



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

TEMA:

“LA ESCASA DIFUSIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCAL DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR EL CONSEJO NACIONAL DE DISCAPACIDADES (CONADIS) DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y SU RELACIÓN CON LA INAPROPIADA IMAGEN INSTITUCIONAL A LA COMUNIDAD AMBATEÑA DURANTE EL PERÍODO ENERO – MAYO DE 2008.

Trabajo de Graduación previa a la obtención del Título de Licenciado en Comunicación Social.

AUTOR:

Espinoza Carrillo Miguel Ángel

TUTOR:

Lic. García Hermida Guillermo O.

Ambato – Ecuador

2011

TEMA:

“LA ESCASA DIFUSIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCAL DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR EL CONSEJO NACIONAL DE DISCAPACIDADES (CONADIS) DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y SU RELACIÓN CON LA INAPROPIADA IMAGEN INSTITUCIONAL A LA COMUNIDAD AMBATEÑA DURANTE EL PERÍODO ENERO – MAYO DE 2008.

PÀGINA INFORMATIVA.

IDENTIFICACIÓN DEL PASANTE:

Miguel Ángel Espinoza Carrillo

NOMBRE DEL TUTOR:

Lic. Guillermo García

INSTITUCION DONDE SE EFECTUO LA PASANTÍA:

CONADIS (Consejo Nacional de Discapacidades)

UBICACIÓN DE LA INSTITUCIÓN:

Calle Francisco Flor y Simón Bolívar entrada al Barrio Miraflores, Cantón Ambato, Provincia Tungurahua.

MAXIMA AUTORIDAD:

Dr. Diego Villacrés.

PERÍODO DE LA PASANTÍA:

Enero 15 - Mayo 28 del 2008

DURACIÓN DE LA PASANTÍA:

360 Horas (Trescientas sesenta horas)

Dr. Diego Villacrés

CONADIS

C.I.

Guillermo García

TUTOR

C.I.

Miguel A. Espinoza

PASANTE

C.I.

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el tema de la *“Escasa difusión en los medios de comunicación local de las actividades realizadas por el Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS) de la provincia de Tungurahua y su relación con la inapropiada imagen institucional presentada a la comunidad ambateña durante el periodo Enero – Mayo de 2008”*, del Sr. Miguel Ángel Espinoza Carrillo Egresado de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato considero que dicho trabajo de Graduación reúne los requisitos y meritos suficientes para ser sometido a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 17 de Enero del 2011

EL TUTOR

.....

Lcdo. Guillermo García Hermida.

C.I:

APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema” La escasa difusión en los medios de comunicación local de las actividades realizadas por el Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS) en la provincia de Tungurahua y su relación con la inapropiada imagen institucional a la comunidad Ambateña durante el periodo enero mayo del 2008”, presentado por el Sr. Miguel Ángel Espinoza Carrillo de conformidad con el reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la U.T.A.

Ambato,.....

Para constancia firma:

.....

Presidente

.....

Miembro

.....

Miembro

AUTORIA

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación “Escasa difusión en los medios de comunicación local de las actividades realizadas por el Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS) de la provincia de Tungurahua y su relación con la inapropiada imagen institucional presentada a la comunidad ambateña durante el periodo enero – mayo 2008”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones, y propuestas son de responsabilidad del autor.

Ambato, 17 de Enero de 2011

EL AUTOR

Miguel Ángel Espinoza carrillo
CI. 171185563-3

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 tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, 20 de Abril del 2011

EL AUTOR

.....
Miguel Ángel Espinoza carrillo
CI. 171185563-3

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mis padres que siempre me dieron el apoyo incondicional, de los cuales aprendí a defenderme en el duro camino de la vida, brindando su tiempo a guiarme para llegar alcanzar con éxito mis metas.

Miguel Espinoza

AGRADECIMIENTO

Debo reconocer que el dueño de mi vida es Dios y el así lo a dispuesto que yo llegase a culminar mis una de las etapas mas importantes de mi vida. Por supuesto a mis padres quienes siempre me han apoyado a lo largo de mi vida siendo una guía permanente. A la Universidad Técnica de Ambato por permitirme consolidarme como un profesional y formándome como ser humano, a todo el personal docente y administrativo que colaboraron en todas las instancias de mi preparación con conocimientos, equipos y herramientas necesarias para mi formación intelectual.

Miguel Espinoza

ÍNDICE GENERAL

PRELIMINARES	PÁG
Portada.....	i
Tema.....	ii
Página de aprobación de la Pasantía.....	iii
Página de la Certificación del cumplimiento de la Pasantía.....	iv
Informe final de actividades académicas del alumno.....	iv
Informe de las horas de pasantía cumplidas por el alumno.....	iv
Página de Ubicación e Informativa.....	v
Página de la Certificación del Tutor.....	vi
Página del Tribunal.....	vii
Autoría.....	viii
Derechos de Autor.....	ix
Página de Dedicatoria.....	x
Página de Agradecimiento.....	xi
Índice General.....	xii
Índice de cuadros.....	xvi
Índice de gráficos.....	xvii
Resumen Ejecutivo	xviii
Introducción.....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	
Planteamiento del Problema, contextualización y Macro.....	3
Meso.....	4
Micro.....	4
Árbol del problema.....	6
Análisis Crítico.....	7
Prognosis.....	7
Formulación del problema.....	7
Interrogantes de la Investigación.....	8
Delimitación de la Investigación.....	8
Delimitación espacial.....	8

Delimitación temporal.....	8
Delimitación conceptual.....	8
Unidades de observación.....	8
Justificación.....	8
Objetivos.....	9
Objetivo general.....	9
Objetivos específicos.....	9

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

Antecedentes Investigativos.....	11
Fundamentación.....	12
Filosófica.....	12
Ontológica.....	12
Antropológica.....	12
Sociológica.....	12
Legal.....	13
Fundamentación científica.....	32
Categorías de la variable independiente.....	32
Opinión pública.....	32
Historia de la opinión pública.....	35
Opinión pública de hoy.....	37
Comunicación mediática.....	38
Medios de comunicación.....	41
Medios o canales mediatizados.....	44
Medios electrónicos.....	47
Medios directos de comunicación.....	51
Prensa escrita diarios y revistas.....	57
Los medios electrónicos.....	60
Categoría de la variable dependiente (origen de la comunicación).....	72
Sociedades orales.....	74
De la comunicación oral a la escritura.....	74
Origen de la escritura cuneiforme.....	75
Nacimiento del alfabeto.....	76

Elementos de la comunicación humana.....	79
Teoría del proceso comunicativo.....	82
Funciones de la comunicación.....	84
Axiomas de la comunicación.....	86
Públicos.....	88
Públicos eternos.....	88
Imagen institucional.....	89
Comunicación.....	92
Preguntas Directrices.....	96

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

Enfoque de la Investigación.....	97
Modalidades de la Investigación.....	97
De campo.....	97
De intervención social o proyecto factible.....	97
Tipos de la Investigación.....	97
Técnicas e Instrumentos.....	99
Validez y Confiabilidad.....	100

CAPÍTULO IV: ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

Análisis e Interpretación de resultados.....	101
--	-----

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones.....	112
Recomendaciones.....	113

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

Datos informativos.....	115
Justificación.....	116
Objetivos.....	117
Análisis de factibilidad.....	117
Fundamentación.....	118

Los medios electrónicos.....	128
Metodología.....	139
Administración.....	141
Bibliografía.....	142
Glosario.....	144

ANEXOS

Fotografías.....	146
Trípticos.....	153
Servicios sociales para personas con discapacidad.....	167
Certificado del Conadis.....	168
Volante.....	169

ÍNDICE DE CUADROS

CUADROS	PÁG
Cuadro N°1 Árbol del problema.....	6
Cuadro N°2 Red de inclusiones conceptuales o categorías fundamentales	29
Cuadro N°3 Constelación de Ideas: Variable Independiente.....	30
Cuadro N°4 Constelación de Ideas: Variable Dependiente.....	31
Cuadro N°5 Tabulación Pregunta 1.....	101
Cuadro N°6 Tabulación Pregunta 2.....	102
Cuadro N°7 Tabulación Pregunta 3.....	103
Cuadro N°8 Tabulación Pregunta 4.....	104
Cuadro N°9 Tabulación Pregunta 5.....	105
Cuadro N°10 Tabulación Pregunta 6.....	107
Cuadro N°11 Tabulación Pregunta 7.....	108
Cuadro N°12 Tabulación Pregunta 8.....	109
Cuadro N°13 Tabulación Pregunta 9.....	110

ÍNDICE DE GRÀFICOS

GRÀFICOS	PÁG
Gráfico N° 1 Resultados estadísticos Pregunta N°1.....	101
Gráfico N° 2 Resultados estadísticos Pregunta N°2.....	102
Gráfico N° 3 Resultado estadísticos Pregunta N°3.....	103
Gráfico N° 4 Resultados estadísticos Pregunta N°4.....	104
Gráfico N° 5 Resultados estadísticos Pregunta N°5.....	106
Gráfico N° 6 Resultados estadísticos Pregunta N°6.....	107
Gráfico N° 7 Resultados estadísticos Pregunta N°7.....	108
Gráfico N° 8 Resultados estadísticos Pregunta N°8.....	109
Gráfico N° 9 Resultados estadísticos Pregunta N°9.....	110

TRABAJO DE GRADUACIÓN

TEMA

“ESCASA DIFUSION EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCAL DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR EL CONSEJO NACIONAL DE DISCAPACIDADES (CONADIS) DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y SU RELACION CON LA INAPROPIADA IMAGEN INSTITUCIONAL PRESENTADA A LA COMUNIDAD AMBATENA DURANTE EL PERIODO ENERO – MAYO 2008”

Autor: Miguel Ángel Espinoza Carrillo

Tutor: Lcdo. Guillermo García Hermida

Fecha: Julio, 2011

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo ha sido realizado con el objeto de determinar, mediante una investigación se busque la manera de establecer y mejorar medios y canales para comunicar de un modo versátil y eficaz a través de los medios locales, sobre los servicios y beneficios que el Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS) ofrece a sus miembros, esta investigación posee gran importancia e impacto por que existe un numero de personas que padecen distintos tipos de discapacidad a lo que se suma la falta de conocimiento de beneficios que cada uno de ellos puede obtener, por parte de la ciudadanía Ambateña y los medios de comunicación local, el enfoque fue predominante en cuantía – cualitativo porque se trata de recopilar información numérica y estadística, a su vez estos resultados estadísticos serán sometido a análisis e interpretaciones de carácter crítico, de esta manera mejorar el conocimiento y significado de las labores diarias que realiza dicha institución, este trabajo de investigación fue documental y bibliográfico ya que nos apoyamos en documentos primarios, así como fuentes de investigación secundarias obtenidas de libros, textos, publicaciones entre otras, todo aquello para una mejor difusión del diario vivir en el Conadis.

INTRODUCCIÓN

El tema de investigación es: la escasa difusión en los medios de comunicación de Ambato de las actividades realizadas por el Consejo Nacional de Discapacidades (Conadis) de la provincia de Tungurahua, lo que dificulta una apropiada imagen institucional en la comunidad ambateña, durante el periodo enero-mayo 2008.

Su importancia radica en que la investigación buscará la forma de establecer mejores medios y canales para comunicar de manera eficaz a los servicios y beneficios que la institución brinda a sus miembros, de tal forma que la comunidad conozca con detalle su labor diaria.

En el Capítulo I, denominado EL PROBLEMA, contiene: Contextualización Macro, Meso y Micro, Árbol del Problemas, Análisis Crítico, Prognosis, Formulación del Problema, Interrogantes de la Investigación, Delimitación de la Investigación, Justificación y Objetivos.

En el Capítulo II, llamado MARCO TEÓRICO, se estructura con los Antecedentes de la Investigación, Fundamentaciones, Red de Inclusiones Conceptuales o Categorías Fundamentales, Constelación de Ideas y Pregunta Directriz.

En el Capítulo III, denominado METODOLOGÍA, tenemos el Enfoque de la Investigación, Modalidades de la Investigación, Tipos de Investigación, Población y Muestra, Técnicas e Instrumentos, Validez y Confiabilidad.

En el Capítulo IV, llamado ANALISIS E INTERPRETACION, constan: Cuadros, Gráficos de los porcentajes, Análisis, Interpretación de cada una de las preguntas de las encuestas realizadas.

En el Capítulo V, constan: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

En el Capítulo VI, llamado PROPUESTA, constan: Datos Informativos, Antecedentes de la propuesta, Justificación, Objetivos general y específicos, Análisis de Factibilidad, Fundamentación, Cronograma, Administración, Recursos, Presupuesto.

Por último encontramos la Bibliografía, Glosario y Anexos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Contextualización

Macro.

Según estadísticas presentadas por la Organización Mundial de la Salud, existe en el mundo un 20% de seres humanos que sufren algún tipo de discapacidad física o mental, de los cuales la sexta parte acceden a los servicios y beneficios que por derecho les corresponde.

Dentro del derecho humano de la igualdad se ha palpado a través de la historia que al intentar una participación equitativa de todos los seres humanos en la sociedad, el resultado es que las oportunidades no se presentan de la misma forma para todas las personas.

Esta desigualdad de oportunidades condujo a algunas sociedades hacia el irrespeto e incumplimiento del ideal democrático y los Derechos Humanos ya que se consideraba a las personas con discapacidades como incapaces de cumplir con tal o cual labor.

Por otra parte, el acceso a los medios de comunicación por parte de estas personas ha sido nulo; en la mayoría de estos sólo se veían dos ámbitos claros para abordar la información: Los medios de comunicación desde el papel del Periodista y las empresas desde el “agente de prensa”.

Hoy es importante dar el espacio que por derecho propio se han ganado las personas con discapacidades para dar a conocer a través de los medios las dificultades que enfrentan en su diario vivir, con valor, perseverancia, esfuerzo y sacrificio.

Por ello es imprescindible transformar las comunicaciones en herramienta de cambio para mejoramientos en las relaciones sociales, capacidades de producción y calidad del servicio. Claro está, en la medida que se asuma la complejidad intrínseca del ser humano, como ser social e individual.

Antonio Marín(1997,pag82)dice:“Todos los procesos de interacción humana que ocurran en una sociedad y entre los miembros de la misma, es el eje clave en la creación de la cultura, que viene a ser una especie de adhesivo social que mantiene unidos a los miembros que la componen”.

Meso.

En Ecuador, a pesar de adelantos en materia de legislación, economía e investigación, los espacios en los medios para personas con discapacidades siguen siendo manejados de forma anticuada y anulan por su aparente vacío que representan para su valor estratégico y financiero. Cabe anotar que la percepción del público se empeña en considerar a los mass- media como espacios en los que se debe dar cabida solo al entretenimiento, olvidando que también están para orientar.

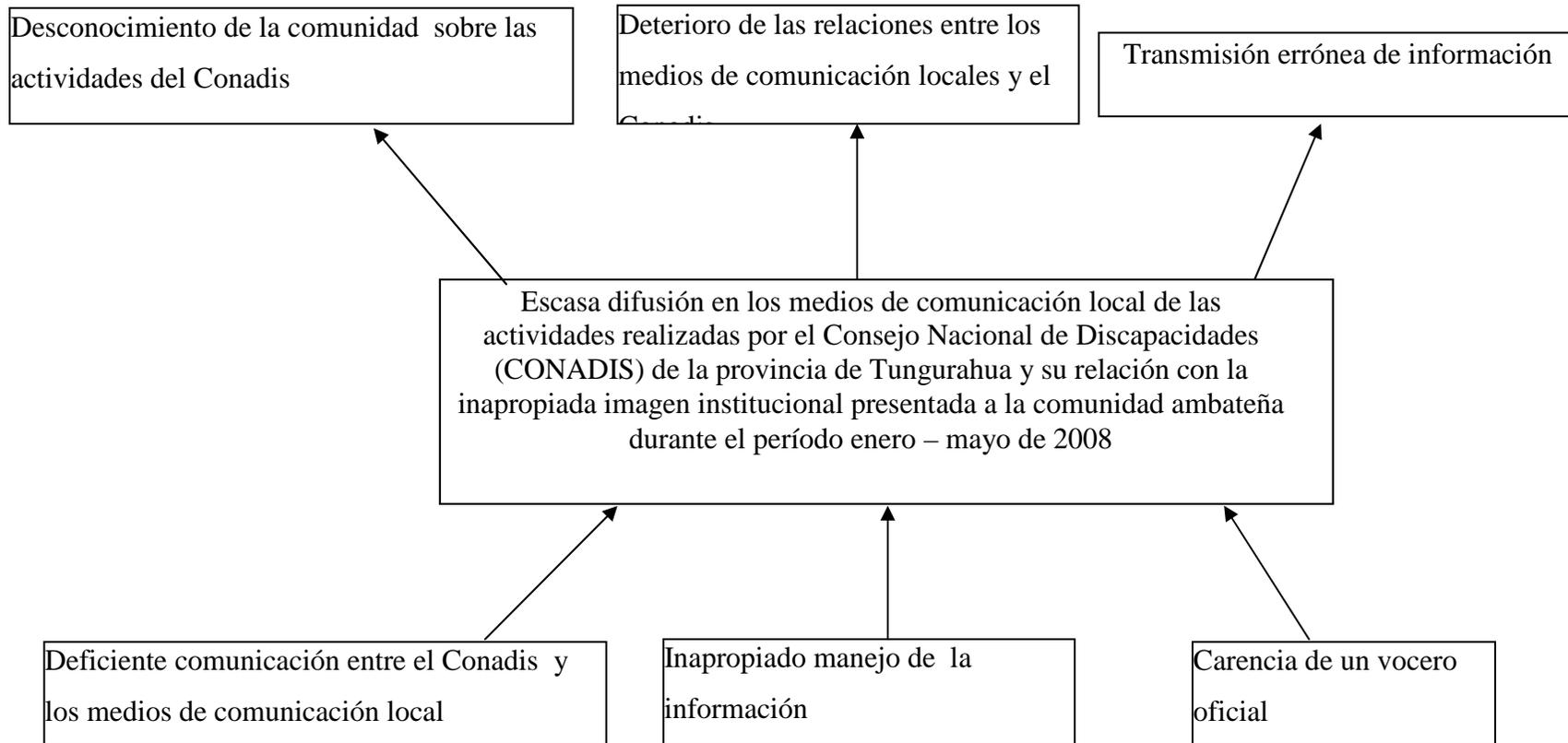
Parfraseando con Joan Costa (2001), el desafío actual del mundo de los comunicadores está en construir herramientas de intervención que repiensen las sociedades y el cómo optimizar sus comunicaciones con ellas, para “crear sentido” en el campo comunicativo.

Micro.

El Conadis Tungurahua, en éstos últimos años, ha sufrido el decaimiento de su imagen institucional debido – sobre todo – a una deficiencia en el aspecto comunicativo entre la dirección y los medios de comunicación locales, para socializar las labores que ejecuta en beneficio de sus miembros. Este problema ha afectado la reputación de la institución y ha limitado el número de personas que acuden en busca de ayuda.

Según Manucci, M. (2004,pag 103): *“Hay que entender la comunicación estratégica como un espacio de sincronía y gestión de significados. Un espacio tan rico como incierto donde las subjetividades van trazando una red especial de conceptos y percepciones, puesto que al estudiar la cultura de una organización determinada no podemos olvidar que siempre hay que considerarla totalmente inmersa en una sociedad, caracterizada por una cultura general, presente en todos los aspectos de la organización e influyendo de continuo en su cultura”*.

Árbol del Problema



CUADRO N° 1 Árbol del problema
Elaborado por: Miguel Espinoza Carrillo
Fuente: Investiga

Análisis crítico

La deficiente comunicación entre la dirección de Conadis Tungurahua y los medios de comunicación local ocasiona el desconocimiento de las tareas realizadas por la institución, lo que ha dado lugar para que los medios especulen con la información.

Otro de los elementos importantes, es que el mal manejo de la información ha producido marcado deterioro en las relaciones entre los medios de comunicación local y el Conadis Tungurahua, lo cual afecta la imagen de la institución.

Por último, solo la presencia de un vocero oficial que difunda las actividades del Conadis Tungurahua, permitirá que los medios dejen de entregar a la comunidad información errónea y eso afecte a la imagen de la institución.

Prognosis

De continuar con escasa e inconsistente comunicación entre la dirección del Conadis Tungurahua y los medios de comunicación local, persistirá la imagen distorsionada que muchas personas tienen acerca de lo que representa ésta institución en la comunidad ambateña.

De no existir preocupación por parte de las autoridades del Conadis para solucionar el problema, la relación entre esta institución y los medios de comunicación local seguirá estancada, y deteriorará la imagen institucional.

Formulación del problema

¿Cómo se relaciona la escasa comunicación entre el Conadis Tungurahua y los medios de comunicación local con la inapropiada imagen institucional que presentaron a la comunidad ambateña durante el período enero – mayo de 2008?.

Interrogantes de la investigación

- ¿Diagnosticar la situación actual de las relaciones comunicacionales del Conadis Tungurahua con los medios de comunicación actual?
- ¿Analizar el estado actual de la imagen institucional del Conadis Tungurahua?
- ¿El Conadis Tungurahua debe darse a conocer en los medios locales, como una institución de apoyo, que brinde beneficios y haga respetar los derechos de las personas con capacidades diferentes?

Delimitación de la investigación

Campo: Comunicación Social

Área: Comunicación Institucional

Aspecto: Imagen Institucional

Delimitación espacial:

La investigación será llevada a cabo con los públicos internos y externos del Conadis Tungurahua.

Delimitación Temporal

Está previsto realizar el trabajo de investigación desde enero a mayo del 2008.

Delimitación Conceptual

Difusión, medios de comunicación e imagen institucional.

Unidades de Observación

- Director de Conadis Tungurahua
- Equipo técnico
- Personal administrativo
- Medios de comunicación de la ciudad de Ambato

Justificación

La investigación tiene **interés** porque permitirá percibir la forma como se desarrolla el proceso comunicativo de la institución, sus fases y posibles errores que pueden darse en este proceso.

El trabajo de investigación tiene **importancia** porque establecerá adecuado manejo comunicacional en el accionar diario de la institución, ya que una comunicación óptima mejorara las relaciones entre sus miembros, y su imagen en los públicos externos.

El trabajo investigativo tiene **utilidad** teórica, utilizará bibliografía actualizada y especializada en el tema. Además, tendrá utilidad **práctica** porque planteará una alternativa de solución al problema investigado.

Existe **factibilidad** de realizar la investigación porque se dispone de bibliografía suficiente, recursos tecnológicos y económicos necesarios, conocimientos y experiencia sobre el tema a investigar, acceso a la información.

La investigación **contribuirá** con la misión y visión del Conadis Tungurahua, declaradas en sus lineamientos.

Los **beneficiarios** de la investigación serán todos los estamentos de la institución.

Objetivos

Objetivo General

- Estudiar de que manera incide en la comunidad Ambateña la inadecuada difusión de las actividades del Conadis Tungurahua, durante el periodo enero mayo del 2008.

Objetivos Específicos

- Determinar la situación actual de las relaciones comunicacionales del Conadis Tungurahua con los medios de comunicación local.
- Demostrar el estado actual en el que se encuentra la imagen institucional del Conadis Tungurahua.
- Formular una propuesta al problema comunicacional del Conadis Tungurahua.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes investigativos

Realizada una revisión en la biblioteca de la Carrera de Comunicación Social en la Universidad Técnica de Ambato, se encuentra que existe una investigación cuyo tema son: “Los Mass Media y la relación comunicacional de la Universidad Técnica de Ambato con los públicos externos”, realizado por García Hermida Guillermo Oswaldo. Ésta Tesis, a decir de su autor, se centra en diseñar y ejecutar un medio de comunicación propio, como lo es la emisora on-line “Radio Primicias de la Cultura” que aproveche los adelantos tecnológicos de los canales de comunicación y refuerce el conocimiento de nuevas técnicas que ayuden a mejorar el desarrollo del entendimiento y negociación entre los involucrados.

Otra tesis es: “La Comunicación Institucional en la Universidad Técnica de Ambato y su incidencia en la consolidación de la imagen institucional durante el período abril – junio de 2004”, realizado por Tamayo Paulina. Esta tesis, a decir de su autora, se centra en informar a la colectividad sobre las actividades de la Universidad Técnica de Ambato para reducir la desinformación que tienen los estudiantes sobre las actividades de la Universidad Técnica de Ambato.

La presente investigación, difiere de las tesis anteriormente mencionadas ya que pretende analizar la forma en que la escasez de comunicación entre la dirección del Conadis Tungurahua y los medios de comunicación locales incide directa o indirectamente en la proyección de una imagen institucional inapropiada hacia sus públicos externos, con la finalidad de aplicar los correctivos que permitan establecer un adecuado manejo del aspecto comunicacional en el que permitan establecer un adecuado manejo del aspecto comunicacional en el -

accionar diario de dicha institución.

FUNDAMENTACIÓN

Filosófica.

La presente investigación se ubica en el paradigma crítico-propositivo para el estudio y solución del problema, mismo que resulta indispensable si se considera que con esta investigación se pretende realizar estudios de la realidad vigente para analizar su situación y poner en marcha una propuesta factible capaz de resolver los problemas encontrados apoyándose en las teorías comunicacionales y evaluando cualitativamente cada paso con la finalidad de lograr los objetivos propuestos.

Ontológica.

Percibe la realidad independiente de la conciencia, un mundo objetivo, sujeto a leyes y en permanente cambio y movimiento, dentro de una visión de relativismo científico.

Antropológica.

Percibe al ser humano como un ser inacabado, cuya naturaleza es perfectible y libre, capaz de construir su propio proyecto personal de vida, a través del desarrollo integral de sus potencialidades, en la búsqueda de ser cada vez más persona en el encuentro con el otro.

Sociológica

Se concibe a la sociedad como la participación activa de personas ubicadas dentro de un contexto histórico-social y cultural; y la comunicación como parte de la superestructura que produce y reproduce las condiciones sociales imperantes, -

conservándolas o transformándolas, a través de la contradicción dialéctica.

Se considera que el Ecuador es un país multicultural, pluriétnico, configurado geopolíticamente en regiones bien definidas y caracterizadas por realidades contextuales diferentes.

El trabajo de investigación propuesto es transformador pues se proyecta al rescate y promoción de la forma en que una institución puede presentar una imagen institucional adecuada.

Legal.

La investigación se encuentra fundamentada en la Declaración de Chapultepec, adoptada por la “Conferencia Hemisférica sobre la Libre Expresión”, celebrada en México D.F, el 11 de marzo de 1994, fruto de la necesidad de la libre expresión y circulación de ideas, la búsqueda y difusión de informaciones, la posibilidad de investigar y cuestionar, de exponer y reaccionar, de coincidir y discrepar, de dialogar y confrontar, de publicar y transmitir.

La declaración consta de los siguientes 10 principios:

1.- No hay personas ni sociedades libres sin libertad de expresión y de prensa. El ejercicio de esta no es una concesión de las autoridades; es un derecho inalienable del pueblo.

2.- Toda persona tiene el derecho a buscar y recibir información, expresar opiniones y divulgarlas libremente. Nadie puede restringir o negar estos derechos.

3.- Las autoridades deben estar legalmente obligadas a poner en disposición de los ciudadanos, en forma oportuna y equitativa, la información generada por el sector público. No podrá obligarse a ningún periodista a revelar sus fuentes de información.

4.- El asesinato, el terrorismo, las presiones, la intimidación, la presión injusta de los periodistas, las destrucciones materiales de los medios de comunicación, la violencia de cualquier tipo y la impunidad de los agresores, coartan severamente la libertad de expresión y de prensa. Estos actos deben ser investigados con prontitud y sancionados con severidad.

5.- La censura previa, las restricciones a la circulación de los medios o a la divulgación de sus mensajes, la imposición arbitraria de la información, la creación de obstáculos al libre flujo informativo y las limitaciones al libre ejercicio y movilización de los periodistas, se oponen directamente a la libertad de prensa.

6.- Los medios de comunicación y los periodistas no deben ser objeto de discriminación o favores en razón de lo que escriban o digan.

7.- Las políticas arancelarias y cambiarias, las licencias para la importación de papel o equipo periodístico, el otorgamiento de frecuencias de radio y televisión y la concesión y supresión de la publicidad estatal no deben aplicarse para premiar o castigar a medios o periodistas.

8.- El carácter colegiado de periodistas, su incorporación a asociaciones profesionales o gremiales y las afiliaciones de los medios de comunicación a las cámaras empresariales, deben ser estrictamente voluntarias.

9.- La credibilidad de la prensa está ligada al compromiso con la verdad, a la búsqueda de precisión, imparcialidad y equidad, y la clara diferenciación entre los mensajes periodísticos y los comerciales. El logro de estos fines y la observación de los valores éticos y profesionales no deben ser impuestos. Son responsabilidad exclusiva de periodistas y medios. En una sociedad libre la opinión pública premia o castiga.

10.- Ningún medio de comunicación o periodista debe ser sancionado por

difundir la verdad o formular críticas o denuncias contra el poder público.

La Constitución Política en el artículo 17, señala que el Estado garantizará a todos sus habitantes sin discriminación alguna el libre y eficaz ejercicio y el goce de los derechos humanos establecidos en la Constitución y en las declaraciones, pactos, convenios y más instrumentos internacionales vigentes;

La “Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad”, de las Naciones Unidas, en su preámbulo dice:

a. Recordando que los principios de la Carta de las Naciones Unidas que proclaman que la libertad, la justicia y la paz en el mundo tienen por base el reconocimiento de la dignidad y el valor inherentes y de los derechos iguales e inalienables de todos los miembros de la familia humana,

b. Reconociendo que las Naciones Unidas, en la Declaración Universal de Derechos Humanos y en los Pactos Internacionales de Derechos Humanos, han reconocido y proclamado que toda persona tiene los derechos y libertades enunciados en esos

Instrumentos, sin distinción de ninguna índole,

c. Reafirmando la universalidad, indivisibilidad, interdependencia e interrelación de todos los derechos humanos y libertades fundamentales, así como la necesidad de garantizar que las personas con discapacidad los ejerzan plenamente y sin discriminación,

d. Reconociendo que la discapacidad es un concepto que evoluciona y que resulta de la interacción entre las personas con deficiencias y las barreras debidas a la actitud y al entorno que evitan su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás,

e. Reconociendo la importancia que revisten los principios y las directrices

de política que figuran en el Programa de Acción Mundial para los Impedidos y en las Normas Uniformes sobre la Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad como factor en la promoción, la formulación y la evaluación de normas, planes, programas y medidas a nivel nacional, regional e internacional destinados a dar una mayor igualdad de oportunidades a las personas con discapacidad,

f. Destacando la importancia de incorporar las cuestiones relativas a la discapacidad como parte integrante de las estrategias pertinentes de desarrollo sostenible,

g. Reconociendo también que la discriminación contra cualquier persona por razón de su discapacidad constituye una vulneración de la dignidad y el valor inherentes del ser humano,

h. Reconociendo además la diversidad de las personas con discapacidad,

i. Reconociendo la necesidad de promover y proteger los derechos humanos de todas las personas con discapacidad, incluidas aquellas que necesitan un apoyo más intenso,

j. Observando con preocupación que, pese a estos diversos instrumentos y actividades, las personas con discapacidad siguen encontrando barreras para participar en igualdad de condiciones con las demás en la vida social y que se siguen vulnerando sus derechos humanos en todas las partes del mundo,

k. Reconociendo la importancia de la cooperación internacional para mejorar las condiciones de vida de las personas con discapacidad en todos los países, en particular en los países en desarrollo,

l. Reconociendo el valor de las contribuciones que realizan y pueden realizar las personas con discapacidad al bienestar general y a la diversidad de sus

comunidades, y que la promoción del pleno goce de los derechos humanos y las libertades fundamentales por las personas con discapacidad y de su plena participación tendrán como resultado un mayor sentido de pertenencia de estas personas y avances significativos en el desarrollo económico, social y humano de la sociedad y en la erradicación de la pobreza.

m. Reconociendo la importancia que para las personas con discapacidad reviste su autonomía e independencia individual, incluida la libertad de tomar sus propias decisiones,

n. Considerando que las personas con discapacidad deben tener la oportunidad de participar activamente en los procesos de adopción de decisiones sobre políticas y programas, incluidos los que les afectan directamente,

o. Preocupados por la difícil situación en que se encuentran las personas con discapacidad que son víctimas de múltiples o agravadas formas de discriminación por motivos de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional, étnico, indígena o social, patrimonio, nacimiento, edad o cualquier otra condición,

p. Reconociendo que las mujeres y las niñas con discapacidad suelen estar expuestas a un riesgo mayor, dentro y fuera del hogar, de violencia, lesiones o abuso, abandono o trato negligente, malos tratos o explotación,

q. Reconociendo también que los niños y las niñas con discapacidad deben gozar plenamente de todos los derechos humanos y las libertades fundamentales en igualdad de condiciones con los demás niños y niñas, y recordando las obligaciones que a este respecto asumieron los Estados Partes en la Convención sobre los Derechos del Niño,

r. Subrayando la necesidad de incorporar una perspectiva de género en todas las actividades destinadas a promover el pleno goce de los derechos humanos y las libertades fundamentales por las personas con discapacidad

s. Destacando el hecho de que la mayoría de las personas con discapacidad viven en condiciones de pobreza y reconociendo, a este respecto, la necesidad fundamental de mitigar los efectos negativos de la pobreza en las personas con discapacidad, u. Teniendo presente que, para lograr la plena protección de las personas con discapacidad, en particular durante los conflictos armados y la ocupación extranjera, es indispensable que se den condiciones de paz y seguridad basadas en el pleno respeto de los propósitos y principios de la Carta de las Naciones Unidas y se respeten los instrumentos vigentes en materia de derechos humanos.

v. Reconociendo la importancia de la accesibilidad al entorno físico, social, económico y cultural, a la salud y la educación y a la información y las comunicaciones, para que las personas con discapacidad puedan gozar plenamente de todos los derechos humanos y las libertades fundamentales.

x. Convencidos de que la familia es la unidad colectiva natural y fundamental de la sociedad y tiene derecho a recibir protección de ésta y del Estado, y de que las personas con discapacidad y sus familiares deben recibir la protección y la asistencia necesarias para que las familias puedan contribuir a que las personas con discapacidad gocen de sus derechos plenamente y en igualdad de condiciones.

y. Convencidos de que una convención internacional amplia e integral para promover y proteger los derechos y la dignidad de las personas con discapacidad contribuirá significativamente a paliar la profunda desventaja social de las personas con discapacidad y promoverá su participación, con igualdad de oportunidades, en los ámbitos civil, política, económica, social y cultural.

