1 semana
			Elaborar un calendario para la producción del semanario	• Talento humano • Recursos de oficina	El Ambateño	1 semana
			Realizar un presupuesto de los gastos a cubrir	• Talento humano • Recursos de oficina	El Ambateño	1 semana
			calibrar cámaras y tecnología referente para la realización del semanario	• Talento humano • Recursos técnicos	El Ambateño	1 semana
Producción	Ejecución de los programas		Ejecución del esquema para la realización del semanario	• Talento humano • Recursos técnicos	El Ambateño	2 semanas
			cobertura, entrevistas y elaboración de contenidos	• Talento humano • Recursos técnicos	El Ambateño	2 semanas
			Almacenar la información obtenida en grabadoras, fotografías y apuntes	• Talento humano • Recursos técnicos	El Ambateño	2 semanas
Postproducción	Tratamiento de la información		Ordenar los segmentos del semanario	• Talento humano • Recursos	El Ambateño	2 semanas



técnicos			
Elegir los géneros periodísticos a utilizarse	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talento humano</li> <li>• Recursos técnicos</li> </ul>	El Ambateño	2semanas
Elegir el formato a utilizarse en cada sección	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talento humano</li> <li>• Recursos técnicos</li> </ul>	El Ambateño	2 semanas
Establecer el espacio que se va a utilizar por cada sección	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talento humano</li> <li>• Recursos técnicos</li> </ul>	El Ambateño	2 semanas
Realización de diseño gráfico acorde a cada sección	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talento humano</li> <li>• Recursos técnicos</li> </ul>	El Ambateño	

Tabla 13: Modelo operativo  
Fuente: Análisis de contenido  
Elaborado por: Lenin Santos

## 6.9 Administración de la propuesta

La presente propuesta se ejecutara por medio del diario El Ambateño, que se encuentra dotado con todos los recursos técnicos, tecnológicos, humanos y económicos, que con la correcta capacitación, serán aptos de realizar la producción periodística del semanario educativo, además cuentan con el apoyo de empresas públicas y privadas que facilitarán la financiación del proyecto.

## 6.10 Modelo del semanario

ELEMENTOS	DESCRIPCIÓN
Título del semanario	El Montalvino
Objetivo	Participar de forma activa en el desarrollo de la ciudadanía de Ambato a través de la difusión de contenidos educativos conforme a lo que indica la LOC.
Público objetivo	El proyecto está pensado para llegar a un público adolescente entre 15 y 20 años, así como también para un público adulto entre 21 y 30 años edad
Sinopsis	Semanario "El Montalvino" abordara temas varios desde una visión profesional y educativa, que refuerce el conocimiento de los deberes y derechos expresados en la ley y los estatutos internacionales y entregue al lector una serie de valores que refuercen su formación como ente productivo.
Género y Formato	Se trabajará bajo los parámetros informativos, bajo un formato de entretenimiento y científico, combinado con el género de reportaje, añadiendo, en algunos casos, una infografía que le proporcione dinamismo a la información.
Presupuesto	El presupuesto estimado es de 8,000 \$
Método de producción	El semanario será producido dentro de las oficinas del diario "El Ambateño" con información proveniente de varias fuentes incluyendo la producción propia de contenidos realizada desde sus profesionales

Horario	El semanario tendrá un día específico de impresión, que estratégicamente ha sido seleccionado para que se cumpla los días domingos sin excepción.
Segmentos	<p data-bbox="606 392 1457 492">El semanario tendrá un espacio físico de 2,478 cm<sup>2</sup> dividido en 8 páginas de 304,5 cm<sup>2</sup>.</p> <p data-bbox="606 560 1457 817">1 Instinto Animal: En esta sección se tratará temas sobre la conservación ambiental y agricultura, así como también, de valores y derechos humanos y de la naturaleza. Esta sección ocupará un espacio de 304.5 cm<sup>2</sup>, lo que equivale a una página del semanario.</p> <p data-bbox="606 884 1457 1198">2 En nombre del Arte: En esta sección se analizarán las expresiones artísticas desde su concepción filosófica, teniendo en cuenta la repercusión que tienen en la sociedad y contribuyendo al aprendizaje de su origen y evolución para su reconocimiento. Esta sección ocupará, un espacio de 304.5 cm<sup>2</sup>, lo que equivale a una página del semanario.</p> <p data-bbox="606 1265 1457 1579">3 Ciencia al cuadrado: En esta sección se analizarán procesos matemáticos básicos y complejos desde un punto didáctico, explorando cómo funciona la matemática en otras culturas y exponiendo sus procesos ancestrales. Esta sección ocupará, un espacio de 304.5 cm<sup>2</sup>, lo que equivale a una página del semanario.</p> <p data-bbox="606 1646 1457 1971">4 Un punto azul: Esta sección busca exponer el pensamiento científico en temas astrológicos que ayuden al lector a comprender más sobre el funcionamiento de su entorno y su naturaleza. Procesos científicos e históricos que intervienen con las sociedades y su cultura. Esta sección ocupará un espacio de 304.5 cm<sup>2</sup>, lo que equivale a una página del semanario.</p>

5 Cita con la historia: En esta sección, se expondrán, biografías sobre personajes importantes de las ciencias y las artes o lugares de interés mundial, su historia, características, leyendas, mitos, ritos y cosmovisión, de manera que se buscare mantener vivos la memoria cultural y educativa de cada objeto de estudio. Esta sección ocupará un espacio de 304.5 cm<sup>2</sup>, lo que equivale a una página del semanario.

6 Con mucha química: En esta sección se buscará difundir el pensamiento científico en temas sobre la química y sus elementos, analizando sus propiedades y experimentando con sus diferentes reacciones. Esta sección ocupará un espacio de 304.5 cm<sup>2</sup>, lo que equivale a una página del semanario.

Tabla 14: Modelo del semanario

Fuente: Análisis de contenido

Elaborado por: Lenin Santos

### **6.11 Producción del semanario**

El diseño del semanario “El Montalvino” está realizado en el programa Adobe InDesing, el cual es considerado uno de los mejores, a la hora de diseñar medios escritos.

Consta de 8 páginas donde se especifican las siguientes secciones:

1. Instinto animal
2. En nombre del arte
3. Ciencia al cuadrado
4. Un punto azul
5. Cita con la historia
6. Con mucha química

Los textos que aparecen en la maqueta del semanario, han sido recopilados y escritos por el autor de la investigación, durante el tiempo que ha durado el estudio.

### **6.11.1 Primera Página**

#### **Portada**

- Titular del semanario “El Montalvino”.
- Fotografía “En nombre del arte” y avance del contenido.
- Fotografía “Instinto animal” y avance del contenido.
- Fotografía “Cita con la historia” y avance del contenido.
- Fotografía “Ciencia al cuadrado” y avance del contenido.
- Fotografía “Con mucha química” y avance del contenido.
- Fotografía “Un punto azul” y avance del contenido.

### **6.11.2 Segunda página**

#### **Instinto animal**

##### **El uso correcto de la papa**

- Fotografía: cultivo de la papa
- Fotografía clases de papas

La papa es originaria del Perú y ha sido cultivada desde hace 8000 años en América del Sur y era alimento importante de los Incas quienes desarrollaron técnicas avanzadas para almacenarlas.

El consumo de la papa en el Ecuador es evidente en cualquier forma, los cultivos de este alimento son parte de la prioridad agrícola del Estado debido a factores naturales y sociales y comerciales.

Según datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) La papa (*Solanum tuberosum*) constituye uno de los tres cultivos transitorios con más producción agrícola en el Ecuador, significando el 15.76 % de la producción nacional junto con el maíz duro y el arroz.

Cada provincia del Ecuador aporta con una clase diferente de papa, las cuales pueden clasificarse en dos grupos, las nativas y las mejoradas. Las primeras corresponden a la selección manual por parte de agricultores a través de varias generaciones, durante las cuales se ha podido mejorar cultivos, mientras que las mejoradas se refieren a cultivos en los cuales ha intervenido el ser humano de forma genética en laboratorios o centros de ingeniería alimenticia.

Tungurahua forma parte de la zona central de cultivo en el Ecuador, junto con Cotopaxi, Pichincha, Bolívar y Chimborazo, dentro de lo cual se dan las siguientes variedades: Chola, Uvilla, Santa Catalina, Esperanza, Gabriela, María, Margarita, Rosita, Santa, Isabel, Superchola, Yema de Huevo, Fripapa y Cecilia.

A continuación explicamos el uso de cada una de ellas:

- La papa “Chola” es bastante harinosa, apta para puré y sopas. No se decolora al cocinar.
- La papa “Uvilla” es adecuada para consumirla en fresco y sopas.
- La papa “Sta. Catalina 1965” es ideal para consumirse en fresco, sopas y no se decolora al cocinar.
- La papa “Esperanza 1983” es adecuada para el consumo en fresco.
- La papa “Gabriela 1982” es adecuada para el consumo en fresco, puré o tortillas.
- La papa “María 1967” su consumo va de acuerdo al procesamiento de papas fritas, en forma de hojuela (chips) o francesa.
- La papa “Margarita 1995” es ideal para el consumo en fresco, mantiene un agradable y una buena consistencia, es utilizada en sopas y puré.
- La papa “Rosita 1995” es utilizada en sopas y puré, consumo en fresco.

- La papa “Sta. Isabel 1995” Consumo en fresco, apta para platos caseros, puré, tortilla o sopas.
- La papa “Superchola” Consumo para procesamiento: papas fritas en forma de hojuelas (chips) y a la francesa. Consumo en fresco: sopas y puré.
- La papa “Yema de huevo” Consumo en fresco: buena cocción. Sirve como acompañante de platos típicos.
- La papa “Fripapa” Consumo para procesamiento: papas fritas en forma de hojuelas (chips) y a la francesa. Consumo en fresco: sopas y puré.
- La papa “Cecilia” Consumo en fresco: platos caseros (sopas y tortillas), bastante harinosa, de color puro y sabor neutro. Consumo para procesamiento (papas fritas en hojuelas o chips).

Cabe reconocer los valores que tiene este tubérculo que alimentó por mucho tiempo a nuestros antepasados, siendo parte esencial de la cultura hasta el día de hoy y que además sugiere la tarea de conservarla para nuestras futuras generaciones.

*Redacción:*

*El Montalvino.*

### **6.11.3 Tercera página**

#### **En nombre del arte**

#### **A vuelo de gallo**

- Fotografía: Freestyle parque Cevallos.
- Fotografía freestyler Presi free.
- Fotografía ganadores del torneo “presi free”.

Las batallas de freestyle o batallas de gallos, hacen parte de la cultura Hip-Hop, movimiento urbano que nace en el Bronx en New York a finales de los 70s como respuesta a la segregación y discriminación hacia la población afroamericana. Todo comenzó como una fiesta en el gueto donde diferentes grupos del barrio se reunían

en las calles a bailar, y en general a expresar un mensaje de inconformidad y resistencia al sistema.

Inicialmente estas fiestas se valían de un Disc-jockey (DJ), que colocaba vinilos de funk, soul y disco haciendo mezclas de beats en vivo. Con el tiempo se vio la necesidad de que estas mezclas fueran acompañadas por una voz que animara al público e hiciera las veces de host (anfitrión) de los eventos; ese momento histórico sienta las bases del Rap, que sus siglas en inglés sirven para referenciar el término Rhythm And Poetry (ritmo y poesía), una combinación entre la tradición poética afroamericana y la música que emergía de las fiestas neoyorquinas. Y así, de toda esta revolución nace el maestro de ceremonia o microphone controller cuyas siglas corresponden a MC. Este nuevo elemento de poesía hablada terminó siendo la conocida “improvisación” o Freestyle.

Así como nuestro planeta cuenta con agua, aire, fuego y tierra, el mundo del Hip-Hop también tiene cuatro elementos: DJ, MC, Break Dance (danza urbana) y Graffiti, todos provenientes del mismo contexto histórico. Existen muchas teorías sobre el origen de estos oficios, pero por el contexto sociocultural del momento estos 4 elementos se asociaron inmediatamente a la cultura Hip-Hop, fundamentada en su naturaleza callejera y clandestina.

Esta cultura al ser mundial y como era de esperarse, hecho raíces en Ecuador y Latinoamérica extendiéndose de forma masiva en 2006, cuando se realizó la primera edición de Red Bull batalla de los gallos, desde ese entonces, varias agrupaciones de empresarios o gente aficionada a la cultura han decidido invertir recursos a este arte que cada vez va ganando más adeptos.

En la ciudad de Ambato es posible practicar esta actividad, que es considerado como un deporte entre sus practicantes, de lunes a domingo en distintos puntos de la ciudad siendo el más representativo el parque Cevallos con el colectivo cultural Presi Free.

*Redacción:*

*El Ambateño*



#### 6.11.4 Cuarta página

### Ciencia al cuadrado

#### Multipliación China

- Infografía Multipliación China.

Antiguamente en China, realizar cálculos no implicaba directamente el manejo de numerales escritos. Este es el método que utilizan chinos y japoneses para realizar las multiplicaciones de forma fácil y sencilla.

El medio que se usaba para realizar operaciones eran las varillas de contar. Dichas varas, hechas de bambú, se utilizaban para operar con ellas, ordenándolas en diferentes configuraciones sobre el suelo o cualquier superficie plana, para representar números y realizar cálculos con ellos.

Estas varillas se transportaban en un manojó hexagonal que se podía llevar cómodamente en la mano y su longitud ha variado mucho durante el transcurso del tiempo. Desde la dinastía Hán hasta la dinastía Suí ha ido disminuyendo gradualmente desde los 14 cm. a los 7 cm. Esto se debe, probablemente, a que las varillas pequeñas son más fáciles de manipular.

Con respecto al momento histórico en el que aparecieron, no se sabe nada a ciencia cierta, solo que surgieron debido a los requerimientos del desarrollo de la sociedad, el comercio, la administración y la ciencia, que precisaban de un sistema de cálculo eficiente y rápido, y que desde el periodo de los Estados Combatientes (481 - 221 a.C.) la gente estaba familiarizada con ellas, puesto que se ha encontrado cerámica de esta época que tiene marcas hechas con varillas.

Por lo que puede ser que el sistema de notación decimal posicional haya aparecido durante la época Primavera y Otoño (770 - 476 a.C.) o durante los Estados Combatientes. Las varas de Contar más antiguas que se han encontrado datan de la época de la dinastía Hán.

*Redacción:*

*El Montalvino*

### **6.11.5 Quinta página**

#### **Un punto Azul**

#### **Huso horario**

- Infografía Huso Horario.
- Fotografía del Monumento al Meridiano de Greenwich (Londres).

Geográficamente, se denomina “Huso horario” a cada una de las veinticuatro partes en que está dividida la tierra. Toma su nombre debido a que se asemejan a un huso hilar o una naranja donde cada una de sus partes corresponde a un segmento horario que se ubica a 15° de longitud, el uno con el otro.

Anteriormente se utilizaba el tiempo solar aparente con lo que las diferencias entre horarios si te encontrabas en un mismo huso eran mínimas, sin embargo la utilización de usos horarios en el tiempo vino a corregir problemas, que se habían generado en las personas, en cuanto a igualar su reloj con respecto del país que visitaban o la zona en la que se encontraban, a esto se suma el hecho que la tecnología demostraba que la hora solar era muy precisa.

