

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

MAESTRIA EN MEDIACIÓN ARBITRAJE Y SOLUCIÓN DE
CONFLICTOS

TEMA:

EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN EN LAS
ESTACIONES RADIALES Y LA APARICIÓN DE
CONFLICTOS SOCIALES EN EL CANTÓN
AMBATO.

Trabajo de Investigación

Previa la obtención del Grado Académico de Magister en Mediación Arbitraje y
Solución de Conflictos.

Autor: Dr. Luis Alberto Gamboa Orozco

Director: Dr. Mg. Miguel Chicaíza Morales

Ambato - Ecuador

2013

Al Consejo de Posgrado de la UTA.

El tribunal receptor de la defensa de trabajo de investigación con el tema: EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN EN LAS ESTACIONES RADIALES Y LA APARICIÓN DE CONFLICTOS SOCIALES EN EL CANTÓN AMBATO, presentado por: Dr. Luis Alberto Gamboa Orozco y conformado por: Licenciada Mg. Malena Quiroga López, Doctora Mg. Tamara Carrillo Tamayo y Doctor Mg. Jaime Tipantasig Cando, Miembros del Tribunal, Doctor Mg Miguel Ángel Chicaiza Morales, Director del trabajo de investigación y presidido por: Doctor Mg. Franklin Medina Guerra, Presidente del Tribunal; Ingeniero Mg. Juan Carlos Chávez, Director del CEPOS – UTA, una vez escuchada la defensa oral, el Tribunal aprueba y remite el trabajo de investigación para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.

Dr. Mg. Franklin Medina Guerra
Presidente del Tribunal de Defensa

Ing. Mg. Juan Garcés Chávez
DIRECTOR CEPOS

Dr. Mg. Miguel Ángel Chicaíza
Director de Trabajo de Investigación

Lcda. Mg. Malena Quiroga López
Miembro del Tribunal

Dra. Mg. Tamara Carrillo
Miembro del Tribunal

Dr. Mg. Jaime Tipantasig Cando
Miembro del Tribunal

AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el trabajo de investigación con el tema: EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN EN LAS ESTACIONES RADIALES Y LA APARICIÓN DE CONFLICTOS SOCIALES EN EL CANTÓN AMBATO, nos corresponde exclusivamente a: Dr. Luis Alberto Gamboa Orozco. Autor y Dr. Mg. Miguel Chicaíza Morales, Director del trabajo de investigación; y el patrimonio intelectual del mismo a la Universidad Técnica de Ambato.

Dr. Luis Alberto Gamboa Orozco
Autor

Dr. Mg. Miguel Ángel Chicaíza
Director

DERECHOS DEL AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo de investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta, dentro de las regulaciones de la Universidad.

Dr. Luis Alberto Gamboa Orozco
C.C. 180192480-2

DEDICATORIA

Este nuevo y vigorizante esfuerzo, es el fruto del estímulo inmutable y sincero de mi esposa, Carlita Vargas; de mis hijos: Sabina Lorena y Luis Alberto. A ustedes que son el pábulo cotidiano de inspiración, dedico este reto que culmina después de dos años de estudio.

AGRADECIMIENTO

Los conocimientos revelados sin restricciones encaminados a la formación de profesionales con heurística cognitiva, demuestra la transparencia y sinergia puesta de manifiesto por quienes fueron nuestros facilitadores; para ustedes mi admiración y consideración. Al Dr. Mg Miguel Chicaiza Morales, por su guía incondicional y predisposición sin restricciones. A mis revisores, Docentes de talante y con una calidad humana extraordinaria. A las autoridades de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales; A la Universidad Técnica de Ambato, generadores de profesionales Clase A.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
Al Consejo de Posgrado	ii
Autoría de la Investigación.....	iii
Derechos de Autor	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento	vi
Índice General.....	vii
Índice de Gráficos.....	xi
Índice de Cuadros	xii
Resumen Ejecutivo	xiii
Abstract.....	xiv
Introducción	1

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema	2
Contextualización	2
Árbol de Problemas	8
Análisis Crítico	9
Prognosis	9
Formulación del Problema.....	10
Interrogantes de la Investigación.....	10
Delimitación del objeto de Investigación	11
Justificación	11
Objetivos.....	13
General.....	13
Específicos.....	13