Según la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de las Naciones Unidas, en su artículo No 1 establece que: “El propósito de la presente Convención es promover, proteger y asegurar el goce pleno y en

condiciones de igualdad de todos los derechos humanos y libertades fundamentales por todas las personas con discapacidad, y promover el respeto de su dignidad inherente.

Las personas con discapacidad incluyen a aquellas que tengan deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo que, al interactuar con diversas barreras, puedan impedir su condiciones con las demás”.

Según la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de las Naciones Unidas, en su artículo No 2 establece definiciones de la “discriminación por motivos de discapacidad» se entenderá cualquier distinción, exclusión o restricción por motivos de discapacidad que tenga el propósito o el efecto de obstaculizar o dejar sin efecto el reconocimiento, goce o ejercicio, en igualdad de condiciones, de todos los derechos humanos y libertades fundamentales en los ámbitos político, económico, social, cultural, civil o de otro tipo. Incluye todas las formas de discriminación, entre ellas, la denegación de ajustes razonables.

Por «ajustes razonables» se entenderán las modificaciones ya adaptaciones necesarias y adecuadas que no impongan una carga desproporcionada o indebida, cuando se requieran en un caso particular, para garantizar a las personas con discapacidad el goce o ejercicio, en igualdad de condiciones con las demás, de todos los derechos humanos y libertades fundamentales;

Por «diseño universal» se entenderá el diseño de productos, entornos, programas y servicios que puedan utilizar todas las personas, en la mayor medida posible, sin necesidad de adaptación ni diseño especializado. El «diseño universal» no excluirá las ayudas técnicas para grupos particulares de personas con discapacidad, cuando se necesiten.

Según la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de las

Naciones Unidas, en su artículo No 3, numeral del respeto por la diferencia y la aceptación de las personas con discapacidad como parte de la diversidad y la condición humanas...

Según la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de las Naciones Unidas, en su Artículo No 4, establece las obligaciones del Estado que se compromete a asegurar y promover el pleno ejercicio de todos los derechos humanos y las libertades fundamentales de las personas con discapacidad sin discriminación alguna por motivos de discapacidad.

Según la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de las Naciones Unidas, en su artículo No 5, establece que el Estado reconocerá la igualdad y no discriminación, en el numeral 1, “Los Estados Partes reconocen que todas las personas son iguales ante la ley y en virtud de ella, y que tienen derecho a igual protección legal y a beneficiarse de la ley en igual medida sin discriminación alguna”.

En el numeral 2, “Los Estados Partes prohibirán toda discriminación por motivos de discapacidad y garantizarán a todas las personas con discapacidad protección legal igual y efectiva contra la discriminación por cualquier motivo...

En el numeral 4, “No se considerarán discriminatorias, en virtud de la presente Convención, las medidas específicas que sean necesarias para acelerar o lograr la igualdad de hecho de las personas con discapacidad”.

Según la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de las Naciones Unidas, en su Artículo No 6 establece los derechos y libertades de las mujeres con discapacidad y en el Artículo No 7 establece los derechos y libertades de los niños y niñas con discapacidad.

Según la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de las Naciones Unidas, en su Artículo No 9 establece la accesibilidad en los

siguientes numerales:

1. A fin de que las personas con discapacidad puedan vivir en forma independiente y participar plenamente en todos los aspectos de la vida, los Estados Partes adoptarán medidas pertinentes para asegurar el acceso de las personas con discapacidad, en igualdad de condiciones con las demás, al entorno físico, el transporte, la información y las comunicaciones, incluidos los sistemas y las tecnologías de la información y las comunicaciones, y a otros servicios e instalaciones abiertos al público o de uso público, tanto en zonas urbanas como rurales. Estas medidas, que incluirán la identificación y eliminación de obstáculos y barreras de acceso, se aplicarán, entre otras cosas, a lo siguiente:

a. Los edificios, las vías públicas, el transporte y otras instalaciones exteriores e interiores como escuelas, viviendas, instalaciones médicas y lugares de trabajo.

b. Los servicios de información, comunicaciones y de otro tipo, incluidos los servicios electrónicos y de emergencia.

2. Los Estados Partes también adoptarán las medidas pertinentes para: Desarrollar, promulgar y supervisar la aplicación de normas mínimas y directrices sobre la accesibilidad de las instalaciones y los servicios abiertos al público o de uso público:

a. Asegurar que las entidades privadas que proporcionan instalaciones y servicios abiertos al público o de uso público tengan en cuenta todos los aspectos de su accesibilidad para las personas con discapacidad;

b. Ofrecer formación a todas las personas involucradas en los problemas de accesibilidad a que se enfrentan las personas con discapacidad;

c. Dotar a los edificios y otras instalaciones abiertas al público de señalización en Braille y en formatos de fácil lectura y comprensión.

d. Ofrecer formas de asistencia humana o animal e intermediarios, incluidos guías, lectores e intérpretes profesionales de la lengua de señas, para facilitar el acceso a edificios y otras instalaciones abiertas al público;

e. Promover otras formas adecuadas de asistencia y apoyo a las personas con discapacidad para asegurar su acceso a la información.

f. Promover el acceso de las personas con discapacidad a los nuevos sistemas y tecnologías de la información y las comunicaciones, incluida Internet.

g. Promover el diseño, el desarrollo, la producción y la distribución de sistemas y tecnologías de la información y las comunicaciones accesibles en una etapa temprana, a fin de que estos sistemas y tecnologías sean accesibles al menor costo.

Según la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de las Naciones Unidas, en su Artículo No 17 establece que las persona con discapacidad tiene derecho a que se respete su integridad física y mental en igualdad de condiciones con las demás.

Según la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de las Naciones Unidas, en su Artículo No 24 establece los derechos a la educación sin discriminación y sobre la base de la igualdad de oportunidades, que no queden excluidas del sistema general de educación por motivos de discapacidad.

Los estados Brindarán la posibilidad de aprender habilidades, adoptarán las medidas pertinentes para emplear a maestros, incluidos maestros con discapacidad, que estén cualificados en lengua de señas o Braille y para formar a profesionales y personal que trabajen en todos los niveles educativos.

Esa formación incluirá la toma de conciencia sobre la discapacidad y el uso de modos, medios y formatos de comunicación aumentativos y alternativos apro-

piados, y de técnicas y materiales educativos para apoyar a las personas con discapacidad.

Asegurarán que tengan acceso general a la educación superior, la formación profesional, la educación para adultos y el aprendizaje durante toda la vida sin discriminación y en igualdad de condiciones con las demás.

Según la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de las Naciones Unidas, en su Artículo No 26 establece que el Estado reconocerá el derecho a gozar del más alto nivel posible de salud sin discriminación adoptando medidas para asegurar el acceso de las personas con discapacidad a servicios de salud que tengan en cuenta las cuestiones de género, incluida la rehabilitación relacionada con la salud.

Según la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de las Naciones Unidas, en su Artículo No 26 establece la habilidad y la rehabilitación, en los siguientes numerales:

1. Los Estados Partes adoptarán medidas efectivas y pertinentes, incluso mediante el apoyo de personas que se hallen en las mismas circunstancias, para que las personas con discapacidad puedan lograr y mantener la máxima independencia, capacidad física, mental, social y vocacional, y la inclusión y participación plena en todos los aspectos de la vida. A tal fin, los Estados.

Partes organizarán, intensificarán y ampliarán servicios y programas generales de habilitación y rehabilitación, en particular en los ámbitos de la salud, el empleo, la educación y los servicios sociales, de forma que esos servicios y programas:

2. Los Estados Partes promoverán el desarrollo de formación inicial y continua para los profesionales y el personal que trabajen en los servicios de habilitación y rehabilitación..

3. Los Estados Partes promoverán la disponibilidad, el conocimiento y el uso

de tecnologías de apoyo y dispositivos destinados a las personas con discapacidad, a efectos de habilitación y rehabilitación.

Según la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de las Naciones Unidas, en su Artículo No 27, establece el derecho al trabajo y el empleo, en los siguientes numerales:

1. Los Estados Partes reconocen el derecho de las personas con discapacidad a trabajar, en igualdad de condiciones con las demás; ello incluye el derecho a tener la oportunidad de ganarse la vida mediante un trabajo libremente elegido o aceptado en un mercado y un entorno laborales que sean abiertos, inclusivos y accesibles a las personas con discapacidad.

Los Estados Partes salvaguardarán y promoverán el ejercicio del derecho al trabajo, incluso para las personas que adquieran una discapacidad durante el empleo, adoptando medidas pertinentes, incluida la promulgación de legislación, entre ellas:

2. Los Estados Partes asegurarán que las personas con discapacidad no sean sometidas a esclavitud ni servidumbre y que estén protegidas, en igualdad de condiciones con las demás, contra el trabajo forzoso u obligatorio.

Según la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de las Naciones Unidas, en su Artículo No 28, establece el Nivel de vida en los siguientes numerales:

1. Los Estados Partes reconocen el derecho de las personas con discapacidad a un nivel de vida adecuado para ellas y sus familias, lo cual incluye alimentación, vestido y vivienda adecuados, y a la mejora continua de sus condiciones de vida, y adoptarán las medidas pertinentes para salvaguardar y promover el ejercicio de este derecho sin discriminación por motivos de discapacidad.

2. Los Estados Partes reconocen el derecho de las personas con discapacidad a la protección social y a gozar de ese derecho sin discriminación por motivos de

discapacidad, y adoptarán las medidas pertinentes para proteger y promover el ejercicio de ese derecho...”

Según la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de las Naciones Unidas, en su Artículo No 29, insta a, participación en la vida política y pública: “Los Estados Partes garantizarán a las personas con discapacidad los derechos políticos y la posibilidad de gozar de ellos en igualdad de condiciones con las demás...”

Según la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de las Naciones Unidas, en su Artículo No 30, insta a, participación en la vida cultural, las actividades recreativas, el esparcimiento y el deporte, en los siguientes numerales:

1. Los Estados Partes reconocen el derecho de las personas con discapacidad a participar, en igualdad de condiciones con las demás, en la vida cultural y adoptarán todas las medidas pertinentes para asegurar que las personas con discapacidad:

2. Los Estados Partes adoptarán las medidas pertinentes para que las personas con discapacidad puedan desarrollar y utilizar su potencial creativo, artístico e intelectual, no sólo en su propio beneficio sino también para el enriquecimiento de la sociedad.

3. Los Estados Partes tomarán todas las medidas pertinentes, de conformidad con el derecho internacional, a fin de asegurar que las leyes de protección de los derechos de propiedad intelectual no constituyan una barrera excesiva o discriminatoria para el acceso de las personas con discapacidad a materiales culturales.

4. Las personas con discapacidad tendrán derecho, en igualdad de condiciones con las demás, al reconocimiento y el apoyo de su identidad cultural y lingüística específica, incluidas la lengua de señas y la cultura de los sordos.

5. A fin de que las personas con discapacidad puedan participar en igualdad de condiciones con las demás en actividad es recreativas, de esparcimiento y deportivas, los Estados Partes adoptarán las medidas pertinentes para:

Alentar y promover la participación, en la mayor medida posible, de las personas con discapacidad en las actividades deportivas generales a todos los niveles;

Según la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de las Naciones Unidas, en su Artículo No 31, el Estado asumirá la responsabilidad de difundir estas estadísticas y asegurar que sean accesibles para las personas con discapacidad.

Según la Constitución Política, en su Artículo No 3, numeral 2 establece que es prioridad del Estado asegurar la vigencia de los derechos humanos. En el artículo 47 se consagra que el ámbito público y privado recibirán atención prioritaria las personas discapacitadas.

La Ley sobre Discapacidades en el Ecuador se fundamenta en los principios de los artículos 23, 47, 53 y 102 de la Constitución Política de la República. Según la Ley sobre Discapacidades en el Ecuador, en su Artículo 1, protege, establece un sistema de prevención, garantiza su desarrollo y evita discriminación, a las personas con discapacidad.

La Ley sobre Discapacidades en el Ecuador, en su Artículo 1, numeral a reconoce los plenos derechos de los discapacitados; en el numeral b elimina toda discriminación; en el numeral c establecer un sistema de prevención; en el numeral d crea mecanismos para la atención e integración social; y, numeral e garantiza igualdad de oportunidades.

La Ley sobre Discapacidades en el Ecuador, en su Artículo 4, el Estado garantiza el pleno ejercicio de los derechos que la Constitución y las leyes reconocen a todas las personas con discapacidad, mediante las siguientes acciones:

Sensibilización y concientización de la sociedad y la familia sobre los derechos y deberes; eliminación de barreras físicas, psicológicas, sociales y comunicacionales; forma, capacita e inserta en el sector laboral; adapta, readapta, restituye y reubica laboralmente a los trabajadores que adquieran la discapacidad como producto de enfermedades profesionales, accidentes de trabajo u otras causas; Concede becas para educación y capacitación;

Concede subsidios para acceder a: servicios de salud, vivienda, asistencia técnica y provisión de ayudas técnicas y tecnológicas; trato preferencial en la obtención de créditos; en la elaboración y aplicación de la normativa sobre accesibilidad al medio físico en las edificaciones; impulsa los servicios (necesarios) para la dotación, fabricación, mantenimiento o distribución de órtesis, prótesis y otras ayudas técnicas y tecnológicas, que suplan o compensen las deficiencias.

Las ayudas técnicas y tecnológicas serán entregadas directa o indirectamente obligatoriamente por el Estado; dispone la producción y distribución de medicamentos para tratamientos prolongados; fomenta, cooperación y apoyo a las actividades culturales, deportivas y recreacionales; crear residencias; y, fortalece y apoyo a las organizaciones de y para personas con discapacidad.

La Ley sobre Discapacidades en el Ecuador, en su Título II, crea como ente público autónomo el Consejo Nacional de Discapacidades - CONADIS – tiene las funciones y atribuciones para crear políticas nacionales relacionadas con las discapacidades para la aprobación del Presidente de la República

La Ley sobre Discapacidades en el Ecuador, en su Título IV, Artículo 19 reconoce y garantiza a las personas con discapacidad los siguientes derechos y obligaciones conforme a la Constitución, a leyes y a convenios internacionales: accesibilidad; acceso a la salud y rehabilitación; acceso a la educación; accesibilidad al empleo; accesibilidad en el transporte; accesibilidad a la Comunicación.

La Ley sobre Discapacidades en el Ecuador, en su Título IV, Artículo 20 dice:

que las personas con discapacidades que cuenten con carné o registro del Consejo Nacional de Discapacidades pagarán una tarifa preferencial del 50% en el transporte terrestre (urbano, parroquial o interprovincial; público o privado), así como servicios aéreos en rutas nacionales, fluvial, marítimo y ferroviario, en las tarifas de los espectáculos públicos.

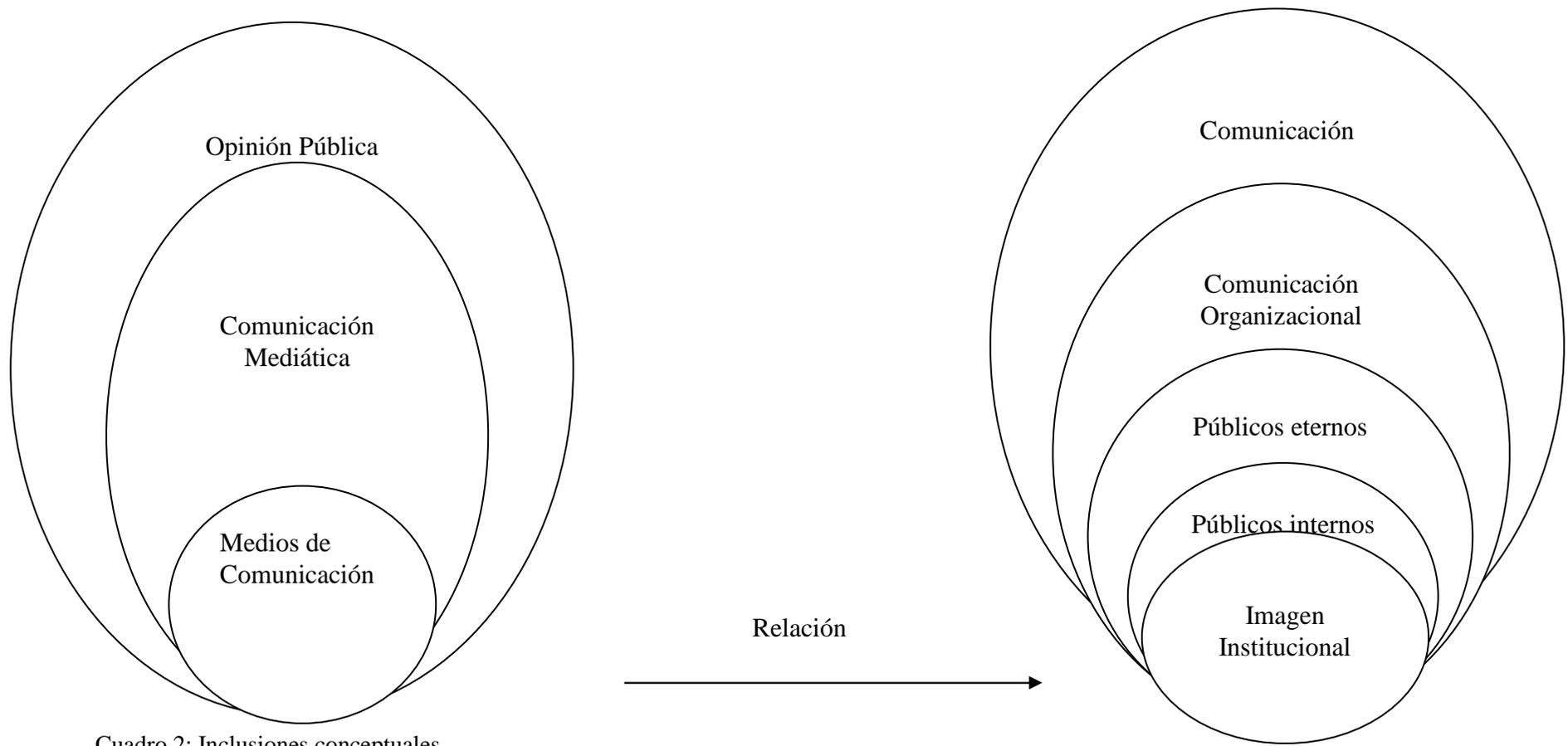
La Ley sobre Discapacidades en el Ecuador, en su Título IV, Artículo 21 establece que toda persona discapacidad o amenaza en el ejercicio de sus derechos y beneficios consagrados en esta ley, podrá, antes de presentar su demanda de conformidad con el Código de Procedimiento Civil.

La Ley sobre Discapacidades en el Ecuador, en su Título IV, Artículo 22 establece que toda persona discapacitada se exonera del pago total de derechos arancelarios, impuestos adicionales e impuestos al valor agregado - IVA - . como también el impuesto a consumos especiales con excepción de tasas portuarias y almacenaje a las importaciones de aparatos médicos, instrumentos musicales, implementos artísticos, herramientas especiales y otros implementos similares que realicen las personas con discapacidad para su uso, o las personas jurídicas encargadas de su protección.

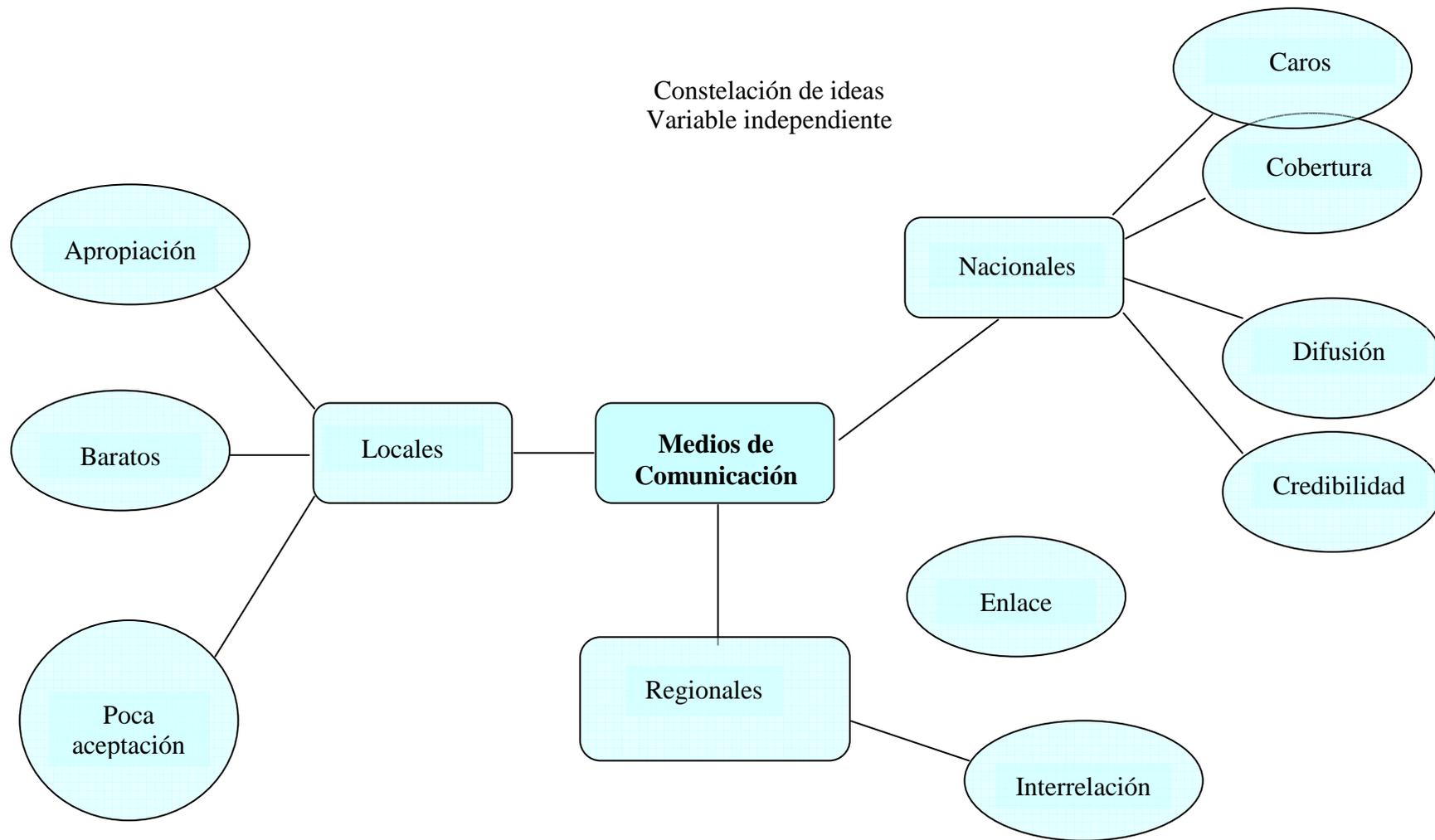
La Ley sobre Discapacidades en el Ecuador, en su Título IV, Artículo 23, establece que toda persona discapacitada tendrá el derecho de la importación de vehículos ortopédicos autorizado por el Consejo Nacional de Discapacidades y gozará de las exoneraciones únicamente cuando se destinen y vayan a ser conducidos por el discapacitado. La Ley sobre Discapacidades en el Ecuador, en su Artículo 28, establece que el 3 de diciembre de cada año como Día Clásico de las personas con discapacidad.

Además la investigación se fundamenta en los artículos 2 y 3 del Estatuto de la Universidad Técnica de Ambato, en los que se hace especial hincapié en la generación de proyectos y propuestas como soporte del desarrollo provincial, regional y nacional, mediante el uso de técnicas investigativas, científicas y tecnológicas, para contribuir con el desarrollo de la calidad de vida de los ecuatorianos.

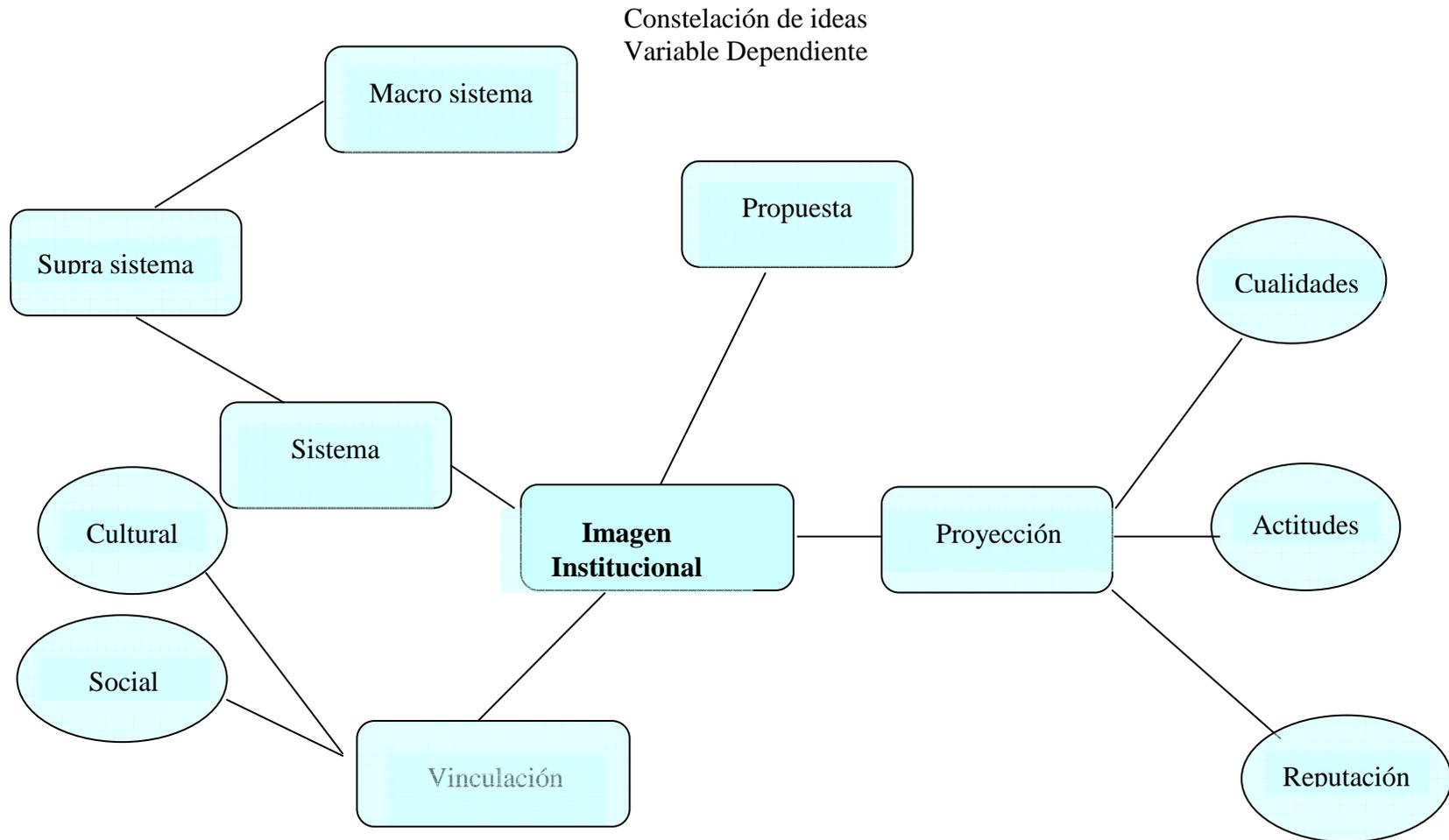
Red de inclusiones conceptuales o categorías fundamentales



Cuadro 2: Inclusiones conceptuales
Elaborado por: Miguel Espinoza
Fuente investigador



Cuadro 3: Constelación de Ideas
Elaborado por: Miguel Espinoza
Fuente: Investigador



Cuadro4: Constelación de Ideas
Elaborado por: Miguel Espinoza
Fuente: Investigado

Fundamentación Científica

Categorías de la Variable Independiente

Opinión Pública

El término Opinión Pública es utilizado en varios sentidos: algunas veces se toma como sinónimo de una opinión individual o colectiva expresada públicamente; en otras se refiere a una opinión individual o colectiva sobre un asunto público que puede manifestarse o quedar latente; o se utiliza también para denominar a una opinión colectiva que puede producir efectos sobre las esferas de toma de decisión en los diversos niveles de la sociedad.

Según Muriel y Rota, La Opinión Pública es el conjunto o agregado de las opiniones individuales respecto a un tema de interés general.

Uno de los elementos centrales de esta definición es el de la opinión individual. Por ella se entiende la sustentación de un juicio tentativo acerca de un fenómeno, lo cual a su vez implica el desarrollo de una cognición, el condicionamiento de la percepción y la evaluación o toma de postura por parte del individuo.

La definición dada por Muriel y Rota aborda el fenómeno de la opinión pública con la suficiente amplitud como para poder referirla sin problemas de tipo conceptual a cualquier realidad debido a que no supedita la existencia del fenómeno a ningún grado de manifestación o explicitación de éste.

Es decir, algunos autores sostienen que para que se dé el fenómeno de la opinión pública es necesario un clima de libertad de expresión. Muriel y Rota sostienen, sin embargo, que la opinión pública se da independientemente de las condiciones de la sociedad y que éstas únicamente influyen sobre el grado y la

forma como se manifiesta. En las sociedades democráticas la opinión pública encuentra canales de expresión, por lo que se explicita hasta el nivel de acción,

mientras que en los regímenes totalitarios se mantiene latente o se explicita por canales ajenos al sistema y a despechos de éste. Por ello, se puede decir que esta definición posibilita describir y abarcar desde la opinión pública de un pequeño poblado hasta la opinión pública nacional.

Además, permite abordar el fenómeno de la opinión pública a partir de un continuum que va desde la opinión latente no manifiesta hasta su manifestación a través de la acción.

Para Bernard Hennesey (1971) la opinión pública es: “el marco mental predominante – surgido las más de las veces de un conjunto de distintas opiniones – que un número significativo de personas expresa públicamente sobre una cuestión de interés general”

Por su parte, Edmundo Gonzáles Llaca (1977) sostiene que la opinión pública es “la adhesión implícita o explícita de la mayor parte de los miembros de una clase social a una alternativa propuesta por sus
3.- Intercambio de puntos líderes y/o por los medios de información en relación a un asunto cuyo tema es de interés general y promueve controversia”

Con el fin y la conveniencia de contar con una idea que permita abordar con mayor facilidad lo que es la Opinión Pública, se propone conceptualarla como el conjunto o agregado de las opiniones individuales respecto a un tema de interés general.

Como características de la opinión pública, cabe resaltar la direccionalidad y la intensidad. La primera hace referencia a la inclinación de la opinión pública, ya sea a favor o en contra que tienen las personas en relación a lo que se tiene que opinar o el objeto acerca del cual se forma una opinión o actitud latente.

La segunda consiste en la vehemencia con la que se sostiene una opinión de aceptación o rechazo de la proposición a elegir.

Raúl Rivadeneira Prada (1976), sostiene que para que se forme la opinión pública deben darse las siguientes etapas:

1.- Disposición individual y clima comunicativo

2.- Información a través de medios masivos, e información no tecnificada: personal, recíproca y directa

de vista entre los miembros del grupo social, que equivale a procesamientos de la información

4.- Problematización del hecho. ¿Qué es lo que más afecta y por qué? ¿Cuál es su importancia?

5.- Confrontación de puntos de vista con miras a integrar elementos básicos de coincidencia.

6.- Proposición de vías de solución o alternativas a los aspectos y variantes que ofrece el problema

7.- Debate en torno a las proposiciones

8.- Acuerdo más o menos compartido sobre el modo que es o parece ser la vía de solución.

9.- Estimulación del consenso para pasar a la acción y completar el proceso, retroalimentando la información

10.- Difusión del criterio finalmente admitido por la “mente colectiva”, hecho que rebota en el mismo grupo y en cada uno de los miembros por efectos de los mismos medios empleados para la información originaria y la retroalimentación.

Desafortunadamente, el mayor problema que presenta la formación de la Opinión Pública es la manipulación que sobre ella ejercen los mass media y los

propietarios de los mismos, dando lugar a que quienes han acaparado más capital o recursos sean, generalmente, aquellos que hacen oír su voz. La opinión pública es la tendencia o preferencia, real o estimulada, de una sociedad hacia hechos sociales que le reporten interés.

La opinión pública ha sido el concepto dominante en lo que ahora parece referirse a la comunicación política. Y es que después de muchos intentos y de una más o menos larga serie de estudios, la experiencia parece indicar que opinión pública implica muchas cosas a la vez; pero, al mismo tiempo, ninguna de ellas domina o explica el conjunto. Además, con el predominio de los medios de comunicación modernos, en una sociedad masificada el territorio de la opinión parece retomar un nuevo enfoque.

También es necesario considerar que la opinión pública tiene una amplia tradición como campo de estudio. Y aun cuando se relaciona estrechamente con la comunicación política, se diferencia de ésta. Es decir, la opinión pública constituye sólo un sector dentro del amplio espectro de la comunicación política.

Historia de la opinión pública

En la antigüedad la opinión pública se remitía simplemente al dialogo que establecían los notables, es decir, sólo aquellos que no dependían económicamente de magna era, opinar y dialogar sobre las cuestiones de la polis, ya que sólo eran aptos para trabajos manuales. Consecuentemente imperaba la marginalidad en el espacio público y no existía el diálogo sobre asuntos públicos. Posteriormente, esa situación empezó a cambiar. Se conceptualizaba entonces como la opinión "del pueblo". Durante el siglo XVIII español, el concepto de opinión pública equivalía a "opinión de la multitud", normalmente expresada a través de una reunión masiva. A finales de este siglo, sin embargo, empieza a adquirir connotaciones cualitativas y adquiere las notas propias que le otorgaría el liberalismo, como instrumento de guía y control del gobernante.