Desde 1980 se ha tomado como referencia al barrio de Greenwich, que es un distrito perteneciente a Londres, como el punto 0° por donde pasa la línea meridional, su opuesta es la línea internacional de cambio de fecha más conocida como Date Line la cual marca el paso de los días siguiendo la posición del sol.

Las horas van aumentando hacia el oriente y disminuyendo hacia el occidente teniendo como referencia el denominado Meridiano de Greenwich, a pesar de que todas las horas están configuradas en relación a este meridiano (Tiempo Medio de

Greenwich GMT) algunos países realizan cambios de horario para aprovechar mejor la luz del sol ya que se encuentran cobijados la mayor parte del tiempo por luz u oscuridad. También hay países que están situados en más de un huso horario pero mantienen una sola hora en todo su territorio o realizan pequeñas variaciones de media hora como en la India.

Puesto que la Tierra gira de oeste a este, al pasar de un huso horario a otro en dirección este hay que sumar una hora. Por el contrario, al pasar de este a oeste hay que restar una hora. El meridiano de 180°, conocido como línea internacional de cambio de fecha, marca el cambio de día.

*Redacción:*

*El Montalvino*

#### **6.11.6 Sexta página**

##### **Cita con la historia**

##### **Mary Shelley**

- Fotografía Mary Shelley película.
- Fotografía Maru Shelley y Frankenstein.

La británica Mary Shelley (1797-1851) fue hija del filósofo y político William Godwin y de la filósofa y pionera feminista Mary Wollstonecraft. Se crió en un ambiente profundamente literario y bohemio. Su madre murió al dar a luz pero su defensa de los derechos de las mujeres y de la libertad fue el espejo donde siempre se miró la joven, que a menudo acudía a escribir a la tumba de Wollstonecraft.

Prolífica editora, ensayista, articulista y dramaturga, la autora se fugó a Europa con el poeta casado Percy Shelley, y siempre mantuvo a toda su familia con sus escritos.

Los historiadores han redescubierto a Mary Shelley como una de las principales figuras del romanticismo, creadora significativa por sus logros literarios y por su importancia política como mujer y militante liberal.

El dolor, la soledad y el sentimiento de pérdida, sufrió la muerte de tres hijos sumada a su propia orfandad, atraviesan todas sus obras. Un espíritu que plasmó con tan solo 18 años en 'Frankenstein'

La joven releyó todos los escritos de su madre y se aprendió muchos pasajes de memoria. Anheló aplicar sus principios, cumplir sus aspiraciones y sacar su legado de las sombras. "El recuerdo de mi madre ha sido el orgullo de mi vida", repetía la autora de Frankenstein como un mantra.

'Frankenstein' fue publicado bajo pseudónimo y no le reportó a la escritora ninguna ganancia. La autora no paró de escribir en una vida azarosa marcada por los vaivenes económicos, la lucha por sus ideas, las turbulencias emocionales a la sombra de Percy Shelley o la difícil relación con su padre. Fallecida a los 53 años, Mary nunca llegó a sospechar que el humanoide gigantesco gestado en su fértil imaginación se transformaría en un mito universal. Traducido a decenas de idiomas, la mayor parte del público se ha acercado al monstruo a través de sus múltiples adaptaciones teatrales o cinematográficas de las que se han contado hasta 150 versiones.

*Redacción*

*El Montalvino.*

### **6.11.7 Séptima página**

#### **Con mucha Química**

#### **EL ORO**

- Fotografía almacenamiento de oro.
- Fotografía pepita de oro.

El oro es un elemento químico de número atómico 79 situado en el grupo 11 de la tabla periódica. Su símbolo es Au (del latín aurum). El oro es un metal de transición blando, brillante, amarillo, pesado, maleable, dúctil (trivalente y univalente) que no reacciona con la mayoría de productos químicos, pero es sensible al cloro y al agua regia.

El metal se encuentra normalmente en estado puro y en forma de pepitas y depósitos aluviales y es uno de los metales tradicionalmente empleados para acuñar monedas. El oro se emplea como estándar monetario para muchas naciones y también se utiliza en la joyería, la industria y la electrónica.

### **Características principales**

El oro es un elemento metálico que exhibe un color amarillo en bruto, pero que puede mostrarse negro, rubí o morado en divisiones finas. Es considerado por algunos como el elemento más bello de todos y es el metal más maleable y dúctil que se conoce. De hecho, una onza de oro puede moldearse en una sábana que cubra 28 metros cuadrados. Como es un metal blando, las aleaciones con otros metales con el fin de proporcionarle dureza son frecuentes.

Además, el oro es un buen conductor del calor y de la electricidad, y no le afecta el aire ni la mayoría de agentes químicos. Tiene una alta resistencia a la alteración química por parte del calor, la humedad y la mayoría de los agentes corrosivos, y así está bien adaptado a su uso en la acuñación de monedas y en la joyería.

### **Aplicaciones**

El oro puro es demasiado blando para ser usado normalmente y se endurece aleándolo con plata y cobre. El oro y sus muchas aleaciones se emplean bastante en joyería, fabricación de monedas y como patrón monetario en muchos países. Debido a su buena conductividad eléctrica y resistencia a la corrosión, así como a una buena combinación de propiedades químicas y físicas, se comenzó a emplear a finales del siglo XX como metal en la industria. Desgraciadamente la vanidad humana a

convertido al oro en el elemento hornamental y de opulencia por excelencia, privando a la industria (al encarecerlo) de uno de los elementos con más aplicaciones.

Virtualmente el oro puede utilizarse para innumerables aplicaciones pero solo se usa donde es imprescindible o donde se usan cantidades mínimas. Entre ellas están:

El oro ejerce funciones críticas en ordenadores, comunicaciones, naves espaciales, motores de aviones a reacción, y otros muchos productos.

Su alta conductividad eléctrica y resistencia a la oxidación ha permitido un amplio uso como capas delgadas electro depositadas sobre la superficie de conexiones eléctricas para asegurar una conexión buena, a prueba del tiempo y de baja resistencia.

Como la plata, el oro puede formar fuertes amalgamas con el mercurio que a veces se emplea en empastes dentales.

El oro coloidal (nano partículas de oro) es una solución intensamente coloreada que se está estudiando en muchos laboratorios con fines médicos y biológicos. También es la forma empleada como pintura dorada en cerámicas y para dar un intenso color rojo al vidrio.

El ácido cloroaúrico se emplea en fotografía.

El isótopo de oro  $^{198}\text{Au}$ , de una vida media de 2,7 días, se emplea en algunos tratamientos de cáncer y otras enfermedades.

Se emplea como recubrimiento de materiales biológicos permitiendo ser visto a través del microscopio electrónico de barrido (SEM).

Se emplea como recubrimiento protector en muchos satélites debido a que es un buen reflector de la luz infrarroja.

*Redacción*

*El Montalvino.*

### **6.11.8 Octava página**

#### **Contraportada**

- Publicidad sobre sorteo y premios en el semanario.

### **6.12 Diseño del semanario**

### 6.12.1 Primera Página

\* AÑO 6 \* NUMERO 1 / AMBATO - ECUADOR

Número total de ejemplares puestos en circulación: 9000

¿En que te ayudamos?  
@v81266854

LÍNEA DIRECTA 2424297

PÁG 8

# El Montalvino

Domingo 30 de junio de 2019

## A VUELO DE GALLO

PÁG 3

El freestyle es una disciplina que tiene sus orígenes en el Bronx EE.UU. Nace como parte de la cultura hip-hop que se expande por Latinoamérica y el mundo desde finales de 1970.

PÁG 4

Conoce los métodos matemáticos de la Dinastía Hán.

PÁG 7

El elemento químico más famoso y sus propiedades.

PÁG 2

Cada provincia del Ecuador aporta con una clase diferente de papa, aprende a utilizarlas según sus características.

PÁG 6

Mary Shelley, la mujer que dio vida al monstruo de Frankenstein.

PÁG 5

24 franjas horarias del mundo.



La papa es originaria del Perú y ha sido cultivada desde hace 8000 años.

# EL USO CORRECTO DE LA PAPA

El consumo de la papa en el Ecuador es evidente en cualquier forma, los cultivos de este alimento son parte de la prioridad agrícola del Estado debido a factores naturales, sociales y comerciales.

Cada provincia del Ecuador aporta con una clase diferente de papa, las cuales pueden clasificarse en dos grupos, las nativas y las mejoradas. Las primeras corresponden a la selección manual por parte de agricultores a través de varias generaciones, durante las cuales se ha podido mejorar cultivos, mientras que las mejoradas se refieren a cultivos en los cuales ha intervenido el ser humano de forma genética en laboratorios o centros de ingeniería alimenticia.

Tungurahua forma parte de la zona central de cultivo en el Ecuador, junto con Cotacachi, Fichincha, Bolívar y Chimborazo, dentro de lo cual se dan las siguientes variedades: Chola, Uvilla, Santa Catalina, Esperanza, Gabriela, María, Margarita, Rosita, Santa, Isabel, Superchola, Yema de Huevo, Fripapa y Cecilia.

A continuación explicamos el uso de cada una de ellas: La papa "Chola" es bastante harinosa, apta para puré y sopas. No se decolora al cocinar.

La papa "Uvilla" es adecuada para consumirla en fresco y sopas.

La papa "Sta. Catalina 1965" es ideal para consumirse en

La papa posee diversos nutrientes y carbohidratos, por lo que es llamada la "manzana de tierra"



fresco, sopas y no se decolora al cocinar.

La papa "Esperanza 1983" es adecuada para el consumo en fresco.

La papa "Gabriela 1982" es adecuada para el consumo en fresco, puré o tortillas.

La papa "María 1967" su consumo va de acuerdo al procesamiento de papas fritas, en forma de hojuela (chips) o francesa.

La papa "Margarita 1995" es ideal para el consumo en fresco, mantiene un agrada-

ble y una buena consistencia, es utilizada en sopas y puré.

La papa "Rosita 1995" es utilizada en sopas y puré, consumo en fresco.

La papa "Sta. Isabel 1995" Consumo en fresco, apta para platos caseros, pure, tortilla o sopas.

La papa "Superchola" Consumo para procesamiento: papas fritas en forma de hojuelas (chips) y a la francesa. Consumo en fresco: sopas y puré.

La papa "Yema de huevo" Consumo en fresco: buena cocción. Sirve como acompañante de platos típicos.

La papa "Fripapa" Consumo para procesamiento: papas

fritas en forma de hojuelas (chips) y a la francesa. Consumo en fresco: sopas y puré. La papa "Cecilia" Consumo en fresco: platos caseros (sopas y tortillas), bastante harinosa, de color puro y sabor neutro. Consumo para procesamiento (papas fritas en hojuelas o chips).

Cabe reconocer los valores que tiene este tubérculo, que alimentó por mucho tiempo a nuestros antepasados, siendo parte esencial de la cultura hasta el día de hoy, y que además sugiere la tarea de conservarla para nuestras futuras generaciones.

Redacción: El Montalvino.





Las batallas de freestyle o batallas de gallos, forman parte de la cultura Hip-Hop.

# A VUELO DE GALLO

Este movimiento urbano nace en el Bronx, en New York a finales de los 70s como respuesta a la segregación y discriminación hacia la población afroamericana.

Todo comenzó como una fiesta en el gueto donde diferentes grupos del barrio se reunían en las calles a bailar, y en general a expresar un mensaje de inconformidad y resistencia al sistema.

Inicialmente estas fiestas se valían de un Disc-jockey (DJ), que colocaba vinilos de funk, soul y disco haciendo mezclas de beats en vivo. Con el tiempo se vio la necesidad de que estas mezclas fueran acompañadas por una voz que animara al público e hiciera las veces de host (anfitrión) de los eventos; ese momento histórico sienta las bases del Rap, que sus siglas en inglés sirven para referenciar el término Rhythm And Poetry (ritmo y poesía), una combinación entre la tradición poética afroamericana y la música que emergía de las fiestas neoyorquinas. Y así, de toda esta revolución nace el maestro de ceremonia o microphone controller cuyas siglas corresponden a MC. Este nuevo elemento de poesía hablada terminó siendo la conocida "improvisa-

De este sistema de cálculo se deriva la palabra matemáticas que significa "jugar con bambu"



ción" o Freestyle.

Así como nuestro planeta cuenta con agua, aire, fuego y tierra, el mundo del Hip-Hop también tiene cuatro elementos: DJ, MC, Break Dance (danza ur-

bana) y Graffiti, todos provenientes del mismo contexto histórico. Existen muchas teorías sobre el origen de estos oficios, pero por el contexto sociocultural del momento estos 4

elementos se asociaron inmediatamente a la cultura Hip-Hop, fundamentada en su naturaleza callejera y clandestina

Esta cultura al ser mundial y como era de esperarse, hecho raíces en Ecuador y Latinoamérica extendiéndose de forma masiva en 2006, cuando se realizó la primera edición de Red Bull batalla de los gallos en el país, desde ese entonces, varias agrupaciones de empresarios o gente aficionada a la cultura han decidido invertir recursos en este arte que cada vez va ganando más adeptos.

En la ciudad de Ambato es posible practicar esta actividad, que es consi-

derado como un deporte entre sus seguidores, de lunes a domingo en distintos puntos de la ciudad siendo el más representativo el parque Cevallos con el colectivo cultural Presi Free.

Redacción:  
El Montalvino



Antiguamente en China, realizar cálculos no implicaba directamente el manejo de numerales.

# MULTIPLICACIÓN CHINA

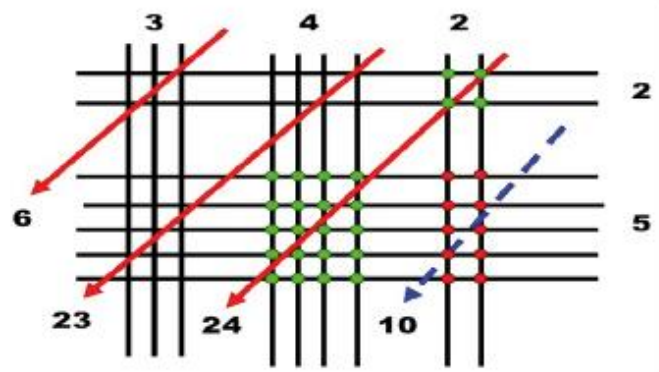
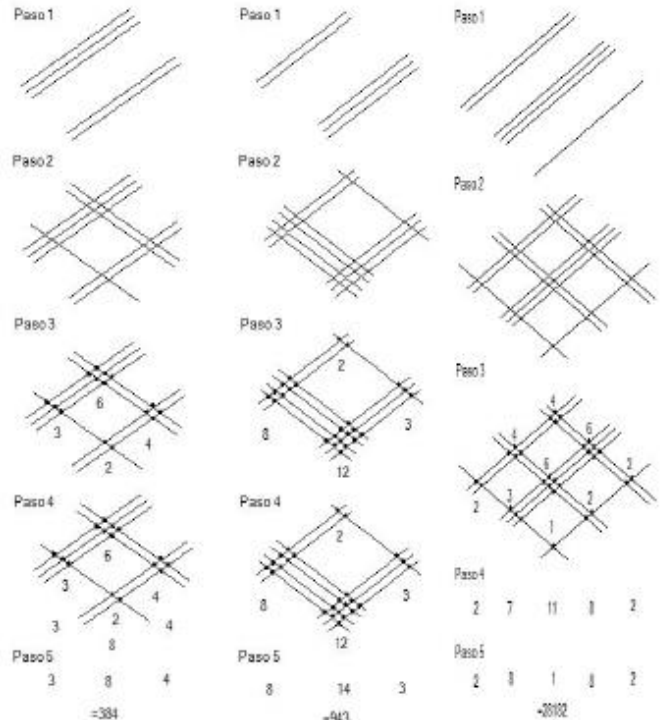
Este es el método que utilizan chinos y japoneses para realizar las multiplicaciones de forma fácil y sencilla.