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

Antecedentes Investigativos	14
Fundamentación.....	15
Fundamentación Filosófica.....	15
Fundamentación Legal	16
Categorías Fundamentales	19
Constelación de Ideas de la Variable Independiente	20
Constelación de Ideas de la Variable Dependiente	21
Desarrollo Humano.....	22
Comunicación	23
Proceso de Información	24
Manejo de la Información.....	25
Características.....	26
Estilo	27
Estructura de Textos.....	28
Tipos	29
La Crítica	29
Comentario	29
Editorial	32
Géneros Complementarios	33
Crónica.....	33
Reportaje.....	34
Entrevista	35
Noticia	37
Sociedad.....	39
Cultura	39
Cultura Litigante.....	40
Conflictos Sociales	41
Tipos de Conflicto	44
Conflicto Innecesario.....	44
Conflicto Necesario	45
Conflicto Inevitable	46

Conflicto Intra-personal.....	47
Conflicto Interpersonal.....	47
Conflicto no es igual a Violencia.....	47
El Conflicto Manifiesto.....	47
El Conflicto Endémico.....	47
El Conflicto Invisible.....	48
Conflicto Inexistente.....	48
Conflicto Enmascarado.....	48
Conflicto Institucionalizado.....	48
Características.....	49
Conflicto Intrapersonal.....	49
Frustración.....	50
Conflicto de Intereses.....	50
Conflicto de Roles.....	50
Conflicto Social.....	51
Hipótesis.....	52
Determinación de Variables.....	52

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

Enfoque de la Investigación.....	53
Modalidad de la Investigación.....	54
Tipo de la Investigación.....	54
Población y Muestra.....	55
Operacionalización de Variables.....	58
Técnicas e Instrumentos.....	60
Plan de recolección de información.....	60
Plan de procesamiento de información.....	60

CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Análisis de los resultados.....	65
Análisis de resultados de Encuestas.....	66

Verificación de Hipótesis	74
Càlculo de Chi cuadrado.....	75

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones.....	77
Recomendaciones	78

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Propuesta	79
Datos Informativos	79
Antecedentes de la Propuesta	80
Justificación	84
Objetivos.....	87
Análisis de Factibilidad	87
Social	87
Legal	89
Fundamentación Científica Técnica	91
Metodología.....	93
Administración	95
Recursos.....	95
Presupuesto	96
Modelo Operativo de la Propuesta	97
Administración de la Propuesta	101
Matriz del Plan de Evaluación.....	102
Bibliografía.....	103
Anexos	105

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico N° 1Árbol de Problemas	8
Gráfico N° 2Categorías Fundamentales.....	19
Gráfico N° 3 Constelación de ideas de la Variable Independiente	20
Gráfico N° 4 Constelación de ideas de la Variable Dependiente	21
Gráfico N° 5 Encuesta pregunta 1	67
Gráfico N° 6 Encuesta pregunta 2	68
Gráfico N° 7 Encuesta pregunta 3	69
Gráfico N° 8 Encuesta pregunta 4	70
Gráfico N° 9 Encuesta pregunta 5	71
Gráfico N° 10 Encuesta pregunta 6	72
Gráfico N° 11 Encuesta pregunta 7	73
Gráfico N° 12 Chi Cuadado	76

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro N° 1 Operacionalización de la Variable Independiente	58
Cuadro N° 2 Operacionalización de la Variable Dependiente.....	59
Cuadro N° 3 Plan para la recolección de Información	60
Cuadro N° 4 Análisis de Resultados	66
Cuadro N° 5 Encuesta pregunta 1	67
Cuadro N° 6 Encuesta pregunta 2	68
Cuadro N° 7 Encuesta pregunta 3	69
Cuadro N° 8 Encuesta pregunta 4	70
Cuadro N° 9 Encuesta pregunta 5	71
Cuadro N° 10 Encuesta pregunta 6	72
Cuadro N° 11 Encuesta pregunta 7	73
Cuadro N° 12 Verificación de la Hipótesis.....	74
Cuadro N° 13 Cálculo Chi Cuadrado.....	75
Cuadro N° 14 Operaciones Chi Cuadrado	75
Cuadro N° 15 Presupuesto	96
Cuadro N° 16 Modelo Operativo de la Propuesta	97
Cuadro N° 17 Administración de la Propuesta	101
Cuadro N° 18 Matriz del Plan de Evaluación	102

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO
MAESTRÍA EN MEDIACIÓN ARBITRAJE Y SOLUCION DE CONFLICTOS

**“EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN EN LAS ESTACIONES
RADIALES Y LA APARICIÓN DE CONFLICTOS SOCIALES EN EL
CANTÓN AMBATO”**

Autor: Dr. Luis Alberto Gamboa Orozco

Tutor: Dr. Mg. Miguel Ángel Chicaíza Morales

Fecha: mayo 21 de 2013.