El liberalismo progresista posterior añadió la idea de que sólo los ciudadanos acti-

vos, aquellos que participaban en política, expresaban la verdadera opinión pública, que se transmitía a través del ejercicio de libertades naturales y que sólo limitaba al Ejecutivo a través de la responsabilidad moral. Conviene recordar que en aquellos tiempos sólo se consideraban ciudadanos (con derecho a participar en asuntos políticos) las minorías gobernantes o dominantes de las naciones occidentales o colonias.

Se podría alegar que esa concepción correspondía a la del despotismo ilustrado y se refleja en dichos comunes en esa época: "todo para el pueblo pero por el pueblo, nada" (José II) "La mejor forma de gobierno es la que nos enseña a gobernarnos (en el sentido de controlarnos) a nosotros mismos" (Goethe) y ;razonad tanto como queráis y sobre lo que queráis, pero obedeced! (Kant).

El liberalismo moderado, sin embargo, modificó el concepto de opinión pública relacionándola a los "ciudadanos instruidos", distinguiendo entre opinión legal (expresada por el Parlamento) y natural (derivada de los ciudadanos). Una opinión que sólo podía manifestarse a través de medios jurídicos reglados: la libertad de prensa, el derecho de petición y el sufragio. Esto, por un lado, la restringió: el número de ciudadanos instruidos era muy bajo; y por el otro la extendió: para ser instruido no era requisito ser noble o miembro de las clases gobernantes. Esta reformulación coincide con la visión de los teóricos de la democracia liberal clásica (Rousseau, Locke, Tocqueville)

Se puede alegar que ambas concepciones están basadas en un principio básico de la ilustración (ver Kant: ¿Qué es Ilustración?)

Con el surgimiento de la cultura de masas y la expansión técnica, productiva del modelo fordista y expansión de la burocracia, comienza un progresivo ensanchamiento del término hasta que a fines del siglo XX el ciudadano es la población misma, ahora transformado en "el público".

En el presente el concepto está íntimamente ligado con los "muestreos de opinión pública", aproximación que se basa en la necesidad y habilidad de organizaciones estatales, empresariales y educativas que comenzaron a desarrollar métodos que permitían la selección relativamente imparcial de participantes y la recogida

sistemática de datos entre un amplio y variado sector del público. Esto ocurrió entre la década del 30 y el 40 del siglo XX. Entre los pioneros en este sector se encuentra el analista estadounidense George Horace Gallup, inventor del sondeo que lleva su nombre. Desde la década de los 50 comenzó el criterio estadístico, cuya mayor crítica ha sido el grado de representatividad, cuestión contenida en las teorías de estadística social.

Opinión pública de hoy

Los gobiernos y empresas utilizan los sondeos para conocer la opinión pública sobre cuestiones de interés como los índices de desempleo, mercado y de criminalidad entre otros indicadores sociales y económicos.

Walter Lippman, en su libro *Opinión Pública* (1922) cuestiona que sea posible una auténtica democracia en la sociedad moderna. Esta crítica se fundamenta en su noción de estereotipo, de la cual es inventor: los esquemas de pensamiento que sirven de base a los juicios individuales convierten en ilusoria la democracia directa.

El filósofo alemán Jürgen Habermas desarrolló una teoría de gran influencia sobre el surgimiento de la opinión pública. Habermas concibe ésta como un debate público en el que se delibera sobre las críticas y propuestas de diferentes personas, grupos y clases sociales. Para Habermas, después de su desarrollo en el siglo XVIII, el espacio público donde es posible la opinión pública y que es “controlado por la razón” entra en declive, puesto que la publicidad crítica dejará poco a poco el lugar a una publicidad “de demostración y manipulación”, al servicio de intereses privados. Las tesis de Habermas han sido contrastadas críticamente, en lo que se refiere a la evolución de la opinión pública, por la historiadora francesa Arlette Farge en el libro *Dire et mal dire* (editorial Seuil, París, 1992) donde la autora pone de manifiesto que la opinión pública no emerge solamente de la burguesía o de las élites sociales cultivadas, sino también de la gran masa de la población. Ésta, que Farge estudia a partir de los informadores colocados en todo París por el Inspector General de Policía, fragua por sí misma los conceptos

de "libertad de opinión" y "soberanía popular".

El sociólogo francés Pierre Bourdieu ha afirmado, de manera célebre, que "la opinión pública no existe", tomando en cuenta que la estadística no es garantía de imparcialidad, pues al ser un análisis social no hay *neutralidad valorativa* en la formulación de los protocolos y cuestionarios. Los medios de comunicación, además de tomar postura, difunden las opiniones que desean. Otras críticas residen en temas técnicos tal como el grado de error muestral, tamaño de la muestra, representatividad de la población, etc. Sin embargo, existe en la opinión pública contemporánea un grado alto de confianza a los sondeos debido en gran parte a la influencia de los medios de comunicación.

Noëlle-Neuman desarrolla con notable repercusión su teoría sobre la espiral del silencio (1995). Según esta autora, el individuo, para no encontrarse aislado, puede renunciar a su propio juicio o evitar exponerlo públicamente si considera que no responde a la opinión dominante o a los criterios que socialmente están considerados como "normales". Ese temor al aislamiento formaría parte de todos los procesos de conformación de la opinión pública, concepto que mantendría vínculos estrechos con los de sanción y castigo.

Comunicación Mediática

Los comúnmente llamados "medios masivos de comunicación", concretamente la prensa, la radio, el cine y la televisión, deberían ser llamados con toda propiedad "medios de información" o también "medios de difusión", puesto que solo transmiten mensajes en un solo sentido, son informaciones ordenadoras o mensajes-órdenes.

Es precisamente aquí donde entra la comunicación mediática, para hacer creer a las personas que únicamente lo que se transmite por éstos medios es noticia y, por lo tanto, existe.

Se dice, por ejemplo, que la humanidad está atravesando actualmente por la era de

las comunicaciones y pareciera como si el problema de la comunicación humana hubiera llegado ya a su fin gracias a los modernos aparatos producto de la tecnología. Cada vez es más alto el volumen de la población que tiene acceso a estos modernos medios, que sumergen a la gente en el espejismo de la “perfecta comunicación”.

Pero en medio de esta abundante y asfixiante “comunicación” se encuentra la tremenda y angustiante paradoja del ser humano solitario, incomunicado, mudo porque no le permiten pronunciar su palabra, porque los “medios” le hablan permanentemente, pero nadie lo escucha.

Probablemente el equívoco empezó a surgir cuando para legitimar y afirmar el prestigio de los mass media, ellos mismos comenzaron a llamarse “medios de comunicación social”.

Se apropiaron del término “comunicación” y su forma de operar se convirtió en un modelo referencial, en el paradigma de la comunicación. Para estudiarlos se construyó toda una “teoría de la comunicación” que se centraba exclusivamente en la transmisión de señales y mensajes. Lo que ellos hacían – transmitir –: eso era la comunicación. Así, en lugar de partir de las relaciones humanas, fueron la técnica, la ingeniería, la electrónica – y las poderosas empresas propietarias de los medios –, las que impusieron la forma de concebir la comunicación.

Además, la era de la información en la que se encuentra viviendo actualmente la humanidad, cabe destacar uno de los puntos básicos de lo que se ha dado en llamar las guerras de cuarta generación o 4GW (Fourth Generation Warfare) según el cual la saturación de los medios de comunicación mundiales hace posible un increíble nivel de manipulación de la información y puede ser capaz de volver a la globalización contra sí misma.

Los medios masivos de comunicación Es probable que hayas escuchado hablar muchas veces del concepto de medios masivos de comunicación o mass media y

también es probable que pienses que entre ellos se considera a la prensa escrita, la radio y la televisión. Y a estos tres medios se suman el cine y el computador o Internet.

Todos ellos tienen la característica esencial de ser canales a través de los cuales se transmiten multitud de informaciones. ¡Exacto!

Los medios masivos de comunicación En términos estrictos, este tipo de medios de comunicación se define como una forma institucionalizada o instrumento técnico-artístico que sirve para producir y transmitir mensajes dirigidos a una gran cantidad de público, por grandes extensiones de espacio y tiempo.

Esa gran cantidad de público al que se dirige el medio, puede convertirse en un receptor colectivo que actúe como masa donde cada sujeto suspende su individualidad, razón por la cual la prensa escrita, la radio, la televisión, el cine e Internet son considerados mass media o medios masivos de comunicación.

¿Cómo son los medios? Todos los medios de comunicación social estructuran sus mensajes de acuerdo a ciertas variables implícitas en su condición de productores y emisores de información. Se trata de cuatro aspectos que definen las características básicas que comparten los mass media.

Variables que inciden en la estructura del mensaje mediático

- Son medios y no fines:

Consideran que los emisores y receptores de la información pueden ser individuales o colectivos.

- Son abiertos:

Cualquier persona debe poder acceder a ellos. Tú leyendo un diario Una sala de cine llena de personas Sin restricciones de tipo económico o social

Variables que inciden en la estructura del mensaje mediático

- Se relacionan con diversas disciplinas que aportan lenguajes específicos:

La psicología, la sociología, la antropología, etc., contribuyen a mediatizar la comunicación informativa deseada.

- Elaboran contenidos que van desde lo más amplio a lo más específico:

De acuerdo a esta variable, hay dos tipos de medios, los que usan códigos de banda ancha y los de banda estrecha. Los primeros están destinados a amplios y heterogéneos tipos de receptores o públicos, y son sencillos puesto que la comprensión de sus contenidos no requiere preparación específica o educación especial. Los de banda estrecha, en cambio, se dirigen a un público específico capaz de manejar ciertos códigos e información necesaria para comprender el contenido. Un diario de Economía y negocios La televisión, la radio.

Medios de Comunicación

Al hablar de medios de comunicación, surge inmediatamente la pregunta: ¿se los puede llamar de esta forma, cuando lo que generan muchas veces es una situación de tiranía y de incomunicación con los interlocutores que son la gran masa? Es un hecho que se puede verificar fácilmente, el que muchos “medios de comunicación” modernos.

Por razones técnicas y de uso político, no solo no facilitan sino que entorpecen en la práctica una auténtica acción recíproca, ya que funcionan en un solo sentido, son de una sola vía.

Los medios de comunicación aparecen o adquieren el carácter de masivos a lo largo del siglo XX, si bien no como fruto de la genialidad de unos individuos, sí como resultado de los avances en la ciencia y la técnica, y como el producto de una serie de revoluciones entre las que destaca la llamada “revolución técnica e industrial” que implicó una transformación en las condiciones mismas de

existencia de las sociedades, modificó sus sistemas de vida y, en consecuencia, sus formas y canales de comunicación.

Los medios masivos de comunicación son hijos legítimos del capitalismo en su fase industrial. Por un lado, el desarrollo que la tecnología alcanza en este momento posibilita su presencia, lo que permite la cristalización de los “grandes inventos” en los cuales se fundamentan la radio, la TV, el cine e incluso la prensa, que nacida varios siglos antes adquiere carácter masivo también en las primeras décadas del siglo XX. Por otro lado, el capitalismo crece y se consolida en su fase monopolística a través de la venta masiva de las mercancías.

Esto supone, obviamente, el fenómeno del consumo masivo de ellas, lo cual implica en un momento dado la presencia del consumo suntuario que, como su nombre lo indica, no responde ya simplemente a las necesidades primarias de la sociedad, sino que en forma cada vez más sofisticada amplía el radio de toda suerte de necesidades secundarias, las que una vez internalizadas en la conciencia de los individuos, hacen imprescindible su satisfacción en el vivir cotidiano.

Los medios masivos juegan aquí un papel determinante en la medida en que, dadas sus cualidades implícitas, esta forma de organización social les asigna el papel precisamente de crear las condiciones para la imposición de lo que ellos quieren que la sociedad tome como sus normas y costumbres dominantes.

Es aquí donde los medios masivos de comunicación adquieren también máxima importancia, pues por su conducto se logra ejercer el control de la llamada “opinión pública”. Su poder es tal que no solo imponen a los individuos un nivel de consumo, sino que, en la misma medida logran interiorizar y “legitimar” un estereotipo de hombre, de mujer, de familia, etc., que garantiza la permanencia y reproducción del todo social.

El control sobre los individuos no se ejerce hoy a partir del púlpito, de la escuela o del poder de la costumbre, ya que los medios masivos de comunicación han adquirido progresivamente la vanguardia dentro de los aparatos o instituciones con que cuenta la sociedad para lograr su reproducción.

En síntesis, lo fundamental es que no puede aceptarse un predominio del concepto de medio en la definición de comunicación, puesto que en cuanto canales artificiales transportadores de mensajes no son indispensables y se puede prescindir de ellos, lo que no ocurre con los canales naturales indispensables al comienzo y al término del proceso. Los grandes progresos tecnológicos llevados a cabo últimamente en el campo de los “medios”, con todos los beneficios y las transformaciones que han aportado en el sentido de acortar distancias, no han logrado sin embargo alterar la esencia del fenómeno “comunicación humana”.

El problema más importante que se debe tratar de comprender sigue siendo la comunicación misma y sus contenidos o mensajes, y no los “medios” por los que ella circula.

Prestigiosos escritores como Ramonet, Muriel y Rota, sostienen que los Mass Media son instrumentos a través de los cuales el poder económico o político negocia con la sociedad y la configura a su gusto. Por ello, no es una exageración decir que la uniformidad de los contenidos de los medios no es casual, sino que está propiciada por la homogeneidad en el poder de los mismos, ya que la fuente de información es el poder, que se apropia de los Mass Media tanto públicos como privados.

El fin de los Mass Media es la adaptación al orden que los dueños de los mismos quieren que esté establecido. Para ello disponen cada día de más medios técnicos para seleccionar y filtrar la información de manera que de algunos personajes se presenten verdaderos aluviones de información, mientras que de otros no se sepa nada. Son ellos quienes establecen, de acuerdo a sus particulares intereses, lo que es noticia y lo que no lo es.

En innumerables ocasiones las grandes cadenas de noticias del mundo, dirigidas por potencias económicas y transnacionales, solo muestran la apariencia que desean que se crea y no la verdad que se imaginaba y que muchas veces es obvia; impulsados únicamente por su afán de utilizarlos como una verdadera fuente de poder y dinero fácil.

Es de ésta manera que los Mass Media han llegado a cumplir con una función narcotizante, en el sentido de suscitar la apatía del ciudadano frente al prolongado efecto de la abundante información que recibe. Sin embargo el efecto más importante, de estos mal llamados medios de comunicación, es la función normativa a nivel ideológico que actúa como un refuerzo de ciertas pautas sociales que a los dueños de éstos monopolios les interesa mantener.

En cuanto a su clasificación se puede destacar la siguiente, por considerarse, se halla relacionada con la investigación, dentro del campo de la Comunicación Institucional; revisada en la obra “Comunicación Institucional; Enfoque Social de las Relaciones Públicas” de María Luisa Muriel y Gilda Rota (1982), que son agrupados en dos categorías: Medios o Canales Mediatizados y Medios o Canales Directos, conteniendo dentro de sí la tradicional clasificación que muchos autores recomiendan (Audiovisuales e Impresos), organizados y clasificados de una manera más técnica.

Medios o Canales Mediatizados

Son los que requieren de algún tipo de tecnología para la producción de mensajes y el contacto entre la fuente y el receptor no es sino a través de algún medio físico externo. Estos a su vez son: impresos y electrónicos

Medios impresos.- Su principal característica es que hacen uso de la palabra escrita y requieren de un código aprendido para su, comprensión. Los medios impresos tienen un público diferenciado y muy definido, lo que implica que no llegan a toda la población. Estos medios propician la participación activa del individuo, ya que se requiere un esfuerzo intelectual debido a su misma complejidad.

En comparación con los medios electrónicos, los medios impresos tienen la cualidad de lograr una influencia más profunda, de provocar el cuestionamiento y, en general, de producir efectos de tipo cognitivo más importantes entre sus receptores.

Estos pueden ser:

Libros.- Han sido el primer mass media en difundir el pensamiento y la cultura a nivel colectivo. Ellos han provocado reformas y cambios sociales de gran importancia. Sin embargo, en Latinoamérica este medio no tiene mucho alcance- debido al analfabetismo. En cuanto a su complejidad, los libros constituyen un medio que requiere un aprendizaje y un hábito, por lo que puede considerarse un medio complejo.

Dependiendo de la forma que tome el sistema económico y político, cada país tendrá una industria del libro manejada por el sector público, por el privado o bien por un sistema mixto.

Periódicos.- También es un medio muy antiguo y ha tenido una enorme influencia en la sociedad. Los periódicos son transmisores de noticias, las cuales pueden ser presentadas como informes acerca de sucesos que ocurren o comentadas en editoriales y artículos. Su principal ventaja radica en su valor testimonial y en el alto grado de credibilidad que suelen tener.

Cada periódico sigue una ideología que determina su línea editorial y generalmente los individuos leerán aquel periódico que vaya más de acuerdo con sus propios puntos de vista.

La baja circulación de periódicos en Latinoamérica se debe al alto índice de analfabetismo y al bajo hábito de lectura, por lo que su alcance e impacto son limitados. Se puede considerar también a este como un medio complejo, debido a que implica mayor esfuerzo intelectual que los medios electrónicos.

Revistas.- Constituyen un medio impreso de mucho alcance. Por su periodicidad pueden ser semanales, quincenales, mensuales, bimestrales, trimestrales, etc. Por su contenido pueden ser generales o especializadas.

Comparada con el periódico, la revista es, por algunas de sus características (color, buena impresión, etc.) de más fácil lectura. En función de la gran

circulación que frecuentemente tienen en la actualidad las revistas tienden a ser un instrumento mediatizado de comunicación de gran impacto.

Se puede agregar que, dependiendo del tema en que se especialicen o de sus tendencias ideológicas, las revistas también pueden tener el papel de orientadoras de la opinión pública.

Folletos Publicaciones Institucionales y Volantes.- Estos constituyen un medio impreso especializado de alcance intermedio y que se dirigen a grupos especiales con diversas clases de fines específicos.

Entre los distintos tipos de folletos pueden señalarse, por ejemplo, los catálogos que contienen información detallada acerca de todos los productos de la institución, los manuales de bienvenida que se dirigen a los nuevos empleados y que contienen información general acerca de la institución, los manuales de puesto que describen las funciones de cada cargo, los folletos de información general que se dirigen a clientes actuales y potenciales y que contienen información general acerca de la institución y sus productos, etc.

También bajo este rubro se incluyen los diversos tipos de órganos informativos periódicos de la institución, tales como la revista o boletín informativo que se dirige a uno o varios de los públicos de la misma y que contienen información de interés general o de interés para los públicos específicos a que se dirigen, además de información que a la institución le interesa divulgar.

Cartas.- Las cartas son un medio impreso especializado de corto alcance, que se dirige a individuos, instituciones y grupos sociales con muy diversas clases de objetivos. La carta personal ha sido tradicionalmente el medio de comunicación más utilizado por las instituciones para entrar en contacto con los componentes individuales de todos sus públicos.

Entre las ventajas de la carta se encuentran su bajo costo, el que se trata de un medio personalizado, con precisión y rapidez y que fomenta y estimula la retroinformación.

Tableros Informativos, Cartelones y Carteles.- Son un medio de comunicación que consiste en la colocación de información impresa en lugares de paso o de afluencia de algún público general o específico de la institución. Usualmente se emplean para la transmisión de mensajes breves complementarios de los que se transmiten por otros medios de comunicación. Su impacto depende en gran medida de la creatividad de su diseño y de la manera como se maneje y distribuya la información.

Medios Electrónicos

Estos se dividen en: medios de gran alcance, medios que se dirigen a auditorios especializados y de persona a persona.

Medios electrónicos de gran alcance.- Su principal característica es precisamente el que llegan a una gran parte de la población en forma homogénea y con gran rapidez. Estos medios requieren de una tecnología muy compleja para transmitir imágenes y sonidos, en el caso de la televisión y el cine; o únicamente sonidos en el caso de la radio.

Una de las razones por las cuales estos medios han tenido tanto impacto en la sociedad moderna es que no requieren de un esfuerzo intelectual por parte de las personas que se exponen a ellos. Funcionan a nivel emotivo más que racional; por ello tratan de influir en el aspecto sentimental y emotivo de las personas y no en su aspecto racional.

Debido a la gran influencia que han tenido estos medios, algunos grupos de poder, ya sea privados o públicos, se han valido de esta situación para promover, a través de ellos, la aceptación de ciertos patrones de comportamiento que les son favorables. De esta manera, a través de los medios electrónicos se introduce en la sociedad una sola ideología, la de los grupos dominantes, que tienen.

En sus manos está, según Muriel y Rota (1982), tanto el poder socioeconómico y político como el de los mass medias, a pesar de que en muchas

ocasiones los intereses de estos grupos dominantes van en contra de los intereses y necesidades de la comunidad en general.

Los medios electrónicos de gran alcance se dividen en: radio, cine, televisión, que a continuación se describen.

Radio.- Este es el medio impersonal de mayor alcance en todo el mundo. Utiliza la palabra hablada y en general su lenguaje está constituido básicamente por sonidos. Según la UNESCO en uno de sus informes sobre Problemas de la Comunicación en la Sociedad Moderna, celebrada en París en 1978, dice: "Ningún otro medio de comunicación social tiene la capacidad de llegar a tantas personas en una forma tan eficaz con fines de información y enseñanza, de difusión de la cultura y de esparcimiento, como lo constituye la radio".

Contrario a esto según los autores, en muchos países la función principal de la radio es primordialmente el entretenimiento a través de la difusión de música. En América Latina la música que transmite la radio suele ser en buena medida extranjera, lo cual no corresponde a la identidad de la región y hace correr el peligro de perderla.

La radio es el medio al que más acceso tiene la población, tanto por el bajo costo de los aparatos receptores como por el contenido que transmite, además, fomenta la imaginación, al no presentarse una imagen visual.

Cine.- Históricamente fue el primer medio de comunicación electrónico de gran alcance que apareció. Tiene una gran posibilidad de influencia en las personas debido al impacto que se deriva fundamentalmente basado en la presentación de la imagen en una gran pantalla y del sonido unido a ella, así como de las posibilidades técnicas que ofrece.

El público de este medio es cautivo, o sea que normalmente se expone al mensaje de principio a fin y no realiza ninguna otra actividad más que esa, a diferencia de la radio y la televisión que tienen un público disperso.

Este medio tiene un gran alcance y su complejidad depende más bien del contenido del mensaje que transmite. El aprendizaje de un código es muy importante en este medio, ya que en muchos de sus mensajes se manejan simbolismos que no son explícitos y provocan la participación del público.

Junto con el periodismo, el cine' tiene un enorme potencial para motivar y educar, así como para cambiar o crear nuevas actividades y para concienciar.

Televisión.- Es el medio más controvertido en la actualidad ya que ha tenido un enorme e innegable impacto en la sociedad, provocando muy variados efectos como el desplazamiento de otros medios (cine, radio, libros, etc.), la disminución de la comunicación interpersonal entre las personas que ven juntas televisión, el reforzamiento de los estereotipos sociales, la promoción del conformismo y de los hábitos de consumo, etc.

Una de las razones por las cuales la televisión ha tenido tanto impacto es que llega directamente a los hogares del auditorio. Por su parte, el alcance de este medio es ya casi general. Tecnológicamente este medio es el más complejo de todos, pero en cuanto al esfuerzo que requiere el receptor para captar y comprender su mensaje es menos complejo que otros medios.

Más bien lo que provoca la exposición a la televisión es la recepción pasiva, la casi nula participación intelectual del individuo, como critica Sartori (1998) en su libro el "Homo Videns"; no obstante, la televisión es potencialmente muy útil para la educación de la población, sabiendo cómo usarla.

Medios electrónicos dirigidos a auditorios especializados.- Estos medios, a diferencia de los de gran alcance, se emplean para dirigirse a auditorios determinados, aunque la tecnología que emplean es similar a la de los primeros. Como ejemplos de este tipo de medios se puede señalar a los circuitos cerrados de radio o de televisión en que se transmiten mensajes grabados, algunos documentales especializados y las presentaciones audio-visuales a base de diapositivas, texto y música.

La ventaja de este tipo de medios radica en la posibilidad que ofrecen de llegar a auditorios selectivos a través del impacto del sonido o de la combinación de imagen y sonido, con mensajes especiales diseñados para ellos. Cuando la calidad de la producción es adecuada, estos medios logran un gran impacto en sus auditorios. Tienen además la ventaja adicional de que, si el contenido lo permite, los mensajes pueden ser empleados en más de una ocasión.

Medios electrónicos de persona a persona.- Estos medios consisten en el empleo de la electrónica para comunicarse con individuos o sistemas sociales con posibilidad de retroinformación inmediata o casi inmediata. Como ejemplos de estos medios se puede mencionar: el teléfono, el telégrafo e Internet.

Teléfono.- Este medio de comunicación es absolutamente indispensable, puede emplearse para transmitir todo tipo de mensajes a los componentes individuales de todos los públicos específicos de la misma. Entre sus ventajas podemos señalar el que facilita la obtención de una retroinformación inmediata, su costo relativamente bajo y el que se trata de un medio personalizado que si se emplea adecuadamente puede lograr un impacto efectivo en el receptor.

Telégrafo.- Este medio de comunicación resulta de suma utilidad para la transmisión de mensajes breves y personalizados. Entre sus ventajas podemos señalar su precisión y rapidez.

Internet.- Algunos definen a Internet como "La Red de Redes", y otros como "La Autopista de la Información". Efectivamente, Internet es una Red de Redes porque está hecha a base de unir muchas redes locales de ordenadores, o sea de unos pocos ordenadores en un mismo edificio o empresa. Además, ésta es "La Red de Redes" porque es la más grande. Prácticamente todos los países del mundo tienen acceso a Internet.

Por la Red Internet, circulan constantemente cantidades increíbles de información, por este motivo se le llama también "La Autopista de la Información". Hay más de 50 millones de "Internautas", es decir, de personas que

"navegan" por Internet en todo el Mundo. Se dice "navegar" porque es normal el ver información que proviene de muchas partes distintas del Mundo en una sola sesión. Una de las ventajas de Internet es que posibilita la conexión con todo tipo de ordenadores, desde los personales, hasta los más grandes que ocupan habitaciones enteras.

Medios Directos De Comunicación

Son los que no requieren de ninguna clase de tecnología para la producción de mensajes y el contacto entre la fuente y su receptor es directo, cara a cara. Aquí se considera a la comunicación interpersonal, la cual tiene entre sus numerosas ventajas la de que existe una retroalimentación inmediatamente después de emitir el mensaje e incluso durante su emisión, además de que se ha demostrado que generalmente ejerce mayor influencia en el individuo que la comunicación mediatizada. La comunicación interpersonal oral se da en dos niveles: verbal y no verbal.

Nivel Verbal.- En el que se expresa un mensaje por medio de palabras y frases

Nivel No Verbal.- Que se refiere a expresiones faciales, inflexión e intensidad de la voz, que indican cómo interpretar las palabras que se escuchaban.

Algunos de los principales medios personales directos con que puede contar son: entrevistas, discursos, conferencias o charlas, juntas, reuniones y representaciones teatrales. Tipos de medios masivos de comunicación

- Recordemos los mass media por excelencia:

Televisión Radio Prensa escrita Cine

- La información en los medios masivos de comunicación

La radio es uno de los medios masivos de información con mayor presencia en todas las sociedades modernas. A través de sus transmisiones, miles de personas

en todo el mundo se informan de los acontecimientos noticiosos que día a día tienen lugar a todo lo ancho y largo del orbe. Agencia EFE: Cinco estudiantes chilenos se preparan para viajar al espacio.

La televisión es el medio de comunicación que ha obtenido mayor desarrollo durante las últimas décadas. Si bien los televidentes pasan varias horas del día frente a la pantalla del televisor buscando distracción y entretenimiento, el importante papel informativo que este medio cumple se refleja en los múltiples noticiarios que cada canal de televisión incorpora en su programación diaria.

La importancia de conocer a fondo el medio televisivo se hace cada vez más indiscutible en nuestras sociedades. El impacto que este medio produce y las enormes posibilidades que encierra han despertado gran interés entre los estudiosos de los "medios" por investigar el lenguaje televisivo. La pregunta fundamental a decir de Feliciano Gelices (La Televisión. Biblioteca Salvat de Grandes Temas. 1974) es entonces la siguiente: ¿tiene la televisión una manera propia de "contar", esto es, de presentar la realidad, que la distingue de las maneras propias de "contar" de los otros medios, principalmente del cine, que es también un medio audiovisual?

Al plantear la existencia de un lenguaje propio de la televisión se entiende que existe una estructura que organiza los signos que allí se transmiten, que relaciona y da cuenta de la organización de los significados que allí se intercambian. El lenguaje televisivo es entonces una forma determinada de codificar la realidad, de transformar los hechos reales en hechos de comunicación; y esta forma de codificar encierra una determinada posición valorativa que no es neutra.

Desde el punto de vista metodológico, la semiología se ha venido convirtiendo en la perspectiva más válida para el estudio de las formas comunicacionales como ciencia que se propone dar cuenta del funcionamiento y vida de los signos en el seno de la vida social. Al igual que la lingüística se desarrolló para conocer los

hechos del lenguaje hablado, la semiología se ha venido desarrollando para conocer el lenguaje de la imagen y de otros sistemas de signos en la sociedad. En efecto, las significaciones están dadas en el mensaje y no en el emisor ni en el receptor.

En el lenguaje televisivo se encuentran imágenes relacionadas, palabras, gestos, sonidos, etc., todos éstos respondiendo a algún tipo de estructuración. Y es en la estructura de este lenguaje donde se transmiten los valores, esto es, los mensajes de fondo. Se puede entonces hablar de la existencia, en los mensajes televisivos, de dos niveles: uno consciente y otro inconsciente. Se trata de descubrir cómo en la relación entre lo consciente y lo inconsciente existe una estructura de valores determinada.

No existen teorías acabadas sobre la semiología de la imagen, y menos concretamente sobre la imagen televisiva. Sin embargo, quienes investigan en este campo proponen el siguiente esquema para llegar a una elaboración más o menos completa de las respuestas al problema de los mensajes en televisión:

- El carácter de los signos audiovisuales.
- Las unidades de análisis de lo audiovisual.
- Las articulaciones del lenguaje audiovisual.
- El concepto de totalidad en dicho lenguaje.
- El tipo de leyes que pueden organizar dichos lenguajes.

Tres autores, principalmente, han elaborado sus propias teorías en torno al lenguaje de las imágenes en general: Christian Metz, Humberto Eco y Pier Paolo Passolini.

El lenguaje de la televisión es en cierta medida el resultado de la convergencia del lenguaje cinematográfico con el lenguaje radial. Pero no es simplemente la suma de los dos. El lenguaje televisivo es un lenguaje diferente y con características propias. La televisión tiene su particular manera de "contar". Esto significa que lo que se ve en la pantalla es algo así como el punto final de un

complejo proceso de emisión propio de la televisión. Este proceso comprende la selección de imágenes por parte del camarógrafo (que incluye ángulos, planos, iluminación, etc.) y el montaje por parte del director, que implica también una interpretación y reflexión ideológica. De esta manera, resulta que lo que vemos en la pantalla son las imágenes resultantes de otro ver, que mira y piensa por nosotros y para nosotros.

Por lo demás, este proceso de emisión que se concreta en la pantalla encendida tiene sus propias características desde el punto de vista técnico, en comparación con el cine: la "pantalla chica", a diferencia de la pantalla grande del cine; el espacio privado del hogar donde generalmente se enmarca el espectador ante la televisión, frente al espacio público y amplio del cine; la sala con luz o a media luz, frente a la sala oscura. A nivel psicológico, estas condiciones técnicas establecen una diferencia entre la concentración intermitente del espectador frente a la televisión, en oposición a la atención fija y permanente que requiere el cine. Por último, hay que señalar las diferencias que existen en cuanto a la "programación", pues en la televisión existe un mayor número de géneros que no se dan en el cine tales como los noticiarios, el debate, el concurso y las transmisiones satelitales en vivo, en directo, etc.

Este proceso específico de producción por parte del emisor desencadena también un proceso específico de recepción o participación por parte del perceptor o televidente. Una actitud especial de simpatía ante "alguien" que no es visto en una primera instancia como un intruso sino más bien como una compañía. Una cierta sensación de liberación es lo que muchas veces experimenta el espectador, cuando en realidad se trata de un mecanismo de dominación que impone veladamente modas, necesidades, hábitos, etc.

La televisión se ha convertido para millones de personas en una necesidad, algo de lo cual ya no es posible prescindir, con una característica peculiar: arrebatada al espectador porque exige la concentración, pues no permite la realización simultánea de otras actividades, como ocurre con la radio, por ejemplo. El problema fundamental de la televisión no está, como muchos investigadores lo

creen, en los efectos buenos o malos (medidos con un esquema moralista) que pueda producir. Son frecuentes los debates sobre si la televisión está aumentando o no el grado de violencia, de agresividad o de pornografía en el mundo. Sin embargo, el problema fundamental de la televisión tal vez esté en otra parte, y tiene relación precisamente con el planteamiento que se ha hecho sobre el lenguaje. Se trata de afrontar el asunto de cómo la televisión cambia la relación de los usuarios con lo real y con la experiencia de los hechos, y, de qué manera hace que las personas vean (con un ver que es re-presentar e implica una interpretación ideológica) la realidad.

Sin duda que la televisión como medio de comunicación a distancia es hija de la radio, es decir, se desarrolla a partir de ésta. Por ello la historia de la radio es común con la de la televisión, no solamente desde el punto de vista de la tecnología empleada, (la transmisión de mensajes a través del espectro electromagnético), sino también en cuanto que la televisión hereda las bases financieras, la estructura de control y hasta gran parte del personal humano (los artistas y trabajadores de la televisión frecuentemente lo han sido primero de la radio).

Por otra parte la televisión, al igual que los otros medios de comunicación, surge como respuesta a una necesidad real del hombre, la necesidad de una-nueva forma de diversión, de información y de expresión de la realidad. Nace en un momento histórico concreto, "cuando la diversión se identificaba con la evasión de la realidad, cuando la diversión entraba en la producción y mercado de artículos de consumo, cuando la información y expresión de la realidad se manipulaban para darle apariencia de naturalidad y eternidad a la estructura económica capitalista, cuando la publicidad comenzaba a convertirse en el alimento indispensable de todos los medios de comunicación"!