El medio que se usaba para realizar operaciones eran las varillas de contar. Dichas varas, hechas de bambú, se utilizaban para operar con ellas, ordenándolas en diferentes configuraciones sobre el suelo o cualquier superficie plana, para representar números y realizar cálculos con ellos. Estas varillas se transportaban en un manojo hexagonal que se podía llevar cómodamente en la mano y su longitud ha variado mucho durante el transcurso del tiempo. Desde la dinastía Hán hasta la dinastía Sui ha ido disminuyendo gradualmente desde los 14 cm. a los 7 cm. Esto se debe, probablemente, a que las varillas pequeñas son más fáciles de manipular.

Con respecto al momento histórico en el que aparecieron, no se sabe nada a ciencia cierta, solo que surgieron debido a los requerimientos del desarrollo de la sociedad, el comercio, la administración y la ciencia, que precisaban de un sistema de cálculo eficiente y rápido, y que desde el periodo de los Estados Combatientes (481 - 221 a.C.) la gente estaba familiarizada con ellas, puesto que se ha encontrado cerámica de esta época que tiene marcas hechas con varillas. Por lo que puede ser que el sistema de notación decimal posicional haya aparecido durante la época Primavera y Otoño (770 - 476 a.C.) o durante los Estados Combatientes. Las varas de contar más antiguas que se han encontrado datan de la época de la dinastía Hán.

ron debido a los requerimientos del desarrollo de la sociedad, el comercio, la administración y la ciencia, que precisaban de un sistema de cálculo eficiente y rápido, y que desde el periodo de los Estados Combatientes (481 - 221 a.C.) la gente estaba familiarizada con ellas, puesto que se ha encontrado cerámica de esta época que tiene marcas hechas con varillas. Por lo que puede ser que el sistema de notación decimal posicional haya aparecido durante la época Primavera y Otoño (770 - 476 a.C.) o durante los Estados Combatientes. Las varas de contar más antiguas que se han encontrado datan de la época de la dinastía Hán.

De este sistema de cálculo se deriva la palabra matemáticas que significa "jugar con bambu"



Redacción:  
El Montalvino



Toma su nombre debido a que se asemejan a un huso hilar o una naranja con sus partes.

# HUSO HORARIO

Geográficamente, se denomina "Huso horario" a cada una de las veinticuatro partes en que está dividida la tierra, estas divisiones se ubican a 15° de longitud.

Anteriormente se utilizaba el tiempo solar aparente con lo que las diferencias entre horarios si te encuentras en un mismo huso eran mínimas, sin embargo la utilización de usos horarios en el tiempo vino a corregir problemas, que se habían generado en las personas, en cuanto a igualar su reloj con respecto del país que visitaban o la zona en la que se encontraban, a esto se suma el hecho que la tecnología demostraba que la hora solar era muy precisa.

Desde 1980 se ha tomado como referencia al barrio de Greenwich, que es un distrito perteneciente a Londres, como el punto 0° por donde pasa la línea meridional, su opuesta es la línea internacional de cambio de fecha más conocida como Date Line la cual marca el paso de los días siguiendo la posición del sol.

Las horas van aumentando hacia el oriente y disminuyendo hacia el occi-



El meridiano de 180°, conocido como línea internacional de cambio de fecha, marca el cambio de día.

dente teniendo como referencia el denominado Meridiano de Greenwich, a pesar de que todas las horas están configuradas en relación a este meridiano (Tiempo Medio de Greenwich GMT) algunos países reali-

zan cambios de horario para aprovechar mejor la luz del sol ya que se encuentran cobijados la mayor parte del tiempo por luz u oscuridad. También hay países que están situados en más de un huso horario

pero mantienen una sola hora en todo su territorio o realizan pequeñas variaciones de media hora como en la India.

Puesto que la Tierra gira de oeste a este, al pasar de un huso horario a otro en direc-

ción este hay que sumar una hora. Por el contrario, al pasar de este a oeste hay que restar una hora.

Redacción:  
El Montalvino



Shelley siempre se mostró culpable de la muerte de su madre que provocó su nacimiento.

# Mary Shelley

Siempre tuvo a su madre como heroína, como referente y siempre se planteó qué pensaría ella de su obra

La británica Mary Shelley (1797-1851) fue hija del filósofo y político William Godwin y de la filósofa y pionera feminista Mary Wollstonecraft. Se crió en un ambiente profundamente literario y bohemio. Su madre murió al dar a luz pero su defensa de los derechos de las mujeres y de la libertad fueron el espejo donde siempre se miró la joven, que a menudo acudía a escribir a la tumba de Wollstonecraft.

Prolífica editora, ensayista, articulista y dramaturga, la autora se fugó a Europa con el poeta casado Percy Shelley, y siempre mantuvo a toda su familia con sus escritos. Los historiadores han redescubierto a Mary Shelley como una de las principales figuras del romanticismo, creadora significativa por sus logros literarios y por su importancia política como mujer y militante liberal. El dolor, la soledad y el sentimiento de pérdida, sufrió la muerte de tres hijos sumada a su propia orfandad, atra-



“El recuerdo de mi madre ha sido el orgullo de mi vida”

viesan todas sus obras. Un espíritu que plasmó con tan solo 18 años en 'Frankenstein' La joven releyó todos los escritos de su madre y se aprendió muchos pasajes de memoria. Anheló aplicar sus

principios, cumplir sus aspiraciones y sacar su legado de las sombras. “El recuerdo de mi madre ha sido el orgullo de mi vida”, repetía la autora de Frankenstein como un mantra. 'Frankenstein' fue pu-

blicado bajo pseudónimo y no le reportó a la escritora ninguna ganancia. La autora no paró de escribir en una vida azarosa marcada por los vaivenes económicos, la lucha por sus ideas, las turbulen-

cias emocionales a la sombra de Percy Shelley o la difícil relación con su padre. Fallecida a los 53 años, Mary nunca llegó a sospechar que el humanoide gigantesco gestado en su fértil imaginación se transformaría en un mito universal. Traducido a decenas de idiomas, la mayor parte del público se ha acercado al monstruo a través de sus múltiples adaptaciones teatrales o cinematográficas de las que se han contado hasta 150 versiones.

Redacción:  
El Montalvino.





**El oro es un elemento químico de número atómico 79 situado en el grupo 11 de la tabla periódica.**

# EL ORO

Su símbolo es Au (del latín aurum). El oro es un metal de transición blando, brillante, amarillo, pesado, maleable, dúctil.

El metal se encuentra normalmente es estado puro y en forma de pepitas y depósitos aluviales y es uno de los metales tradicionalmente empleados para acuñar monedas. El oro se emplea como estándar monetario para muchas naciones y también se utiliza en la joyería, la industria y la electrónica.

El oro es un elemento metálico que exhibe un color amarillo en bruto, pero que puede mostrarse negro, rubí o morado en divisiones finas. Es considerado por algunos como el elemento más bello de todos y es el metal más maleable y dúctil que se conoce. De hecho, una onza de oro puede moldearse en una sábana que cubra 28 metros cuadrados. Como es un metal blando, las aleaciones con otros metales con el fin de proporcionarle dureza son frecuentes.

Además, el oro es un buen conductor del calor y de la electricidad, y no le afecta el aire ni la mayoría de agentes químicos.

no reacciona con la mayoría de productos químicos, pero es sensible al cloro y al agua regia.



Tiene una alta resistencia a la alteración química por parte del calor, la humedad y la mayoría de los agentes corrosivos, y así está bien adaptado a su uso en la acuñación de monedas y en la joyería.

El oro puro es demasiado blando para ser usado normalmente y se endurece aleándolo con plata y cobre. El oro y sus muchas aleaciones se emplean bastante en joyería, fabricación de monedas y como patrón monetario en muchos países. Debido a su buena conductividad eléctrica y resistencia a la corrosión, así como una buena combinación de propiedades químicas y físicas, se

comenzó a emplear a finales del siglo XX como metal en la industria. Desgraciadamente la vanidad humana a convertido al oro en el elemento ornamental y de opulencia por excelencia, privando a la industria (al encarecerlo) de uno de los

elementos con más aplicaciones.

Virtualmente el oro puede utilizarse para innumerables aplicaciones pero solo se usa donde es imprescindible o donde se usan cantidades mínimas. Entre ellas están:

El oro ejerce fun-

ciones críticas en ordenadores, comunicaciones, naves espaciales, motores de aviones a reacción, y otros muchos productos.

*Redacción:  
El Montalvino*



## 6.12.8 Octava página

ÓPP

# **El Montalvino**

**CADA 15 DÍAS  
EL MONTALVINO  
TE REGALA**

**\$50**   **\$30**   **\$20**



**¿CÓMO PARTICIPAR?**

1. Durante todo el mes de julio recorta esta página del semanario.
2. Llénalo con tus datos personales.
3. Acercate a las oficinas del diario "EL AMBATEÑO".
4. Deposita tus recortes junto con tus datos personales en nuestras anforas o entrégalo a tu canillita de confianza.
5. El nombre del ganador saldrá publicado en el semanario "EL MONTALVINO".

**Mientras más formularios entregues, más oportunidades de ganar.**

## Bibliografía

1. Abreu, J. (2014). El blog, una herramienta de la web para potenciar el proceso docente educativo en las carreras de las Ciencias Médicas. *scielo*, 15-25.
2. Aguaded, J. (25 de Julio de 2012). La educomunicación: una apuesta de mañana, necesaria para hoy. *Aularia*, 259-261.
3. Aguado y Castellet. (2013). *Contenidos digitales en el entorno móvil: mapa de situación para marcas informativas y usuarios*. Covilhá: LabCom.
4. Aguado y Martínez,. (2005). *Introducción a la comunicación periodística escrita*. Murcia: DM.
5. Aguado, et al. (2008). Una alternativa a las asimetrías en la distribución del conocimiento científico. *Ciencia, docencia y tecnología*, 01-08.
6. Aguado, Rogel, Garduño y Zúñiga. (2008). Una alternativa a las asimetrías en la distribución del conocimiento científico. *Ciencia, docencia y tecnología*, 01-08.
7. Albertos, M. (1984). *Curso general de redacción periodística: periodismo en prensa, radio, televisión y cine, lenguaje, estilos y géneros periodísticos*. Madrid: Paraninfo.
8. Aleixandre y Ferrer. (2010). ¿Qué nos aportan las redes sociales? *ThinkEPI*, 217-223.
9. Álvarez, M. (2003). *El Periodismo ante la tecnología hipertextual*. Sevilla: Ariel Comunicación.
10. Álvarez, Salasar y Padilla. (2015). Teoría de la propiedad intelectual. Fundamentos en la filosofía, el derecho y la economía. *Civilizar. Ciencias Sociales y Humanas*, 61-76.



11. Andersen y Miller. (2010). *Alfabetización mediática, compromiso ciudadano y sostenibilidad*. Barcelona: Worldwatch.
12. Arango, X. (2011). Responsabilidad social de las organizaciones públicas en la difusión de la ciencia. *XVIII Congreso Nacional de divulgación de la ciencia y la técnica*. (pág. 15). Morelia, Michoacan: Somedicyt.
13. Arias, F. G. (1999). *El Proyecto de investigación guía para su elaboración*. Caracas, Venezuela: Episteme.
14. Armañanzas y Díaz. (2009). La crítica de las artes en los suplementos culturales. *Espéculo. Revista de estudios literarios*, 25-30.
15. Arrogas, L. (23 de junio de 2008). Ciencias y Comunicación. *Razón y Palabra*, 01-12.
16. Asch, S. E. (1956). Studies of independence and conformity: a minority of one against a unanimous majority. *Psychological Monographs*, 01-70.
17. Barragán, A. (2007). Ética del periodista: formación y práctica. *Reencuentro*, 37-42.
18. Barrera y Maurera. (2006). Un modelo pedagógico metalingüístico para la producción de textos escritos. *Letras*, 06-07.
19. Barreray Fraca. (1999). *Psicolingüística y desarrollo del español*. Caracas: Monte Ávila.
20. Barrows, H. (1986). A Taxonomy of problem-based learning methods. *Medical Education*, 481-486.
21. Berna, V. (2000). Temas y desafíos del periodismo ambiental. *Ciudadanía planetaria*, 17-23.
22. Bogart, L. (2000). *Commercial Culture: The Media System and the Public Interest*. New Brunswic: Transaction.

23. Brunet, M. (2011). Propaladoras, una alternativa comunitaria en San Pedro de Jujuy (Argentina). *Trazos de una otra comunicación en América Latina*, 33-55.
24. Buitrón, R. (2005). Nuevos desafíos en las salas de redacción. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, 46-51.
25. Cabero y Duarte. (1999). Evaluación de medios y materiales de enseñanza en soporte multimedia. *Pixel-Bit. Revista de medios y educación*, 22-45.
26. Calles y Belly. (2007). La producción periodística: una estrategia para el desarrollo del pensamiento crítico. *Laurus*, 05-06.
27. Calzadilla, I. (2007). La producción periodística de los estudiantes como proyecto extensionista en la red: propuesta de comunicación educativa. *Tiempo de blogueo*, 01-02.
28. Calzadilla, I. (2012). La producción periodística de los estudiantes como proyecto extensionista en la red: propuesta de comunicación educativa. *Blogia*, 03-04.
29. Camacho, A. (2003). América Latina, en el reto de construir puentes con y entre las ciudadanías. El derecho a la información como práctica de formación y desarrollo de la ciudadanía comunicativa. *Revista Probidad*, 01-21.
30. Camacho, J. (2007). Investigación, poblaciones y muestra. *Acta Médica Costarricense*, 1-3.
31. Camacho, Rojas y Rojas. (2014). El artículo científico para revista académica: pautas para su planificación y edición de acuerdo con el modelo APA. *E- Ciencias de la información*, 15-25.
32. Canavilhas, J. (2009). Contenidos informativos para móviles: estudio de aplicaciones para iPhone. *Revista Textual & Visual Media*, 61-80.
33. Canos y Fernández. (2010). *La aplicación de las tics en el aprendizaje de disciplinas jurídicas aplicadas en carreras técnicas en el marco de la*

*convergencia europea*. Madrid: Asociación Española de Psicología Conductual(AEPC).