El propósito de este trabajo de investigación es la implementación de un departamento de contenidos para la difusión de productos informativos que no generen espacios de reacción en respuesta a mensajes verbales donde se deslegitiman a las personas, por el inadecuado uso de la palabra. Para lograr este objetivo se consideran aspectos en los que Jürgen Habermas plantea a la acción comunicativa como mediación en el proceso de evolución socio-cultural, donde no se entiende al proceso de evolución social como racionalización-cosificación de la conciencia sino como una racionalización comunicativa de las estructuras simbólicas del mundo de la vida. Los mensajes tendrán una fuerza vigorizante con principios “del yo” como generador de mediación. Aspectos que influyen para fomentar una cultura que oriente los sentidos para mejorar la calidad de las relaciones interpersonales y así disminuir los potenciales eventos adversos que pueden afectar una convivencia y, por tanto, la calidad de vida en los ecuatorianos.

Descriptores: comunicación asertiva, homofilia, empatía, catarsis, interacción, feed back, mediación, efecto de la información, funcionalismo, orientación de sentidos.

AMBATO TECHNICAL UNIVERSITY
POST-MASTER STUDIES CENTER
PEACEKEEPING ARBITRATION AND STRUGGLES SOLUTION'S
MASTERY

**“RADIO STATIONS’ DATA MANAGEMENT AND SOCIAL TROUBLES’
APPEREANCE IN AMBATO”**

Author: Dr. Luis Alberto Gamboa Orozco

Tutor: Dr. Mg. Miguel Ángel Chicaíza Morales

Date: May 21th, 2013.

This research purpose is the enablement of a content department in order to diffuse informative products which do not create reaction spaces as a reply of verbal messages that defame people due to the word-of-mouth misuse. In order to achieve this objective, are considered the aspects where Jürgen Habermas propose communication as intercession in the socio-cultural evolution process where social evolution trial is not understood as rationalization-reification of the awareness but as communicative rationalization of the life's symbolic structures. The message will be mainly focused in the “myself” ethos as the peacekeeping encourager. These aspects impel the encouragement of a culture which guides the senses in order to improve interpersonal relationships quality to decrease the troubles that can affect connivance and Ecuadorians quality of life.

Descriptors: assertive communication, homophily, empathy, catharsis, interaction, feedback, mediation, information effect, functionalism, senses orientation.

INTRODUCCIÓN

La investigación sobre “El manejo de la Información en las estaciones radiales y la aparición de Conflictos Sociales en el cantón Ambato.”, contempla seis capítulos:

El Capítulo I: El Problema, contiene el Planteamiento del problema, Contextualizaciones Macro, Meso, y Micro, Árbol de Problemas, Interrogantes de la Investigación, Justificación, Delimitaciones, Objetivos general y específicos.

El Capítulo II: El Marco Teórico, comprende: Antecedentes de la Investigación, Fundamentaciones, Constelaciones de Ideas, Categorización de las variables independiente y dependiente, Formulación de la hipótesis y Señalamiento de variables.

El Capítulo III: La Metodología, comprende: Modalidad de la Investigación, Niveles o tipos de Investigación, Población y muestra, Operacionalización de las variables independiente y dependiente, Técnicas e instrumentos, Plan de Procesamiento de información, Plan de Recolección de información.

El Capítulo IV: Análisis e Interpretación de Resultados, incluye análisis de los resultados que se han obtenido mediante las encuestas aplicadas.

El Capítulo V contiene: Conclusiones y Recomendaciones.