Según el tomo 7 de la enciclopedia Larousse del estudiante,. el desarrollo tecnológico de la televisión comienza desde el año 1917 con el descubrimiento hecho por el químico sueco Jacob Berzelius de las propiedades del selenio (elemento cuya conductividad eléctrica aumenta con la luz que recibe). Sobre este

descubrimiento, que se constituye en el principio fundamental de la televisión, trabajaron posteriormente para perfeccionarlo el ingeniero Vladimir Kosma Zworykyn (1889), norteamericano de origen ruso, el inglés Logie Baird (1848-1946) y el alemán Paul Von Nipkov (1860-1940). Los esfuerzos de varias generaciones jalonados por estos pioneros culminaron con la aparición en el mercado de los aparatos de televisión durante la década del 40 al 50.

La primera etapa en el proceso tecnológico de este medio consistió en el descubrimiento de la posibilidad de transmitir a través del espacio las imágenes en movimiento, gracias a su descomposición en una serie de pequeños puntos luminosos que se transmiten en forma de impulsos eléctricos. La segunda etapa consistió en realizar el proceso inverso, que se logró rudimentariamente con la invención del "iconoscopio", un tubo electrónico en el que un haz de electrones bombardea una pantalla fosforescente para obtener la recomposición de la imagen en un receptor. En el tercer estadio, logrado en 1925, Baird logra por primera vez trasladar la imagen de una habitación a otra, y así el proceso tecnológico básico de la televisión queda concluido. A la vuelta de unos años estos trabajos empíricos se convirtieron en poderosas industrias en manos de los países tecnológicamente más desarrollados, como los Estados Unidos, Gran Bretaña, Alemania y Francia.

Como heredera de la radio, la televisión cayó desde sus comienzos en manos de la publicidad. El público estaba ya habituado a los anuncios publicitarios y la televisión prometía ser el vehículo más eficaz para la propaganda comercial. Por lo demás, el aparato de televisión se convirtió rápidamente en un símbolo de "status". Mucha gente llegó incluso a privarse de lo necesario con tal de poder comprar su propia pantalla chica.

Los progresos logrados por la televisión en la década del 30 al 40 sufrieron un estancamiento durante la Segunda Guerra Mundial, ya que las investigaciones se detuvieron porque los científicos y los laboratorios se destinaron en todos los países a las operaciones de carácter militar. Pero el proceso de crecimiento continuo una vez lograda la paz en el año 1945, sobre todo en los Estados Unidos,

país que entró en un período de rápido crecimiento económico, en donde el poder de compra de las familias creció a tal punto que el televisor se halló prácticamente al alcance de todo el mundo.

En la actualidad la televisión, en la mayoría de los países, ha alcanzado el punto de saturación, principalmente en los países más avanzados. En las demás naciones, mientras grandes sectores de la población marginal y campesina vive de lado de la televisión y de otras formas de comunicación masiva, en el otro extremo otros sectores se ubican en el debate sobre los efectos perniciosos de la televisión en la cultura y sobre la contaminación que produce, especialmente en los niños, y que puede llegar a niveles que se pueden denominar de "teleadicción".

En el debate sobre la televisión, al igual que los demás medios masivos, es preciso establecer que se trata de un instrumento de doble filo, pues considerada en sí misma como producto del desarrollo tecnológico de la sociedad capitalista no se le puede juzgar. Por lo tanto, la televisión puede servir como instrumento para reforzar el "orden social", mostrando únicamente su apariencia y ocultando los verdaderos procesos que conducen a un conocimiento de las cosas como son en la realidad; o puede también ayudar a correr el velo sobre las apariencias, ubicando las cosas en su contexto para explicarlas con mayor claridad.

Desafortunadamente hay que reconocer que, en general, el uso que se da a la televisión en la mayoría de los países está condicionado por las relaciones económicas y la concentración del poder en manos de una minoría privilegiada. De ahí su carácter masificador, alienante, idiotizante, falto de calidad y ajeno a los valores de la cultura nacional.

¡EXTRA, EXTRA! Tan importante son las noticias en la televisión, que cada vez que se produce algún acontecimiento de relevancia nacional o internacional, se interrumpe la programación para dar paso a la entrega inmediata de esa información.

PRENSA ESCRITA: DIARIOS Y REVISTAS

Los diarios o periódicos son principalmente vehículos de noticias y opiniones, las que se disponen ordenadamente en cada una de las secciones que los constituyen. Editorial Policial Internacional Nacional Cultura y espectáculo Deportes La prensa escrita es uno de los medios masivos de comunicación más antiguos y entre los distintos formatos que puede adquirir un medio escrito -revistas, historietas y volantes-, es el periódico o diario el que tiene una participación más relevante y más inmediata en la entrega de información.

La prensa escrita, la radio y la televisión, son los medios informativos más importantes. Como tales, estructuran su lenguaje noticioso de acuerdo a ciertas características:

El lenguaje noticioso Repetición del enunciado de una noticia: En obediencia a la calidad de medios informativos, la repetición se hace necesaria cada vez que es preciso enfatizar una información. Lenguaje cuidadoso y destinado a todo público : Expresiones respetuosas de las etnias, condición social, sexo y edad evitando el uso de adjetivos y sustantivos peyorativos. Mensajes Concisos: noticias breves y claras pues el oyente las oirá sólo una vez. Por ejemplo, usar una sola palabra para expresar una idea: Nacer, en lugar de dar a luz. Noticias Concretas: Al informar, los medios evitan los conceptos abstractos dando prioridad a las frases claras y concretas, puesto que son las cosas reales, y no los conceptos, las que tienen imágenes. Información Clara: Mensajes que evitan las expresiones confusas como oraciones complejas, lenguaje de jergas y clichés.

Objetivos del mensaje mediático

- La prensa pone todos sus medios al servicio de tres objetivos:
- Influir: Es la capacidad que el periodismo tiene de crear un estado de opinión.
- Informar: Proporciona los datos fundamentales de una noticia al lector, en el caso de los medios escritos o a la audiencia, en el de la radio y la televisión.
- Interpretar: Supone dar una visión particular sobre la noticia.

Géneros periodísticos

- Los Informativos, que dan información sobre acontecimientos de actualidad como la noticia, el reportaje y la crónica.
- Los de opinión, donde se expone el pensamiento de un autor o del medio masivo de comunicación. Es el caso de el editorial, los artículos de opinión y las cartas al director.

Hay dos tipos de géneros periodísticos:

Géneros informativos: La noticia

- La noticia se define como la información oportuna sobre un hecho y, para que su contenido sea completo y efectivo, debe responder las siguientes preguntas:

Cuándo: El tiempo

Por qué: Las causas

Cómo: Las circunstancias en que ocurrieron los hechos

Dónde: El lugar del hecho

Para qué: Los objetivos

Quién: El/la protagonista de la noticia Qué: El suceso

Géneros informativos: El reportaje

- El reportaje expone más detalles e información que la noticia.
- En el reportaje el/la periodista recoge toda la información, directa y documental, sobre un tema.
- Por lo general, el reportaje trata sobre temas de la actualidad, pero también puede abordar otros temas de interés como por ejemplo, la historia del cine o la biografía de un escritor.
- Si bien se trata de un género de información, en el reportaje el o la periodista ofrece una visión subjetiva de la realidad y resalta de ella los aspectos que le parecen más interesantes, razón por la cual un reportaje puede y debe estar firmado por su autor/a.

Géneros informativos:

La crónica

- La crónica es la narración sobre hechos de actualidad, como por ejemplo hechos culturales, deportivos, políticos, etc...
- La crónica se expone en forma narrativa e incorpora las apreciaciones y comentarios de su autor/a.
- El estilo de la crónica está condicionado por la situación. Así la crónica de un concierto de rock es diferente de la crónica de guerra o la de un partido de fútbol.

Géneros de opinión: El editorial Su redacción suele estar encomendada al redactor jefe, aunque no lo firme nadie.

En la mayor parte de los periódicos, el editorial se divide en dos o tres partes en las que se comentan distintas noticias. Sólo si hay un asunto muy importante, se le dedica todo el espacio concedido al editorial.

El editorial es un artículo de opinión en el que se refleja la forma de pensar del periódico.

Géneros de opinión: Cartas al director y Artículo de opinión El artículo de opinión es un texto firmado por el autor/a y trata sobre un tema de actualidad.

El autor o autora del artículo suele ser un colaborador externo al periódico. Cartas al director es una sección del periódico en la que el público lector expresa su opinión respecto de un tema de actualidad o de un problema específico.

LOS MEDIOS ELECTRÓNICOS

Documentos Digitales

Se entiende por Documento Digital todo mensaje de datos que contiene información o escritura generada, enviada, recibida o archivada por medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología (Artículo 17-D, 4to. párrafo del Código Fiscal de la Federación).

¿Dónde nace la Obligación?

Artículo 31, 1er. párrafo del Código Fiscal de la Federación.

Las personas deberán presentar las solicitudes en materia de Registro Federal de Contribuyentes, declaraciones, avisos o informes en Documentos Digitales con Firma Electrónica Avanzada a través de los medios y formatos electrónicos que señale el Servicio de Administración Tributaria.

Nota: Disposiciones transitorias del Código Fiscal de la Federación en su Artículo Segundo, fracción XXI.

Adicional al Artículo anterior tenemos:

Artículo 18, 1er. párrafo Código Fiscal de la Federación. Las promociones dirigidas a las autoridades fiscales, deberán presentarse mediante Documento Digital que contenga Firma Electrónica Avanzada.

Nota: Artículo Segundo de las Disposiciones Transitorias del Código Fiscal de Federación en su fracción II.

Lo dispuesto en el Artículo 18 del Código Fiscal de la Federación, entrará en vigor hasta que el Servicio de Administración Tributaria establezca las promociones que se deberán presentar por medios electrónicos y en documento impreso.

Y cuando las disposiciones fiscales obliguen a presentar documentos, éstos deberán ser digitales y contener una Firma Electrónica Avanzada del autor, salvo casos que establezcan una regla diferente. Las autoridades fiscales, mediante reglas de carácter general, podrán autorizar el uso de otras firmas electrónicas (Artículo 17-D, 1er. Párrafo del Código Fiscal de la Federación).

¿Qué documentos?

Son cuatro:

1. Promociones Artículo 18, 1er. Párrafo del Código Fiscal de la Federación (19-A Consultas y Solicitudes de autorización) dirigidas a las autoridades fiscales, excepto las que determine el Servicio de Administración Tributaria mediante reglas de carácter general.
2. Las solicitudes en materia de Registro Federal de Contribuyentes, declaraciones, avisos o informes (Artículo 31, 1er. párrafo Código Fiscal de la Federación) .
3. Escrituras o Poderes notariales.
4. Comprobantes:
 - Recibos.
 - Facturas.
 - Notas de .
 - Notas de Cargo.

¿Cuáles son los requisitos con los que debe contar mínimos que debe contar un Documento Digital?

Los Documentos Digitales deberán tener por lo menos los siguientes requisitos (Artículo 18, 2do. Párrafo del Código Fiscal de la Federación):

- El nombre, la denominación o razón social, y el domicilio fiscal manifestado al Registro Federal de Contribuyentes, para el efecto de fijar la competencia de la autoridad, y la clave que le correspondió en dicho registro.
- Señalar la autoridad a la que se dirige y el propósito de la promoción.
- La dirección de correo electrónico para recibir notificaciones.

Los no Obligados

1. No están Obligados:

Artículo 17-D, 1er. párrafo del Código Fiscal de la Federación.

Cuando las disposiciones fiscales obliguen a presentar documentos, éstos deberán ser digitales y contener la Firma Electrónica Avanzada salvo en los casos en que se establezca una regla diferente.

Artículo 31, 3er. párrafo del Código Fiscal de la Federación.

Persona Física que realice actividades empresariales y que en el ejercicio inmediato anterior hubiesen obtenido ingresos inferiores a \$1,750,000.00. Así como las Personas Físicas que no realicen actividades empresariales y que hubiesen obtenido en dicho ejercicio ingresos inferiores a \$300,000.00.

Artículo 18, 1er. Párrafo del Código Fiscal de la Federación.

Los contribuyentes que exclusivamente se dediquen a las actividades agrícolas, ganaderas, pesqueras o silvícolas que no queden comprendidos en el tercer párrafo del Artículo 31 de este Código, podrán no utilizar Firma Electrónica avanzada. El Servicio de Administración Tributario, mediante reglas de carácter general, podrá determinar las promociones que se presentarán mediante documento impreso.

¿Cómo presentarán sus declaraciones estos contribuyentes?

Estos contribuyentes, en lugar de presentar las solicitudes, declaraciones, avisos, informes o documentos, en Documentos Electrónicos y con Firma Electrónica Avanzada, podrán presentarlos en las oficinas autorizadas que al efecto señale el Servicio de Administración Tributaria mediante reglas de carácter general. Estos contribuyentes deberán utilizar para la presentación de sus declaraciones una tarjeta electrónica, la cual sustituirá a la Firma Electrónica avanzada. Pero podrán optar por utilizar los Documentos Electrónicos y la Firma Electrónica.

Dicho pago podrá realizarse:

- En efectivo.

- Transferencia electrónica de fondos.
- Cheques personales del mismo Banco.

Firma Electrónica Avanzada (FEA)

¿Dónde puedo tramitar la Firma Electrónica Avanzada?

Los datos de creación de Firmas Electrónicas Avanzadas podrán ser tramitados por los contribuyentes ante el Servicio de Administración Tributaria o cualquier prestador de servicios de certificación autorizado por el Banco de México (Artículo 17-D, 5to. Párrafo del Código Fiscal de la Federación)

¿Qué opciones tienen las Personas Morales?

Las Personas Morales, para presentar Documentos Digitales, podrán optar por utilizar:

- Su Firma Electrónica Avanzada,
- bien hacerlo con la Firma Electrónica Avanzada de su representante legal.

¿Quién realiza el trámite de una Persona Moral?

La tramitación de los datos de creación de Firma Electrónica de una Persona Moral, sólo la podrá efectuar un representante de dicha persona, a quien le haya sido entregado, ante Fedatario Público, un poder general para actos de dominio o de administración; en este caso, el representante deberá contar previamente con un Certificado Vigente de Firma Electrónica Avanzada (Artículo 19-A, 1er. párrafo del Código Fiscal de la Federación).

Nota: Se presumirá, sin que se admita prueba en contrario, que los Documentos Digitales que contengan la Firma Electrónica Avanzada de las Personas Morales, fueron presentados por el administrador único, el presidente del consejo de administración o la persona o personas, cualquiera que sea el nombre con el que se les designe, que tengan conferida la dirección general, la gerencia general o la administración de la Persona Moral de que se trate, en el momento en el que se presentaron los Documentos Digitales.

Certificación

¿Qué es la Certificación?

Es la confirmación del vínculo que existe entre un firmante y los datos de creación de una Firma Electrónica Avanzada (Artículo 17-D, 2do. Párrafo del Código Fiscal de la Federación).

¿Quién expide la Certificación?

Artículo 17-D, 2do. Párrafo del Código Fiscal de la Federación.

- En caso de Persona Moral, expedida por el Servicio de Administración Tributaria.
- Para Personas Físicas, expedida por un prestador de servicios de certificación autorizado por el Banco de México.

Cuando este trámite se realice ante un prestador de servicios de certificación diverso al Servicio de Administración Tributaria, deberán de cumplirse los siguientes requisitos (Artículo 17-D, 6to. párrafo del Código Fiscal de la Federación):

Que el interesado previamente comparezca ante el Servicio de Administración Tributaria para acreditar su identidad.

En ningún caso los prestadores de servicios de certificación autorizados por el Banco de México podrán emitir un Certificado sin que previamente cuenten con la comunicación del Servicio de Administración Tributaria de haber acreditado al interesado.

A su vez, el prestador de servicios deberá informar al Servicio de Administración Tributaria el código de identificación único del Certificado asignado al interesado. La comparecencia de las Personas Físicas a que se refiere el sexto párrafo, no podrá efectuarse mediante apoderado o representante legal.

Únicamente para los efectos de tramitar la Firma Electrónica Avanzada de las Personas Morales de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 19-A de este Código, se requerirá el poder previsto en dicho artículo (Artículo 17-D, 7° párrafo del Código Fiscal de la Federación).

¿Cuál es su vigencia?

Estos Certificados tendrán una vigencia máxima de dos años, contados a partir de la fecha en que se hayan expedido. Antes de que concluya el periodo de vigencia de un Certificado, su titular podrá solicitar uno nuevo (Artículo 17-D, 10° párrafo del Código Fiscal de la Federación).

¿Cuáles otros Certificados aceptará el Servicio de Administración Tributario?

Artículo 17-D, 11° párrafo del Código Fiscal de la Federación.

- Los que emita la Secretaría de la Función Pública, de conformidad con las facultades que le confieran las leyes para los servidores públicos, así como,
- Los emitidos por los prestadores de servicios de certificación que estén autorizados para ello en los términos del derecho federal común.

Siempre que en ambos casos las Personas Físicas titulares de los Certificados mencionados hayan cumplido con los requisitos de los párrafos sexto y séptimo del Artículo 17-D del Código Fiscal de la Federación.

¿Cuáles son los datos que debe de contener un certificado del Servicio de Administración Tributario?

Los Certificados que emita el Servicio de Administración Tributario para ser considerados válidos deberán contener los datos siguientes (Artículo 17-G del Código Fiscal de la Federación):

- A. La mención de que se expiden como tales. Tratándose de Certificados Digitales, se deberá de especificar las limitantes que tengan para su uso. El Código de Identificación Único de Certificado.

- B. La mención de que fue emitido por el Servicio de Administración Tributario y una dirección electróni
- C. Nombre del titular del Certificado y su Clave del Registro Federal de Contribuyentes.
- D. Periodo de vigencia del Certificado, especificando el día de inicio de su vigencia y la fecha de su terminación.
- E. La mención de la tecnología empleada en la creación de la Firma Electrónica Avanzada contenida en el Certificado.
- F. La clave pública del titular del Certificado. Cuando se trate de Certificados emitidos por prestadores de servicios de certificación autorizados por el Banco de México, que amparen datos de creación de Firmas Electrónicas que se utilicen para los efectos fiscales, dichos Certificados deberán reunir los requisitos a que se refieren las fracciones anteriores, con excepción del señalado en la fracción III. En sustitución del requisito contenido en dicha fracción, el Certificado deberá contener la identificación del prestador de servicios de certificación y su dirección electrónica, así como los requisitos que para su control establezca el Servicio de Administración Tributario, mediante reglas de carácter general.

¿Cuándo un Certificado quedará sin efectos para el Servicio de Administración Tributario?

- I. Código Fiscal de la Federación.
- II. Lo solicite el firmante.
- III. Lo ordene una resolución judicial o administrativa.
- IV. Fallezca la Persona Física titular del Certificado. En este caso la revocación deberá solicitarse por un tercero legalmente autorizado, quien deberá acompañar el acta de defunción correspondiente.
- VI. Se disuelvan, liquiden o extingan las sociedades, asociaciones y demás perso-

nas Morales. En este caso, serán los liquidadores quienes presenten la solicitud correspondiente.

VII. La sociedad escidente o la sociedad fusionada desaparezca con motivo de la escisión o fusión, respectivamente. En el primer caso, la cancelación la podrá solicitar cualquiera de las sociedades escindidas; en el segundo, la sociedad que subsista.

VIII. Transcurra el plazo de vigencia del Certificado.

IX. Se pierda o inutilice por daños, el medio electrónico en el que se contengan los Certificados.

X. Se compruebe que al momento de su expedición, el Certificado no cumplió los requisitos legales, situación que no afectará los derechos de terceros de buena fe.

XI. Cuando se ponga en riesgo la confidencialidad de los datos de creación de Firma Electrónica Avanzada del Servicio de Administración Tributario.

El Servicio de Administración Tributario podrá cancelar sus propios Certificados de Sellos o Firmas Digitales, cuando se den hipótesis previstas de que se perdió o inutilizó o cuando se ponga en riesgo la confidencialidad de los datos de creación. Cuando el Servicio de Administración Tributario revoque un Certificado expedido por él, se anotará en el mismo la fecha y hora de su revocación.

Para los terceros de buena fe, la revocación de un Certificado que emita el Servicio de Administración Tributaria, surtirá efectos a partir de la fecha y hora que se dé a conocer la revocación en la página electrónica respectiva del citado órgano.

¿Cuáles son las obligaciones de los titulares?

Artículo 17-J del Código Fiscal de la Federación.

I. Actuar con diligencia y establecer los medios razonables para evitar la utilización no autorizada de los datos de creación de la Firma.

- II. Cuando se emplee el Certificado en relación con una Firma Electrónica Avanzada, actuar con diligencia razonable para cerciorarse de que todas las declaraciones que haya hecho en relación con el Certificado, con su vigencia, o que hayan sido consignados en el mismo, son exactas.
- III. Solicitar la revocación del Certificado ante cualquier circunstancia que pueda poner en riesgo la privacidad de sus datos de creación de Firma.

El titular del Certificado será responsable de las consecuencias jurídicas que deriven por no cumplir oportunamente con las obligaciones previstas en el presente Artículo.

Sellos Digitales

¿Qué son y cuáles son los tipos de Sellos Digitales?

- I. Los emitidos por las autoridades:

El Sello Digital es el mensaje electrónico que acredita que un Documento Digital fue recibido por la autoridad correspondiente y estará sujeto a la misma regulación aplicable al uso de una Firma Electrónica Avanzada (Artículo 17-E del Código Fiscal de la Federación).

- II. Los emitidos por los contribuyentes:

El Sello Digital es aquél que permite acreditar la autoría de los Comprobantes Electrónicos que emitan las Personas Físicas y Morales (Artículo 29 9º y 10º párrafo del Código Fiscal de la Federación).

EL Servicio de Administración Tributaria establecerá los requisitos de control e identificación a que se sujetará el uso del Sello Digital. Los contribuyentes que emitan sus comprobantes mediante Documentos Digitales, deberán cumplir con las obligaciones siguientes:

- I. Tramitar ante el Servicio de Administración Tributaria el Certificado para el uso de Sellos Digitales.

Los contribuyentes podrán optar por el uso de uno o más Sellos Digitales que se utilizarán exclusivamente para la emisión de los comprobantes

mediante Documentos Digitales. Los Sellos Digitales quedan sujetos a la misma regulación aplicable al uso de una Firma Electrónica Avanzada. Los contribuyentes podrán tramitar la obtención de un Certificado de Sello Digital para ser utilizado por todos sus establecimientos o locales, o bien, tramitar la obtención de un Certificado de Sello Digital por cada uno de sus establecimientos.

El Servicio de Administración Tributaria establecerá los requisitos de control e identificación a que se sujetará el uso del Sello Digital. La tramitación de un Certificado de Sello Digital sólo podrá efectuarse mediante una solicitud, que cuente con la Firma Electrónica Avanzada de la persona solicitante, la cual deberá presentarse a través de medios electrónicos, en los términos que establezca el Servicio de Administración Tributaria.

- II. Establecidos en las fracciones I, III, IV, V, VI y VII del Artículo 29-A del Código.

Tratándose de operaciones que se realicen con el público en general, los Comprobantes Fiscales Digitales deberán contener el valor de la operación sin que se haga la separación expresa entre el valor de la contraprestación pactada y el monto de los impuestos que se trasladen y reunir los requisitos a que se refieren las fracciones I y III del Artículo 29-A del Código. Adicionalmente deberán reunir los requisitos previstos en las fracciones I, III, IV, V y VI de este Artículo.

- III. Incorporar en los Comprobantes Fiscales Digitales que expidan los datos

- IV. Asignar un número de folio correspondiente a cada Comprobante Fiscal Digital que expidan conforme a lo siguiente.

- a. Deberán establecer un sistema electrónico de emisión de folios de conformidad con las reglas de carácter general que expida el Servicio de Administración Tributaria.

- b. Deberán solicitar previamente la asignación de folios al Servicio de Administración Tributario.
- c. Deberán proporcionar mensualmente al Servicio de Administración Tributario, a través de medios electrónicos, la información correspondiente a los Comprobantes Fiscales Digitales que se hayan expedido con los folios asignados utilizados en el mes inmediato anterior a aquél en que se proporcione la información, de conformidad con las reglas de carácter general que al efecto emita dicho órgano.

Electrónico cuando así les sea solicitado. El Servicio de Administración Tributario determinará las especificaciones que deberán reunir los documentos impresos de los Comprobantes Fiscales Digitales. Los contribuyentes deberán conservar y registrar en su contabilidad los Comprobantes Fiscales Digitales que emitan.

El registro en su contabilidad deberá ser simultáneo al momento de la emisión de los Comprobantes Fiscales Digitales. Los Comprobantes Fiscales Digitales deberán archivarse y registrarse en los términos que establezca el SAT. Los Comprobantes Fiscales Digitales, así como los archivos y registros electrónicos de los mismos se consideran parte de la contabilidad del contribuyente, quedando sujetos a lo dispuesto por el Artículo 28 de este Código.

Proporcionar a sus clientes en documento impreso el Comprobante

Cumplir con los requisitos que las leyes fiscales establezcan para el control de los pagos, ya sea en una sola exhibición o en parcialidades.

Cumplir con las especificaciones en materia de informática que determine Servicio de Administración Tributario. Los contribuyentes que opten por emitir Comprobantes Fiscales Digitales, no podrán emitir otro tipo de comprobantes fiscales, salvo los que determine el Servicio de Administración Tributario.

¿Quién expedirá el Certificado para usar Sellos Digitales?

Tanto para Personas Morales como para Personas Físicas se expedirá por el Servicio de Administración Tributario (Artículo 17-D, 2do. Párrafo del Código Fiscal de la Federación).

Dichas personas deberán contar con los siguientes requisitos:

Artículo 29 8° párrafo del Código Fiscal de la Federación.

- I. Contar con una Firma Electrónica Avanzada
- II. Contar con un Certificado de Firma Electrónica Avanzada vigente.
- III. Llevar su contabilidad en un sistema electrónico. Cumpliendo los requisitos anteriores, se podrán emitir los comprobantes de las operaciones que realicen mediante Documentos Digitales, siempre que dichos documentos cuenten con Sello Digital amparado por un Certificado expedido por el Servicio de Administración Tributario, cuyo titular sea la Persona Física o Moral que expida los comprobante.

Categorías de la Variable dependiente

ORIGEN DE LA COMUNICACIÓN

Los seres humanos poseen una estructura cerebral y psicológica que nos permite aprender diferentes lenguas (en algunos seres humanos que han sufrido lesiones cerebrales o padecen un retraso mental severo esta capacidad está inhibida o no ha podido ser desarrollada).

Los homínido superiores parecen ser el único grupo de especie que ha podido desarrollar un lenguaje con estructura sintáctica estricta. A pesar de que ha logrado enseñarse código de signos a primates estos muestran un conocimiento de los fundamentos del lenguaje pero no de los . Y aunque es posible que algunas especies de homínido diferentes del homo sapiens sapiens

hubieran desarrollado un lenguaje con sintaxis, no existe una evidencia que corrobore esto.

Aparentemente, el hombre moderno comienza a expandirse desde África Oriental (homo sapiens), cuyo centro del nacimiento humano se cree está en . De acuerdo a su evolución física y cognitiva existen 4 cambios evolutivos que darán lugar al hombre actual:

Homo habilis: El primer hombre, se diferencia del Homo Sapiens en que baja de los árboles, camina sólo con sus piernas. Era habilidoso y de considerable tamaño craneal.

Homo erectus: Comienza a fabricar mejores herramientas, muy pulidas. Descubre el fuego y su uso. Ahora le crece tanto la cabeza como el cuerpo.

Homo sapiens : Parte de África hacia las diferentes partes del mundo. Éste se moverá de Asia Central a Europa, más tarde colonizará Australia y demostrará una avanzada tecnología con la construcción de medios de navegación y métodos de orientación y localización de rutas. Así llegará al continente americano.

Homo habilis : Estará caracterizado por su aumento craneal, sus desarrolladas articulaciones y, sobre todo, por la aparición del lenguaje.

Se estima que eras pudieron surgir hace unos 100 mil años cuando observamos algunos desarrollos culturales que parecen manifestaciones de un pensamiento abstracto más complejo. La cuestión de si existió una lengua original de la humanidad de la que evolucionaron todas las demás o las lenguas humanas aparecieron en varios lugares es una cuestión abierta llamado debate

Los monogenetistas extremos proclaman no sólo la existencia de una lengua única o sino que proclaman que algunos aspectos de dicha lengua son reconstruibles.

SOCIEDADES ORALES

Hasta el momento de la creación de la , existía la necesidad de almacenar de alguna forma en la memoria colectiva e individual toda clase de información (historias, nombres, mitos...). Para ello, se crearon mapas lingüísticos (rituales), entre los que se encuentran:

Las fórmulas: Introducción oral breve y acompañada de música, a partir de la cual se engancha una exposición extensa de todo aquello que recuerda. Se utiliza en el aprendizaje ya que resulta una fórmula fácil y sencilla.

Los nombres de lugares y personas: Los nombres propios hacen referencia a nombres de los diferentes canales y lugares, a pesar de ser limitados, son clave para memorizar qué existe en el sitio mencionado.

La poesía: Histórica, religiosa, mitológica, etc. suele ser musical, teniendo ritmos muy definidos.

Las narraciones: Históricas, personales, introducciones a historias más grandes pero que contienen mucha información histórica.

Los repertorios legales o de otra índole: Son las más raras, escasas, ya que ocupan mucha memoria.

Estas fórmulas se transmiten de boca en boca hasta la aparición de la escritura. Dentro de este grupo podemos incluir las técnicas de los chamanes que recurrían a un entrenamiento para memorizar con recursos relacionados con la memoria auditiva: ritmos, movimientos, sonidos, melodías, etc.

DE LA COMUNICACIÓN ORAL A LA ESCRITURA

Existen en la actualidad, dos grandes teorías que intentan explicar cómo se dio el paso de una sociedad oral a una sociedad escrita. La primera, denominada **Teoría de la gran línea divisoria**, explica cómo las sociedades orales definen una

mentalidad diferente e inferior a las sociedades en las que la escritura es la principal forma de comunicación. De esta manera creen que con la invención de la escritura, la humanidad ha dado un gran salto cualitativo muy importante, al dotarnos de procedimientos que son capaces de aumentar nuestras capacidades cognitivas. Con la escritura nuestro pensamiento se vuelve más reflexivo, más abstracto, más complejo y estructurado, y por ello la escritura crea una sociedad superior. La segunda teoría, conocida como **Teoría de la continuidad** niega la superioridad de la escritura frente a la oralidad y defiende la idea de que ambos tipos de comunicación, oral y escrita, son medios lingüísticos equivalentes. En esencia, ambos derivados del lenguaje tienen funciones similares, sin embargo se pueden especializar y por ello no existe una diferencia cognitiva.

ORIGEN DE LA ESCRITURA CUNEIFORME

La escritura ha sido la acompañante necesaria en un cambio profundo de la sociedad como es el paso de la sociedad cazadora-recolectora a la sociedad agricultora-ganadora. La aparición de la escritura está ligada a la aparición de la división social. Es por ello, que las primeras escrituras aparecieron en los templos, donde se localizaba la clase sacerdotal. Los sacerdotes se encargaban de la y la administración de los impuestos, utilizando para ello unas tablillas de arcilla, donde el número tenía más peso que la letra. Estas tablillas suponen el origen de la escritura cuneiforme y las más antiguas fueron encontradas en el templo de . Sin la escritura, los sacerdotes no habrían podido establecer su situación de privilegio y su papel organizador del pueblo. Con este tipo de escritura se formalizan las divisiones sociales, por su función sancionadora y normativa.

EL ORIGEN DE LA ESCRITURA

El origen de la escritura no se dio de forma sincrónica en el tiempo. Estuvo localizada entre la revolución neolítica y la revolución urbana, donde conocemos 5 civilizaciones en las cuales se desarrolló la escritura:

- **Mesopotamia:** Hace 5000 años, escritura cuneiforme.

- **Egipto:** Hace 4500 años. Escritura jeroglífica.
- El valle del río Indo: Hace 4000 años. Escritura jeroglífica.
- *Asia:* Hace 3000 años. Escritura ideográfica.
- **Meso-americanas:** Hace 1500 años.

Antes de que la escritura fuera generalizada, en el último periodo del , el hombre ya utilizó formas de comunicación pictográfica, la cual tiene su origen en el gesto, es decir, en la mímica y no en la palabra. Un ejemplo de estas formas de comunicación gráfica lo constituyen las manos de Gargas. Estos dibujos eran símbolos que se utilizaban para cazar y que se repiten en muchas cuevas de Europa. Otro ejemplo de formas de comunicación anteriores a la escritura, son las . estudió la cerámica y encontró unas pequeñas bolas con incisiones en el exterior y que escondían toda una clase de objetos ideográficos en su interior. Las funcionaron como un mecanismo de contabilidad. Se originaron en el inicio del cambio de la sociedad cazadora a la sociedad agricultora y las más antiguas tienen alrededor de 9000 años.

NACIMIENTO DEL ALFABETO

Cuando la revolución urbana constituyó las primeras ciudades, las bullae fueron depurándose, apareciendo una escritura lineal y las escrituras cuneiformes se extendieron por toda la ribera oriental de la costa mediterránea. Hace aproximadamente 3500 años, un pueblo de la zona de Siria, los fenicios, caracterizados por ser navegantes comerciantes, desarrollaron una nueva forma de escritura sencilla, basada en veintidós signos de carácter alfabético y no ideográfico, es decir, que representaban sonidos de forma gráfica y eran todos consonánticos, dando lugar al Alfabeto semítico . 500 años después, el alfabeto sufrió una escisión en 4 subalfabetos: semítico meridional, cananeo, arameo y el griego arcaico. Los griegos desarrollaron las 5 vocales actuales para adaptar el nuevo alfabeto a su lengua, dando origen al primer escrito de izquierda a derecha. Un tiempo después, se extendió por el mediterráneo y fue adoptado por los , romanos, constituyéndose finalmente el latín ; antecesor de las lenguas románicas.