34. Carvajal, M. (2012). Estrategias de distribución del contenido periodístico en dispositivos móviles: Análisis comparativo de los principales editores de prensa española. *Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social* (págs. 01-13). Santa Cruz de Tenerife: Universidad Miguel Hernández.
35. Casals, M. (2005). *Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística*. Madrid: Fragua.
36. Castellanos, J. (2011). De lo impreso a lo digital la migración de los periódicos impresos en America Latina y los entornos digitales. *Razón y Palabra*, 01-20.
37. Celaya, J. (2008). *La Empresa en la WEB 2.0*. Barcelona: Grupo Planeta.
38. Ceraso y Arrúa. (2005). Aportes de la comunicación a la planificación de procesos de desarrollo. *Revista Tram*, 10-12.
39. Ceraso y Arrúa. (2005). *Comunicación y Desarrollo: nuevos modos de habitar el mundo*. Bogota - Colombia: Trampas de la comunicación.
40. Cerezo, J. (2008). Hacia un nuevo paradigma, la era de la información fragmentada. *Telos*, 273-310.
41. Chiappe y Herrera. (2015). Producción abierta de un contenido educativo digital: Un estudio de caso. *Opción*, 06-08.
42. Clara, C. (2009). Las fuentes en el periodismo gratuito. La fuente como estándar de calidad. *Prensa gratuita y calidad informativa*, 119-134.
43. Coca, M. (2017). Importancia y concepto de posicionamiento una breve revisión teórica. *Perspectivas*, 105-114.
44. Constitución del Ecuador. (2008). *Asamblea Nacional*. Quito: Editora Nacional.

45. Constitución del Ecuador. (2008). *Asamblea Nacional*. Quito: Editora Nacional.
46. Contreras, I. (2000). *Que es la ética. Escritos originales*. Maryland : M.B.A. Loyola.
47. Corina y Conil. (2000). *10 Palabras Clave en Ética de las profesiones*. Navarra: Verbo Divino.
48. Costa y Piñeiro. (2012). Narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. *Icono 14*, 102-125.
49. Costa, C. (2014). Las singularidades del medio móvil: integración multimedia, personalización, geolocalización y participación. Estudio de su presencia en las apps de la prensa española. *Palabra Clave*, 672-694.
50. Costa, J. (1995). Comunicación corporativa y revolución de los servicios. *Educación y Ciencias Sociales*, 89-92.
51. Cruz, M. (2012). Los edios masivos de comunicación y su papel en la construcción y deconstrucción de identidades: apuntes críticos para una reflexión inconclusa. *Reflexiones*, 08-09.
52. Cuadernos Interculturales. (2003). Formulación del proyecto educativo institucional y la educación intercultural. *Redalyc*, 02-12.
53. Dahlgren, P. (1996). Media logic in cyberspace repositioning journalism and its politics. *Javnost the Public*, 59-72.
54. Dahlgren, P. (2009). *Media and political engagement: citizens, communication and democracy*. New York: Cambridge University Press.
55. David, F. (1998). *La gerencia estratégica*. Bogotá: Legis.
56. Del Canto y Silva. (2013). Metodología cuantitativa: abordaje desde la complementariedad en ciencias sociales. *Revista de Ciencias Sociales*, 25-34.
57. Dimmick, Feaster y Hoplamazian. (2010). News in the interstices: The niches of mobile media in space and time. *New Media & Society*, 01-40.

58. Dittus, R. (2006). La opinión pública y los imaginarios sociales: hacia una redefinición de la espiral del silencio. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 61-76.
59. Domínguez, E. G. (2012). *Medios de comunicación masiva*. Tlalnepantla: Tercer milenio.
60. Echaniz y Pagola. (2004). *Ética del profesional de la comunicación*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
61. El Mundo. (06 de abril de 2016). *Libro de estilo del diario El Mundo*. Sevilla: CIEE.
62. Encalada, M. (2005). *Comunicación sobre el cambio climático. Manual para su planificación y práctica en América Latina*. Quito: OIKOS-PNUMA.
63. Escudero, L. (1996). *Malvina, el gran relato*. Barcelona: Gedisa.
64. Estébanez, M. E. (25 de octubre de 2003). *Impacto social de la ciencia y la tecnología: estrategia para su análisis*. Buenos Aires: Redes.
65. Fernández, C. (1996). *La comunicación humana: Ciencia Sociales*. México, D.F: McGraw Hill.
66. Fernández, F. (2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación. *Revista de Ciencias Sociales*, 05-06.
67. Fernández, M. (2010). Una profesión titulada "Periodismo". *Latina*, 01-13.
68. Ferreiro, R. (2000). Hacia nuevos ambientes de aprendizaje. *Inducción a la educación a distancia*, 176-177.
69. Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding New Media*. California: Sage publications.
70. Flores, J. (2014). El periodismo como disciplina del conocimiento y valor academista para una profesión de calidad. *Prisma Social*, 01-12.
71. Freire, P. (1998). *La educación como práctica de la libertad*. Mexico: Editores.

72. Fuentes, M. (1995). *Manual de documentación periodística*. Madrid: Editorial Síntesis.
73. Galuppo, R. (2014). La comunicación interna de la responsabilidad social ambiental desde el método de Bagozzi y Phillips. *Omnia*, 44-70.
74. Gans, H. (1979). *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News*. New York: Random House.
75. Gieber, W. (1964). News is what Papermen Make It. *White, People, Society and Mass Communications* , 173-178.
76. Giraldo y Gómez. (2017). La importancia de la innovación en el producto para generar posicionamiento en los jóvenes. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 179-192.
77. Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching*. Berkeley: University California Press.
78. Goffman, E. (1986). *Frame Analysis. An essay on the organization of experience*. Boston: Northeastern University Press.
79. Golovina, N. (2014). La comunicación masiva y el comportamiento del consumidor. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*, 190-198.
80. Gómez, Gutiérrez y PalauSampio. (2013). *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Barcelona: UPF.
81. Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo, cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
82. Gonzáles, A. (2014). Difusión de las publicaciones académicas en acceso abierto de la facultad de ciencias sociales de la universidad de costa rica. *Revista Electrónica "Actualidades Investigativas en Educación"*, 1-20.
83. Gonzáles, et al. (2007). La investigación educativa en el hacer docente. *Laurus*, 05 - 09.

84. Gonzáles, F. (2010). *Encuentro Europeo de Medios: los Nuevos Desafíos*. Madrid : cuadernos de prensa.
85. Gonzáles, J. (2008). La medición del desempeño ético empresarial, para avanzar en el cuadro del mandato integral. *Revista Innovación y Gerencia* , 15-21.
86. Gonzáles, J. C. (2012). *Análisis de la agenda setting de los medios de comunicación: televisivos, impresos y digitales del Ecuador*. Loja: Centro universitario Quito.
87. Gonzales, R. (1995). *Comunicación, personalidad y desarrollo*. La Habana: Pueblo y Educación.
88. Gonzáles, R. (2005). *Creando valor con la gente*. Monterrey: Norma.
89. González, M. (2005). Cómo desarrollar contenidos para la formación online basados en objetos de aprendizaje. *Revista de Educación a Distancia*, 01-10.
90. González, Zerpa, Gutierrez y Pirela. (2007). La investigación educativa en el hacer docente. *Laurus*, 05-09.
91. Greene y Lecaros. (2015). El trabajo del editor y la pauta en medios online chilenos. *Palabra Clave*, 588-613.
92. Gutiérrez, Rodríguez y Camino. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. *Signo y Pensamiento*, 268-285.
93. Habermas, J. (2002). Teoría de la Acción Comunicativa I, II. *Taurus Humanidades*, 25-30.
94. Hernández, M. (2014). La difusión del conocimiento como instrumento educativo. *Revista Médica del Instituto Mexicano del Seguro Social*, 01-02.
95. Hernández, Rodríguez y del Campo. (2013). Las referencias bibliográficas en artículos originales y de revisión en revistas biomédicas cubanas. *Revista Cubana de Salud Pública*, 83-95.

96. Hernandez, S. R. (1998). *Metodología de la investigación 2da edición*. Mexico DF: Mc Graw Hill.
97. Herrera y Zuñiga. (2011). *Construcción de un producto comunicacional que contribuya al fomento y difusión de la identidad cultural en el barrio lo amador*. Cartagena: Facultad de Ciencias Sociales y de la Educación.
98. Herrera, C. (2012). *Los blogs en los ciberdiarios españoles de referencia: un análisis de los géneros ciberperiodísticos y de las nuevas técnicas de redacción*. San Pablo: Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación.
99. Herrera, Del Río, Santovenia y González. (2010). Método de trabajo de la información periodística especializada en función de procesos editoriales. *Ciencias de la información*, 01-04.
100. Herreros, C. (2009). Nuevas formas de comunicación: cibermedios y medios móviles. *Comunicar*, 10-13.
101. Herreros, C. M. (2009). Comunicación interactiva en los cibermedios. *Comunicar*, 15-24.
102. Hütt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 121-128.
103. Inchaurredo et al. (2003). Mediación de materiales educativos para procesos de producción de sentidos comunitaria. *Ferozo*, 03 - 05.
104. Inchaurredo, Negrete Y Wahnón. (2003). Mediación de materiales educativos para procesos de producción de sentidos comunitaria. *Ferozo*, 03-05.
105. Jenkins, Ford, y Green. (2013). *Cultura transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Barcelona: Gedisa.
106. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture, La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. New York: New York University Press.



107. Jiménez, Pérez y Zambrano. (2014). Del valor educativo de los medios de comunicación: una aproximación al caso audiovisual. *Ámbitos*, 05-15.
108. Kerlinger, F. (1988). *Investigacion del comportamiento*. Mexico DF: Mc Graw Hill.
109. Kerlinger, F. N. (1998). *Investigacion del comportamiento, 3ra edicion*. Mexico DF: Mc Graw Hill.
110. Labastida, I. (2010). Las licencias Creative Commons en las revistas científicas. *Universitat de Barcelona. España.*, 02-25.
111. Lara y Olave. (2012). La comunicación para el desarrollo, análisis de caso: Fundación ACLO educacion a distancia por radio en Bolivia. *Razón y palabra*, 03-16.
112. Larrañaga, J. (2009). La demanda de los periódicos impresos y online: un análisis económico. *Revista Ambitos*, 23-39.
113. Lawson, G. (2008). *Media Organizations And Convergence: Case Studies of Media Convergence Pioneers*. New York: Lawrence Erlbaum NJ.
114. Le Porte, J. (2001). *Entusiasmar a la propia institución: gestión y comunicación interna en las organizaciones sin ánimo de lucro*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias.
115. Leal, D. (2008). Iniciativa colombiana de objetos de aprendizaje: situación actual y potencial para el futuro. *Revista de Innovación Educativa*, 78-85.
116. Lecaros y Greene. (2012). Editores chilenos y rutinas periodísticas: revisión y propuesta para un estudio sobre el cambio en la sala de redacción. *Cuadernos.info*, 53-60.
117. Lerma, K. (2004). *Mercadotecnia: el mercado y sus estrategias*. Mexico: Gasca Sicco.

118. Ley Organica de Comunicación. (2013). *Asamblea Nacional*. Quito: Editora Nacional.
119. LOC. (2013). *Asamblea Nacional*. Quito: Editora Nacional.
120. Longmire, W. (15 de abril de 2000). *A Primer on learning objects*. San Francisco: e-learning development.
121. López y Salazar. (2006). Las revistas multidiciplinarias como medios de exposición del trabajo en colaboración: Ciencia ergo. *Ciencia Ergo Sum*, 02-07.
122. López, G. (2003). La experimentación con proyectos trasfronterizos en el periodismo multimedia: posibilidades, realidades y retos. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 215-218.
123. López, M. (2007). *Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación*. Barcelona: Paidós Papeles de Comunicación.
124. López, P. (2012). Retos del periodismo ante el nuevo escenario digital. *Adcomunica*, 17-19.
125. Manfredi, J. (2000). *Manual de Producción periodística*. Sevilla: Mad.
126. Mannheim y Tedlock. (1995). The dialogic emergence of culture. *Urbana*, 16-24.
127. Martin, V. (2002). *De una Ética de responsabilidad, a la responsabilidad*. Maracaibo: Instituto de Investigaciones Económicas.
128. Martínez, A. (1993). El aula en la educación infantil. *Educación infantil personalizada*, 225-261.
129. Martínez, D. (2008). El proyecto de repositorio institucional UPCommons: acceso abierto al conocimiento de la UPC. *BiD textos universitaris de biblioteconomia*, 1-20.

130. Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.
131. Mas, e. a. (2006). Las comunidades virtuales de aprendizaje. Nuevas fórmulas, viejos retos en los procesos educativos. *Curr Develop Technol Assisted*, 62-66.
132. Mauri et al. (2016). La calidad de los contenidos educativos reutilizables: diseño, usabilidad y prácticas de uso. *Revista de Educacion a Distancia*, 06 - 07.
133. Mauri, Onrubia, Coll y Colomina. (2016). La calidad de los contenidos educativos reutilizables: diseño, usabilidad y prácticas de uso. *Revista de Educación a Distancia*, 06-07.
134. McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda: El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
135. McCombs, M. E. (1994). Influencing the pictures in our heads: two dimensions of Agenda-setting” e. *Masu Komyunikeishon Kenkyu*, 171-181.
136. McLuhan, M. (1964). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
137. Mcquail, D. (2000). *Introducción a la teoría de comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
138. Medina, A. (1995). Investigación en tecnología educativa. *Nuevas tecnologías aplicadas a la educación*, 25-95.
139. Melero, R. (2005). Acceso abierto a las publicaciones científicas: definición, recursos, copyright e impacto. *El profesional de la información.*, 257-266.
140. Meyers, C. (2010). *Journalism Ethics: a philosophical approach*. New York: Oxford University Press.
141. Milgram, S. (1956). Some conditions of obedience and disobedience to authority. *Humans Relations*, 57-76.

142. Montoya y Boyero. (2006). El recurso humano como elemento fundamental para la gestión de calidad y la competitividad organizacional. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 01-20.
143. Montoya y Zuluaga. (2012). Educar mientras se informa: una propuesta de resignificación de la prensa tradicional. *Signo y Pensamiento*, 25-26.
144. Morales y León. (2012). *Análisis de la necesidad de información a la ciudadanía del cantón salitre, con la propuesta de la creación de un periódico quincenal*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
145. Moreno, E. (2006). *Mass-media y mensajes en la aldea global. Los géneros del ciberperiodismo*. Sevilla: Ediciones Complutense.
146. Moreno, P. (2009). *Contenidos especializados en Internet*. Barcelona: IECE.
147. Navarro y Díaz. (1998). *Análisis de contenido en: métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*. Madrid: Síntesis, SA.
148. Neumann, N. E. (1984). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
149. Nieto, N. (2017). Transmediaciones en la producción de contenidos periodísticos especializados en economía. *Cuadernos Info*, 01-07.
150. Oliva, M. (2014). El periodismo digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento. *aposta*, 01-30.
151. Ortega, F. (2013). Adaptar la receta al cambio de paradigma. *Evolución del ciberperiodismo*, 01-12.
152. Ospina, X. (2004). *El papel de las fuentes oficiales en la calidad del Periodismo Colombiano*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina-Proyecto Antonio Nariño.
153. Padawer, A. (2008). *Contra la devolución: aportes de los conceptos de implicación y diálogo para las investigaciones antropológicas en*

*contextos de gestión educativa*. Buenos Aires: Instituto de Antropología Social.