El Capítulo VI: La Propuesta, comprende: Datos informativos, Antecedentes de la Propuesta, Justificación, Análisis de Factibilidad, Fundamentación, Metodología, Modelo Operativo, Administración y Prevención de la Evaluación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Contextualización

Macro:

Un estudio realizado en Bolivia, por Néstor Sebastián Ariñez Roca, Licenciado en Filosofía, sobre medios de comunicación social y conflictos; en su obra analiza la Presidencia de Carlos Mesa, periodista que llega al poder en el periodo 2003-2005; recoge en su artículo algunos apuntes teóricos acerca del rol que juegan los Medios de Comunicación Masiva (MCM) en la presentación y resolución de conflictos sociales. Después de ofrecer aspectos centrales sobre esta temática, como la definición de la agenda mediática, los actores involucrados, sus intereses, sus estrategias y los enfoques informativos, realiza un análisis del papel que tuvieron los MCM en la gestión presidencial de Carlos Mesa y concluye con algunas reflexiones que pueden orientar a los medios en el manejo de conflictos.

Debemos considerar que no es lo mismo ser espectador de un hecho que conocer el hecho a través de un espectador. El papel informativo de los MCM pasa por determinar, en primer lugar, qué hechos puede ser considerado una noticia. En ese afán, distinguen entre lo cotidiano (ordinario) y lo extraordinario, “diferencian lo normal de lo anormal, lo conocido de lo desconocido” como dice (Archondo Rafael, 2005, p55), y privilegian lo extraordinario, lo anormal y lo desconocido. Por este motivo, no toda la realidad es transmitida por los medios, e incluso se ha llegado a decir que “aquello que no ha sido informado a través de los medios, no ha sucedido” (Archondo Rafael, 2005, p55).

Los MCM, decíamos, privilegian algunos aspectos de la realidad para dar a conocer a la sociedad en su conjunto. Es más, el modo de difundir esa realidad resulta ya procesado, filtrado, ideologizado y jerarquizado. Cada espectador, un hecho, lo relata desde su percepción. Los relatos, por tanto, podrán variar dependiendo de quién los transmita. Pero en el caso de los medios, no sólo entra en juego el papel de la subjetividad de cada periodista, sino también el enfoque que se le quiere dar al hecho, el interés del medio y el interés de quién del protagonista o portavoz de la noticia.

Estas constataciones nos llevan a inferir que los medios no sólo nos dicen qué debemos pensar al presentarnos, de modo jerarquizado, una serie de aspectos de la realidad, sino, al mismo tiempo, cómo lo debemos pensar, puesto que cada hecho viene con un filtro (político, social, económico, ideológico, etc.) que nos indica el rumbo por el que nuestro juicio debe encaminarse para comprender la noticia.

La mediación de la realidad por parte de los MCM merece una seria atención ética, puesto que juega con diversos intereses (portavoces, periodistas, empresarios de los medios), por un lado; y por otro, con la conciencia de cada espectador.

Meso

Tal es la importancia de los medios que, los hechos que no fueron transmitidos, son virtualmente irreales, invisibles a la opinión pública. Muchas demandas sociales son absolutamente desconocidas por la sociedad, mientras los medios no las visualizan. Los protagonistas de dichas demandas se mantienen “invisibles”, “inexistentes” y “débiles” ante sus interlocutores, hasta que reciben el respaldo de la opinión pública. Es éste uno de los papeles más importantes de los MCM: visibilizar los conflictos sociales.

“Al poner a los conflictos en la agenda pública, lo que hacen es darle existencia al hecho, pues las partes de mayor poder, por lo general, tienden a

desatender las demandas de la parte de menos poder, quienes, usualmente en los conflictos sociales, recurren a medidas de fuerza para forzarlos a negociar”, (Macassi 2004, P 38).

Como vemos, los MCM visibilizan el conflicto sólo cuando alguna de las partes recurre a medidas de fuerza, puesto que en ese momento lo normal se convierte en algo anormal. Esto significa que los medios ignoran –o al menos, no dan a conocer– los conflictos en su fase latente, no violenta, normal, ordinaria. Presentan a la opinión pública, con dosis bien medidas, píldoras de violencia, de presión, de injusticia y falta de diálogo, hasta el punto de “irritarla”, momento en que resulta oportuno cambiar de noticia. Los MCM visibilizan los conflictos sociales activando una carga irritadora en el público, hasta cuando creen conveniente desactivar aquello que desencadenaron al inicio (Cf. Archondo 2005 pp. 56-57) y comenzar un nuevo ciclo de noticias.