En muchos casos la teoría de la comunicación suele confundirse con , la cual corresponde a la teoría matemática de que estudia la (canales, comprensión de datos, criptografía y todo lo que se le relaciona) como magnitud física. Ésta emplea una unidad de medida de la información a la que denomina el "BIT", es decir, la menor unidad que puede aprenderse. Esta unidad de medida de la información se sustenta en la alternativa **sí** o **no** en cada determinación que pueda dar elementos para el conocimiento de los objetos. Así, por ejemplo, la sexualidad de un sujeto puede darse por un BIT, simplemente, *macho* o *hembra*. Para fijar la posición de una pieza de ajedrez sobre un tablero de 64 casillas se necesitarán al menos 6 BITS o 6 preguntas .

Si bien la teoría de la información es útil a la teoría de la comunicación como aportante matemático y a la comprensión lógica de los procesos, dicha teoría no corresponde en concreto a la preocupación de la teoría de la comunicación, la cual analiza la vinculación de los procesos comunicativos individuales a la problemática social, así como la relación universal existente en torno a la comunicación mediática y el poder político y se apoya en el uso de la , que es el estudio de los signos, en la realidad social y se nutre de la lingüística y otras ciencias.

Los siguientes son algunos puntos de vista sobre la comunicación y de la teoría de la comunicación:

Mecanicista: Este punto de vista entiende la comunicación como un perfecto transmisor de un mensaje desde un *emisor* hasta un *receptor* tal como se ve en el diagrama anterior.

Psicológico: Considera a la comunicación como el acto de enviar un mensaje a un *perceptor* (llamado así porque considera al *receptor* como sujeto de la comunicación) y en el cual las sensaciones y las ideas de ambas partes influyen considerablemente en el contenido del mensaje.

Construccionismo Social: Este punto de vista, también llamado "interaccionismo simbólico", considera a la comunicación como el producto de significados creativos e interrelaciones compartidas.

Sistemática: Considera a la comunicación como un mensaje que pasa por un largo y complejo proceso de transformaciones e interpretaciones desde que ocurre hasta que llega a los perceptores.

La revisión de una teoría en particular a este nivel dará un contexto sobre el tipo de comunicación tal como es visto dentro de los confines de dicha teoría. Las teorías pueden ser estudiadas y organizadas además de acuerdo a la , la y la que en general son impuestas por el teórico.

Ontología: Pone la pregunta sobre el *qué*, exactamente, el teorista examina. Se debe considerar la verdadera naturaleza de la . La respuesta, por lo general, cae dentro del campo de uno de los tres fenómenos ontológicos dependiendo de la lente con la cual el teórico mire el problema: realista, nominalista o construccionismo.

La perspectiva realista mira el mundo de manera objetiva en la creencia de que hay un mundo por fuera de nuestras propias experiencias y cogniciones.

La perspectiva nominalista mira al mundo subjetivamente en la idea de que todo aquello al exterior de las cogniciones del sujeto son únicamente nombres y etiquetas.

La perspectiva construccionista monta la barrera entre lo objetivo y lo subjetivo declarando que la realidad es aquello que creamos juntos.

Epistemología: Pone la pregunta sobre el *cómo* los teóricos estudian el fenómeno escogido. En los estudios epistemológicos, el conocimiento objetivo es aquel que es el resultado de una mirada sistemática de las relaciones casuales del fenómeno. Este conocimiento es por lo general deducido por medio de métodos científicos. Los estudiosos por lo general piensan que la evidencia empírica recogida de manera objetiva está más cerca de reflejar la verdad en las investigaciones.

Teorías de este corte son generalmente creadas para predecir fenómenos. Teorías subjetivas sostienen que el entendimiento está basado en conocimientos localizados, típicamente establecidos a través de la utilización de métodos interpretativos tales como la y la . Las teorías subjetivas se desarrollan por lo general para explicar o entender fenómenos del mundo social.

En una aproximación muy básica, según el modelo de Shannon y Weaver, los elementos que deben darse para que se considere el acto de la comunicación son:

: Es quien emite el mensaje, puede ser o no una persona.

: Es quien recibe la información. Dentro de una concepción primigenia de la comunicación es conocido como , pero dicho término pertenece más al ámbito de la teoría de la información.

: Es el medio físico por el que se transmite el mensaje, en este caso Internet hace posible que llegue a usted (*receptor*) el .

: Es la forma que toma la información que se intercambia entre la Fuente (el emisor) y el Destino (el receptor) de un lazo informático. Implica la comprensión o decodificación del paquete de información que se transfiere.

: Es lo que se quiere transmitir.

o : Es la situación o entorno extralingüístico en el que se desarrolla el acto comunicativo.

ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN HUMANA

El objetivo principal de todo sistema es adaptarse a la comunicación, es intercambiar información entre dos entidades. Un ejemplo particular de comunicación entre una estación de trabajo y un servidor a través de una red telefónica pública. Otro posible ejemplo consiste en el intercambio de señales de voz entre dos teléfonos a través de la misma red anterior. Los elementos claves de este modelo son:

Fuente o Emisor (Remitente). Este dispositivo genera los datos a transmitir: por ejemplo teléfonos o computadores personales.

Fuente Transmisor Sist. de Transmisión o canal Receptor Destino Diagrama general a bloques Sistema fuente Sistema destino Teoría de las telecomunicaciones.

Transmisor. Transforma y codifica la información, generando señales electromagnéticas susceptibles de ser transmitidas a través de algún sistema de transmisión. Por ejemplo, un módem convierte las cadenas de bits generadas por un computador personal y las transforma en señales analógicas que pueden ser transmitidas a través de la red telefónica.

Sistema de transmisión. Puede ser desde una sencilla línea de transmisión hasta una compleja red que conecte a la fuente con el destino.

Receptor. Acepta la señal proveniente del sistema de transmisión y la transforma de tal manera que pueda ser manejada por el dispositivo destino. Por ejemplo, un módem captará la señal analógica de la red o línea de transmisión y la convertirá en una cadena de bits.

Destino (Destinatario) (“Destinación”).

Toma los datos del receptor aunque el modelo presentado puede parecer sencillo, en realidad implica una gran complejidad. Para hacerse una idea de la magnitud de ella a continuación una breve explicación de algunas de las tareas claves que se deben realizar en un sistema de comunicaciones.

Utilización del sistema de transmisión. Se refiere a la necesidad de hacer un uso eficaz de los recursos utilizados en la transmisión, los cuales típicamente se suelen compartir entre una serie de dispositivos de comunicación.

Implemento de la interfaz. Para que un dispositivo pueda transmitir tendrá que hacerlo a través de la interfaz con el medio de transmisi

Generación de la señal. Ésta se necesitará una vez que la interfaz está establecida.

Las características de la señal, tales como, la forma y la intensidad, deben ser tales que permitan: 1) ser propagadas a través del medio de transmisión y 2) ser interpretada en el receptor como datos.

Sincronización. Las señales se deben generar no sólo considerando que deben cumplir los requisitos del sistema de transmisión y del receptor, sino que deben permitir alguna forma de sincronizar el receptor y el emisor. El receptor debe ser capaz de determinar cuándo comienza y cuándo acaba la señal recibida. Igualmente, deberá conocer la duración de cada elemento de señal.

Gestión del intercambio. Esto es que si se necesita intercambiar datos durante un período, las dos partes (emisor y receptor) deben cooperar. En los dispositivos para el procesamiento de datos, se necesitaran ciertas convenciones además del simple hecho de establecer la conexión. Se deberá establecer si ambos dispositivos pueden Enlace de comunicación Estación de trabajo Módem Medio de Módem transmisión Servidor transmitir simultáneamente o si deben hacerlos por turnos, se deberá decidir la cantidad y el formato de los datos que se transmiten cada vez, y se debe especificar que hacer en caso de que se den ciertas contingencias.

Detección y corrección de errores. Se necesita en circunstancias donde no se pueden tolerar errores es decir, cuando la señal transmitida se distorsiona de alguna manera antes de alcanzar su destino.

Control de flujo. Se utiliza para evitar que la fuente no sature al destino transmitiendo datos más rápidamente de lo que el receptor pueda procesar o absorber.

Direccionamiento y encaminamiento. Se utiliza cuando cierto recurso se comparte por más de dos dispositivos, el sistema fuente deberá de alguna manera

indicar a dicho recurso compartido la identidad del destino. El sistema de transmisión deberá garantizar que ese destino, y sólo ése, reciba los datos.

Recuperación. Se utiliza cuando en una transacción de una base de datos o la transferencia de un fichero, se ve interrumpida por algún fallo, el objetivo será pues, o bien ser capaz de continuar transmitiendo desde donde se produjo la interrupción,

TEORÍA DEL PROCESO COMUNICATIVO

Los elementos o humana son: fuente, emisor o codificador, (reglas del signo, símbolo), mensaje primario (bajo un código), receptor o decodificador, canal, ruido (barreras o interferencias) y la retroalimentación o realimentación (*feedback*, mensaje de retorno o mensaje secundario).

Fuente: Es el lugar de donde emana la información, los datos, el contenido que se enviará, en conclusión: de donde nace el mensaje primario.

Emisor o codificador: Es el punto (persona, organización) que elige y selecciona los signos adecuados para transmitir su mensaje; es decir, los codifica para poder enviarlo de manera entendible -siempre que se maneje el mismo código entre el emisor y el receptor- al receptor. No existe un iniciador en el proceso comunicativo, a lo sumo existe una instancia primaria de emisión verbal -que se confunde con el que "habló primero"- pero la comunicación debe ser entendida como un proceso dinámico y circular, sin principio ni fin.

Podemos iniciar el acto comunicativo preguntando la hora a alguien, pero inevitablemente la comunicación comenzó mucho antes, al ver a la persona, al acercarse prudentemente a la distancia mínima -Proxémica- de dos personas desconocidas, al mirar a la persona a los ojos o al insinuar que se quiere hablar. Como se puede ver, la comunicación no se limita al habla o a la escritura: es un complejo proceso interminable de interacción mutua.

Receptor o decodificador: Es el punto (persona, organización) al que se destina

el mensaje, realiza un proceso inverso al del emisor ya que en él está el descifrar e interpretar lo que el emisor quiere dar a conocer.

Existen dos tipos de receptor, el pasivo que es el que sólo recibe el mensaje, y el receptor activo o perceptor ya que es la persona que no sólo recibe el mensaje sino que lo percibe, lo almacena, e incluso da una respuesta, intercambiando los roles. En este caso, donde un receptor o perceptor se transforma en emisor al producir y codificar un nuevo mensaje para ser enviado al ente emisor -ahora devenido en receptor- es donde se produce el *feed-back* o; y es lo que comúnmente sucede en cualquier comunicación interpersonal.

Código: Es el conjunto de reglas propias de cada sistema de signos y símbolos de un lenguaje que el emisor utilizará para transmitir su mensaje, para combinarlos de manera arbitraria y socialmente convenida ya que debe estar codificado de una manera adecuada para que el receptor pueda captarlo.

Un ejemplo claro es el código que utilizan los marinos para poder comunicarse; la de algún idioma; los algoritmos en la informática, todo lo que nos rodea son signos codificados.

Mensaje: Es el contenido de la información (contenido enviado): el conjunto de ideas, sentimientos, acontecimientos expresados por el emisor y que desea transmitir al receptor para que sean captados de la manera que desea el emisor. El mensaje es la información debidamente codificada.

Canal: Es por donde se transmite la información-comunicación, estableciendo una conexión entre el emisor y el receptor. Mejor conocido como el soporte material o espacial por el que circula el mensaje.

Ejemplos: el aire, en el caso de la voz; el hilo telefónico, en el caso de una conversación telefónica. Cuando la comunicación es interpersonal -entre personas y sin ningún medio electrónico de por medio, como una conversación cara cara

(de ahí "interpersonal")- se le denomina Canal. Pero cuando la comunicación se realiza por medio de artefactos o instancias electrónicas o artificiales, se le denomina Medio. Por ejemplo: Una charla de café, Canal; Una llamada telefónica o un mensaje de texto, un Medio. Los medios de comunicación masiva -TV, Radio, Periódicos, Internet, etc.- tienen por canal a un Medio.

Referente: Realidad que es percibida gracias al mensaje. Comprende todo aquello que es descrito por el mensaje.

Situación: Es el tiempo y el lugar en que se realiza el acto comunicativo.

Interferencia, barrera o ruido: Cualquier perturbación que sufre la señal en el proceso comunicativo, se puede dar en cualquiera de sus elementos. Son las distorsiones del sonido en la conversación, o la distorsión de la imagen de la televisión, la alteración de la escritura en un viaje, la del hablante, la sordera del oyente, la ortografía defectuosa, la distracción del receptor, el alumno que no atiende aunque esté en silencio. *También suele llamarse ruido.*

Retroalimentación o realimentación (mensaje de retorno): Es la condición necesaria para la interactividad del proceso comunicativo, siempre y cuando se reciba una respuesta (actitud, conducta) sea deseada o no. Logrando la interacción entre el emisor y el receptor. Puede ser positiva (cuando fomenta la comunicación) o negativa (cuando se busca cambiar el tema o terminar la comunicación). Si no hay realimentación, entonces sólo hay información mas no comunicación.

FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN

Informativa: Tiene que ver con la transmisión y recepción de la información. A través de ella se proporciona al individuo todo el caudal de la experiencia social e histórica, así como proporciona la formación de y . En esta función el emisor influye en el estado mental interno del receptor aportando nueva información.

Afectivo - valorativa: El emisor debe otorgarle a su mensaje la carga afectiva que el mismo demande, no todos los mensajes requieren de la misma emotividad, por ello es de suma importancia para la estabilidad emocional de los sujetos y su realización personal. Gracias a esta función, los pueden establecerse una imagen de sí mismo y de los demás.

Reguladora: Tiene que ver con la regulación de la conducta de las personas con respecto a sus semejantes. De la capacidad autorreguladora y del individuo depende el éxito o fracaso del acto comunicativo. Ejemplo: una crítica permite conocer la valoración que los demás tienen de nosotros mismos, pero es necesario asimilarse, proceder en dependencia de ella y cambiar la actitud en lo sucedido.

Hechos sociales como la mentira son una forma de comunicación informativa (aunque puede tener aspectos reguladores y afectivo-valorativos), en la que el emisor trata de influir sobre el estado mental del receptor para sacar ventaja.

Otras Funciones de la comunicación dentro de un grupo o equipo:

Control: La comunicación controla el comportamiento individual. Las organizaciones, poseen jerarquías de autoridad y guías formales a las que deben regirse los empleados. Esta función de control además se da en la comunicación informal.

Motivación: Lo realiza en el sentido que esclarece a los empleados qué es lo que debe hacer, si se están desempeñando de forma adecuada y lo que deben hacer para optimizar su rendimiento. En este sentido, el establecimiento de metas específicas, la retroalimentación sobre el avance hacia el logro de la meta y el reforzamiento de un comportamiento deseado, incita la motivación y necesita definitivamente de la comunicación.

Expresión emocional: Gran parte de los empleados, observan su trabajo como un medio para interactuar con los demás, y por el que transmiten fracasos y de igual manera satisfacciones, es decir sentimientos.

Cooperación: La comunicación se constituye como una ayuda importante en la

solución de problemas, se le puede denominar facilitador en la toma de decisiones, en la medida que brinda la información requerida y evalúa las alternativas que se puedan presentar

AXIOMAS DE LA COMUNICACIÓN

Diversos enfoques de la comunicación humana la conciben como un ritual que los seres humanos llevan a cabo desde que nacen. Los teóricos han determinado cinco de la comunicación, también conocidos como axiomas de:

Es imposible **no comunicarse**.

Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y uno de relación, tales que el segundo califica al primero y es por ende una meta comunicación.

La naturaleza de una relación depende de la puntuación de secuencias de comunicación entre los comunicantes.

Los seres humanos se comunican tanto digital como analógicamente. El lenguaje digital cuenta con una sintaxis lógica sumamente compleja y poderosa pero carece de una semántica adecuada en el campo de la relación, mientras que el lenguaje analógico posee la semántica pero no una sintaxis adecuada para la definición inequívoca de la naturaleza de las relaciones.

Los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios según estén basados en la igualdad o la diferencia.

Desde lo comunicacional, una organización se define cuando existe en la mente de las personas, con lo que un concepto de organización desde la comunicación puede ser: el sistema de interacción de individuos y grupos orientados al cumplimiento de un objetivo, integrados por su flujo de información y por un mismo concepto mental.

La organización tiene entonces dos tipos de límites:

El dado por el alcance de su desempeño, pues los resultados obtenidos de eficiencia y eficacia marcan límites de competitividad a nivel de clientes, competencia, aliados y otros grupos de interés; y generan una fuerza potenciadora o limitadora para los empleados hacia el cambio, el crecimiento y el desarrollo.

El dado por el sentido compartido, como concepto mental, que tienen tanto los empleados como los grupos de interés, configurado en la identidad y la imagen de la organización como un colectivo, como un corpus.

El tamaño e influencia del sistema organizacional está dado por la fuerza de su interacción comunicativa y por el sentido de identidad e imagen que de ella se tenga.

La identidad y la imagen de una organización están definidas a partir de la interacción de los empleados y los grupos de interés. En la medida que la organización logra ampliar su red comunicacional, mayor será su influencia en el entorno, su competitividad en el mercado y su valor comercial.

Desde lo sistémico y comunicacional, identidad e imagen son propiedades emergentes del sistema, es decir solo se manifiestan con el sistema en acción y como un todo; esto implica que:

Son producto de la interacción de todo el sistema, y no solo responsabilidad exclusiva y excluyente de la gerencia y del área de comunicaciones;

No son un resultado rígido, estático, atemporal, sino dinámico, cambiante, continuo, ondulante;

Son producto de procesos de aprendizaje, des aprendizaje y re aprendizaje organizacional; la gente y la organización requieren verse de manera diferente, aprender nuevas formas de hacer las cosas, de interactuar novedoso, y exige procesos creadores e innovadores.

Dos propiedades emergentes del sistema generados también por la comunicación son la cultura y el servicio; la primera vista como un sistema de modelos mentales

colectivos, que bien pueden limitar, aguantar, anclar a la organización o ser factor potenciador hacia la flexibilidad, la adaptabilidad y el aprendizaje continuo; y el servicio, como la interacción continua entre empleados y clientes orientada a la satisfacción de necesidades y expectativas de estos últimos.

El punto es si estas cuatro propiedades están orientadas a crear productividad, competitividad empresarial, felicidad y éxito a las personas.

Públicos

La acepción más generalizada del término públicos, es aquella que sostiene que son un conjunto de individuos unidos entre sí temporal o permanentemente en función de un interés común.

Para Cutlip y Center (1978), “Los públicos son los grupos que, teniendo intereses comunes, resultan afectados por los actos y la política de una institución determinada, o cuyos actos y opiniones afecten a tal institución”.

A estas alturas, podría decirse, que los públicos de una institución, son todos aquellos individuos o sistemas sociales que están vinculados en mayor o menor grado a la institución, dado que la afectan, son afectados por ella o, esta afectación es mutua, en función del logro de los objetivos de ambos.

Públicos Externos

Los públicos externos o extra-institucionales son aquellos individuos o sistemas sociales que forman parte del medio ambiente externo del sistema institución y que lo afectan y/o son afectados por él, en mayor o menor grado, en función del logro de los objetivos de ambos.

La armonización de los intereses de la institución con los de sus públicos externos será la que permitirá el logro de los objetivos de ambos y a través de ello la consecución del desarrollo nacional; a su vez, esta armonización de intereses será posible en la medida en que la institución a través de su sistema de comunicación institucional conozca a sus públicos externos.

Tomando como referencia la clasificación de Muriel y Rota (1982), se puede decir que los públicos externos se clasifican en dos clases: Públicos externos generales y Públicos externos específicos.

Los públicos externos generales, están constituidos por la comunidad nacional e internacional con los cuales se relaciona la institución de una forma mediatizada a través de lo que se conoce como el fenómeno de la “opinión pública”

Los públicos externos específicos son todos los individuos y sistemas sociales vinculados en un alto grado a la institución en virtud de un motivo de relación directa.

Imagen Institucional

La imagen de la institución frente a sus públicos externos; es decir la representación mental, cognitiva, afectiva que estos públicos tengan de la institución, es en gran medida producto de la calidad de la relación que se establece entre ambos. Debido a que dicha relación se produce fundamentalmente a través de la comunicación externa, puede decirse que ésta influye en la calidad de la relación y, por ende, en la imagen que de la institución se formen estos públicos externos.

A su vez, la imagen de la institución en estos públicos crea expectativas al respecto de las relaciones o contactos posteriores entre ambos. Es decir, si un público externo tiene una imagen favorable de la institución percibiéndola como una entidad servicial y eficiente, dicho público esperará que ésta se comporte servicial y eficientemente, pero, si esto no sucede, lo más probable es que se modifique la imagen favorable de la institución frente a este público; este hecho afectará las relaciones y contactos posteriores que estos tengan con la misma. Para cambiar esta percepción tendrá que recurrirse a estrategias propositivas de cambio de imagen.

Las organizaciones que trabajan en busca de la excelencia desarrollan

culturas de éxito para responder de forma eficiente a las exigencias del medio, creando una imagen de sí mismos que será percibida por el medio.

A partir de esto se puede afirmar que ningún estudio de la cultura será completo si no se contrasta con la imagen que al exterior de la organización existe acerca de ella. Nicholas Ind la define como: "la que tiene un determinado público sobre una organización a través de la acumulación de todos los mensajes que haya recibido".

Norberto Chávez la expresa como: "el fenómeno de opinión pública consistente en la lectura social de los atributos y valores de la institución, resultante del tipo de comunicación entablada entre ambos. Es la lectura pública de una institución, la interpretación que la sociedad o cada uno de sus grupos, sectores o colectivos, tiene o constituye de modo intencional o espontáneo."

H. Mohamed plantea que "... es un conjunto receptor, cómo nos ven, cómo perciben aquéllas manifestaciones y qué valoración de ellas se hace por parte de una serie de audiencias o públicos objetivos. Representación de alguna cosa en la mente...".

Christian Grönroos dice que "... es un filtro que influye en la forma como se perciben las operaciones en la empresa"

El posicionar la imagen de CONADIS, permite hacer que la ciudadanía en general a nivel local, regional y nacional conozca de las labores que realiza la asociación y así pueda compartir y colaborar en el desarrollo de las personas discapacitadas de la provincia de Tungurahua.

Debido a los conflictos internos entre los asociados y a la restricción de información de la clase directiva, sin que se haya establecido un canal adecuado de comunicación, se produce tergiversación de mensajes, rumores, mala interpretación y problemas en la imagen de la institución, la imagen de CONADIS no está bien posicionada en Ambato lo que ha ocasionado que algunos de sus

proyectos propuestos no se cumplan generando el concerniente retraso en la organización y con ello a los asociados.

Proyectar la organización

El simple hecho de lograr que la organización sea conocida significa que ese conocimiento de la labor que realiza CONADIS, sea traducido a tener el apoyo de la ciudadanía a cada uno de los proyectos que se emprendan con el fin de convertir a sus asociados en seres autores de su propio desarrollo, y la proyección de la organización significa que puede estar por más tiempo realizando su noble labor.

El proyectar una imagen organizacional más definida y realista tiene determinadas ventajas partiendo del entorno donde se encuentra ubicada. Desde el ámbito de las relaciones públicas su función está dada en el compromiso de evitar cualquier conflicto de opinión cuando surjan aspectos que cuestionen la buena imagen de la entidad cuando esta se pudiera beneficiar de ventajas diferenciales respecto a otras que estén con inferioridad de condiciones.

Brindar alternativas sociales a cada persona con discapacidad

La experiencia acumulada por las organizaciones en estos últimos años en el terreno de la planificación de relaciones públicas nos dice que, en un porcentaje muy alto, el ámbito de influencia social y notoriedad pública suele crecer en poco tiempo, hasta el punto que se precisa de una planificación en profundidad de las comunicaciones internas y externas así como de la imagen de la empresa o entidad como tal, de sus actividades, departamentos y secciones y de liderazgo social del equipo humano.

Al ser CONADIS la representante de las personas con discapacidad, y ser la que aglutina a todos los miembros, es responsabilidad de buscar el bien común para los integrantes, en todas las actividades que suele representar el desarrollo como individuo, integrándoles, en actividades deportivas, sociales, culturales,

como también cultivando sus destrezas, para producir un verdadero cambio en sus condiciones y estilo de vida.

Mejorar la calidad de vida

El convertirse seres autores de su propio desarrollo quiere decir, que van a ser capaces de valerse por sí mismo para realizar su supervivencia sin estar esperando de nadie para que puedan vivir adecuadamente, ni tampoco para que les ayude a realizar tal o cual actividad, al ser personas positivas emprendedoras poseedoras de una fortaleza única van a poder lograr superarse en todo lo que se propongan para mejorar su bienestar ya sea en lo económico, social, político, etc.

A su vez, la imagen de la institución en estos públicos crea expectativas al respecto de las relaciones o contactos posteriores entre ambos. Es decir, si un público externo tiene una imagen favorable de la institución percibiéndola como una entidad servicial y eficiente, dicho público esperará que ésta se comporte servicial y eficientemente, pero, si esto no sucede, lo más probable es que se modifique la imagen favorable de la institución frente a este público; este hecho afectará las relaciones y contactos posteriores que estos tengan con la misma.

Para cambiar esta percepción tendrá que recurrirse a estrategias propositivas de cambio de imagen.

Comunicación

Es el proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes, para llegar a acuerdos o poner algo en común y que se hace de forma continua y dinámica. La esencia de una comunicación eficaz es la respuesta comprensiva.

Fernando Veliz (2004) sostiene que, “La comunicación es más que solo informar en una empresa, es una herramienta que ayuda a persuadir, alinear y a generar transacciones de ideas con las audiencias. La comunicación es un elemento rico en aportes, profunda en su intervención y flexible en su uso”

Por lo tanto, para que una información sea comunicable, debe ser parte de la realidad del sector al cual va dirigido, deberá establecer una empatía con aquellas personas que están dentro de un grupo humano con problemas y soluciones propios. Es por ello que la responsabilidad del emisor es muy grande, ya que el contenido y presentación de los mensajes hará que los receptores actúen o dejen de hacerlo tomando en cuenta si las consecuencias de dicha acción será positivas para su beneficio propio, el de sus familias y la comunidad a la que pertenece.

En la Teoría de la Comunicación actual, la meta es que el receptor se convierta en preceptor y que sea él quien retroalimente una respuesta positiva o negativa al emisor del mensaje, mediante un amplio criterio y discernimiento, con sustento en sus experiencias y conocimiento propio.

La importancia de la comunicación radica en que gracias a ella es posible transmitir las experiencias de una generación a otra para que puedan ser asimiladas y continuadas. Sin esta posibilidad, el avance no hubiera sido posible en ningún sentido. Además, la comunicación es indispensable para lograr la necesaria coordinación de esfuerzos que permitan alcanzar los objetivos perseguidos por una organización o grupo social.

Entre las principales características de la comunicación se señala que no debe ser contradictoria ni inconsciente consigo misma, debe estar centrada en la conducta; es decir, expresada en términos de la conducta humana. Además debe ser lo suficientemente específica, como para permitir relacionar a un individuo con el comportamiento comunicativo real, siendo compatible con las formas en que se comunican los demás.

El proceso de Comunicación, tal como lo afirman Muriel y Rota, fluye como una corriente a través del tiempo, sin principio ni fin, en un devenir constante, sin posibilidad de dividir sus partes en elementos constitutivos independientes ya que siempre existe algo que lo precede y lo determina y algo que sigue de él, como su consecuencia. Sin embargo, para conocer el avance o retroceso del mismo, proponen diez principios básicos de éste proceso, que son muy importantes para este estudio:

1.- El significado no es transmisible; únicamente se pueden transmitir símbolos en un proceso de comunicación.

2.- En el proceso de comunicación la principal responsabilidad para el éxito de dicha comunicación corresponde a la fuente, no al preceptor del mensaje. La fuente debe siempre estructurar todo mensaje en función del receptor.

3.- En el proceso de comunicación los sistemas de retroinformación son esenciales para poder alcanzar el éxito en dicho proceso. Esta retroinformación frecuentemente no se da en forma verbal, sino más bien a través de las múltiples formas de comunicación no verbal que utiliza el ser humano.

4.- La fuente de comunicación debe operar bajo el principio de que si en el proceso de comunicación ocurre un error la responsabilidad del mismo recae en la fuente, no en el preceptor.

5.- Todo mensaje tiene una probabilidad de éxito, más no una certeza.

6.- La fuente y el receptor de un mensaje jamás tendrán exactamente el mismo significado para dicho mensaje aun cuando compartan las mismas palabras.

7.- La construcción de todo mensaje debe variar en relación con el receptor de dicho mensaje.

8.- El objetivo de la comunicación es el preceptor y los efectos que en él se produzcan; el objetivo no es el mensaje en sí.

9.- En lugar de dedicar el mayor tiempo y la energía comunicativas a la construcción de un mensaje supuestamente correcto, la fuente de comunicación debe dividir su tiempo y energía entre el mensaje inicial que transmita, la evaluación de la retroinformación que vaya recibiendo como respuesta de dicho mensaje y la en codificación de mensajes adicionales después de haber analizado la retroinformación obtenida.

10.- Cuando a pesar de todo ocurra un fracaso en la comunicación en lugar de una reacción emocional se debe acompañar dicho fracaso de un análisis razonable de la situación y de sus posibles causas.

Al tratar acerca de los elementos del proceso de comunicación, varios autores coinciden en que los que suelen estar siempre presentes en el proceso de comunicación, son: fuente, mensaje, canal, receptor (que será mejor llamado preceptor), efectos y retroinformación.

El esquema tradicional (emisor-mensaje-receptor) ha establecido como regla, poner al emisor al inicio del proceso comunicativo, como el que determina los contenidos y las ideas que quiere comunicar, en tanto el destinatario está al final, como simple receptor, recibiendo el mensaje.

La comunicación bidireccional plantea que si se desea comenzar un real proceso de comunicación, el primer paso debe consistir en situarse en la realidad concreta del preceptor, denominada en “Comunicación Efectiva”, Empatía; y mucho más allá, antes de plantearse la hipotética retroalimentación, se debe incorporar y valorar a un componente de la comunicación del que casi nunca se habla: la pre-alimentación, propuesta por Mario Kaplún (1992) que consiste en recoger las experiencias colectivas de los preceptores, seleccionarlas, ordenarlas, organizarlas y, así estructuradas devolvérselas, de tal modo que ellos puedan hacerlas conscientes, analizarlas y reflexionarlas. Es insertarse en la realidad de los preceptores.

Los preceptores son sucesiones de análisis y reflexión, con una buena comunicación, el éxito que experimentemos en nuestra vida depende de gran parte de la manera como nos relacionamos con las demás personas, y la base de estas relaciones interpersonales es la comunicación. Se habla particularmente de la manera en la manera en que solemos hablarles a aquellos con quienes usualmente entramos en contacto a diario.

Muchas veces, ya sea en forma pública o privada, nos referimos a otras personas

en los términos poco constructivos, especialmente cuando aquellos individuos se mantienen ausentes. Siempre se cree que es una buena regla el referirnos a otras persona y mas a una persona con limitaciones físicas (discapacidad) en los términos en que quisiéramos que ellos nos traten a nosotros.

Cuando estemos hablando de alguien siempre preguntemos, como se sentiría esta persona, si estuviera presente, escuchando lo que se está diciendo de ella, se sentiría ¿bien o mal? ¿Mejoraría su autoestima o empeoraría? Recordemos que todos y cada uno de nosotros estamos en capacidad de impactar positivamente las vidas de aquellos con quienes entramos en contacto. Entonces, cuando estemos refiriéndonos a otras personas, hagamos una pausa y pensemos en lo que vamos a decir. Esto no quiere decir que no podamos expresar nuestra discordia o nuestro enojo con otras personas, por alguna situación en particular.

Sin embargo, recordemos siempre reprochar o criticar la acción o los resultados y no a la persona.

Preguntas Directrices

- ¿Cuál es el impacto de la escasa comunicación entre la dirección del CONADIS Tungurahua y los medios de comunicación locales?
- ¿Cuáles son las manifestaciones de la inapropiada imagen institucional del CONADIS Tungurahua?
- ¿Existe una alternativa de solución a la problemática de la escasa comunicación entre el CONADIS Tungurahua y los medios de comunicación locales con la inapropiada imagen institucional que presentaron a la comunidad ambateña?

Señalamiento de variables

Variable Independiente: Medios de Comunicación

Variable Dependiente: Imagen Institucional

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Enfoque de la Investigación

El trabajo investigativo se sustentará en el paradigma crítico-propositivo con el enfoque cuantía-cualitativo.

Cuantitativo porque se recopilará información numérica y estadística; y cualitativa porque estos resultados estadísticos serán sometidos a análisis e interpretaciones de carácter crítico a la luz del marco teórico.

Modalidades de Investigación

Bibliográfica-documental

Porque la investigación se apoyará en fuentes de investigación primaria (documentos), así como en fuentes de información secundaria obtenidas de libros, textos, publicaciones, revistas, módulos, internet, otros.

De Campo

Porque la investigación se realizará en el lugar en donde se produzcan los hechos con el fin de obtener información válida y confiable.

De Intervención Social o Proyecto Factible

Porque la investigación buscará plantear una propuesta de solución al problema investigado.

Tipos de Investigación

Exploratorio

Porque sondeará un problema poco investigado o desconocido en un contexto particular.

Descriptivo

Porque tiene interés de acción social comparando fenómenos o situaciones estructuradas coherentemente.

Asociación de variables variables y determinar tendencias y comportamientos en un contexto determinado.

Porque permitirá medir el grado relación entre

Población y Muestra

Director	1
Personal	2
Miembros carnetizados	1500
TOTAL	1503

En virtud de que la población es numerosa, se sacará una muestra representativa mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + N e^2}$$

Donde:

n = muestra

Z = 95 % (de confiabilidad) = 1.96

P = 0.5

Q = 0.5

N = Población= 1500

e = 5 % o 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) 1500}{(1.96)^2 (0.5) (0.5) + 1500 (0.05)^2}$$

n = 306

Muestra

Director	1
Personal	2
Miembros carnetizados	306
TOTAL	309

Técnicas e Instrumentos

Encuesta: Dirigida al personal y los miembros del CONADIS Tungurahua. Su instrumento será el cuestionario elaborado con preguntas cerradas que permitirán recabar información sobre los objetivos específicos de estudio.