154. Paez, G. B. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Patria.
155. Paquali, A. (1979). *Ética en las comunicaciones*. Caracas: Monte Ávila Editores. .
156. Parratt, S. (2008). *Géneros periodísticos en prensa*. Quito: Quipus.
157. Pascal, M. (2011). Los retos del periodismo en el siglo XXI. Las nuevas tecnologías, la propiedad intelectual y la libertad de expresión. *Razón y palabra*, 01-13.
158. Pasquali, A. (1978). *Comprender la Comunicación*. Caracas - Venezuela: Monte Ávila Editores.
159. Pereira, J. (2007). *Fundamentos del periodismo del Plan Modelo de Estudios de Periodismo de UNESCO 2007*. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.
160. Picard, R. G. (2004). Commercialism and Newspaper Quality. *Newspaper Research Journal*, 54-66.
161. Piñuel, J. (1997). *Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones*. Madrid: Síntesis.
162. Piñuel, J. L. (2002). *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
163. Plan Nacional del Buen Vivir. (2013-2017). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Quito: Semplades.
164. Puente et al. (2014). Modelamiento de los aspectos intervinientes en el proceso de pauta periodística. *Palabra Clave*, 188-210.
165. Puente, Edwards, & Delpiano. (2014). Modelamiento de los aspectos intervinientes en el proceso de pauta periodística. *Palabra Clave*, 188-210.

166. Quiñonez, Guerrero y Rengel. (2014). Estrategia comunicacional para la difusión y divulgación de grupos de investigación. Caso universidad de los Andes. Táchira - Venezuela. *Razón y Palabra*, 01-20.
167. Quiñonez, H. (2011). Divulgación científica y tecnológica: teoría y práctica periodística para la producción del documental. *Razón y Palabra*, 06-07.
168. Raigón, G. (17 de 06 de 1999). El periodismo educativo: objetivos. *Revista Latina de Comunicación*, 12-15.
169. Ramón, M. (2013). Un nuevo lenguaje para los medios periodísticos digitales. La necesidad de adaptarse al continuum informativo. Primeras experiencias en España. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 127-140.
170. Renó y Renó. (2017). La narrativa imagética en el periodismo transmedia de formato largo: participación y navegación cognitiva. *Obra Digital*, 87-99.
171. Restrepo, J. (2004). *El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística*. México, D.F: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.
172. Reverter y Hernández. (2012). *Artículos científicos: tipos secciones y publicación*. Lérida: Moviment Humà.
173. Reyes, R. (2011). La función formativa o educativa en el periodismo ambiental. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 12-13.
174. Ricoy, C. (2003). Los medios de comunicación de la red: su uso como recursos de enseñanza-aprendizaje. *Zer*, 1-22.
175. Ries y Trout. (1972). The Positioning era cometh. *Advertising Age*, 35-116.
176. Rodríguez, R. (2004). *Teoría de la agenda setting, aplicación a la enseñanza universitaria*. Madrid: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.

177. Romero, Casas y Torres . (2016). Dimensiones e indicadores de la calidad informativa en los medios digitales. *Comunicar*, 01-10.
178. Rosengren, E. (1979). Bias in News: Methods and Concepts. *Studies of Broadcasting*, 31-45.
179. Sádaba, T. (2004). Enfoques periodísticos y marcos de participación política. una aproximación conjunta a la teoría del ecuadre. *Política y Sociedad*, 65-75.
180. Salaverría, R. (1999). De la pirámide invertida al hipertexto: hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital. *Novatica*, 12-15.
181. Salaverría, R. A. (2005). An immature medium: strength and weaknesses of online newspaper. *Gazette*, 69-86.
182. Salguero y Gross. (2009). Las viñetas de prensa como expresión del periodismo de opinión. *Diálogos de la comunicación*, 78-80.
183. Salinas, J. (2005). Nuevos escenarios de aprendizaje. *Reista Lasallista de investigación*, 1-9.
184. Salvat y Serrano. (2011). Periodismo ciudadano y espacio público en la sociedad de la información. *Análisis*, 69-85.
185. San Martín, M. (2011). Los retos del periodismo en el siglo xxi. las nuevas tecnologías, la propiedad intelectual y la libertad de expresión. *Razón y Palabra*, 01-09.
186. Sánchez, A. (2005). La cultura organizacional: el producto comunicacional que más habla de la empresa. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 01-04.
187. Sánchez, A. (2016). *Análisis de los géneros periodísticos en la prensa escrita y la prensa digital. Nuevos géneros y formatos en internet*. Sevilla: Facultad de Comunicación.
188. Sancho, F. (2014). *En el corazón del periódico*. Pamplona: Eunsa.

189. Sangra y González. (2011). *La transformación de las universidades a través de las TIC: discursos y prácticas*. Barcelona: UOC.
190. Santamaria, O. (1994). *La entrevista periodística: ¿Género o Herramienta?* Compostela: Facultad de Ciencias de la Comunicación.
191. Santos, C. (2012). *Las nuevas tecnologías y la difusión del conocimiento: los congresos virtuales o Econgrosos*. Madrid: Visión Libros.
192. Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. . Barcelona: Deusto/Centro Libros PAPF.
193. Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios*. Barcelona: Gedisa.
194. Scolari, C. A. (2009). Comunicación móvil: actores y producción de contenidos en Cataluña. *Comunicación y Sociedad*, 159-185.
195. Serrano, Duque y Madrid. (2012). Prácticas de escritura académica en la universidad: ¿reproducir o transformar? *Educere*, 16-53.
196. Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (03 de abril de 2018). *Decreto 356*. Quito: Ediciones Legales.
197. Shaw, E. F. (1979). Agenda setting and mass communication theory. *issue*, 96-105.
198. Shobeiri, N. (2006). Comunicación y educación: nuevos escenarios en la sociedad del conocimiento. *Opción*, 01-03.
199. Shoemaker y Reese. (1991). *Mediating the message. Theories of influences on mass media content*. New York: Longman.
200. Singer, J. (2004). Strange Bedfellows? The diffusion of convergence in four news organizations. *Journalism Studies*, 3-18.
201. Suarez, Leiva y Negron. (2010). Modelo de gerencia sustentado en valores. *Negotium*, 154-176.
202. Tankard, J. (1991). *Media frames: approaches to conceptualization and measurement*. Boston: Length.



203. Thomas, W. (1972). The definition of situation. *Symbolic Interaction*, 331-336.
204. Thompson, J. (2008). *Ideología y cultura moderna parte II*. La Habana: Félix Varela.
205. Underwood y Dilon. (2011). Chasing dreams and recognizing realities: teachers responses to ICT. *Technology, Pedagogy and Education*, 521-216.
206. UNESCO. (2007). *Plan modelo de estudios de periodismo*. Francia: Ediciones Unesco.
207. UNESCO. (2017). *Programa de formación en alfabetización mediática e informacional destinado a los docentes*. Habana: Alton Grizzle.
208. Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. (2016). *Algunas consideraciones sobre la licencia creative commons para revistas científicas*. Málaga: Compendium.
209. Universidad de los Andes. (2003). *Reglamento general de publicaciones*. Santo Domingo: Ediciones Uniandes.
210. Urbano, O. (2014). *Análisis del género entrevista en los medios de comunicación digital españoles*. Málaga: Riuma.
211. Valero, J. (2000). La infografía de prensa. *Revista latina de comunicación social*, 30-36.
212. Valverde, M. (2009). La comunicación pedagógica: elemento transformador de la práctica educativa. *Actualidades Investigativas en Educación*, 1-18.
213. Van Dijk, T. (1997). *¿Cómo se lleva una minoría a los titulares?, minorías étnicas en la prensa*. Barcelona: Paidós.
214. Vasen y Lujano. (2017). Sistemas nacionales de clasificación de revistas científicas en América Latina: tendencias recientes e implicaciones

- para la evaluación académica en ciencias sociales. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 199-228.
215. Villamarin, J. (2011). *La imprenta en América*. Quito: Ojo a la Hoja.
216. Villanueva, J. (2012). Fondos sonoros en los repositorios digitales académicos y de investigación. *ANABAD*, 01-04.
217. Vongt, Righetti, Figueiredo, Castelfranchi, Knobel y Martineli. (25 de octubre de 2011). *Manual de Antigua. Indicadores de percepción pública de la ciencia y la ciencia y la tecnología*. Buenos Aires: Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia y Tecnología (RICYT).
218. Walker, Boyd, Mullins, y Larréché. (2003). *Marketing Strategy: A Decision – Focused Approach*. New York: Fourth Edition.
219. Watts, J. D. (2003). *Seis grados de separación: La ciencia de las redes en la era del acceso*. Nueva York: Norton.
220. Wiley, D. (2000). *Connecting learning objects to instructional design theory: a definition, a metaphor, and a taxonomy*. Logan: Utah State University.
221. Yordanka, M. (2015). El Plagio a la Luz de la Educación Virtual y de las Normas de Derecho de Autor en México: Consideraciones desde la Perspectiva Docente. *Propiedad Intelectual.*, 128-130.
222. Zabala y Corona. (2010). Importancia de las características y funciones presentes en el lenguaje periodístico de los medios impresos de Maracaibo. *Revista de Ciencias Sociales*, 04-05.
223. Zamarrón, M. (2005). La distribución de las publicaciones de la Universidad Autónoma Metropolitana. *Reencuentro*, 02-06.
224. Zavala, H. (2010). Importancia y utilidad de los géneros periodísticos en los medios impresos deportivos venezolanos. análisis. *Razón y Palabra*, 01-18.

## Anexos

### Cronograma

Tabla 15: Cronograma 2019

Fuente: Evaluación propia

Elaborado por: Lenin Santos

### Matriz de relevamiento bibliográfico

No.	Buscador	Palabras clave	Autor/autora	Título del Artículo	Descripción de variables	Metodología utilizada	Principales resultados	Observaciones	Link
1	Scielo	Metodología , implicación, dialogo, investigación , estado.	Ana Padawer	CONTRA LA DEVOLUCIÓN: APORTES DE LOS CONCEPTOS DE IMPLICACIÓN Y DIÁLOGO PARA LAS INVESTIGACIONES ANTROPOLÓGICAS EN CONTEXTOS DE GESTIÓN EDUCATIVA.	El objetivo de esta investigación fue discutir el concepto de "Devolución" A partir de una reflexión teórico-metodológica en torno a la gestión pública, considerando reflexiones sobre la relación sujeto-objeto en la producción de conocimiento. Buenos Aires	<b>Cualitativo:</b> porque la investigación se basa en datos obtenidos bajo observación directa y otras investigaciones.	Esta investigación constituye un importante insumo, para posteriores reflexiones de investigadores, políticos, y otros colegas que decidan abordar el tema o darle seguimiento a la producción de contenidos educativos a partir	Quien produce contenidos científicos educativos, lejos de ser un simple "informante" que espera una voz autorizada que explique "desde afuera" lo que vive cotidianamente, el interlocutor del investigador es un sujeto reflexivo que	<a href="http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1852-4508200800010004&amp;script=sci_arttext&amp;tlng=en">http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1852-4508200800010004&amp;script=sci_arttext&amp;tlng=en</a>

					Argentina. Agosto de 2008. La base de datos utilizada fue: Scielo. Las palabras claves fueron: Metodología, implicación, dialogo, investigación, estado.		de la antropología.	incorpora en su accionar esta experiencia de indagación que lo atraviesa, así como lo hace con las distintas perspectivas a las que accede en su experiencia cotidiana, y que la conceptualización de la cultura como proceso dialógico permiten recuperar (Mannheim y Tedlock, 1995).	
2	Redalyc	Divulgación científica y tecnológica, Documental y Periodismo	Herly Alejandra Quiñónez Gómez	DIVULGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA : TEORÍA Y PRÁCTICA PERIODÍSTICA PARA LA PRODUCCIÓN DEL DOCUMENTAL	Este trabajo tiene como objetivo analizar Los distintos conceptos sobre el documental de divulgación científica y tecnológica de varios autores y representar el trabajo de la cátedra de	<b>Cualitativo:</b> porque la investigación se basa en datos obtenidos por conclusiones y resultados a las que llegaron autores e investigadores de interés para la investigación	Esta investigación constituye un manual de producción de contenidos y divulgación científica y tecnológica fácilmente aplicable a grupos de trabajo extra	la divulgación es el envío de mensajes elaborados mediante Transcodificación de lenguajes crípticos a lenguajes onmicomprensibles a la totalidad del universo perceptor	<a href="http://www.redalyc.org/html/1995/199520010098/">http://www.redalyc.org/html/1995/199520010098/</a>

					<p>Periodismo Científico de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Los Andes en Venezuela en el proceso aprendizaje-enseñanza</p> <p>Para producir un documental durante los meses de agosto y octubre de 2011.</p> <p>La base de datos utilizada fue: Redalyc.</p> <p>Las palabras claves fueron: Divulgación científica y tecnológica, Documental y Periodismo</p>		escolares.	disponible. Pasquali (1978)	
3	Redalyc	Prensa educativa, periodismo educativo, periodismo pedagógico,	Nélida María Montoya Ramírez; Ligia Inés Zuluaga Arias	EDUCAR MIENTRAS SE INFORMA: UNA PROPUESTA DE	Esta investigación tuvo como propósito obtener resultados cualitativos sobre la praxis de la educomunicación en	<b>Cualitativo:</b> Porque busca develar un modelo educomunicativo que resignifique el lugar de la prensa	Esta investigación propone un enfoque donde los medios impresos asumen un papel primordial en la	Sus medios, la relación entre emisor y perceptores, el ambiente en el cual se	<a href="http://www.redalyc.org/html/860/86031206002/">http://www.redalyc.org/html/860/86031206002/</a>

		educomunicación, medios masivos y educación.		RESIGNIFICACIÓN DE LA PRENSA TRADICIONAL	los medios tradicionales, específicamente en los medios impresos, a partir de la estrategia “educar mientras se informa” implementada por el periódico el Mundo de la ciudad de Medellín, Colombia en 1979. La base de datos utilizada fue: Redalyc. Las palabras claves fueron: Prensa educativa, periodismo educativo, periodismo pedagógico, educomunicación, medios masivos y educación.	tradicional desde el estudio de caso de la propuesta. Educar mientras se informa.	educomunicación a través de la reestructuración de sus políticas internas y la creación de nuevas plazas de trabajo que tienen que ver con la elaboración de contenidos que formen a sus lectores y ciudadanos.	desarrolla, los ruidos que la afectan; las estrategias que la estructuran y la trascendencia de dichas interacciones para los seres humanos, las sociedades y un medio de comunicación como la prensa que necesita transformarse en los contextos audiovisuales y digitales actuales que le demandan superar su quehacer tradicional y explorar otras rutas y escenarios. Kaplún (1998)	
4	Scielo	Características y funciones	Zavala González, Hely Danilo y	IMPORTANCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS	Esta investigación tuvo como objetivo identificar de forma	<b>Cuantitativo:</b> porque se entregan datos numéricos	Esta investigación recoge varios datos sobre la	Raigón (1999) define esta función educativa como la	<a href="http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1315-">http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1315-</a>

		del lenguaje periodístico, informaciones, redacción, medios impresos.	Corona González, María Virginia	CAS Y FUNCIONES PRESENTES EN EL LENGUAJE PERIODÍSTICO DE LOS MEDIOS IMPRESOS DE MARACAIBO	<p>estructural las características y funciones del lenguaje periodístico puesto de manifiesto en la redacción de los periódicos de mayor circulación en la ciudad de Maracaibo - Venezuela en el año de 2010.</p> <p>La base de datos utilizada fue: Scielo.</p> <p>Las palabras claves fueron:</p> <p>Características y funciones del lenguaje periodístico, informaciones, redacción, medios impresos.</p>	obtenidos después de aplicar el instrumento de ficha de observación documental para analizar los contenidos de las noticias.	importancia de las características y funciones del lenguaje periodístico en los medios impresos para la correcta interpretación de los contenidos por parte de los lectores y los ciudadanos. Además esta indagación podrá servir para futuras acciones que los medios impresos puedan tomar en cuanto a la claridad con que se manejan sus contenidos.	producción y distribución sistemáticas de mensajes informativos de actualidad que contribuyen al proceso enseñanza-aprendizaje, logrando formar un ser humano capaz de elevarse al nivel de la civilización moderna. Esto, por supuesto, refuerza sus posibilidades personales de participar responsablemente en la vida social satisfaciendo a la vez su sed de conocimientos, de superación personal y perfeccionando el desarrollo estrictamente vinculado con las	<a href="https://doi.org/10.52942/revista.v1i1.9518201000010003&amp;script=sc">9518201000010003&amp;script=sc</a> <a href="#">i arttext</a>
--	--	---	---------------------------------	---	--	--	---	---	--

								exigencias de la vida profesional.	
5	Redalyc	Producción periodística, estrategia, pensamiento crítico.	Josefina Calles y Morela Arráez Belly	LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA: UNA ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO DEL PENSAMIENTO CRÍTICO	El objetivo de esta investigación fue presentar la producción periodística, sus recursos, su influencia para el desarrollo del pensamiento crítico, la convivencia y el pluralismo dentro y fuera de las aulas. En Caracas – Venezuela en el año de 2007. La base de datos utilizada fue: Redalyc. Las palabras claves fueron: producción periodística, estrategia, pensamiento crítico.	<b>Cualitativo:</b> Porque se apoya en el análisis de posturas teóricas fundamentadas en estrategias de lectura, análisis periodístico, y la teoría de la acción comunicativa de Havermas (2002)	Esta investigación recoge varios datos literarios sobre el uso del periódico dentro del aula como apoyo didáctico, lúdico para el aprendizaje, escolar, abriendo la posibilidad a que instituciones educativas implementen el uso de medios impresos con la participación activa de profesores y estudiantes.	Martínez (2000) señala que el periódico usado como un recurso didáctico puede ser el punto de partida para la reflexión, el análisis, la crítica, la autocrítica que conduzcan al educando a una toma de conciencia de su participación, producto de todo un proceso transversal de enseñanza-aprendizaje.	<a href="http://www.redalyc.org/pdf/761/76111479009.pdf">http://www.redalyc.org/pdf/761/76111479009.pdf</a>
6	Eumed	Periodismo Ambiental, Educación Ambiental,	Fernanda Reyes R.	LA FUNCIÓN FORMATIVA O EDUCATIVA EN EL	El propósito de esta investigación fue plantear el reto de la nueva cultura de	<b>Cualitativo:</b> Porque recoge distintas posturas y además realiza un	Este artículo propone que los periodistas ambientales no son	La UNESCO considera la alfabetización mediática una	<a href="http://www.eumed.net/rev/cccss/11/">www.eumed.net/rev/cccss/11/</a>



		Formación, Medios de Comunica		PERIODISMO AMBIENTAL	sostenibilidad donde el periodismo ambiental asume el rol de educador y formador de ciudadanos conscientes de su entorno, cumpliendo la función instructora propia de la función informativa. Sevilla España 2011. La base de datos utilizada fue: Eumed. Las palabras claves fueron: Periodismo Ambiental, Educación Ambiental, Formación, Medios de Comunica.	debate para sugerir una postura ante la problemática social planteada sobre la función educadora e informativa de los medios de comunicación.	educadores, pero la función informativa lleva consigo una responsabilidad de carácter educativa, de la cual el periodista no puede prescindir, porque esta es una oportunidad para mejorar la sociedad y el periodismo dentro de los medios.	herramienta indispensable para la ciudadanía global, el desarrollo social, el compromiso cívico y para caminar hacia sociedades sostenibles (Andersen y Miller 2010: 303).	
7	Redalyc	Objetos de aprendizaje, entornos virtuales de enseñanza y aprendizaje, calidad en el	Teresa Mauri, Javier Onrubia, César Coll, Rosa Colomina.	LA CALIDAD DE LOS CONTENIDOS EDUCATIVOS REUTILIZABLE S: DISEÑO, USABILIDAD Y	El objetivo de este artículo es plantear algunos parámetros para la evaluación de procesos educativos que incluyen contenidos virtuales o	<b>Cualitativo:</b> Porque analiza lo particular que tiene la educación y los procesos de enseñanza al utilizar propuestas	Este artículo entrega una valoración de las dimensiones de alcance y efectividad de utilizar propuestas	La idea de interactividad no se limita a las actuaciones sincrónicas y presenciales de profesor y alumnos.	<a href="http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54746291009">http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54746291009</a>

		aprendizaje virtual, diseño instrucciones, uso educativo de las TIC, interactividad, constructivismo sociocultural.		PRÁCTICAS DE USO	reutilizables, su diseño, modos de uso y aplicaciones para el aprendizaje. Universidad de Murcia, España. Julio de 2016. La base de datos utilizada fue: Redalyc. Las palabras claves fueron: objetos de aprendizaje, entornos virtuales de enseñanza y aprendizaje, calidad en el aprendizaje virtual, diseño instrucciones, uso educativo de las TIC, interactividad, constructivismo sociocultural.	basadas en contenidos educativos reutilizables o virtuales.	educativas reutilizables oportuno para procesos educativos donde el maestro y el estudiante tengan poca interacción física.	La interactividad, tal como la hemos definido, incluye la consideración de todas aquellas actuaciones que profesores y alumnos desarrollan sin estar ambos presentes.( Mauri, T., Onrubia, J., Coll, C. & Colomina. 2005)	
8	Bilografía	Periodismo, Hipermedia, educomunicación, producción periodística.	Dra. Iraida Calzadilla Rodríguez.	LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA DE LOS ESTUDIANTES COMO	El objetivo de este escrito, fue reflexionar sobre la conveniencia del trabajo extensionista, aprovechando los	<b>Cualitativo:</b> Porque es una investigación del modelo constructivista que abarca un caso	Este artículo nos entrega un modelo que plantea cambios de actitud en alumnos y docentes siendo	Si la comunicación en los centros docentes se ha distinguido en no pocas ocasiones por su ritmo y tempo	<a href="https://mesadetrabajo.blogia.com/2012/122714-la-produccion-periodistica-de-los-estudiantes-">https://mesadetrabajo.blogia.com/2012/122714-la-produccion-periodistica-de-los-estudiantes-</a>

				<p>PROYECTO EXTENSIONISTA EN LA RED: PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA</p>	<p>recursos tecnológicos para desarrollar propuestas que, responsabilicen a profesores y alumnos en la construcción de un proyecto creativo y participativo, promotor de difusión de cada tarea que se realiza en las aulas de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana. 2006 - 2012</p> <p>La base de datos utilizada fue: Bilogía. Las palabras claves fueron: Periodismo, Hipermedia, educomunicación, producción periodística.</p>	<p>múltiple e inclusivo donde 6 cursos académicos de la carrera de Periodismo, en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana participan, bajo la dirección del maestro, en la creación de información y conocimiento dentro de un edublog, recogiendo posteriormente sus experiencias.</p>	<p>estos últimos los dueños e intérpretes del conocimiento que pasa por la mente de sus estudiantes, ampliando los conocimientos en el quehacer profesional. En un modelo educativo constructivista.</p>	<p>autoritario, unidireccional y no participativo, hoy la comunicación profesor-estudiante requiere trascender la dinámica de transmisión de información y evaluación de una sola vía, para alcanzar los derroteros dinámicos y aportadores del diálogo, el concierto formativo y el comprometimiento de los alumnos en función de su preparación integral, tal como plantean autores como González (1995), Soto (sf) y Ojalvo (2002)</p>	<p><a href="#">como-proyecto-extensionista-en-la.php</a></p>
--	--	--	--	--	--	--	--	---	--

9	Scielo	textos escritos, didáctica metalingüística, sujetos excluidos	Lucía Fraca de Barrera - Sandra Maurera Caba	UN MODELO PEDAGÓGICO METALINGÜÍSTICO PARA LA PRODUCCIÓN DE TEXTOS ESCRITOS	El objetivo de esta investigación fue demostrar de qué manera influye un modelo de intervención educativa orientado por la psicología cognitiva, la metacognición, la metalingüística y la lingüística del discurso, y como facilita la competencia comunicativa en un grupo de personas excluidas del sistema educativo en Caracas, Venezuela 2006. La base de datos utilizada fue: Scielo. Las palabras claves fueron: textos escritos, didáctica metalingüística, sujetos excluidos	<b>Cualitativo:</b> Porque las actividades se diseñaron teniendo en cuenta tres grandes bloques que son: planificación, escritura y revisión que se incorporaron dentro de un proyecto pedagógico en el aula.	Este artículo nos entrega una análisis sobre como los contenidos didácticos metalingüísticos contribuyen al buen uso del lenguaje y el reconocimiento de la lengua materna a partir de estrategias comunicacionales aplicadas para la transformación o impacto social.	A esta noción se asocia el planteamiento de que la producción de un texto supone conocer esos patrones estructurales y el conjunto de normas que rigen la utilización social del lenguaje, por lo que la enseñanza de la lengua escrita debe contemplar estrategias para que los sujetos aprendices se apropien de estos aspectos (Barrera y Fraca, 1999).	<a href="http://www.scielo.org/ve/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0459-1283200600010004">http://www.scielo.org/ve/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0459-1283200600010004</a>
10	Redalyc	Didáctica;	Najmed	COMUNICACIÓN	Esta investigación	<b>Cualitativo:</b>	Este artículo	La educación ocupa	<a href="http://www.redalyc.org">http://www.redalyc.org</a>

		español como lengua extranjera; Metodologías; Persa; TIC.	Shobeiri	N Y EDUCACIÓN: NUEVOS ESCENARIOS EN LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO	tiene como propósito la reflexión docente donde se revisan conceptos y líneas de acción necesarias para la enseñanza de un idioma en el marco de la sociedad de la información y el conocimiento en Irán en 2006. La base de datos utilizada fue: Redalyc. Las palabras claves fueron: Didáctica; Español como lengua extranjera; Metodologías; Persa; TIC.	Porque la investigación se basa en la indagación del habla, en la forma particular de expresión de dicha lengua, en los mitos y leyendas que la representan y en el conjunto semiótico de la cultura en donde se realiza la enseñanza.	proporciona una visión objetiva a la acción comunicativa desde los medios sobre la enseñanza de una lengua, sus códigos, costumbres y cultura en general. Además nos indica que independientemente de cómo se estructuran sus mensajes, estos deben procurar que el proceso educativo sea constructivo, multidisciplinar e inclusivo para dicha cultura.	un lugar preponderante, constituyendo uno de los instrumentos esenciales para avanzar hacia la construcción del bienestar individual y colectivo de los ciudadanos, pero también hacia el desarrollo económico y social (Santos, 2012:239).	<a href="http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048903031">http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048903031</a>
11	Redalyc	Publicaciones periódicas, factor de impacto, internet,	Manuel Ramiro H.	LA DIFUSIÓN DEL CONOCIMIENTO COMO INSTRUMENTO	Esta investigación tiene como objetivo analizar la difusión del conocimiento como instrumento	<b>Cuantitativo:</b> Porque nos provee de datos numéricos a cerca del factor de impacto, año de	Esta investigación nos proporciona un análisis sobre la manera en que las revistas científicas	Desde la década de 1960 se utiliza el factor de impacto para calificar la importancia de las	<a href="http://www.redalyc.org/pdf/4577/457745480001.pdf">http://www.redalyc.org/pdf/4577/457745480001.pdf</a>

		sistemas en línea.		EDUCATIVO	<p>educativo a través del factor de impacto de varias revistas científicas así como su número de tiraje, acceso a internet, editorial y número de lectores.</p> <p>La base de datos utilizada fue: Redalyc.</p> <p>Las palabras claves fueron: publicaciones periódicas, factor de impacto, internet, sistemas en línea.</p>	creación, frecuencia de publicación y número de ejemplares.	se posicionan en mercados específicos a través de las veces que son citadas, el número de ejemplares y las editoriales dueñas de sus derechos, poniendo de manifiesto el acaparamiento de la edición de dichas revistas y la necesidad de que existan más revistas científicas de libre acceso siempre y cuando sean elaboradas con seriedad y distribuidas entre quienes puedan utilizarlas adecuadamente.	revistas y, simultáneamente, la labor de los investigadores. En este texto se propone que las revistas también se evalúen por su difusión, tiraje, número de lectores y acceso por internet. (Manuel Ramiro H)	
12	Redalyc	Análisis de contenido, Metodología	Flory Fernández	EL ANÁLISIS DE CONTENIDO	Esta investigación tiene como objetivo describir los	<b>Cualitativo:</b> Porque ilustra la utilidad del análisis	Esta investigación nos proporciona un análisis de	Kerlinger (1988), se considera sobre todo como un	<a href="http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1530960">http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1530960</a>

		, investigación .		<p>COMO AYUDA METODOLÓGICA PARA LA INVESTIGACIÓN</p>	<p>elementos componentes del análisis de contenido y como se aplica metodológicamente para la investigación y análisis de 55 documentos publicados en Costa Rica. En 2002. La base de datos utilizada fue: Redalyc. Las palabras claves fueron: Análisis de contenido, Metodología, investigación.</p>	<p>de contenido como ayuda metodológica en la realización de distintas investigaciones.</p>	<p>métodos, técnicas e instrumentos posibles de ser utilizados en investigaciones de diferentes campos del conocimiento, dando a conocer resultados y experiencias que pueden ser transitadas por otros investigadores.</p>	<p>método de observación y medición. En lugar de observar el comportamiento de las personas en forma directa, o de pedirles que respondan a escalas, o aun de entrevistarlas, el investigador toma las comunicaciones que la gente ha producido y pregunta acerca de dichas comunicaciones (p. 543).</p>	<p><a href="#">4</a></p>
13	Redalyc	Prácticas educativas abiertas, producción de contenidos educativos, educación abierta,	Andrés Chiappe Laverde, Mónica Herrera Arias	<p>PRODUCCIÓN ABIERTA DE UN CONTENIDO EDUCATIVO DIGITAL: UN ESTUDIO DE CASO</p>	<p>Esta investigación tiene como objetivo mencionar todos los procesos involucrados en la incorporación educativa de las TIC para la producción de contenidos</p>	<p><b>Cualitativo:</b> Porque identifica los alcances y limitaciones de una práctica abierta como es “La producción abierta de contenidos educativos”.</p>	<p>Esta investigación nos proporciona resultados sobre la complejidad de realizar contenidos libres o abiertos que al estar sujetos a voluntades particulares, no</p>	<p>Un proceso distribuido que involucra el diseño y la elaboración de Recursos Educativos Digitales, caracterizado por la participación</p>	<p><a href="http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31045569020">http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31045569020</a></p>

		educación y tic, re-cursos educativos abiertos.			educativos abiertos en un estudio de caso en Maracaibo Venezuela. La base de datos utilizada fue: Redalyc. Las palabras claves fueron: Prácticas educativas abiertas, producción de contenidos educativos, educación abierta, educación y tic, re-cursos educativos abiertos.		solo requiere formas de pensar sino forma de proceder flexibles para poder aprovechar sus potencialidades y resolver sus limitaciones.	colaborativa de personas geográficamente dispersas, quienes tienen la posibilidad de aportar, sugerir e inclusive modificar o adaptar los insumos y/o subproductos del proceso (Chiappe, 2012:10).	
14	Ferozo	Estrategias, intervención social, comunicación, salud, familia, educación.	Inchaurrondo, Mariana Negrete, Ana Amelia Wahnón Silva, Gabriela.	MEDIACIÓN DE MATERIALES EDUCATIVOS PARA PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE SENTIDOS COMUNITARIA	Esta investigación tiene como objetivo crear un camino de reflexión, intervención, metodología y producción de contenidos colectivos en el marco del programa familias para la inclusión	<b>Cualitativo:</b> Porque el escrito es fruto del análisis de un proceso de producción y mediación colectiva de materiales pedagógicos en el programa familias para la inclusión social.	Esta investigación nos proporciona pistas para que otros comunicadores que trabajan en proyectos pedagógicos en otros lugares y con otras personas, puedan utilizarlas y	“Disparar el habla en una comunidad es fundamental para la producción de conocimientos colectivos. La entrega al movimiento de hablar en una comunidad produce una energía de	<a href="http://sm000153.ferozo.com/memorias/pdf/2006ininchaurrondo.pdf">http://sm000153.ferozo.com/memorias/pdf/2006ininchaurrondo.pdf</a>



					social en el Municipio Moreno, Argentina 2003. La base de datos utilizada fue: Ferozo. Las palabras claves fueron: Estrategias, intervención social, comunicación, salud, familia, educación.		para posteriores investigaciones o proyectos.	poder y autoestima que dan lugar a una producción de sentidos colectivos que llevan a esta comunidad hacia su propio desarrollo” (Ceraso, Cecilia; Arrúa, Vanesa. 2005, Pág. 13).	
--	--	--	--	--	---	--	---	---	--