Entrevista: Dirigido al Director de CONADIS Tungurahua. Su instrumento será la guía de la entrevista estructurada.

Validez y Confiabilidad

La validez de los instrumentos vendrá dado por “juicio de expertos” mientras que la confiabilidad se lo hará a través de la aplicación de una “prueba piloto” antes de la aplicación definitiva.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

ENCUESTAS DIRIGIDAS A MIEMBROS CARNETIZADOS DEL CONADIS

1) ¿Cree que se hayan difundido en la medida suficiente las actividades realizadas por el Conadis en la provincia?

INDICADORES	NUMERO DE PERSONAS
SI	19
NO	31

Cuadro N°5 Comunicación Institucional
Elaborado por: Miguel Espinoza
Fuente: Encuesta 2008

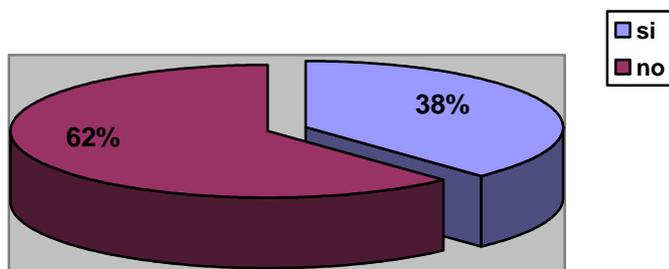


Gráfico N°1 Comunicación Institucional
Elaborado por: Miguel Espinoza
Fuente: Encuesta 2008

Análisis:

Mediante el grafico numero 1 podemos apreciar que la tabulacion de datos del conocimiento de difusión local en la provincia, realizado a personas miembros activos del Conadis Tungurahua, nos permite observar que en la provincia existe

un 62 % de personas con algún tipo de discapacidad, que no tiene conocimiento de las difusiones emitidas por el Concejo Nacional de Discapacidades de Tungurahua a través de los medios de difusión locales, mientras que el apenas 38% manifiesta que hubo difusión en los medios comunicativos locales sobre la labor que desempeña el Conadis.

Interpretación:

Los medios de comunicación son muy importantes y se establecen como parte fundamental para difundir una apropiada imagen en cualquier campo, en especial una buena imagen institucional como lo es la del Consejo Nacional de Discapacidades de Tungurahua, las personas que padecen algún tipo de discapacidad no tienen conocimiento de la labor diaria que realiza el Conadis Tungurahua.

2) ¿Estima que la difusión de los contenidos acerca de las actividades realizadas por el Conadis esté bien tratada?

INDICADORES	NUMERO DE PERSONAS
SI	22
NO	28

Cuadro N°6 Comunicación Institucional
 Elaborado por: Miguel Espinoza
 Fuente: Encuesta 2008

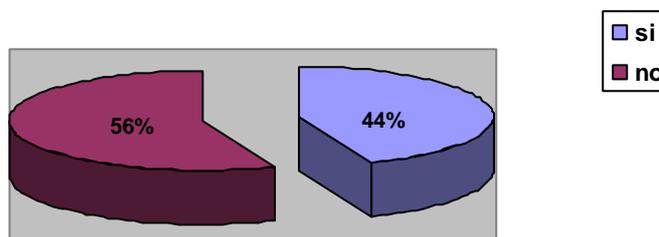


Gráfico N°2 Comunicación Institucional
 Elaborado por: Miguel Espinoza
 Fuente: Encuesta 2008

Análisis:

Según encuestas realizadas a personas carnetizadas en el conadis de la provincia de Tungurahua, estiman un total de 22 personas que la difusión en los medios locales se la esta llevando de buena manera, esto equivale al 44% y un total de 28 personas miembros del Conadis afirma que la difusión que se hace a favor del Consejo Nacional de Discapacidades no tiene un buen trato. Esto pertenece a un 56% según nuestra tabulacion y grafico correspondiente.

Interpretación:

Luego de observar los resultados tenemos un dato muy importante del cual se refiere un 100% del total de personas con algún tipo de discapacidad, un 44% conoce y esta al tanto del buen trato que tiene la informacion que difunde el Conadis Tungurahua a través de los medios locales de la provincia.

3) ¿Identifica usted de quien proviene el mensaje cuando se difunde en los medios locales las actividades realizadas por el Conadis?

INDICADORES	NUMERO DE PERSONAS
SI	29
NO	21

Cuadro N°7 Comunicación Institucional
Elaborado por: Miguel Espinoza
Fuente: Encuesta 2008

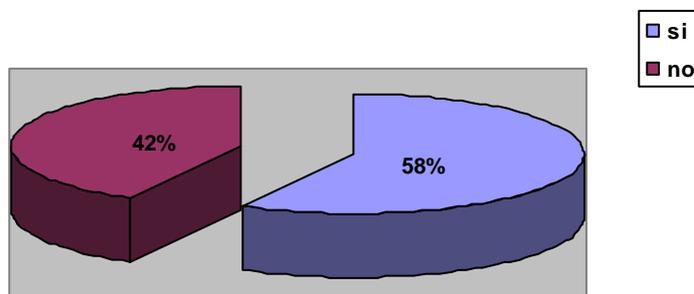


Gráfico N°3 Comunicación Institucional
Elaborado por: Miguel Espinoza
Fuente: Encuesta 2008

Análisis:

Es notoria la falta de apreciación y de conocimiento de parte de los individuos pertenecientes al Conadis Tungurahua con respecto a la identificación del mensaje que se difunde en los medios de comunicación de la ciudad, de las 50 personas que se realizó la debida encuesta, 29 personas respondieron a que si identifican de quien proviene el mensaje que se difunde en los medios este total corresponde al 58% emitido en nuestro grafico numero 3.

Interpretación:

El difundir un mensaje a públicos externos e internos en la actualidad es decadente, un claro ejemplo es la institución del Consejo Nacional de Discapacidades de Tungurahua, dicha institución cuenta con un porcentaje significativo de personas miembros carnetizados a nivel nacional y de provincia, por lo tanto se debe tener conocimiento de quien proviene el mensaje ya que a través de aquello podemos tener mayor conocimiento del por que existe y para que sirve la institución además de los servicios y beneficios que brinda el conadis a publico en general.

4) ¿Conoce usted los beneficios que ofrece el Conadis a sus miembros asociados?

INDICADORES	NUMERO DE PERSONAS
SI	23
NO	27

Cuadro N°8 Comunicación Institucional
Elaborado por: Miguel Espinoza
Fuente: Encuesta 2008

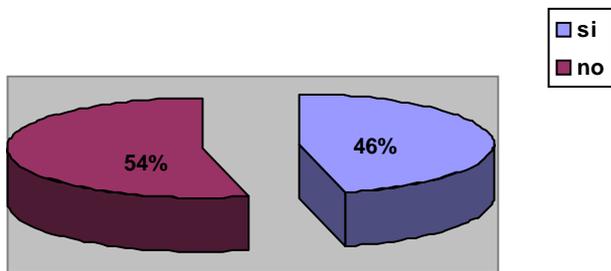


Gráfico N°4 Comunicación Institucional
Elaborado por: Miguel Espinoza
Fuente: Encuesta 2008

Análisis:

La falta de conocimiento de los servicios y beneficios que brinda el Consejo Nacional de Discapacidades al público que posee distintos tipos de discapacidad en la provincia de Tungurahua se ve afectado, en la encuesta realizada para obtener información de datos, se establece que de 50 miembros del Conadis encuestados 23 tienen noción de los beneficios que la institución brinda esto equivale a un 46% mientras que las restantes 27 personas manifiestan que no tienen ningún tipo de conocimiento con respecto a este tema, los beneficios que brinda la institución percibiendo así el 54% según nuestro grafico numero

Interpretación:

El Conadis Tungurahua es un instituto que brinda beneficios a sus miembros carnetizados, la obtención de un carné donde abalice el tipo de discapacidad y porcentaje del mismo, lleva a cabo un sin fin numero de beneficios, entre los cuales podemos mencionar algunos, pagar la mitad de pasaje en cualquier tipo de transporte público y privado, mitad de pago en salud, estudio y beneficio de importación a lo que se refiere traer carros exonerados adaptados al tipo de discapacidad que el beneficiario requiere.

Ser parte del Conadis Tungurahua en cuestión de beneficiario carnetizado rinde muchos servicios y beneficios para la persona con capacidades diferente

5) ¿Cuánto retiene usted de lo que presentan los medios locales con referencia a las actividades realizadas por el Conadis?

INDICADORES	NUMERO DE PERSONAS
Lo suficiente	8
Poco	20
Nada	22

Cuadro N°9 Comunicación Institucional
Elaborado por: Miguel Espinoza
Fuente: Encuesta 2008

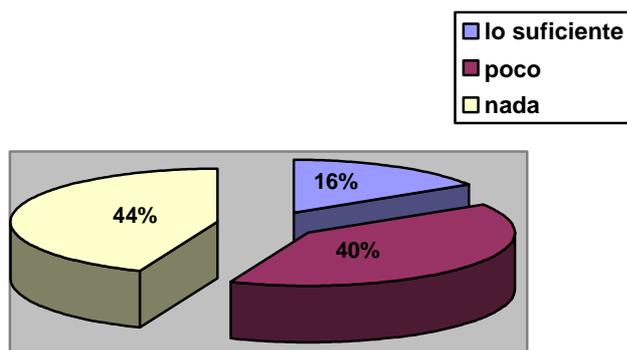


Gráfico N°5 Comunicación Institucional

Elaborado por: Miguel Espinoza

Fuente: Encuesta 2008

Análisis:

En las encuestas realizadas a los distintos miembros con algún tipo de discapacidad perteneciente al Concejo Nacional de Discapacidades de Tungurahua, encontramos cifras distintas con relación a la retención que presentan los medios locales con referencias a las actividades realizadas por el Conadis Tungurahua.

Un 16% retiene lo suficiente, lo que los medios difunden con referencia de las actividades realizadas por la institución, en cambio un 40% retiene poco la información emitida por los medios locales y el 44% no retiene nada de información con respecto a esta pregunta.

Interpretación:

Es sumamente importante el retener información sobre todo cuando se trata de una institución que brinda beneficios a personas con discapacidad, ya que por medio del conadis se puede obtener beneficios en todo aspecto del diario vivir, una persona que no este carnetizada no tiene acceso a los mismos beneficios que tiene una persona con capacidades diferentes y posea un carné avalizado por el Consejo Nacional de Discapacidades, es fundamental saber con argumentos lo que Conadis Tungurahua planifica para sus miembros en dicha provincia.

6) ¿Fue la información emitida en los medios locales acerca de las actividades realizadas por el Conadis lo que lo motivó a hacerse miembro carnetizado de la

institución?

INDICADORES	NUMERO DE PERSONAS
SI	12
NO	38

Cuadro N°10 Comunicación Institucional
Elaborado por: Miguel Espinoza
Fuente: Encuesta 2008

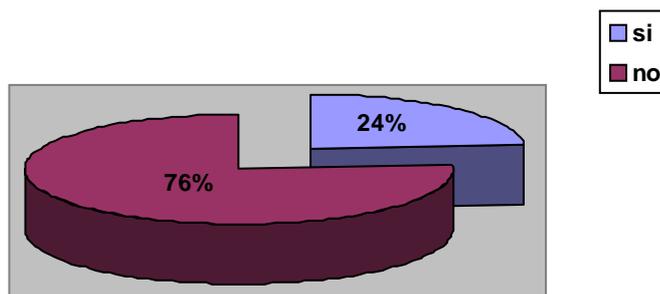


Gráfico N°6 Comunicación Institucional
Elaborado por: Miguel Espinoza
Fuente: Encuesta 2008

Análisis:

Según nuestros datos obtenidos a través de encuestas y tabulaciones, nos permitimos analizar que un 24% afirma que se ha carnetizado en el Conadis Tungurahua por el simple hecho de obtener la información acerca de las actividades realizadas por el Consejo Nacional de Discapacidades de la provincia de Tungurahua esto implica que ese porcentaje está al tanto de las actividades que genera la institución, sin embargo tenemos un porcentaje alto como lo es el 76% que no se ha carnetizado por la difusión en los medios sobre las actividades que realiza el Conadis, sin embargo son miembros activos, y por a o b circunstancias forman parte del proceso de ayuda social y beneficios que brinda el Consejo Nacional de Discapacidades de Tungurahua.

Interpretación:

Según nuestra información las personas que en la actualidad que son parte del Conadis Tungurahua tienen la obligación de informarse con respecto a los

derechos, beneficios y servicios que poseen cada uno de ellos, la confianza y bienestar que la institución brinda es única y de un gran prestigio personal no solamente por los beneficios que ofrece si no por la ayuda estupenda que brinda a sus usuarios. Cada uno debe estar al tanto del por que existe el Consejo Nacional de Discapacidades en nuestra provincia y así tener mas beneficiarios que sean participes de este proyecta a nivel nacional y en nuestro caso provincial.

7) ¿Ha notado usted un incremento en la aceptación de los servicios que brinda el Conadis en la provincia al aumentar la difusión de las actividades allí realizadas en los medios locales?

INDICADORES	NUMERO DE PERSONAS
SI	32
NO	18

Cuadro N°11 Comunicación Institucional
Elaborado por: Miguel Espinoza
Fuente: Encuesta 2008

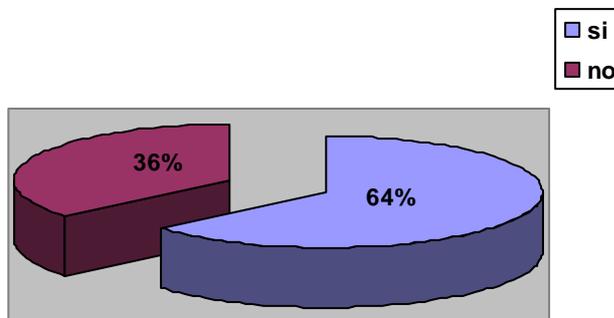


Gráfico N°7 Comunicación Institucional
Elaborado por: Miguel Espinoza
Fuente: Encuesta 2008

Análisis:

Nuestro análisis es productivo ya que gracias a la obtención de información se logro establecer que es notoria la participación de los medios con respecto a la difusión de los servicios que brinda el Conadis Tungurahua, es claro el porcentaje con respecto a esta pregunta, el 64% corrobora que nota el incremento en la

aceptación de los servicios que brinda la institución Conadis a sus miembros carnrtizados, mientras que el 36% no ha percibido el incremento de difusión con respecto los beneficios que se puede obtener del Conadis.

Interpretación:

Los factores de vida son indispensables para que se produzca una mejor connotación con respecto al incremento y notación de los servicios que ofrece el Conadis Tungurahua, ya que el servicio que presta a sus miembros es sumamente a otro nivel, las personas con discapacidad tienen el respaldo total de la institución, ya a través de ello, los beneficios son específicos y notorios.

8) ¿Ha notado un cambio significativo en la forma en que los medios locales tratan la información relacionada a las actividades realizadas por el Conadis en la provincia de Tungurahua?

INDICADORES	NUMERO DE PERSONAS
Si	11
No	12
A veces	27

Cuadro N°12 Comunicación Institucional
 Elaborado por: Miguel Espinoza\
 Fuente: Encuesta 2008

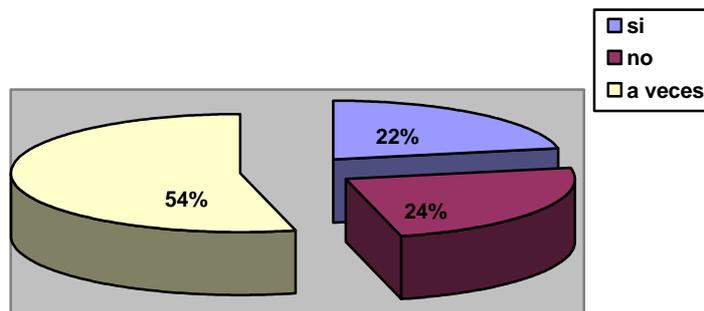


Gráfico N°8 Comunicación Institucional
 Elaborado por: Miguel Espinoza
 Fuente: Encuesta 2008

Análisis:

Un 22% afirma que si ha notado un cambio que relaciona el buen trato de los medios con la información que el Conadis realiza a diario, mientras que el 24% no tiene conocimiento del cambio con respecto en detalle a esta pregunta.

Según el gráfico N°8 muestra un porcentaje del 54% que establecen cambios notorios con relación a como tratan los medios locales la información emitida por el Conadis a sus miembros carnetizados de la institución.

Interpretación:

Se ha notado un cambio significativo en la forma en que los medios locales tratan la información relacionada a las actividades realizadas por el Conadis en la provincia de Tungurahua, se establece que a veces se ha notado el cambio en como trata la información sobre las labores que el Conadis realiza.

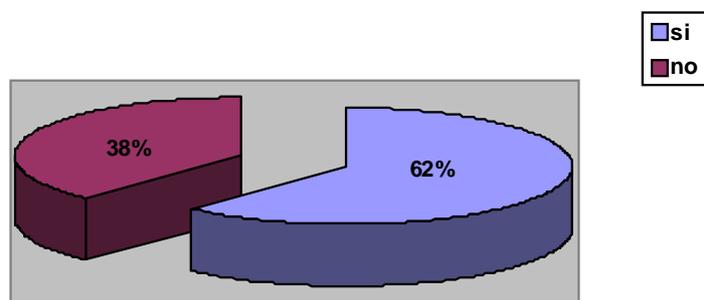
9) ¿Cree que la imagen institucional del Conadis mejoraría si se diese una mayor cobertura a las actividades que allí se realizan por parte de los medios locales?

INDICADORES	NUMERO DE PERSONAS
SI	31
NO	19

Cuadro N°13 Comunicación Institucional

Elaborado por: Miguel Espinoza

Fuente: Encuesta 2008

**Gráfico N°9 Comunicación Institucional**

Elaborado por: Miguel Espinoza

Fuente: Encuesta 2008

Análisis:

Según la información obtenida por medio de las encuestas realizadas a personas con capacidades diferentes miembros del Consejo Nacional de Discapacidades de Tungurahua logramos realizar el siguiente argumento un 62% está de acuerdo en que la imagen institucional del Conadis tendría una mejor imagen a través de la buena difusión que los medios locales emitan el mensaje correcto de los servicios y beneficios que la institución brinda a la población con discapacidad, mientras tanto el 38% no cree que la institución Conadis Tungurahua podría mejorar su imagen institucional mediante la difusión de los medios de comunicación .

Interpretación:

El porcentaje es alto en conocimiento a las labores que puede desarrollar el Conadis a futuro a favor de los más necesitados como lo es las personas con distinto tipo de discapacidad, los medios comunicativos locales cumplen un gran papel ya que a través de ellos la institución puede tener mayor expansión a nivel de conocimiento no solo para personas con discapacidad sino para una población Ambateña.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Antes de concluir con este estudio, es importante realizar un análisis de la encuesta realizada (cuyo modelo puede ser visto en los anexos) con la finalidad de determinar si existe la suficiente difusión en los medios locales de las actividades realizadas por el CONADIS

Luego de depurar las encuestas, se notan los siguientes resultados:

- Apenas un 62% de los miembros carnetizados en el Conadis estiman que se haya difundido en los medios locales las actividades allí realizadas.
- Solo el 56% creen que los contenidos emitidos al difundir sus actividades están bien tratados.
- Un 42% identifica de quien proviene el mensaje.
- Tan solo el 54% conoce los beneficios que ofrece el Conadis a sus miembros asociados.
- El 16% manifiestan que retienen poco o nada de lo que los medios locales difunden acerca de las actividades realizadas por el Conadis.
- Únicamente el 76% de los asociados manifiesta que lo que se emitió en los medios acerca de las actividades realizadas por el Conadis los motivó para convertirse en miembros carnetizados de la institución.
- Un 64% dice haber notado un incremento en la aceptación de los servicios

que brinda el Conadis en la provincia de Tungurahua al aumentar la difusión de sus actividades en los medios locales.

- Un 22% responde que no ha notado un cambio significativo en el tratamiento que se hace de las noticias que informan acerca de las actividades que realiza el Conadis en la provincia de Tungurahua.
- Un 62% cree que si se aumentase la difusión de las actividades realizadas por el Conadis en la provincia de Tungurahua, su imagen institucional mejorará.

Conclusiones

- El manejo de los mensajes emitidos en los medios locales para difundir las actividades realizadas por el Conadis en la provincia de Tungurahua adolece de varios aspectos negativos que podrían solucionarse con una correcta aplicación de un Plan de Medios Institucional llevado a cabo por un Dircom.
- Para cumplir con el objetivo de presentar una mejor imagen institucional, el directorio del Conadis en la provincia de Tungurahua debería contar con la ayuda de un Dircom que se encargue de los aspectos inherentes a la promoción de las actividades realizadas por la institución antes de que sean difundidas por los medios locales.
- A través de un adecuado Plan de Medios Institucional podrá generarse la expectativa suficiente para que a los medios locales les resulte interesante dar cobertura a las actividades realizadas por el Conadis en la provincia de Tungurahua, lo que a su vez repercutirá en una mejora de la imagen y reputación de la institución.

Recomendaciones

- Tomar correctivos que posibiliten difundir de una mejor manera en los medios locales las actividades realizadas por el Conadis Conadis en la provincia de Tungurahua.
- Implementar un plan de medios que permita posicionar la imagen del Conadis en la provincia de Tungurahua.
- Utilizar únicamente el tipo de tratamiento de información de las actividades realizadas en el Conadis en la provincia de Tungurahua que hayan resultado efectivos para difundir los servicios que allí se prestan y los beneficios que tienen sus miembros.
- Crear una oficina independiente de cualquier departamento de la institución, para que maneje el DIRCOM

CAPITULO VI

PROPUESTA

Datos Informativos

Título:

Creación del departamento de Dircom, para el desarrollo social de las personas con capacidades diferentes establecidos en todo tipo de edad, y accesible para la comunidad Ambateña.

Beneficiarios:

Personas con capacidades diferentes y la comunidad ambateña

Tiempo estimado para la ejecución: 6 meses

Julio – Diciembre 2011

Equipo Responsable:

Investigador

Antecedentes de la propuesta

La creación del Dircom en una institución como el Conadis, es fundamental, ya que es un ente principal para poder manejar el aspecto de imagen institucional y a la vez buscar y dar solución factible a cualquier ámbito, ya sea personal o institucional.

Los cierto es que el Dircom, se ha convertido en esa persona que reúne todos los planes de comunicación de la organización o institución, puesto que la conoce perfectamente, tanto en su interior como exterior y por lo tanto sabe que puede llegar a influir en desarrollo de esta. Es la persona que debe unir todos los objetivos de la empresa y así mismo, a los empleados para que se trabaje en conjunto por un objetivo común.

Las funciones del Dircom en la organización serían las siguientes: Función Normativa: Analizar qué es lo que quiere comunicar y lo que se comunica sea coherente para los públicos.

Función de Servicio: apoya y presta servicio a todas las áreas de la organización.

Capacitación: mantener capacitados a los empleados para dar el mejor servicio.

Debe estar continuamente observado el entorno que rodea a la organización.

Todas estas funciones las debe realizar teniendo en cuenta los objetivos de la organización y siendo la persona que conecta a todas las áreas de esta, para que la comunicación dentro de la institución sea cada vez mejor y se logre mejor los procesos dentro de la misma.

Justificación

En la ciudad de Ambato se realizó el trabajo de investigación bajo el nombre de “Escasa difusión en los medios de comunicación local de las actividades realizadas por el Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS) de la provincia de Tungurahua y su relación con la inapropiada imagen institucional presentada a la comunidad ambateña durante el período enero – mayo de 2008” logrando concluir que:

En el Consejo nacional de discapacidades se ha notado una carencia de imagen y de información institucional por parte de la comunidad Ambateña, se ha realizado encuestas evidenciando distintos porcentajes, un 8% de los miembros carnetizados en el Conadis, estiman que se hayan difundido en los medios locales Las actividades realizadas por el Conadis Tungurahua, el 3% cree que los contenidos emitidos por los medios locales, están bien tratados, un 30% identifica de quien proviene el mensaje, el 90% conoce los beneficios que ofrece el Conadis, sin embargo el 9% retienen poco y un 12% nada, lo que los medios locales difunden acerca de las labores diarias que realiza el Consejo Nacional de Discapacidades.

Un 92% están asociados a lo que manifiestan y se emite en los medios acerca de las labores del conadis, eso los motivo para convertirse en socios, el 7% dice

haber notado un incremento en la aceptación de los servicios que presta la institución, un porcentaje mayor es notable con el 98% que no ha tenido ningún aspecto de cambio significativo en el tratamiento que hacen los medios locales y finalizando un 97% cree que se aumentara la difusión de los medios con respecto a las labores encomendadas al Conadis Tungurahua, así mejorara su imagen institucional.

El trabajo de investigación tiene importancia porque pretende establecer un adecuado manejo del aspecto comunicacional en el accionar diario de una institución, ya que una comunicación óptima dará lugar a mejoras notables en las relaciones entre sus miembros, lo que a su vez se transmitirá hacia los públicos externos.

Objetivos

General:

Recomendar la creación del departamento del Dircom, en el Conadis Tungurahua así obtendremos mejores resultados y un amplio conocimiento del porque existe dicha institución.

Específicos:

- Organizar charlas sobre el tema de discapacidades, dirigidas a las personas con capacidades diferentes y en si a la comunidad Ambateña.
- Hacer campañas sobre los beneficios y servicios que genera pertenecer al Conadis Tungurahua a través de la carnetización.
- Solicitar espacio en los medios de comunicación para difundir las labores que realiza día a día el Consejo Nacional de Discapacidades Tungurahua.

Análisis de Factibilidad

Esta investigación puede ser factible, mediante la realización de convenios con distintos medios de comunicación, que puedan facilitar servicios de difusión constante para este tipo de problemas, además se necesitaría del apoyo de

instituciones gubernamentales y privadas para que de esta manera puedan facilitar la adquisición de reactivos necesarios para la realización de dicho proceso de difusión.

Fundamentación

Medios Directos De Comunicación

Son los que no requieren de ninguna clase de tecnología para la producción de mensajes y el contacto entre la fuente y su receptor es directo, cara a cara. Aquí se considera a la comunicación interpersonal, la cual tiene entre sus numerosas ventajas la de que existe una retroalimentación inmediatamente después de emitir el mensaje e incluso durante su emisión, además de que se ha demostrado que generalmente ejerce mayor influencia en el individuo que la comunicación mediatizada. La comunicación interpersonal oral se da en dos niveles: verbal y no verbal.

Nivel Verbal.- En el que se expresa un mensaje por medio de palabras y frases

Nivel No Verbal.- Que se refiere a expresiones faciales, inflexión e intensidad de la voz, que indican cómo interpretar las palabras que se escuchaban.

Algunos de los principales medios personales directos con que puede contar son: entrevistas, discursos, conferencias o charlas, juntas, reuniones y representaciones teatrales. Tipos de medios masivos de comunicación;

- Recordemos los mass media por excelencia:

Televisión Radio Prensa escrita Cine

- La información en los medios masivos de comunicación

La radio es uno de los medios masivos de información con mayor presencia en todas las sociedades modernas. A través de sus transmisiones, miles de personas en todo el mundo se informan de los acontecimientos noticiosos que día a día

tienen lugar a todo lo ancho y largo del orbe. Agencia EFE: Cinco estudiantes chilenos se preparan para viajar al espacio.

La televisión es el medio de comunicación que ha obtenido mayor desarrollo durante las últimas décadas. Si bien los televidentes pasan varias horas del día frente a la pantalla del televisor buscando distracción y entretenimiento, el importante papel informativo que este medio cumple se refleja en los múltiples noticiarios que cada canal de televisión incorpora en su programación diaria.

La importancia de conocer a fondo el medio televisivo se hace cada vez más indiscutible en nuestras sociedades. El impacto que este medio produce y las enormes posibilidades que encierra han despertado gran interés entre los estudiosos de los "medios" por investigar el lenguaje televisivo. La pregunta fundamental a decir de Feliciano Gelices (La Televisión. Biblioteca Salvat de Grandes Temas. 1974) es entonces la siguiente: ¿tiene la televisión una manera propia de "contar", esto es, de presentar la realidad, que la distingue de las maneras propias de "contar" de los otros medios, principalmente del cine, que es también un medio audiovisual?

Al plantear la existencia de un lenguaje propio de la televisión se entiende que existe una estructura que organiza los signos que allí se transmiten, que relaciona y da cuenta de la organización de los significados que allí se intercambian. El lenguaje televisivo es entonces una forma determinada de codificar la realidad, de transformar los hechos reales en hechos de comunicación; y esta forma de codificar encierra una determinada posición valorativa que no es neutra.

Desde el punto de vista metodológico, la semiología se ha venido convirtiendo en la perspectiva más válida para el estudio de las formas comunicacionales como ciencia que se propone dar cuenta del funcionamiento y vida de los signos en el seno de la vida social. Al igual que la lingüística se desarrolló para conocer los hechos del lenguaje hablado, la semiología se ha venido desarrollando para conocer el lenguaje de la imagen y de otros sistemas de signos en la sociedad. En

efecto, las significaciones están dadas en el mensaje y no en el emisor ni en el perceptor.

En el lenguaje televisivo se encuentran imágenes relacionadas, palabras, gestos, sonidos, etc., todos éstos respondiendo a algún tipo de estructuración. Y es en la estructura de este lenguaje donde se transmiten los valores, esto es, los mensajes de fondo. Se puede entonces hablar de la existencia, en los mensajes televisivos, de dos niveles: uno consciente y otro inconsciente. Se trata de descubrir cómo en la relación entre lo consciente y lo inconsciente existe una estructura de valores determinada.

No existen teorías acabadas sobre la semiología de la imagen, y menos concretamente sobre la imagen televisiva. Sin embargo, quienes investigan en este campo proponen el siguiente esquema para llegar a una elaboración más o menos completa de las respuestas al problema de los mensajes en televisión:

El carácter de los signos audiovisuales.

Las unidades de análisis de lo audiovisual.

Las articulaciones del lenguaje audiovisual.

El concepto de totalidad en dicho lenguaje.

El tipo de leyes que pueden organizar dichos lenguajes.

Tres autores, principalmente, han elaborado sus propias teorías en torno al lenguaje de las imágenes en general: Christian Metz, Humberto Eco y Pier Paolo Passolini.

El lenguaje de la televisión es en cierta medida el resultado de la convergencia del lenguaje cinematográfico con el lenguaje radial. Pero no es simplemente la suma de los dos. El lenguaje televisivo es un lenguaje diferente y con características propias. La televisión tiene su particular manera de "contar". Esto significa que lo que se ve en la pantalla es algo así como el punto final de un complejo proceso de emisión propio de la televisión. Este proceso comprende la selección de imágenes por parte del camarógrafo (que incluye ángulos, planos, iluminación, etc.) y el montaje por parte del director, que implica también una

interpretación y reflexión ideológica. De esta manera, resulta que lo que vemos en la pantalla son las imágenes resultantes de otro ver, que mira y piensa por nosotros y para nosotros.

Por lo demás, este proceso de emisión que se concreta en la pantalla encendida tiene sus propias características desde el punto de vista técnico, en comparación con el cine: la "pantalla chica", a diferencia de la pantalla grande del cine; el espacio privado del hogar donde generalmente se enmarca el espectador ante la televisión, frente al espacio público y amplio del cine; la sala con luz o a media luz, frente a la sala oscura. A nivel psicológico, estas condiciones técnicas establecen una diferencia entre la concentración intermitente del espectador frente a la televisión, en oposición a la atención fija y permanente que requiere el cine. Por último, hay que señalar las diferencias que existen en cuanto a la "programación", pues en la televisión existe un mayor número de géneros que no se dan en el cine tales como los noticiarios, el debate, el concurso y las transmisiones satelitales en vivo, en directo, etc.

Este proceso específico de producción por parte del emisor desencadena también un proceso específico de recepción o participación por parte del perceptor o televidente. Una actitud especial de simpatía ante "alguien" que no es visto en una primera instancia como un intruso sino más bien como una compañía. Una cierta sensación de liberación es lo que muchas veces experimenta el espectador, cuando en realidad se trata de un mecanismo de dominación que impone veladamente modas, necesidades, hábitos, etc.

La televisión se ha convertido para millones de personas en una necesidad, algo de lo cual ya no es posible prescindir, con una característica peculiar: arrebatada al espectador porque exige la concentración, pues no permite la realización simultánea de otras actividades, como ocurre con la radio, por ejemplo.

El problema fundamental de la televisión no está, como muchos investigadores lo creen, en los efectos buenos o malos (medidos con un esquema moralista) que

pueda producir. Son frecuentes los debates sobre si la televisión está aumentando o no el grado de violencia, de agresividad o de pornografía en el mundo. Sin embargo, el problema fundamental de la televisión tal vez esté en otra parte, y tiene relación precisamente con el planteamiento que se ha hecho sobre el lenguaje. Se trata de afrontar el asunto de cómo la televisión cambia la relación de los usuarios con lo real y con la experiencia de los hechos, y, de qué manera hace que las personas vean (con un ver que es re-presentar e implica una interpretación ideológica) la realidad.

Sin duda que la televisión como medio de comunicación a distancia es hija de la radio, es decir, se desarrolla a partir de ésta. Por ello la historia de la radio es común con la de la televisión, no solamente desde el punto de vista de la tecnología empleada, (la transmisión de mensajes a través del espectro electromagnético), sino también en cuanto que la televisión hereda las bases financieras, la estructura de control y hasta gran parte del personal humano (los artistas y trabajadores de la televisión frecuentemente lo han sido primero de la radio).

Por otra parte la televisión, al igual que los otros medios de comunicación, surge como respuesta a una necesidad real del hombre, la necesidad de una-nueva forma de diversión, de información y de expresión de la realidad. Nace en un momento histórico concreto, "cuando la diversión se identificaba con la evasión de la realidad, cuando la diversión entraba en la producción y mercado de artículos de consumo, cuando la información y expresión de la realidad se manipulaban para darle apariencia de naturalidad y eternidad a la estructura económica capitalista, cuando la publicidad comenzaba a convertirse en el alimento indispensable de todos los medios de comunicación"!