Tabla 16: Matriz de relevamiento bibliográfico

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Lenin Santos

**Espacio dedicado a la producción educativa, lunes 02 de abril de 2018**

CONTENIDO	PAGINAS DEL DIARIO (CM2)																								TOTAL	%
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24		
ENTRETENIMIENTO	48	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	739	0	0	0	896	0	0	0	0	187	1870	9
INFORMACION	473	896	840	896	560	616	896	0	0	0	0	0	0	0	0	644	896	672	0	0	370	555	0	371	8685	40
OPINION	0	0	0	0	0	290	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	280	0	0	0	570	3
PUBLICIDAD	330	0	84	0	240	0	0	896	196	168	224	896	896	0	152	224	0	0	0	252	65	224	896	168	5911	28
REMITIDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	117	0	0	117	1
FORMATIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	72	0	0	0	0	72	0
EDUCATIVO	36	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	558	252	0	0	56	902	4
CULTURAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	896	0	0	0	224	0	0	0	0	0	0	1120	5
DEPORTIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	700	728	672	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	147	2247	10	
<b>TOTAL (CM2)</b>																								<b>21494</b>	<b>100</b>	

Tabla 17: Espacio dedicado a la producción educativa, lunes 02 de abril de 2018

Fuente: Análisis de contenido

Elaborado por: Lenin Santos

**Espacio dedicado a la producción educativa, martes 03 de abril de 2018**

CONTENIDO	PAGINAS DEL DIARIO (CM2)																								TOTAL	%
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24		
ENTRETENIMIENTO	36	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	739	0	740	0	0	0	868	0	216	0	0	180	2779	13
INFORMACION	486	896	252	896	556	616	896	621	0	0	0	0	0	672	896	896	0	0	0	0	0	370	0	679	8732	41
OPINION	0	0	0	0	0	290	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	224	0	0	514	2
PUBLICIDAD	360	0	84	0	0	0	0	0	196	0	266	0	152	224	0	0	0	0	0	896	0	39	896	140	3253	15
REMITIDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	896	0	0	0	0	0	0	0	0	896	4
FORMATIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	437	0	0	437	2
EDUCATIVO	36	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	240	252	0	56	584	3
CULTURAL	0	0	0	0	0	0	0	224	0	0	0	0	0	0	0	0	0	896	0	0	0	0	0	0	1120	5
DEPORTIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	700	896	631	896	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	56	3179	15
<b>TOTAL (CM2)</b>																								<b>21494</b>	<b>100</b>	

Tabla 18: Espacio dedicado a la producción educativa, martes 03 de abril de 2018

Fuente: Análisis de contenido

Elaborado por: Lenin Santos

**Espacio dedicado a la producción educativa, miércoles 04 de abril de 2018**

CONTENIDO	PAGINAS DEL DIARIO (CM2)																								TOTAL	%	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24			
ENTRETENIMIENTO	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	753	0	0	0	0	0	896	0	252	0	0	187	2148	10	
INFORMACION	450	896	812	896	888	616	810	672	0	0	0	0	0	576	896	648	0	0	0	0	0	354	0	435	8949	42	
OPINION	0	0	0	0	0	308	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	252	0	0	560	3	
PUBLICIDAD	387	0	112	0	0	0	0	0	196	280	0	0	171	224	0	0	896	0	0	0	0	52	814	168	3300	15	
REMITIDO	0	0	0	0	0	0	80	0	0	0	420	532	0	0	0	270	0	0	0	0	0	0	112	0	1414	7	
FORMATIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	165	0	0	0	165	1	
EDUCATIVO	30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	763	672	280	0	56	1801	8
CULTURAL	0	0	0	0	0	0	0	252	0	0	0	0	0	0	0	0	0	896	0	0	0	0	0	0	1148	5	
DEPORTIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	714	343	476	364	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	112	2009	9	
<b>TOTAL (CM2)</b>																								<b>21494</b>	<b>100</b>		

Tabla 19: Espacio dedicado a la producción educativa, miércoles 04 de abril de 2018

Fuente: Análisis de contenido

Elaborado por: Lenin Santos

**Espacio dedicado a la producción educativa, jueves 05 de abril de 2018**

CONTENIDO	PAGINAS DEL DIARIO (CM2)																								TOTAL	%
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24		
ENTRETENIMIENTO	50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	735	0	0	0	0	0	0	840	210	0	0	162	1997	9
INFORMACION	530	860	860	860	490	610	860	860	0	0	0	0	0	644	860	860	0	0	644	0	0	950	0	404	10292	48
OPINION	0	0	0	0	0	308	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	294	0	0	602	3
PUBLICIDAD	335	0	84	0	0	0	0	0	196	0	0	0	152	224	0	0	576	0	0	0	0	39	614	140	2360	11
REMITIDO	0	0	0	0	420	0	0	0	0	0	0	504	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	266	0	1190	6
FORMATIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	592	0	0	0	592	3
EDUCATIVO	30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	85	252	0	84	451	2
CULTURAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	896	224	0	0	0	0	0	1120	5
DEPORTIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	644	860	860	351	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	175	2890	13
<b>TOTAL (CM2)</b>																								<b>21494</b>	<b>100</b>	

Tabla 20: Espacio dedicado a la producción educativa, jueves 05 de abril de 2018

Fuente: Análisis de contenido

Elaborado por: Lenin Santos

**Espacio dedicado a la producción educativa, viernes 06 de abril de 2018**

CONTENIDO	PAGINAS DEL DIARIO (CM2)																								TOTAL	%	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24			
ENTRETENIMIENTO	84	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	769	0	0	0	0	0	896	0	732	0	0	187	2668	12	
INFORMACION	574	896	812	896	486	616	896	0	0	0	0	0	0	672	896	650	0	0	0	540	0	364	0	388	8686	40	
OPINION	0	0	0	0	0	308	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	252	0	0	560	3	
PUBLICIDAD	336	0	140	0	0	0	0	0	196	0	0	0	160	224	0	0	896	0	0	0	0	52	736	140	2880	13	
REMITIDO	0	0	0	0	476	0	0	0	0	0	476	0	0	0	0	280	0	0	0	0	0	0	0	0	1232	6	
FORMATIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	168	264	0	0	432	2	
EDUCATIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	254	0	298	0	84	636	3
CULTURAL	0	0	0	0	0	0	0	336	0	0	0	0	0	0	0	0	0	896	0	0	0	0	0	0	1232	6	
DEPORTIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	700	896	476	896	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	200	3168	15	
<b>TOTAL (CM2)</b>																								<b>21494</b>	<b>100</b>		

Tabla 21: Espacio dedicado a la producción educativa, viernes 06 de abril de 2018

Fuente: Análisis de contenido

Elaborado por: Lenin Santos

**Espacio dedicado a la producción educativa, sábado 07 de abril de 2018**

CONTENIDO	PAGINAS DEL DIARIO (CM2)																								TOTAL	%	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24			
ENTRETENIMIENTO	36	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	742	0	0	0	0	0	0	868	230	0	0	0	264	2140	10
INFORMACION	548	868	812	868	560	616	784	784	0	0	0	0	0	672	868	868	0	0	0	0	566	344	0	303	9461	44	
OPINION	0	0	0	0	0	280	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	280	0	0	560	3	
PUBLICIDAD	354	0	84	0	0	0	0	0	196	0	0	0	144	252	0	0	896	0	0	0	120	65	623	140	2874	13	
REMITIDO	0	0	0	0	308	0	110	0	0	0	308	308	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	238	0	1272	6	
FORMATIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	120	0	0	0	120	1	
EDUCATIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	659	200	252	0	50	1161	5
CULTURAL	0	0	0	0	0	0	0	224	0	0	0	0	0	0	0	0	0	868	0	0	0	0	0	0	1092	5	
DEPORTIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	675	896	550	550	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	143	2814	13	
<b>TOTAL (CM2)</b>																								<b>21494</b>	<b>100</b>		

Tabla 22: Espacio dedicado a la producción educativa, sábado 07 de abril de 2018

Fuente: Análisis de contenido

Elaborado por: Lenin Santos

**Espacio dedicado a la producción educativa, domingo 08 de abril de 2018**

CONTENIDO	PAGINAS DEL DIARIO (CM2)																								TOTAL	%	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24			
ENTRETENIMIENTO	45	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	896	672	0	0	0	0	0	896	224	0	0	0	170	2903	14	
INFORMACION	575	896	840	896	672	896	896	896	0	0	0	0	0	672	896	0	0	0	0	0	0	383	0	353	8871	41	
OPINION	0	0	0	0	280	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	280	0	0	560	3	
PUBLICIDAD	382	0	140	0	0	0	0	0	280	0	0	0	144	280	0	0	896	0	0	0	220	65	621	196	3224	15	
REMITIDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	300	0	300	1	
FORMATIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	728	0	0	0	728	3	
EDUCATIVO	80	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	656	308	0	0	1044	5
CULTURAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	252	0	924	0	0	0	0	0	0	1176	5	
DEPORTIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	728	896	896	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	168	2688	13	
<b>TOTAL (CM2)</b>																								<b>21494</b>	<b>100</b>		

Tabla 23: Espacio dedicado a la producción educativa, domingo 08 de abril de 2018

Fuente: Análisis de contenido

Elaborado por: Lenin Santos





**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

---

**“LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA Y LA PREVALENCIA DE LA  
DIFUSIÓN DE CONTENIDOS EDUCATIVOS (ART. 8 DE LA LEY DE  
COMUNICACIÓN) EN EL DIARIO EL AMBATEÑO”**

---

**Paper de la investigación**

**AUTOR:**

Lenin Mauricio Santos Mejía

**DOCENTE:**

Dr. Mg. Walter Francisco Viteri Torres

**Ambato – Ecuador**

**2019**

## **PAPER DE INVESTIGACIÓN**

### **“LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA Y LA PREVALENCIA DE LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS EDUCATIVOS (ART. 8 DE LA LEY DE COMUNICACIÓN) EN EL DIARIO EL AMBATEÑO”**

**Lenin Mauricio Santos Mejía**

**Universidad Técnica de Ambato**

**Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales**

**Carrera de Comunicación Social**

#### **RESUMEN**

Esta investigación se basa en el análisis realizado al diario “El Ambateño” conforme a lo que indica la (LOC, 2013), en su Art 8 sobre la prevalencia de contenidos educativos en los medios de comunicación, obteniendo como resultado un análisis semanal sobre la producción de contenidos educativos que busca reconfigurar la manera en que es entendida la educación dentro del medio para redistribuir la cantidad de espacio destinado a la producción educativa, equilibrándola a través de un insumo educativo impreso semanalmente.

La metodología utilizada parte del enfoque cuantitativo junto con la modalidad de investigación bibliográfica - documental. En cuanto a la técnica utilizada para la recolección de datos, se aplicó el análisis de contenido cuantitativo junto con la herramienta ficha de análisis.

Una vez finalizado el estudio se comprobó que el diario El Ambateño no cumple con la prevalencia en la difusión de contenidos educativos según lo que indica la (LOC, 2013), desarrollando una producción distinta a la propuesta en la ley.

**Palabras clave:** Producción periodística, contenidos educativos, análisis de contenido

## ABSTRACT

This investigation is based on the analysis made to the "El Ambateño" newspaper according to the (LOC, 2013), Art. 8 about the prevalence of educational content in the media, obtaining as a result a weekly analysis on the production of educational content that looking for reconfigure the way in which the communication is understood inside the medium, for redistribute the space's amount destined to educational production, balancing it through an educational input printed weekly.

The methodology used is based on the quantitative approach together with the bibliographic-documentary research modality. As for the technique used for data collection, the quantitative content analysis was applied together with the analysis card tool.

Once that the study was completed it was found that the El Ambateño newspaper doesn't comply with the prevalence in the diffusion of educational content as indicated by the (LOC, 2013), developing a production different from that proposed in the law.

**Keywords:** Journalistic production, Educational content, Content analysis

## INTRODUCCIÓN

La producción periodística de contenidos educativos en los medios de comunicación, cumplen un rol muy importante en el desarrollo de la sociedad, su difusión está regulada por el Art. 8 de la (LOC, 2013), debido a su función colectivizadora del conocimiento, que entrega respuestas a las interrogantes ciudadanas a la vez que proporciona un sentido social que encamina a las personas hacia el desarrollo humano, fomentando los valores y derechos expresados en la ley. El presente trabajo de investigación se desarrolló con la finalidad de determinar la producción periodística respecto a los contenidos educativos en el diario El Ambateño para lo cual se analizó los contenidos de la producción de una semana y se constató cuanto

espacio le dedican a la producción y difusión de contenidos educativos en el medio periodístico.

El trabajo de investigación se realizó en base al enfoque cuantitativo con la modalidad bibliográfica documental, el cual se ubicó en un nivel exploratorio. En cuanto a la técnica para la recolección de datos se utilizó el análisis de contenido cuantitativo; a través de fichas de análisis que determinaron los indicadores para el estudio, graficaron los datos obtenidos y estructuraron los resultados.

El análisis de la producción educativa se lo realizó en los ejemplares que se imprimieron durante la semana del 02 al 08 de abril de 2018.

## **METODOLOGÍA**

La utilización de la metodología en la investigación permitió obtener datos precisos sobre el problema, al realizar una investigación de campo directamente sobre la realidad donde ocurren los hechos sin que se pueda manipular ninguna variable.

La investigación inicia en un nivel exploratorio que permite indagar en los aspectos fundamentales de ambas variables, logrando un estudio significativo que aporta a la conceptualización de las mismas. Por otro lado el nivel exploratorio permite al investigador tener acceso, de primera mano, a la muestra para analizar el espacio que es destinado, por el diario, a cada sección de contenido, especialmente la sección educativa.