Según el tomo 7 de la enciclopedia Larousse del estudiante,. el desarrollo tecnológico de la televisión comienza desde el año 1917 con el descubrimiento hecho por el químico sueco Jacob Berzelius de las propiedades del selenio (elemento cuya conductividad eléctrica aumenta con la luz que recibe). Sobre este descubrimiento, que se constituye en el principio fundamental de la televisión,

trabajaron posteriormente para perfeccionarlo el ingeniero Vladimir Kosma Zworykyn (1889), norteamericano de origen ruso, el inglés Logie Baird (1848-1946) y el alemán Paul Von Nipkov (1860-1940). Los esfuerzos de varias generaciones jalonados por estos pioneros culminaron con la aparición en el mercado de los aparatos de televisión durante la década del 40 al 50.

La primera etapa en el proceso tecnológico de este medio consistió en el descubrimiento de la posibilidad de transmitir a través del espacio las imágenes en movimiento, gracias a su descomposición en una serie de pequeños puntos luminosos que se transmiten en forma de impulsos eléctricos. La segunda etapa consistió en realizar el proceso inverso, que se logró rudimentariamente con la invención del "iconoscopio", un tubo electrónico en el que un haz de electrones bombardea una pantalla fosforescente para obtener la recomposición de la imagen en un receptor. En el tercer estadio, logrado en 1925, Baird logra por primera vez trasladar la imagen de una habitación a otra, y así el proceso tecnológico básico de la televisión queda concluido. A la vuelta de unos años estos trabajos empíricos se convirtieron en poderosas industrias en manos de los países tecnológicamente más desarrollados, como los Estados Unidos, Gran Bretaña, Alemania y Francia.

Como heredera de la radio, la televisión cayó desde sus comienzos en manos de la publicidad. El público estaba ya habituado a los anuncios publicitarios y la televisión prometía ser el vehículo más eficaz para la propaganda comercial. Por lo demás, el aparato de televisión se convirtió rápidamente en un símbolo de "status". Mucha gente llegó incluso a privarse de lo necesario con tal de poder comprar su propia pantalla chica.

Los progresos logrados por la televisión en la década del 30 al 40 sufrieron un estancamiento durante la Segunda Guerra Mundial, ya que las investigaciones se detuvieron porque los científicos y los laboratorios se destinaron en todos los países a las operaciones de carácter militar. Pero el proceso de crecimiento continuo una vez lograda la paz en el año 1945, sobre todo en los Estados Unidos, país que entró en un período de rápido crecimiento económico, en donde el poder

de compra de las familias creció a tal punto que el televisor se halló prácticamente al alcance de todo el mundo.

En la actualidad la televisión, en la mayoría de los países, ha alcanzado el punto de saturación, principalmente en los países más avanzados. En las demás naciones, mientras grandes sectores de la población marginal y campesina vive de lado de la televisión y de otras formas de comunicación masiva, en el otro extremo otros sectores se ubican en el debate sobre los efectos perniciosos de la televisión en la cultura y sobre la contaminación que produce, especialmente en los niños, y que puede llegar a niveles que se pueden denominar de "teleadicción".

En el debate sobre la televisión, al igual que los demás medios masivos, es preciso establecer que se trata de un instrumento de doble filo, pues considerada en sí misma como producto del desarrollo tecnológico de la sociedad capitalista no se le puede juzgar. Por lo tanto, la televisión puede servir como instrumento para reforzar el "orden social", mostrando únicamente su apariencia y ocultando los verdaderos procesos que conducen a un conocimiento de las cosas como son en la realidad; o puede también ayudar a correr el velo sobre las apariencias, ubicando las cosas en su contexto para explicarlas con mayor claridad.

Desafortunadamente hay que reconocer que, en general, el uso que se da a la televisión en la mayoría de los países está condicionado por las relaciones económicas y la concentración del poder en manos de una minoría privilegiada. De ahí su carácter masificador, alienante, idiotizante, falto de calidad y ajeno a los valores de la cultura nacional.

¡EXTRA, EXTRA! Tan importante son las noticias en la televisión, que cada vez que se produce algún acontecimiento de relevancia nacional o internacional, se interrumpe la programación para dar paso a la entrega inmediata de esa información.

PRENSA ESCRITA: DIARIOS Y REVISTAS

Los diarios o periódicos son principalmente vehículos de noticias y opiniones, las que se disponen ordenadamente en cada una de las secciones que los constituyen. Editorial Policial Internacional Nacional Cultura y espectáculo Deportes La prensa escrita es uno de los medios masivos de comunicación más antiguos y entre los distintos formatos que puede adquirir un medio escrito -revistas, historietas y volantes-, es el periódico o diario el que tiene una participación más relevante y más inmediata en la entrega de información.

La prensa escrita, la radio y la televisión, son los medios informativos más importantes. Como tales, estructuran su lenguaje noticioso de acuerdo a ciertas características:

El lenguaje noticioso Repetición del enunciado de una noticia: En obediencia a la calidad de medios informativos, la repetición se hace necesaria cada vez que es preciso enfatizar una información. Lenguaje cuidadoso y destinado a todo público : Expresiones respetuosas de las etnias, condición social, sexo y edad evitando el uso de adjetivos y sustantivos peyorativos. Mensajes Concisos : noticias breves y claras pues el oyente las oirá sólo una vez. Por ejemplo, usar una sola palabra para expresar una idea: Nacer , en lugar de dar a luz. Noticias Concretas : Al informar, los medios evitan los conceptos abstractos dando prioridad a las frases claras y concretas, puesto que son las cosas reales , y no los conceptos, las que tienen imágenes . Información Clara : Mensajes que evitan las expresiones confusas como oraciones complejas, lenguaje de jergas y clichés.

Objetivos del mensaje mediático

- La prensa pone todos sus medios al servicio de tres objetivos:
- Influir: Es la capacidad que el periodismo tiene de crear un estado de opinión.
- Informar: Proporciona los datos fundamentales de una noticia al lector, en el caso de los medios escritos o a la audiencia, en el de la radio y la televisión.
- Interpretar: Supone dar una visión particular sobre la noticia.

Géneros periodísticos

- Los Informativos, que dan información sobre acontecimientos de actualidad como la noticia, el reportaje y la crónica.
- Los de opinión, donde se expone el pensamiento de un autor o del medio masivo de comunicación. Es el caso de el editorial, los artículos de opinión y las cartas al director.

Hay dos tipos de géneros periodísticos:

Géneros informativos: La noticia

- La noticia se define como la información oportuna sobre un hecho y, para que su contenido sea completo y efectivo, debe responder las siguientes preguntas:

Cuándo: El tiempo

Por qué: Las causas

Cómo: Las circunstancias en que ocurrieron los hechos

Dónde: El lugar del hecho

Para qué: Los objetivos

Quién: El/la protagonista de la noticia Qué: El suceso

Géneros informativos: El reportaje

- El reportaje expone más detalles e información que la noticia.
- En el reportaje el/la periodista recoge toda la información, directa y documental, sobre un tema.
- Por lo general, el reportaje trata sobre temas de la actualidad, pero también puede abordar otros temas de interés como por ejemplo, la historia del cine o la biografía de un escritor.

- Si bien se trata de un género de información, en el reportaje el o la periodista ofrece una visión subjetiva de la realidad y resalta de ella los aspectos que le parecen más interesantes, razón por la cual un reportaje puede y debe estar firmado por su autor/a.

Géneros informativos:

La crónica

- La crónica es la narración sobre hechos de actualidad, como por ejemplo hechos culturales, deportivos, políticos, etc...
- La crónica se expone en forma narrativa e incorpora las apreciaciones y comentarios de su autor/a.
- El estilo de la crónica está condicionado por la situación. Así la crónica de un concierto de rock es diferente de la crónica de guerra o la de un partido de fútbol.

Géneros de opinión: El editorial Su redacción suele estar encomendada al redactor jefe, aunque no lo firme nadie.

En la mayor parte de los periódicos, el editorial se divide en dos o tres partes en las que se comentan distintas noticias. Sólo si hay un asunto muy importante, se le dedica todo el espacio concedido al editorial.

El editorial es un artículo de opinión en el que se refleja la forma de pensar del periódico.

Géneros de opinión: Cartas al director y Artículo de opinión El artículo de opinión es un texto firmado por el autor/a y trata sobre un tema de actualidad.

El autor o autora del artículo suele ser un colaborador externo al periódico. Cartas al director es una sección del periódico en la que el público lector expresa su opinión respecto de un tema de actualidad o de un problema específico.

Los medios electrónicos

Documentos Digitales

Se entiende por Documento Digital todo mensaje de que contiene o generada, enviada, recibida o archivada por electrónicos, ópticos o de cualquier otra (Artículo 17-D, 4to. del de la Federación).

¿Dónde nace la Obligación?

Artículo 31, 1er. párrafo del Código Fiscal de la Federación.

Las personas deberán presentar las solicitudes en de Federal de Contribuyentes, declaraciones, avisos o en Digitales con Firma Avanzada a través de los medios y formatos electrónicos que señale el de Tributaria.

Nota: Disposiciones transitorias del Código Fiscal de la Federación en su Artículo Segundo, fracción XXI.

Adicional al Artículo anterior tenemos:

Artículo 18, 1er. párrafo Código Fiscal de la Federación. Las promociones dirigidas a las autoridades fiscales, deberán presentarse mediante Documento Digital que contenga Firma Electrónica Avanzada.

Nota: Artículo Segundo de las Disposiciones Transitorias del Código Fiscal de Federación en su fracción II.

Lo dispuesto en el Artículo 18 del Código Fiscal de la Federación, entrará en vigor hasta que el Servicio de Tributaria establezca las promociones que se deberán presentar por medios electrónicos y en documento impreso.

Y cuando las disposiciones fiscales obliguen a presentar documentos, éstos deberán ser digitales y contener una Firma Electrónica Avanzada del autor, salvo casos que establezcan una regla diferente. Las autoridades fiscales, mediante reglas de general, podrán autorizar el uso de otras firmas electrónicas (Artículo 17-D, 1er. Párrafo del Código Fiscal de la Federación).

¿Qué documentos?

Son cuatro:

4. Promociones Artículo 18, 1er. Párrafo del Código Fiscal de la Federación (19-A Consultas y Solicitudes de autorización) dirigidas a las autoridades fiscales, excepto las que determine el Servicio de Administración Tributaria mediante reglas de carácter general.
5. Las solicitudes en materia de Registro Federal de Contribuyentes, declaraciones, avisos o informes (Artículo 31, 1er. párrafo Código Fiscal de la Federación) .
6. Escrituras o Poderes notariales.

4. Comprobantes:

- Recibos.
- Facturas.
- Notas de .
- Notas de Cargo.

¿Cuáles son los requisitos con los que debe contar mínimos que debe contar un Documento Digital?

Los Documentos Digitales deberán tener por lo menos los siguientes requisitos (Artículo 18, 2do. Párrafo del Código Fiscal de la Federación):

- El nombre, la denominación o razón social, y el domicilio fiscal manifestado al Registro Federal de Contribuyentes, para el efecto de fijar la competencia de la autoridad, y la clave que le correspondió en dicho registro.
- Señalar la autoridad a la que se dirige y el propósito de la promoción.
- La dirección de correo electrónico para recibir notificaciones.

Los no Obligados

2. No están Obligados:

Artículo 17-D, 1er. párrafo del Código Fiscal de la Federación.

Cuando las disposiciones fiscales obliguen a presentar documentos, éstos deberán ser digitales y contener la Firma Electrónica Avanzada salvo en los casos en que se establezca una regla diferente.

Artículo 31, 3er. párrafo del Código Fiscal de la Federación.

Persona Física que realice actividades empresariales y que en el ejercicio inmediato anterior hubiesen obtenido ingresos inferiores a \$1,750,000.00. Así como las Personas Físicas que no realicen actividades empresariales y que hubiesen obtenido en dicho ejercicio ingresos inferiores a \$300,000.00.

Artículo 18, 1er. Párrafo del Código Fiscal de la Federación.

Los contribuyentes que exclusivamente se dediquen a las actividades agrícolas, ganaderas, pesqueras o silvícolas que no queden comprendidos en el tercer párrafo del Artículo 31 de este Código, podrán no utilizar Firma Electrónica avanzada. El Servicio de Administración Tributario, mediante reglas de carácter general, podrá determinar las promociones que se presentarán mediante documento impreso.

¿Cómo presentarán sus declaraciones estos contribuyentes?

Estos contribuyentes, en lugar de presentar las solicitudes, declaraciones, avisos, informes o documentos, en Documentos Electrónicos y con Firma Electrónica Avanzada, podrán presentarlos en las oficinas autorizadas que al efecto señale el Servicio de Administración Tributaria mediante reglas de carácter general. Estos contribuyentes deberán utilizar para la presentación de sus declaraciones una tarjeta electrónica, la cual sustituirá a la Firma Electrónica avanzada. Pero podrán optar por utilizar los Documentos Electrónicos y la Firma Electrónica.

Dicho pago podrá realizarse:

- En efectivo.
- Transferencia electrónica de fondos.
- Cheques personales del mismo Banco.

Firma Electrónica Avanzada (FEA)

¿Dónde puedo tramitar la Firma Electrónica Avanzada?

Los datos de creación de Firmas Electrónicas Avanzadas podrán ser tramitados por los contribuyentes ante el Servicio de Administración Tributaria o cualquier prestador de servicios de certificación autorizado por el Banco de México (Artículo 17-D, 5to. Párrafo del Código Fiscal de la Federación)

¿Qué opciones tienen las Personas Morales?

Las Personas Morales, para presentar Documentos Digitales, podrán optar por utilizar:

- Su Firma Electrónica Avanzada,
- bien hacerlo con la Firma Electrónica Avanzada de su representante legal.

¿Quién realiza el trámite de una Persona Moral?

La tramitación de los datos de creación de Firma Electrónica de una Persona Moral, sólo la podrá efectuar un representante de dicha persona, a quien le haya sido entregado, ante Fedatario Público, un poder general para actos de dominio o de administración; en este caso, el representante deberá contar previamente con un Certificado Vigente de Firma Electrónica Avanzada (Artículo 19-A, 1er. párrafo del Código Fiscal de la Federación).

Nota: Se presumirá, sin que se admita prueba en contrario, que los Documentos Digitales que contengan la Firma Electrónica Avanzada de las Personas Morales, fueron presentados por el administrador único, el presidente del consejo de administración o la persona o personas, cualquiera que sea el nombre con el que se les designe, que tengan conferida la dirección general, la gerencia general o la administración de la Persona Moral de que se trate, en el momento en el que se presentaron los Documentos Digitales.

Certificación

¿Qué es la Certificación?

Es la confirmación del vínculo que existe entre un firmante y los datos de creación de una Firma Electrónica Avanzada (Artículo 17-D, 2do. Párrafo del Código Fiscal de la Federación).

¿Quién expide la Certificación?

Artículo 17-D, 2do. Párrafo del Código Fiscal de la Federación.

- En caso de Persona Moral, expedida por el Servicio de Administración Tributaria.
- Para Personas Físicas, expedida por un prestador de servicios de certificación autorizado por el Banco de México.

Cuando este trámite se realice ante un prestador de servicios de certificación diverso al Servicio de Administración Tributaria, deberán de cumplirse los siguientes requisitos (Artículo 17-D, 6to. párrafo del Código Fiscal de la Federación):

Que el interesado previamente comparezca ante el Servicio de Administración Tributaria para acreditar su identidad.

En ningún caso los prestadores de servicios de certificación autorizados por el Banco de México podrán emitir un Certificado sin que previamente cuenten con la comunicación del Servicio de Administración Tributaria de haber acreditado al interesado.

A su vez, el prestador de servicios deberá informar al Servicio de Administración Tributaria el código de identificación único del Certificado asignado al interesado. La comparecencia de las Personas Físicas a que se refiere el sexto párrafo, no podrá efectuarse mediante apoderado o representante legal

. Únicamente para los efectos de tramitar la Firma Electrónica Avanzada de las Personas Morales de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 19-A de este Código, se requerirá el poder previsto en dicho artículo (Artículo 17-D, 7° párrafo del Código Fiscal de la Federación).

¿Cuál es su vigencia?

Estos Certificados tendrán una vigencia máxima de dos años, contados a partir de la fecha en que se hayan expedido. Antes de que concluya el periodo de vigencia de un Certificado, su titular podrá solicitar uno nuevo (Artículo 17-D, 10° párrafo del Código Fiscal de la Federación).

¿Cuáles otros Certificados aceptará el Servicio de Administración Tributario?
Artículo 17-D, 11° párrafo del Código Fiscal de la Federación.

- Los que emita la Secretaría de la Función Pública, de conformidad con las facultades que le confieran las leyes para los servidores públicos, así como,
- Los emitidos por los prestadores de servicios de certificación que estén autorizados para ello en los términos del derecho federal común.

Siempre que en ambos casos las Personas Físicas titulares de los Certificados mencionados hayan cumplido con los requisitos de los párrafos sexto y séptimo del Artículo 17-D del Código Fiscal de la Federación.

¿Cuáles son los datos que debe de contener un certificado del Servicio de Administración Tributario?

Los Certificados que emita el Servicio de Administración Tributario para ser considerados válidos deberán contener los datos siguientes (Artículo 17-G del Código Fiscal de la Federación):

- G. La mención de que se expiden como tales. Tratándose de Certificados Digitales, se deberá de especificar las limitantes que tengan para su uso. El Código de Identificación Único de Certificado.

- H. La mención de que fue emitido por el Servicio de Administración Tributario y una dirección electrónica.
- I. Nombre del titular del Certificado y su Clave del Registro Federal de Contribuyentes.
- J. Periodo de vigencia del Certificado, especificando el día de inicio de su vigencia y la fecha de su terminación.
- K. La mención de la tecnología empleada en la creación de la Firma Electrónica Avanzada contenida en el Certificado.
- L. La clave pública del titular del Certificado. Cuando se trate de Certificados emitidos por prestadores de servicios de certificación autorizados por el Banco de México, que amparen datos de creación de Firmas Electrónicas que se utilicen para los efectos fiscales, dichos Certificados deberán reunir los requisitos a que se refieren las fracciones anteriores, con excepción del señalado en la fracción III. En sustitución del requisito contenido en dicha fracción, el Certificado deberá contener la identificación del prestador de servicios de certificación y su dirección electrónica, así como los requisitos que para su control establezca el Servicio de Administración Tributario, mediante reglas de carácter general.

¿Cuándo un Certificado quedará sin efectos para el Servicio de Administración Tributario?

- XII. Código Fiscal de la Federación.
- XIII. Lo solicite el firmante.
- XIV. Lo ordene una resolución judicial o administrativa.
- XV. Fallezca la Persona Física titular del Certificado. En este caso la revocación deberá solicitarse por un tercero legalmente autorizado, quien deberá acompañar el acta de defunción correspondiente.

- XVI. Se disuelvan, liquiden o extingan las sociedades, asociaciones y demás Personas Morales. En este caso, serán los liquidadores quienes presenten la solicitud correspondiente.
- XVII. La sociedad escidente o la sociedad fusionada desaparezca con motivo de la escisión o fusión, respectivamente. En el primer caso, la cancelación la podrá solicitar cualquiera de las sociedades escindidas; en el segundo, la sociedad que subsista.
- XVIII. Transcurra el plazo de vigencia del Certificado.
- XIX. Se pierda o inutilice por daños, el medio electrónico en el que se contengan los Certificados.
- XX. Se compruebe que al momento de su expedición, el Certificado no cumplió los requisitos legales, situación que no afectará los derechos de terceros de buena fe.
- XXI. Cuando se ponga en riesgo la confidencialidad de los datos de creación de Firma Electrónica Avanzada del Servicio de Administración Tributario.

El Servicio de Administración Tributario podrá cancelar sus propios Certificados de Sellos o Firmas Digitales, cuando se den hipótesis previstas de que se perdió o inutilizó o cuando se ponga en riesgo la confidencialidad de los datos de creación. Cuando el Servicio de Administración Tributario revoque un Certificado expedido por él, se anotará en el mismo la fecha y hora de su revocación.

Para los terceros de buena fe, la revocación de un Certificado que emita el Servicio de Administración Tributaria, surtirá efectos a partir de la fecha y hora que se dé a conocer la revocación en la página electrónica respectiva del citado órgano.

¿Cuáles son las obligaciones de los titulares?

Artículo 17-J del Código Fiscal de la Federación.

- I. Actuar con diligencia y establecer los medios razonables para evitar la utilización no autorizada de los datos de creación de la Firma.
- II. Cuando se emplee el Certificado en relación con una Firma Electrónica Avanzada, actuar con diligencia razonable para cerciorarse de que todas las declaraciones que haya hecho en relación con el Certificado, con su vigencia, o que hayan sido consignados en el mismo, son exactas.
- III. Solicitar la revocación del Certificado ante cualquier circunstancia que pueda poner en riesgo la privacidad de sus datos de creación de Firma.

El titular del Certificado será responsable de las consecuencias jurídicas que deriven por no cumplir oportunamente con las obligaciones previstas en el presente Artículo.

Sellos Digitales

¿Qué son y cuáles son los tipos de Sellos Digitales?

I. Los emitidos por las autoridades:

El Sello Digital es el mensaje electrónico que acredita que un Documento Digital fue recibido por la autoridad correspondiente y estará sujeto a la misma regulación aplicable al uso de una Firma Electrónica Avanzada (Artículo 17-E del Código Fiscal de la Federación).

II. Los emitidos por los contribuyentes:

El Sello Digital es aquél que permite acreditar la autoría de los Comprobantes Electrónicos que emitan las Personas Físicas y Morales (Artículo 29 9º y 10º párrafo del Código Fiscal de la Federación).

EL Servicio de Administración Tributaria establecerá los requisitos de control e identificación a que se sujetará el uso del Sello Digital. Los contribuyentes que

emitan sus comprobantes mediante Documentos Digitales, deberán cumplir con las obligaciones siguientes:

I. Tramitar ante el Servicio de Administración Tributaria el Certificado para el uso de Sellos Digitales.

Los contribuyentes podrán optar por el uso de uno o más Sellos Digitales que se utilizarán exclusivamente para la emisión de los comprobantes mediante Documentos Digitales. Los Sellos Digitales quedan sujetos a la misma regulación aplicable al uso de una Firma Electrónica Avanzada. Los contribuyentes podrán tramitar la obtención de un Certificado de Sello Digital para ser utilizado por todos sus establecimientos o locales, o bien, tramitar la obtención de un Certificado de Sello Digital por cada uno de sus establecimientos.

El Servicio de Administración Tributaria establecerá los requisitos de control e identificación a que se sujetará el uso del Sello Digital. La tramitación de un Certificado de Sello Digital sólo podrá efectuarse mediante una solicitud, que cuente con la Firma Electrónica Avanzada de la persona solicitante, la cual deberá presentarse a través de medios electrónicos, en los términos que establezca el Servicio de Administración Tributaria.

V. Establecidos en las fracciones I, III, IV, V, VI y VII del Artículo 29-A del Código.

Tratándose de operaciones que se realicen con el público en general, los Comprobantes Fiscales Digitales deberán contener el valor de la operación sin que se haga la separación expresa entre el valor de la contraprestación pactada y el monto de los impuestos que se trasladen y reunir los requisitos a que se refieren las fracciones I y III del Artículo 29-A del Código. Adicionalmente deberán reunir los requisitos previstos en las fracciones I, III, IV, V y VI de este Artículo.

VI. Incorporar en los Comprobantes Fiscales Digitales que expidan los datos

VII. Asignar un número de folio correspondiente a cada Comprobante Fiscal

Digital que expidan conforme a lo siguiente.

- d. Deberán establecer un sistema electrónico de emisión de folios de conformidad con las reglas de carácter general que expida el Servicio de Administración Tributaria.
- e. Deberán solicitar previamente la asignación de folios al Servicio de Administración Tributario.
- f. Deberán proporcionar mensualmente al Servicio de Administración Tributario, a través de medios electrónicos, la información correspondiente a los Comprobantes Fiscales Digitales que se hayan expedido con los folios asignados utilizados en el mes inmediato anterior a aquél en que se proporcione la información, de conformidad con las reglas de carácter general que al efecto emita dicho órgano.

Electrónico cuando así les sea solicitado. El Servicio de Administración Tributario determinará las especificaciones que deberán reunir los documentos impresos de los Comprobantes Fiscales Digitales. Los contribuyentes deberán conservar y registrar en su contabilidad los Comprobantes Fiscales Digitales que emitan.

El registro en su contabilidad deberá ser simultáneo al momento de la emisión de los Comprobantes Fiscales Digitales. Los Comprobantes Fiscales Digitales deberán archivar y registrarse en los términos que establezca el SAT. Los Comprobantes Fiscales Digitales, así como los archivos y registros electrónicos de los mismos se consideran parte de la contabilidad del contribuyente, quedando sujetos a lo dispuesto por el Artículo 28 de este Código.

Proporcionar a sus clientes en documento impreso el Comprobante.

Cumplir con los requisitos que las leyes fiscales establezcan para el control de los pagos, ya sea en una sola exhibición o en parcialidades.

Cumplir con las especificaciones en materia de informática que determine

Servicio de Administración Tributario. Los contribuyentes que opten por emitir Comprobantes Fiscales Digitales, no podrán emitir otro tipo de comprobantes fiscales, salvo los que determine el Servicio de Administración Tributario.

¿Quién expedirá el Certificado para usar Sellos Digitales?

Tanto para Personas Morales como para Personas Físicas se expedirá por el Servicio de Administración Tributario (Artículo 17-D, 2do. Párrafo del Código Fiscal de la Federación).

Dichas personas deberán contar con los siguientes requisitos:

Artículo 29 8º párrafo del Código Fiscal de la Federación.

- IV. Contar con una Firma Electrónica Avanzada
- V. Contar con un Certificado de Firma Electrónica Avanzada vigente.
- VI. Llevar su contabilidad en un sistema electrónico. Cumpliendo los requisitos anteriores, se podrán emitir los comprobantes de las operaciones que realicen mediante Documentos Digitales, siempre que dichos documentos cuenten con Sello Digital amparado por un Certificado expedido por el Servicio de Administración Tributario, cuyo titular sea la Persona Física o Moral que expida los comprobante.

6.7.- Metodología

CRONOGRAMA

Cuadro N.- 3
 Elaborado por: Miguel Espinoza
 Fuente: Investigador

Y SEMANAS ACTIVIDAD	MESES	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
	Elaboración del Proyecto		■		
Prueba Piloto			■		
Elaboración del Marco Teórico			■		
Recolección de Información			■		
Procesamiento de datos				■	
Análisis de los Resultados y Conclusiones				■	
Formulación de la propuesta				■	
Redacción del Informe Final				■	
Trascripción del Informe					■
Presentación del Informe					■

Administración

RECURSOS

Institucionales: Universidad Técnica de Ambato, CONADIS Tungurahua

Humanos: Investigador, Director, personal, miembros

Materiales: De escritorio

Tecnológicos

Bibliográficos

Internet

Otros

Económicos: Financiado por el investigador

Cuadro N° 2

Elaborado por: Investigador

Fuente: Investigador

Presupuesto

RUBROS DE GASTOS	COSTO TOTAL
1.- Personal De Apoyo	\$100,00 USD
2.- Adquisición de equipos	\$200,00 USD
3.- Material de escritorio	\$50,00 USD
4.- Material bibliográfico	\$250,00 USD
5.- Transporte	\$50,00 USD
6.- Transcripción del informe	\$100,00 USD
TOTAL:	\$750,00 USD

Bibliografía

ALFARO, Rosa (1993) “Una comunicación para otro desarrollo”. Asociación de Comunicadores Sociales. Calandria España

BARTHES, Roland (1980) “El sistema de la moda”, Ed. Gustavo Gili, Barcelona.

COSTA, Joan. (1999) “La comunicación en Acción”. Editorial Paidós (Papeles de comunicación). Barcelona España.

GONZÁLES Edmundo (1977), “La opinión pública; bases preliminares para el estudio de la propaganda política”. Colección Ciencias Sociales UNAM, México, 1977

HENNESEY Bernard (1971), “Taxonomía de conceptos de comunicación”. Ediciones Nuevomar, México

KAPLÚN, Mario (1992), “Repensar la educación a distancia desde la comunicación”. Lima, Cuad. N.- 23.

LÓPEZ, Luis (2002), Introducción a los medios de comunicación, Ediciones USTA, Colombia

MANUCCI, Marcelo (2004), Comunicación corporativa estratégica, Editorial SAF Grupo, Colombia.

MARÍN, Lucas Antonio. (1997) “La comunicación en la empresa y en las organizaciones”. Editorial Bosch. España.

MURIEL Y ROTA (1980), “Comunicación Institucional: Enfoque social de Relaciones Públicas”, Editora Andina, Quito – Ecuador

PRIETO, Daniel (2000), “Análisis de Mensajes”, Manuales Didácticos CIESPAL

RIVADENEIRA Raúl (1976), “La Opinión Pública”. Editorial Trillas, México

SANTORO, Eduardo (1983), “Los efectos de la comunicación”. Ed. CIESPAL, Quito –Ecuador.

SARTORI, Giovanni (1998). Homo Videns, Buenos Aires. Editorial Taurus

VELIZ, Fernando (2004), Ponencia en el III Congreso Iberoamericano de Comunicación Organizacional CIESPAL - Quito – Ecuador.

Glosario

Apatía.- Dejadedez, falta de interés, vigor o energía: su apatía por el trabajo se ha convertido en un grave problema

Coartan.- Limitar, restringir, no conceder una cosa completamente, sobre todo un derecho o una voluntad:

- Coartaron nuestro derecho a la huelga con la obligatoriedad de los servicios mínimos.

Cognición.- Acción y resultado de conocer a través de las facultades intelectuales.

Corpus.- Conjunto de datos, textos u otros materiales sobre determinada materia, que pueden servir de base para una investigación o trabajo:

- Sería interesante contar con un corpus de ejemplos extraídos de la prensa escrita.

Discrepar.- Disentir una persona de otra: discrepo de su opinión.

Diferenciarse una cosa de otra, ser desigual: nuestra forma de vestir discrepa mucho.

Homogeneidad.- Igualdad o semejanza en la naturaleza o el género de varios elementos: homogeneidad de niveles educativos.

Uniformidad en la composición y la estructura de una sustancia o una mezcla: la homogeneidad de la masa es el secreto de este postre.

Inalienable.- Que no se puede enajenar, es decir, ni transmitir, ni ceder ni vender legalmente: un derecho inalienable

Intrínseca.- Característico, esencial: una cualidad intrínseca.

Legitimar.- Convertir algo en legítimo, legal o lícito: legitimar un partido político

Probar la legitimidad de una persona o cosa: su firma legitima el documento.
Capacitar a alguien para desempeñar un oficio o cargo.

Ondulante.- Que hace ondas: he dibujado una figura ondulante

Púlpito.- Tribuna elevada que suele haber en las iglesias, desde donde se predica, se canta o se realizan otros oficios religiosos:

- Los curas de hoy ya no suben al púlpito para predicar.

Preceptor.- Que recibe también: el receptor de una carta, de un paquete.
Persona que recibe el mensaje en un acto de comunicación: en un mensaje común existe un emisor, un receptor y un canal.

Aparato que recibe señales electromagnéticas: sintonicen sus receptores.

Recíproca.- Se aplica a la acción o sentimiento que se recibe en la misma medida en que se da: cariño recíproco; ayuda recíproca.

Se dice de los verbos, pronombres y oraciones que expresan una acción que se ejerce simultáneamente entre dos sujetos:

- "él y ella se aman" es una oración recíproca.

Se dice de las proposiciones en las que el sujeto de cada una de ellas constituye el atributo de la otra.

Se dice del número que multiplicado por otro da la unidad. **estar a la recíproca**
loc. col.

Estar dispuesto a corresponder a alguien: si me haces este favor, estaré a la recíproca.

Sincronía.- Coincidencia o simultaneidad de hechos o fenómenos en el tiempo: la sincronía entre dos nacimientos.

Vehemencia.- Apasionamiento, ímpetu: la vehemencia de su intervención acalló las protestas.

Irreflexión, impulsividad en el comportamiento o actuación.

ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

FOTOGRAFÍAS

Carnetización en la ciudad de Pelileo Septiembre 2008



Carnetización Pelileo 2008



Carnetizacion Pelileo 2008



EXPOSICION PARQUE JUAN MONTALVO









LA DISCAPACIDAD NO ES UN IMPEDIMENTO



UNIDOS SOMOS MÁS




CONADIS

Te atendemos
con amor, vocación,
alegría y eficiencia

¡Siéntete como en casa!

Sonríe
ecador
somos gente amable

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
ELABORACIÓN DE TRÍPTICOS

DONDE ACUDIR:

La defensa jurídica de los derechos de las personas con discapacidad, de conformidad con la Ley de Discapacidades y su Reglamento, se realiza con participación de los Comisionados Provinciales de la Defensoría del Pueblo de todo el país y también por medio de los Consultorios Jurídicos Gratuitos de las siguientes Universidades, con quienes el CONADIS ha suscrito convenios de cooperación:

- Universidad Central del Ecuador - Quito
- Universidad Católica de Quito
- Universidad Católica de Guayaquil
- Universidad Estatal de Guayaquil
- Universidad del Azuay de Cuenca
- Universidad de Cuenca
- Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí
- Universidad "San Gregorio" de Portoviejo
- Universidad Nacional de Loja
- Universidad Técnica de Loja
- Universidad Católica Extensión "Azoguez"
- Universidad Regional Autónoma de los Andes" de Ambato
- Universidad Técnica de Esmeraldas "Luis Vargas Torres"

RECUERDE:

LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD GOZAN DE LOS MISMOS DERECHOS CIVILES Y POLÍTICOS QUE LAS DEMÁS PERSONAS. ESOS DERECHOS DEBEN SER RESPETADOS POR TODOS



CONSEJO NACIONAL DE DISCAPACIDADES
Av. 10 de Agosto N37-193
entre Villalengua y Barón de Carondelet
Tel: 2433860 / 2459243 • Fax: ext. 34
Web: www.conadis.gov.ec • E-mail: info@conadis.gov.ec
Quito-Ecuador



CONADIS

DERECHOS



DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Los Derechos de las Personas con Discapacidad están contemplados en la Constitución, Ley y Reglamento de Discapacidades.

¿A quién ampara este marco legal?

- A** las personas naturales, nacionales o extranjeras residentes en el Ecuador.
- A** los padres, madres o representantes legales que tengan una persona con discapacidad bajo su responsabilidad y/o dependencia económica.
- A** las instituciones públicas y a personas jurídicas de derecho privado sin fines de lucro que trabajen en el campo de las discapacidades.

DEFIENDE TUS DERECHOS

¿Cuándo se discriminan o violen derechos de una persona con discapacidad!

- Por parte de una autoridad.
- De personas que presten servicios públicos
- De personas particulares



- Denuncia a quienes los violen, ante las autoridades locales o nacionales.
- Acude a los consultorios jurídicos gratuitos existentes en las Universidades del país.
- Solicita AMPARO CONSTITUCIONAL.

¿Qué es el recurso de amparo?

Es una garantía constitucional que protege los derechos humanos establecidos en la Constitución y en Acuerdos Internacionales, de manera rápida y eficaz.

¿Quiénes pueden presentar el amparo?

- Cualquier persona afectada directamente en sus derechos, por si mismo o a través de otra persona.
- El representante legal de una colectividad.
- El Defensor del Pueblo o los Comisionados Provinciales.
- Cualquier persona o institución cuando se trate de proteger derechos colectivos.

El trámite es muy sencillo y rápido

- 1 Presentación del escrito de amparo firmado por un abogado ante un juez de lo civil.
- 2 El juez fija una audiencia dentro de las 24 horas siguientes.
- 3 En dicha audiencia se escucharán los argumentos de cada parte.
- 4 Terminada la audiencia, el juez tiene 48 horas para dictar una resolución.
- 5 El juez puede aceptar o no el recurso de encontrarlo pertinente y obligará a que se ponga fin al acto violatorio.
- 6 En caso de inconformidad con la resolución se puede apelar ante un Tribunal Constitucional.



Consultorios Jurídicos gratuitos

- UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR - QUITO
- UNIVERSIDAD CATÓLICA DE QUITO
- UNIVERSIDAD ESTATAL DE GUAYAQUIL
- UNIVERSIDAD CATÓLICA DE GUAYAQUIL
- UNIVERSIDAD DE CUENCA
- UNIVERSIDAD DEL AZUAY
- UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
- UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
- UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES - AMBATO
- UNIVERSIDAD CATÓLICA EXTENSIÓN AZOGUEZ
- UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO
- UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO
- UNIVERSIDAD TÉCNICA DE ESMERALDAS "LUIS VARGAS TORRES"
- DEFENSORÍA DEL PUEBLO Y SUS COMISIONADOS PROVINCIALES DE TODO EL PAIS

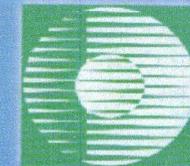


CONADIS
CONSEJO NACIONAL
DE DISCAPACIDADES.

Av. 10 de Agosto N. 37-193 e/ Villalengua
y Barón de Carondelet
Quito - Ecuador

Teléfono: (593-2) 2433860 / 2273041 / 2459243

info@conadis.gov.ec
www.conadis.gov.ec



CONADIS
CONSEJO NACIONAL
DE DISCAPACIDADES.

Por un Reconocimiento
pleno de los Derechos
de las Personas con
Discapacidad
en el Ecuador.

¿Qué son los Derechos Humanos?

Son valores, principios, normas de carácter jurídico y moral que protegen la integridad física y psicológica de todas las personas, favorecen su desarrollo social, los protegen en contra del abuso del poder, fomentando una convivencia más justa.

Los derechos humanos se basan en los principios de: igualdad, libertad, equidad y dignidad. Su finalidad principal es permitir una relación social inclusiva.

Las personas con discapacidad gozan de los mismos derechos civiles y políticos que las demás personas:

- Derecho a la vida
- A tener una familia
- A una nacionalidad
- A la alimentación
- A la vivienda
- A la educación
- A la salud y rehabilitación
- A la identidad.
- A la privacidad
- Al trabajo
- A la seguridad social
- A un nivel de vida adecuado
- Accesibilidad al medio físico y al transporte
- A la comunicación
- A participar en la vida cultural y social
- A elegir y ser elegido

Defiende tus Derechos

Los derechos de las personas con discapacidad están contemplados en la Constitución de la República y la Ley de Discapacidades.

Una sociedad incluyente debe promover la integración social en el marco del respeto de los derechos de las personas.

Las personas con discapacidad deben estar protegidas de todo tipo de explotación, maltrato y discriminación, abuso y acciones degradantes.

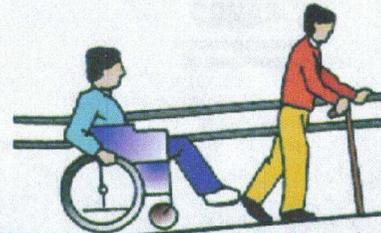
Cuando se discriminan o violen derechos de una persona con discapacidad

- Por parte de una autoridad
- De personas que presten servicios públicos
- De personas particulares

Denuncia a quienes los violen, ante las autoridades locales o nacionales.

Acude a los consultorios jurídicos gratuitos existentes en las universidades del país.

Solicita un AMPARO CONSTITUCIONAL



¿Qué es el recurso de Amparo?

Es una garantía constitucional que protege los derechos humanos establecidos en la Constitución y en Acuerdos Internacionales, de manera rápida y eficaz.

¿ Quiénes pueden presentar un Amparo?

- Cualquier persona afectada directamente en sus derechos, por sí mismo o a través de otra persona
- El representante legal de una colectividad
- Cualquier persona o institución, cuando se trate de proteger derechos colectivos.

El trámite es muy sencillo y rápido

1. Presentación del escrito de Amparo firmado por un abogado ante un juez de lo civil
2. El juez fija una audiencia dentro de las 24 horas siguientes
3. En dicha audiencia se escucharán los argumentos de cada parte
4. Terminada la audiencia, el juez tiene 48 horas para dictar una resolución
5. El juez puede aceptar o no el recurso, de encontrarlo pertinente, y obligará a que se ponga fin al acto violatorio.
6. En caso de inconformidad con la resolución se puede apelar ante el Tribunal Constitucional.



El envejecimiento humano debe ser un período de cosecha de lo vivido y sembrado durante la vida previa, sin embargo el no habernos cuidado adecuadamente o la misma evolución natural de nuestro organismo hace que presentemos más fácilmente enfermedades potencialmente discapacitantes que si las tratamos a tiempo podemos detener su avance y severidad y, de esta manera, controlar futuras complicaciones, es decir,
EVITAR LA DISCAPACIDAD



¡ LA VEJEZ PUEDE Y DEBE SER SALUDABLE !

- Haga ejercicios
- Cuide sus hábitos alimentarios
- Controle su salud
- Participe en actividades sociales
- Ingrese a los programas de adultos mayores.



CONSEJO NACIONAL DE DISCAPACIDADES
Av. 10 de Agosto N37-193
entre Villalengua y Barón de Carondelet
Telf: 2433860 / 2459243 • Fax: ext. 34
Web: www.conadis.gov.ec • E-mail: info@conadis.gov.ec
Quito-Ecuador

PREVENCIÓN DE DISCAPACIDADES



**SI CONTROLAS
CIERTAS MANIFESTACIONES
DE SALUD FRECUENTES
EN LOS ADULTOS MAYORES**

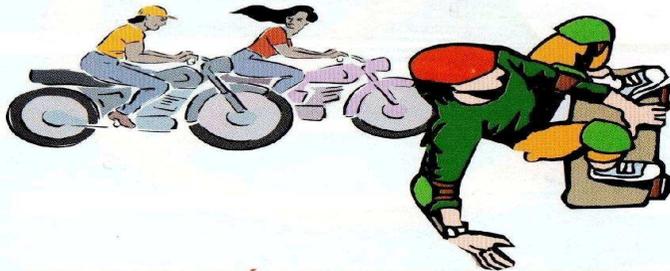


**EVITAS LA
DISCAPACIDAD**

**AUTOS, BUSES, MOTOS,
BICICLETAS, PATINETAS,
NOS AYUDAN A MOVILIZARNOS...**



... Y A DIVERTIRNOS



**PERO TAMBIÉN PUEDEN CAUSARNOS
LESIONES GRAVES, SI NO TOMAMOS
LAS PRECAUCIONES NECESARIAS.**

CUANDO ERES PEATÓN:

- USA LAS VEREDAS
- CRUZA LAS CALLES POR LOS PASOS "CEBRA"
- MANTENTE ALERTA SIEMPRE
- NO ACTÚES CON APURO

**Utiliza el
paso "cebra"**



CUANDO CONDUCES MOTO O BICICLETA:

- USA CASCO PROTECTOR
- NO ABUSES DE LA VELOCIDAD
- RESPETA LOS SEMÁFOROS
- CAMBIA DE CARRIL, SOLAMENTE CUANDO SEA INDISPENSABLE



**Usa casco
protector**

CUANDO USAS PATINETA:

- USA CASCO
- NO SALGAS A LAS CALLES
- NO EXAGERES MOVIMIENTOS

**No salgas
a la calle**



CUANDO MANEJAS UN VEHÍCULO:

- USA CINTURÓN DE SEGURIDAD
- NO EXCEDAS LA VELOCIDAD
- RESPETA LOS SEMÁFOROS
- NO PERMITAS QUE TE DISTRAIGAN
- MANEJA TRANQUILO
- NO COMPITAS CON LOS DEMÁS
- NO USES EL TELEFONO CELULAR



**No uses
el celular**

**NUNCA CONDUZCAS
BAJO EL EFECTO
DE ALCOHOL O DROGAS**

**¡RESPETA Y PROTEGE
TU VIDA
Y LA DE LOS DEMÁS!**



CONSEJO NACIONAL DE DISCAPACIDADES
Av. 10 de Agosto N37-193
entre Villalengua y Barón de Carondelet
Telf: 2433860 / 2459243 • Fax: ext. 34
Web: www.conadis.gov.ec • E-mail: info@conadis.gov.ec
Quito-Ecuador

PREVENCIÓN DE DISCAPACIDADES



**PREVINIENDO
ACCIDENTES DE TRÁNSITO**



**EVITAS
LA DISCAPACIDAD
EN TÍ Y EN OTROS**

Si presenta discapacidad intelectual:

- Tiene un funcionamiento intelectual inferior al promedio, junto con limitaciones asociadas en dos o más de las siguientes habilidades adaptativas: Comunicación, cuidado personal, vida en el hogar, habilidades sociales, utilización de la comunidad, autodirección, salud y seguridad, habilidades académicas funcionales, ocio y trabajo.
- El nivel de afectación puede ser leve, moderado, severo y profundo.

Para ayudarle:

- Seamos naturales y sencillos. No tenga miedo, no se burle,
- Respondamos a sus preguntas, asegurándonos de que nos ha comprendido,
- Tenga paciencia, sus reacciones suelen ser lentas y pueden tardar en comprender lo que usted dice,
- Entre en contacto con la persona, dele confianza,
- Limitemos la ayuda a lo necesario, procurando que se desenvuelva sola en el resto de las actividades,
- Facilitemos su relación con otras personas.

Si presenta discapacidad psicológica:

- Puede que hable cosas extrañas o incoherentes,
- Se comporte de manera inadecuada, a veces retraída o extremadamente alegre.

Para ayudarle:

- Sea amigable y hable con ella,
- Demuestre interés,
- Tómese un tiempo para escuchar lo que dice,
- Háblele lenta y claramente,
- Evitemos situaciones que puedan generar violencia, como discusiones o críticas,
- Tratemos de comprender su situación, facilitando siempre su participación en todas las actividades.

Si usa silla de ruedas:

- Puede ser que tenga parálisis de los miembros inferiores (paraplejía),
- Puede que tenga parálisis de las cuatro extremidades, piernas y brazos (cuadruplejía).

Para ayudarle:

- Hablar directamente con la persona en silla de ruedas y no con su acompañante,
- Situarse de frente y a la misma altura (de ser posible sentados),
- No empuje la silla sin decirselo,
- No levante la silla por el apoya brazos,
- Verifique la posición de los pies en las pieseras,
- Fijese que la ropa y frazadas no queden atrapadas en las ruedas,
- Para pasar un obstáculo o gradas, incline la silla hacia atrás y descíndala por sus ruedas traseras,
- Si desconoce el manejo de la silla de ruedas, pregunte al usuario cómo ayudarle.

Si usa muletas o prótesis:

Puede que tenga amputación, debilidad muscular o limitación articular en brazos y/o piernas.

Para ayudarle:

- Ajuste su paso al suyo, Evite que lo empujen,
- Ayúdele si tiene que transportar objetos o paquetes,
- No lo separe de sus muletas,
- No lo apure,
- Si usa prótesis no fije su mirada en ella.

Si presenta deficiencia AUDITIVA total o parcial

¡¡Utilice métodos de comunicación adecuados!!

- Ubíquese delante de la persona con el rostro iluminado,
- Utilice el lenguaje corporal y la gesticulación,
- Hable despacio, con claridad. Utilice palabras sencillas y fáciles de leer en los labios,
- Evite hablarle si la persona se encuentra de espaldas.

- Verifiquemos que ha comprendido lo que tratamos de comunicar,
- No aparentemos haber comprendido si no es así,
- Si tiene dificultad escriba lo que quiere decir,
- Muestre naturalidad y refuerce su confianza,
- Evite una atención innecesaria debido al problema de audición.

Las personas sordas utilizan "lenguaje de señas" por lo que es necesaria la intervención de un intérprete, prioritariamente en eventos, conferencias y otros trámites legales, acceso a la educación, etc.

Si tiene deficiencia para HABLAR:

- Escuche con atención,
- Tenga presente que el ritmo y la pronunciación son distintos a lo acostumbrado,
- Si no entendemos lo que expresa, hágaselo saber para que utilice otra manera de comunicarnos lo que desea,
- Sea paciente,
- Compórtese con naturalidad.

SI PRESENTA DISCAPACIDAD VISUAL TOTAL:

Una persona con discapacidad o deficiencia visual puede hacer todo si le proporcionamos puntos de referencia que tienen los videntes, tales como:

- Identifíquese inmediatamente;
- Ofrezcale su ayuda si ve que vacila, o bien si usted observa algún obstáculo;
- Ofrezcale su brazo o su hombro, no lo tome del suyo;
- Camine ligeramente por delante;
- Si se le ofrece o indica alguna cosa, dígame de que se trata;
- Infórmele en que lugar exacto se encuentra lo indicado;
- Utilice frases como: izquierda, derecha, adelante, atrás;
- Si es necesario, tome su mano y hágale palpar el objeto.

- Describa verbalmente escenarios;
- No lo deje solo sin advertírselo antes;
- Dentro del hogar, trabajo, centro de estudios u otros, evite dejar obstáculos en el camino;
- En el hogar cuando mueva o cambie muebles de lugar, infórmele;
- No coloque en el suelo alfombras o tapetes pequeños, evite los deslizamientos;
- Los objetos que utiliza déjelos siempre en el mismo lugar;
- Es aconsejable mantener las puertas o ventanas, totalmente cerradas o completamente abiertas.

Atenciones a tener en cuenta con una persona que padezca DEFICIENCIA VISUAL PARCIAL:

- Pinte o pegue cinta luminosa en cerraduras, enchufes, interruptores de luz, etc;
- Adquiera un teléfono con números grandes y oscuros;
- Ponga colores brillantes en baños, bordes de escaleras, puertas y ventanas;
- Utilice vajilla de acabados llanos, sin textura ni diseño;
- Por seguridad, de preferencia use encendedor y no fósforos;
- Enseñe a que identifique el valor del dinero por el color y otros rasgos;
- El bastón blanco (de ubicación espacial), debe ser igual a la distancia entre el pecho de la persona y el suelo;
- Para la escritura se debe usar papel blanco.

¡Recuerde que las personas ciegas o con deficiencia visual están rodeados de sonidos, olores y sensaciones que usted ayudará a asociarlos con algo o alguien!

Conceptos a recordar:

DEFICIENCIA

Es toda pérdida o anomalía de una estructura o función sico-biológica de una persona;

DISCAPACIDAD

Es toda restricción a ausencia (debida a una deficiencia), de carácter previsiblemente permanente, de la capacidad de realizar una actividad en la forma o dentro del margen que se considera "normal" para un ser humano;

MINUSVALÍA

Es la desventaja que limita o impide el desempeño de un rol social de parte de la persona afectada.



CONADIS

CONSEJO NACIONAL DE DISCAPACIDADES.

Av. 10 de Agosto, 5451 y Barón de Carondelet
 Telfs.: (593-2) 2 273-041 / 2 273-042 / 2 433-860
 Mail: info@conadis.gov.ec
 Web: www.conadis.gov.ec
 Com. Social CONADIS - QUITO - ECUADOR

CONSEJOS UTILES EN EL TRATO A PERSONAS CON DISCAPACIDAD



Fisica



Mental



Visual



Auditiva



CONADIS

"Superando Barreras, creando oportunidades"

Para evitar heridas:



- Proteja, aleje o elimine en lo posible del alcance de los niños aquellos objetos cortantes como: cuchillos, navajas, hojas de afeitar, agujas de coser, tijeras, etc.
- Coloque herramientas en cajones con las puntas o elementos cortantes hacia dentro.
- No abra latas con las manos
- Revise y elimine platos y vasos rotos o averiados.
- Sitúe las plantas punzantes en lugares visibles y fuera del alcance de los niños.

Para evitar asfixia:



- No permita que los niños usen fundas plásticas como juguetes, si introducen la cabeza y no pueden sacársela puede causar asfixia.
- Evite caídas dentro de recipientes con agua, como tanques, pozos, acequias.

Los niños y ancianos son los que tienen más riesgos de accidentes, por ello debemos pensar como evitar que se produzcan

Mejor es prevenir que lamentar. Informe a sus hijos y a sus familiares sobre las consecuencias de los accidentes.

Los accidentes no son tan inevitables, ni son tan accidentales



CONSEJO NACIONAL DE DISCAPACIDADES
Av. 10 de Agosto N37-193
entre Villalengua y Barón de Carondelet
Telf: 2433860 / 2459243 • Fax: ext. 34
Web: www.conadis.gov.ec • E-mail: info@conadis.gov.ec
Quito-Ecuador

PREVENCIÓN DE DISCAPACIDADES



**PREVENCIÓN
DE ACCIDENTES
DOMÉSTICOS**

El hogar es el espacio donde pasamos un tiempo importante de nuestra vida y en este lugar también existen posibilidades de que ocurra algún accidente. Aunque todos los miembros de la familia tienen las mismas posibilidades de sufrir un accidente, son los niños los que los sufren con mayor frecuencia. Algunos de éstos accidentes pueden ser causa de una discapacidad.

A continuación encontrará algunas recomendaciones útiles para evitar que se produzcan accidentes domésticos.

Para evitar caídas:



- Mantenga el suelo de la casa limpio y ordenado; las cosas tiradas por el suelo y el desaseo en el área de la cocina son causa de caídas de grandes y chicos.
- Limpie inmediatamente cualquier líquido derramado en el suelo
- Utilice alfombras antideslizantes
- Asegúrese de que las escaleras de acceso a la vivienda tengan pasamanos en todos sus tramos
- A los niños pequeños nunca se les debe dejar en sitios peligrosos de caídas, al filo de una terraza, gradas sin protección, ventanas sin protección, muebles, hamacas, etc.
- Fije las estanterías firmemente a la pared.

Para evitar envenenamientos e intoxicaciones:



- Mantenga los medicamentos, productos de limpieza e insecticidas en lugar seguro, fuera del alcance de los niños.
- No almacene en el mismo sitio distintos tipos de productos (alimenticios, tóxicos, etc.)
- No guarde sustancias venenosas en envases conocidos de refrescos y alimentos.
- Evite el empleo de cocinas en los dormitorios.
- Asegúrese de cerrar la válvula del tanque de gas y perillas de la cocina después de cocinar, especialmente en las noches.
- Cerrar la válvula del calefón, cuando no se esté usando.

Para evitar quemaduras:



- Evite las salpicaduras, usando tapas mientras se cocinan los alimentos.
- Las agarraderas de ollas y sartenes, no deben sobresalir del mueble de cocina.
- Aleje a los niños de la cocina y zona de planchar.
- Ponga los objetos calientes o con llama viva fuera del alcance de los niños y personas de la tercera edad.
- No permita a los niños que jueguen con fósforos y encendedores.
- No permita que los niños utilicen juegos pirotécnicos.

Para evitar incendios y explosiones



- Recuerde dejar la cocina y la plancha apagadas antes de salir de la casa.
- Mantenga el cilindro del gas alejado de la cocina y con la válvula cerrada cuando no se está utilizando
- Guarde los combustibles como gasolina, kerosene y sustancias inflamables fuera del alcance de los niños en un lugar fresco y lejos del fuego.
- Repare las malas conexiones de luz.

Para evitar la electrocución:



- No conecte aparatos eléctricos que se hayan mojado.
- Procure no usar ni tocar aparatos eléctricos estando descalzo, aún cuando el suelo esté seco.
- No tenga tomas de corriente ni otros aparatos eléctricos en la bañera.
- Los tomacorrientes deben estar protegidos, de preferencia cubiertos.
- Cubrir los alambres pelados
- Cuando tenga que reparar o manipular la instalación eléctrica desconecte el interruptor general y asegúrese que no exista corriente eléctrica.

COMISIONES PROVINCIALES DE DISCAPACIDADES

BOLÍVAR Doctora Adriana Torres	Hospital Provincial Alfredo Noboa, Calle Selva, Alegre y J.M. Cisneros Sector Plaza Raja. T. 032985912 • Guaranda
LOS RÍOS Dra. Celeste Jackeline Solarte García	Calle Pedro Carbo 209 entre 10 de Agosto y General Barahona T. 052732335 / 088342599 • Babahoyo
GALÁPAGOS Dr. Rigoberto Benavides Revelo	Escuela de Educación Especial, T. 052526145 • Puerto Ayora-Isla Santa Cruz
NAPO Lic. Alexandra García	Av. El Pano y Viñor Hugo San Miguel, Edif. MIES. T. 062870009 • Tena-Ecuador
CARCHI Ing. Aída Taéz	Calle Sucre s/n y Ayacucho Edif. De la Gobernación del Carchi, Planta baja. T. 062987578 • Tulcán
IMBABURA Ing. Lucía Díaz	Calle Flores y Bolívar, Edif. Del Torreón, Planta Baja. T. 062610690 • Ibarra
ESMERALDAS Ab. Nubia Galván	Bolívar entre Juan Montalvo y Rocafuerte T. 062715742 • Esmeraldas
PASTAZA	Calle Eugenio Espejo y Colón (Junto a Hospital del Puyo) T. 2890090 • Puyo
SUCUMBIOS	Calle Eloy Alfaro 910 y Av. De El Chafer junto al SRL. T. 062833115 • Lago Agrio
FRANCISCO DE ORELLANA Sra. Teresa Fueipás Alquina	Calle Quito y Av. Guayaquil T. 2882604 • El Coca
GUAYAS Dr. Efrén Garalcoa	Calle Alejo Lascano entre Av. Quito y Av. Machala. T. 042269880 Guayaquil-Ecuador
TUNJUNAHUA Dr. Diego Villacrés	Francisco Flor NO 05-08 y Bolívar (Ref. Escuela Liceo Cevallos) T. 032423468 • Ambato
CHIMBORAZO Lic. Rolando Gómez	Av. 11 de Noviembre Mz. A casa 4 y Av. Lizaraburu, telef. 032600710 • Riobamba
MORONA SANTIAGO Lic. Fanny Puma	Calle 24 de Mayo y Cuenca a media cuadra de Pacifictel. T. 2703844 • Macas
MANABÍ Lic. Patricia Vintimilla Paladines	Prolongación de la Av. Manabí, Centro de Rehabilitación del INNFA Telef. 05 2630238/ 052652222 / fax: 052634796 • Portoviejo
EL ORO Lic. Betty Cell Gómez	Rocafuerte y Guayas esq. Edif. del Banco Central T. 07-2936-433 • Machala
AZUAY Lic. Daniel Villavicencio	Calle Largo y Av. Huayna Cápac Edificio Banco Central (Parte posterior) T. 07-2837200 / 072826777 • Cuenca
LOJA Dra. Lorena Reinoso	Dispensario Médico y Promoción Social Santo Domingo de Guzmán Bernardo Valdivieso y Miguel Riofrío T. 072575625 / 089888627 • Loja
COTOPAXI Lic. Flavio Gutiérrez	Calle Quito 1943 y Calixto Pino (Junto al Instituto Victoria Vásquez, Planta Baja), T. 2808-299 / 096814868 • Latacunga
CAÑAR Dra. Paola Jimbo	Av. Ignacio Neira y General Enríquez, frente a Sala de recepciones La Cascada, T. 2249000 / 08434342 • Azogues
ZAMORA CHINCHIPE Dra. Diana Armijos	Calle Manuella Carrazes y Pasaje sin nombre, Edificio de SOLCA T. 072606334 • Zamora
SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS Lic. Fabián Jaramillo	T. 099409502 Santo Domingo

SERVICIOS SOCIALES PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Son apoyos
para equipar
el acceso a la salud,
educación, capacitación,
trabajo, cultura,
deportes, recreación, etc.

REQUISITOS

- ✓ Copia de carné de discapacidad
- ✓ Copia de la cédula de ciudadanía
- ✓ Otros solicitados por las entidades que otorgan el servicio



CONADIS
CONSEJO NACIONAL
DE DISCAPACIDADES

*“Superando barreras
creando
oportunidades”*

SERVICIOS SOCIALES

Dirección: Av. 10 de Agosto N37-193 y Villalengua
Telefax: (593-2) 2459 243 / 2433 860 / 2273 041
Email: info@conadis.gov.ec
Web site: www.conadis.gov.ec



**PUEDES EVITARLAS
O DISMINUIR
SUS COMPLICACIONES CON:**

- **VACUNACIÓN**
- **CONTROLES MÉDICOS PERIÓDICOS**
- **DIAGNÓSTICO OPORTUNO**
- **TRATAMIENTOS PERTINENTES**
- **HIGIENE PERSONAL Y DE TU ENTORNO**



CONSEJO NACIONAL DE DISCAPACIDADES
Av. 10 de Agosto N37-193
entre Villalengua y Barón de Carondelet
Telf: 2433860 / 2459243 • Fax: ext. 34
Web: www.conadis.gov.ec • E-mail: info@conadis.gov.ec
Quito-Ecuador

PREVENCIÓN DE DISCAPACIDADES



**SI TE CUIDAS
DE CIERTAS INFECCIONES
Y PARASITOSIS**



**EVITAS
UNA DISCAPACIDAD**

SERVICIOS SOCIALES PARA PERSONAS

CON DISCAPACIDAD

NORMATIVA	TIPO DE SERVICIO	TIPO DE DISCAPACIDAD
Ley sobre Discapacidades- Proyecto Financiado por el CONADIS	Subvención para Ayudas Técnicas(Prótesis y órtesis externas)	Física, Auditiva, Visual, Mental.
Ley sobre Discapacidades – Proyecto Financiado por Ministerio de Bienestar Social.	Subvención de exámenes médicos especiales, medicamentos y ayudas técnicas.	Física, Auditiva, Visual, Mental.
Ley sobre Discapacidades – Proyecto Financiado por el INNFA.	Becas para rehabilitación y educación de niños y jóvenes con discapacidad.	Física, Auditiva, Visual, Mental.
Ley sobre Discapacidades Art.23, Reglamento Art. 87 al 93.	Exoneración de impuestos en la importación de vehículos ortopédicos.	Física.
Ley sobre Discapacidades Art.22, N° 99-24 Art. 37 para las Reforma de las Finanzas Públicas. Registro Oficial N°181 de 30 de abril / 99.	Exoneración de impuestos arancelarios e IVA en la importación de aparatos médicos, instrumentos musicales, implementos artísticos, herramientas especiales, materia prima para órtesis y prótesis.	Física, Auditiva, Visual, Mental.
Ley sobre Discapacidades – Art. 20.	Exoneración del 50% en las tarifas de espectáculos públicos.	Física, Auditiva, Visual, Mental.

Ley sobre Discapacidades – Art 4-g- FONDO SEMILLA. Resolución Directorio del CONADIS.	Créditos preferenciales para personas con discapacidad – Microempresarios (6 meses de funcionamiento de la microempresa).	Física, Auditiva, Visual, Mental. (porcentaje de discapacidad mayor a 40 %)
PROGRAMA – MIDUVI (Bono para vivienda) Registro Oficial N° 229 del 8 de julio / 99.	Bono para compra, construcción, mejoramiento, ampliación de vivienda.	Física, Auditiva, Visual, Mental.
Bono de Desarrollo Humano – Decreto Ejecutivo N° 682 Registro Oficial 149 Art. 2 – 16 de marzo /99.	Asignación económica mensual para personas con discapacidad en situación de pobreza (Registro del SELBEN).	Física, Auditiva, Visual, Mental. (porcentaje de discapacidad mayor a 70 %)
Ley N° 99-24 Art. 20 para la Reforma de las Finanzas Públicas Registro Oficial N° 181 de 30 de abril / 99.	Exoneración de impuesto a la Renta a los ingresos obtenidos por personas con discapacidad, en un monto equivalente al triple de la fracción básica.	Física, Auditiva, Visual, Mental.
Consejo Nacional de Tránsito – Resolución 001-DIR 2003 CNTT-22-1-2003.	Exoneración del 50% de la tarifa del transporte terrestre público, provincial, interprovincial, intercantonal, rural.	Física, Auditiva, Visual, Mental.
Distrito Metropolitano de Quito – Resolución U.P.G.T.	Exoneración del 50% de la tarifa del transporte municipal (Quito) Trolebús.	Física, Auditiva, Visual, Mental.
Resolución N° 025/95 – Consejo Nacional de Aviación Civil.	Tarifas preferenciales para Transporte Aéreo, en empresas nacionales (50% de rebaja).	Física, Auditiva, Visual, Mental. (porcentaje de discapacidad mayor a 50 %)
Resolución N° 016/96 - Consejo Nacional de Aviación Civil.	Descuento del 25% en las tarifas aéreas en rutas internacionales según reglamento específico.	Física, Auditiva, Visual, Mental. (porcentaje de discapacidad mayor a 50 %)
Ley Reforma Tributaria – 004 – Art. 6-Lh Registro Oficial 83 del 9 /diciembre /88 . Formulario 02-IVM.	Rebaja del impuesto fiscal para matricular los vehículos de propiedad de personas con discapacidad si el avalúo es inferior o igual a \$	Física, Auditiva, Visual, Mental.

	8000 dólares americanos. Sobre el valor excedente se aplicará la tabla. La rebaja es para un solo vehículo.	
Ley Reformatoria el Decreto Supremo N° 1397, relativo a los Derechos de los Ciegos. Registro Oficial N° 506, del 23 /agosto /90.	Exoneración del pago del impuesto predial sobre Bienes de su propiedad, siempre que su valor no exceda de doscientos salarios mínimos vitales. (Quito y Riobamba).	Visual.
Convenios de cooperación de la UTE con la Asociación de Ciegos “Luis Braille” de Pichincha y Federación Nacional de Sordos del Ecuador.	Becas para estudios a nivel superior en la Universidad Tecnológica Equinoccial UTE. Becas en la Universidad Salesiana – Campus sur. Quito.	Auditiva, Visual, Física
+Ordenanza N°124 Reformatoria de 051, sobre Discapacidades – Concejo Metropolitano de Quito.	Arrendamiento de locales en los centros comerciales municipales.	Física, Auditiva, Visual, Mental.
Ordenanza N°124 Reformatoria de 051, sobre Discapacidades – Concejo Metropolitano de Quito.	Exoneración del pago de permisos y patentes municipales requeridos para el funcionamiento de negocios de propiedad de las personas con discapacidad.	Física, Auditiva, Visual, Mental.
M. I. Municipalidad de Guayaquil, Dirección de Acción Social y Educación- DASE.	Programa de Becas para Niños, Niñas y Adolescentes con Discapacidad.	Física, Auditiva, Visual, Mental. (Con énfasis en discapacidad mental).
Ley Reformatoria del IECE. Registro Oficial N° 177 de 25 de octubre de 2003; Reglamento IECE, Registro Oficial N° 329 de mayo 6 de 2004.	Beca de estudios universitarios. Cubre todos los valores y estipendios desde el inicio hasta finalizar la carrera dirigido a bachilleres con discapacidad egresados a partir del 2003.	Física, Auditiva, Visual, Mental.
Ley Reformatoria del Código Laboral. Registro Oficial N° 198 de 30 de enero de 2006.	Inclusión laboral de las personas con discapacidad.	Física, Auditiva, Visual, Mental.

COMISION PROVINCIAL DE DISCAPACIDADES



Ambato, 29 de abril del 2008

CERTIFICADO

A petición verbal del Sr. Miguel Ángel Espinoza Carrillo con cedula de ciudadanía 171185563-3 alumno de la carrera de Comunicación Social perteneciente a la facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales CERTIFICO que participo dentro de las actividades de organización y desarrollo de la jornada de calificación y carnetización de personas con discapacidad realizada el día 24 de septiembre en la ciudad de Pelileo con una jornada de 8:00 a 16:30 .

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, pudiendo el interesado usar el presente documento como legalmente creyere conveniente, señalando además que la misma no guarda relación laboral directa con nuestra institución.

Dr. Diego Villacrés

COORDINADOR DEL CONADIS TUNGURAHUA

VOLANTE

CONCEJO NACIONAL DE DISCAPACIDADES

Ciudadanía en general, reciba un cordial saludo de quienes conformamos el consejo nacional de discapacidades (CONADIS) de Tungurahua, la misma que tiene como objeto dar a conocer uno de los servicios que presta nuestra institución, la cual es la carnetización a toda persona con cualquier tipo de discapacidad.

Si conoces algún caso de persona (s) con discapacidad infórmale acerca de este servicio que brinda gratuitamente Conadis Tungurahua.

Para más información acércate a las oficinas de la misma ubicada en la calle Francisco Flor 05-08 y Bolívar

Dr. Diego Villacrés
Coordinador
Conadis – Tungurahua.
Teléfonos: 2423468