### **Sujetos**

Aun cuando es importante recalcar aspectos a cerca de la población, resulta complicado analizarla en su totalidad ya que estas cifras son muy extensas y su estudio depende de recursos económicos, de tiempo y disponibilidad técnica y humana. La solución entonces es analizar una muestra de la población y luego generalizar los resultados en las conclusiones del estudio ejecutado.

En cualquier investigación que realicemos, debemos tomar una muestra de sujetos que serán quienes participen de la misma. En general se habla mucho en estos casos acerca de que la muestra que se tome debe ser representativa. Esto es así, ya que este es uno de los aspectos que serían necesarios para asegurar la validez externa de la investigación. (Argibay, 2009)

Si investigamos, no es únicamente para enterarnos qué pasa con esa muestra de sujetos en particular, sino que el objetivo es poder extender esos resultados a otros sujetos y situaciones, de ahí que resulte de fundamental importancia el tema de la validez externa y uno de sus aspectos que es, si la muestra que hemos utilizado es suficientemente representativa de la población de referencia para poder extender los resultados obtenidos en aquella, a esta. (Argibay, 2009)

En este sentido, para seleccionar la muestra de la investigación se utilizó un muestreo no probalístico intencional, donde la selección de la muestra se realiza bajo el criterio del investigador que justificadamente elige a los sujetos que serán parte de la muestra.

Para esta investigación se tomaron en cuenta siete ejemplares del diario El Ambateño, pertenecientes a la semana del 02 al 08 de abril de 2018. Dichos ejemplares permitieron la investigación de la cantidad exacta de espacio que se le brida a cada una de las secciones del diario dentro de cada publicación, llegando a elaborar un cuadro general que proporciona resultados semanales a cerca de la producción educativa en el medio.

Para realizar una correcta interpretación de los resultados se procedió a utilizar como instrumento del análisis de contenido, la ficha de análisis, la cual contribuyo a fijación de las unidades de investigación y contribuyo a graficar y estructurar los resultados. El estudio se lo realizo en los siete ejemplares teniendo en cuenta sus secciones en los diferentes días.

### **Técnicas e instrumentos**

El análisis de contenido es una técnica de investigación que permite obtener datos cuantitativos y cualitativos según lo requiera el investigador, a partir del estudio e interpretación de productos comunicacionales. En esta investigación lo que se pretende determinar a través del análisis de contenido cuantitativo, es el espacio total que se le dedica a la producción educativa en el rango temporal de una semana.

Se suele llamar análisis de contenido al conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior. (Piñuel, 2002)

Es importante recalcar que el análisis de contenido, constituye una técnica de medición con una secuencia en la investigación que permite el análisis numérico de los resultados. Según (Berelson, 1952), “Es una técnica de investigación que pretende ser objetiva, sistemática y cuantitativa en el estudio del contenido manifiesto de la comunicación”.

El análisis de contenido es una técnica que permite obtener resultados de la inferencia en condiciones de producción y recepción de mensajes. El análisis utilizado para esta investigación es de carácter verificativo y explicativo de inferencia deductiva, pues persigue el objetivo de comprobar la hipótesis sobre la prevalencia de contenidos educativos.

Los análisis verificativos y explicativos pueden dar cuenta de inferencias sobre el origen, naturaleza, funcionamiento y efectos de los productos comunicativos: extrapolaciones como, al estudiar el contenido, inducir una predicción (inferencias inductivas), o estudiando un efecto, comprobar un

contenido, o, estudiando un producto, comprobar los antecedentes de la comunicación (inferencias deductivas). (Piñuel, 2002)

El uso de esta técnica, permite crear un meta texto de carácter interpretativo que aborde la clasificación de las variables a estudiadas.

El propósito básico del análisis es la identificación de determinados elementos componentes de los documentos escritos: letras, sílabas, lexemas, fonemas, sintagmas, palabras, frases, párrafos, títulos, caracteres, reactivos, secciones, temas, asuntos, medidas de espacio, medidas de tiempo, símbolos, etc. y su clasificación bajo la forma de variables y categorías para la explicación de fenómenos sociales bajo investigación. (Fernández F. C., 2002)

Según (Piñuel J. L., 2002), el análisis de contenido incluiría necesariamente los siguientes pasos: “ a) selección de la comunicación que será estudiada; b) selección de las categorías que se utilizarán; c) selección de las unidades de análisis, y d) selección del sistema de recuento o de medida.

Para realizar un estudio completo sobre la muestra, se utilizó como herramienta, la ficha de análisis. Según (Piñuel J. L., 2002), este es el instrumento que se debe utilizar para realizar un análisis de contenido. “La ficha de análisis es un documento para el registro de los datos de cada una de las unidades de análisis y sus respectivas variables o indicadores”.

Para la realización de la investigación se tomó en cuenta como unidad de muestreo, siete ejemplares del diario El Ambateño, pertenecientes a la semana del 02 al 08 de abril de 2018, mientras que las unidades a evaluar son las nueve secciones de información que mantiene el diario.

### **Procedimiento**

La presente investigación sobre “La producción periodística y la prevalencia de la difusión de contenidos educativos en el diario El Ambateño” es importante ya que los medios impresos tienen el reto comunicativo de difundir el pensamiento a través la palabra escrita, disparando el habla para elaborar conocimientos colectivos y aunando esfuerzos en la gestión de espacios de producción educativa, que los lleven adherirse de la forma más adecuada, a las normativas propuestas en el título primero, sobre disposiciones preliminares y definiciones, Art 8, de la (LOC, 2013).

Esta investigación determina la producción periodística respecto a los contenidos educativos en el diario el Ambateño a través del análisis cuantitativo del espacio que se brinda a sus contenidos, analizando la prevalencia de contenidos que tiene el diario, a la vez que se propone una alternativa de solución al problema de investigación.

El estudio se llevó a cabo por medio del análisis de contenido, el cual está detallado de la siguiente manera:

La unidad de muestreo, define veinticuatro páginas que son el total de espacio con que cuenta el diario para presentar su información, esta área se reparte en nueve secciones que el rotativo especifica de la siguiente manera: entretenimiento, información, opinión, publicidad, remitido, formativos, educativo, cultural y deportivo.

Estas secciones fueron seleccionadas como indicadores para la evaluación, lo cual permitió el análisis cuantitativo, de cada uno de los siete ejemplares, con respecto, a la cantidad de espacio que se dedica a cada sección semanalmente.



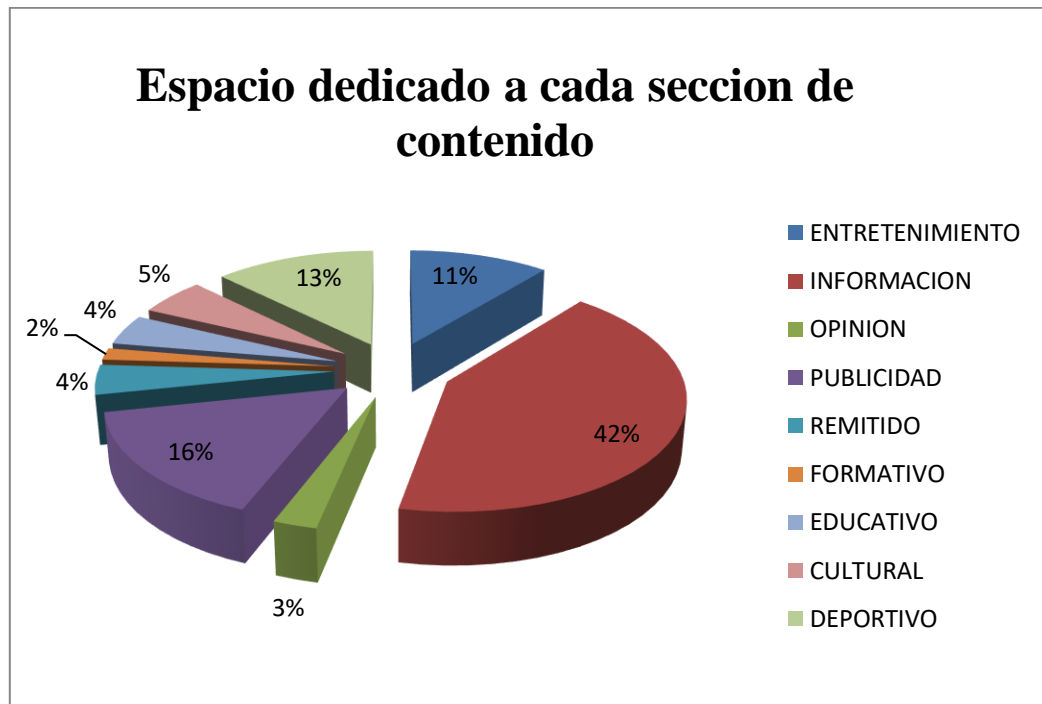
**Espacio dedicado a cada sección de contenido durante la semana del 2 al 8 de abril de 2018, en el diario “El Ambateño”:**

CONTENIDO	DIAS DE LA SEMANA							TOTAL cm2	%
	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO		
ENTRETENIMIENTO	1870	2779	2148	1997	2668	2140	2903	16505	11
INFORMACION	8685	8732	8949	10292	8686	9461	8871	63676	42
OPINION	570	514	560	602	560	560	560	3926	3
PUBLICIDAD	5911	3253	3300	2360	2880	2874	3224	23802	16
REMITIDO	117	896	1414	1190	1232	1272	300	6421	4
FORMATIVO	72	437	165	592	432	120	728	2546	2
EDUCATIVO	902	584	1801	451	636	1161	1044	6579	4
CULTURAL	1120	1120	1148	1120	1232	1092	1176	8008	5
DEPORTIVO	2247	3179	2009	2890	3168	2814	2688	18995	13
								150458	100

Tabla 24 Espacio dedicado a cada sección de contenido del 2 al 8 de abril de 2018 (Paper).

Fuente: Análisis de contenido

Elaborado por: Lenin Santos



*Figura 13:* Espacio dedicado a cada sección de contenido del 2 al 8 de abril de 2018.  
(Paper)

Fuente: Análisis de contenido

Elaborado por: Lenin Santos

#### **Análisis:**

De acuerdo con el análisis realizado durante la semana del 2 al 8 de abril de 2018, a la edición del diario El Ambateño, el medio mantiene en su parrilla, nueve secciones de contenido distribuidas de la siguiente manera: Un 42% destinado a contenidos informativos con 63.676 cm<sup>2</sup>, un 16% dedicado a contenidos publicitarios con 23.802 cm<sup>2</sup>, un 13% reservado para contenidos deportivos con 18.995 cm<sup>2</sup>, un 11% dedicado a contenidos de entretenimiento con 16.505 cm<sup>2</sup>, un 5% designado a contenidos culturales con 8.008 cm<sup>2</sup>, un 4% reservado a contenidos educativos con 6.579 cm<sup>2</sup>, un 4% designado a contenidos remitidos con 6.421 cm<sup>2</sup>, un 3% designado a contenidos de opinión con 3.926 cm<sup>2</sup> y un 2% destinado a contenidos formativos con 2.546 cm<sup>2</sup>.

## **Interpretación:**

En la producción periodística de la semana del 2 al 8 de abril de 2018, existe un predominio de los contenidos de carácter informativo que se lo atribuimos al sentido de existencia propio del medio de comunicación escrito, le siguen los contenidos publicitarios que se traducen en ingresos económicos y que son importantes para la economía de la empresa informativa, los contenidos deportivos aparecen en la tercera plaza de importancia dada la constante demanda de este tipo de contenidos al generar expectativa de forma masiva, le siguen los contenidos dedicados al entretenimiento que significan una mediana producción para el medio y que aportan al enganche necesario para el lector, los contenidos culturales aparecen liderando la zona con menos producción periodística en el medio debido al interés mínimo que muestran sus autores sobre este tipo de información, Los contenidos educativos muestran una ligera similitud con la cantidad de contenidos remitidos incluidos en el diario, lo cual difiere con lo propuesto en el Art. 8 de la (LOC, 2013). Los contenidos de opinión se encuentran ligeramente sobre los contenidos informativos siendo este último la sección con menos producción periodística en el diario.

## **RESULTADOS**

Mediante el análisis realizado a los ejemplares de toda la semana, se pudo constatar que en el diario El Ambateño no existe prevalencia de la difusión de contenidos educativos según lo estipulado en el Art. 8 de la (LOC, 2013), a través del análisis de los nueve indicadores de evaluación se llegó al resultado, de que solo el solo el 4% de la producción periodística pertenece a contenidos educativos, mientras que el 96% restante se disemina entre las demás secciones.

## **Conclusiones**

- Una vez culminada la investigación se determinó, que durante la semana del estudio, hubo un predominio de contenidos informativos, publicitarios y deportivos, le siguen los contenidos de entretenimiento, culturales y educativos y por último se ubican los contenidos de carácter remitido, opinión y formativos.
- La producción periodística de toda la semana cuenta con un total de 150.458 cm<sup>2</sup> que se refiere al 100% del espacio, que el medio destina a la producción del periódico, de esta cifra solo el 4% de producción con 6.579 cm<sup>2</sup> es destinado a contenidos educativos.
- Es necesario concluir que para reajustar la parrilla informativa de manera que se difunda prevalentemente contenidos educativos en el diario, es importante dar paso a propuestas de producción educativa que se puedan distribuir los fines de semana.
- El diario El Ambateño no cumple con lo estipulado en el Art. 8 de la (LOC, 2013), sobre la prevalencia de la difusión de contenidos educativos.

### **Recomendaciones**

- Reconfigurar la concepción de la educación según lo que establece la (LOC, 2013), para mejorar la producción educativa en el medio.
- Redistribuir los contenidos del diario de manera que se logre la prevalencia de la difusión de producción educativa según lo expuesto en la (LOC, 2013).
- Gestionar espacios semanales, de producción educativa dentro del diario, apegados a lo que indica la (LOC, 2013), para equilibrar la parrilla informativa.
- Implementar políticas empresariales que mejoren la cultura periodística en concordancia con lo que indica la (LOC, 2013) para la resolución del problema raíz.

## DISCUSIÓN

El estudio de la producción semanal del diario El Ambateño, a través de la técnica de análisis de contenido cuantitativo, nos permite llegar a los resultados que confirman la hipótesis nula que indica que, el diario El Ambateño no cumple con la prevalencia de la difusión de contenidos educativos establecido en el Art. 8 de la (LOC, 2013), la misma que se encuentra con valoración de 4% con respecto al 100% del espacio que oferta el diario para la información de sus lectores.

De acuerdo con los resultados obtenidos se ha determinado la necesidad de plantear la propuesta del diseño de un semanario de producción educativa apegado a los requerimientos que expone la (LOC, 2013) en su Art. 8 y garantizando su difusión en el medio los fines de semana. Esta propuesta pretende equilibrar progresivamente la producción educativa contribuyendo al desarrollo humano y el entendimiento del verdadero papel que los medios desempeñan en la sociedad, para que sus lectores sean quienes califiquen, valoren y exijan contenidos de calidad a los medios de comunicación.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

1. Argibay, J. C. (2009). Muestra de investigación cuantitativa. *Subjetividad y procesos cognitivos*, 13-29.
2. Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Researches*. Glencoe: Free Press.
3. Fernández, F. (2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación. *Revista de ciencias sociales*, 20-40.
4. LOC. (2013). *Asamblea Nacional*. Quito: Editora Nacional.
5. Piñuel, J. L. (2002). *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.