Lo descrito se observó en los acontecimientos del 30 de septiembre del 2010, conocido como el “30-S”. Una crisis de seguridad que inició cuando elementos de la tropa de la Policía Nacional del Ecuador, en horas de la mañana, iniciaron una protesta contra la Ley Servicio Público aprobada por la Asamblea Nacional el 11 de agosto de ese año, en la cual la Policía y los militares fueron integrados a la Ley de Servicio Público. Además, las entidades educativas de las Fuerzas Armadas y de la Policía Nacional fueron asignadas al ámbito del Ministerio de Educación y sus servidores administrativos adscritos al sistema educativo público. La protesta consistió en suspender sus jornadas laborales, bloqueos de carreteras e impedir el ingreso a la Asamblea Nacional, en Quito. A esto se sumó un grupo de elementos de la Fuerza Aérea Ecuatoriana que, usando sus cuerpos como barrera, bloquearon la pista del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre.

El Presidente del Ecuador, Rafael Correa, acudió al Regimiento de Policía, principal foco de la huelga, dio un discurso en el que aseguró que no iba a dar marcha atrás con la ley en cuestión. Esto molestó a los policías en huelga, originando una situación caótica en la que fue agredido con una granada de gas

lacrimógeno y tuvo que colocarse una máscara antigases. Además, resultó lesionado de una rodilla recién operada. El Presidente fue apartado con dificultades del tumulto y llevado por el equipo de seguridad presidencial hacia el hospital del cuerpo de policía, adyacente al lugar de los hechos. Luego, este edificio, fue rodeado por policías inconformes. Correa alegó que estaba secuestrado y declaró desde allí un Estado de Excepción que movilizó a las Fuerzas Armadas a las calles.

Con lo expuesto la opinión pública tiene conocimiento de los conflictos sólo en los momentos en que éstos han escalado, y no tiene noticias de los conflictos en la fase de baja tensión, concertación y negociación, motivo por el cual queda en el imaginario de la gente un escenario constante, incesante e “irritante” de conflictos y falta de soluciones.

Por este motivo, el tratamiento de los conflictos sociales por parte de los MCM es diverso, “la visibilidad de los conflictos no se realizan de la misma manera. Algunos conflictos suelen tener una mayor atención (...), son seleccionados con más frecuencia que otros” (Macassi 2004 p 38). A nuestro entender, este fenómeno se debe a dos causas fundamentales: los intereses de los actores involucrados al interior de los MCM y la búsqueda de mayor “rating” (índice de audiencia).

Está claro que los medios de comunicación hacen visible los conflictos cuando estos toman cierta notoriedad, y no se los difunden cuando se encuentran en una fase de negociación, porque esperan que estalle el conflicto para empoderarse de la noticia con inclinado protagonismo y mas no con el propósito de documentar el hecho. También está claro que los periodistas crean el conflicto para llamar la atención de los oyentes con el propósito de alcanzar más anunciantes respaldados por un gran número de oyentes que siguen de manera permanente sus audiciones.

La búsqueda de mayor “rating” está relacionada con la faceta comercial de los MCM. No olvidemos que los medios financian su labor en base a la publicidad

que transmiten y ésta es proporcional a la audiencia que lee o sintoniza determinado medio. En este sentido, los medios ofrecen diferentes “frames” (enfoques, enmarcaciones) de las noticias para atraer al público.

Micro

En Ambato se apuesta más al marketing. Legitiman solo a uno de los sectores con evidente ausencia de interacciones, originando un desbalance comunicacional, así como el empleo de enfoques como el de interés humano. “Se utiliza la victimización de los actores y para ello es común que se enfatice el llanto y el dolor” (Macassi), creando una especie de melodramas que resultan atractivos para el público. Actividad que lo hacen incluso de manera inocente porque no disponen de conocimiento teórico que avale la acción de los medios.

El “rating” no sólo está ligado al interés económico, sino también al factor que determina el tratamiento de los conflictos sociales: los intereses de los actores involucrados al interior de los MCM: reporteros, empresarios y portavoces (Cf. Archondo 200, p 63).

Los reporteros son periodistas interesados en realizar bien su trabajo para informar a la opinión pública. En su trabajo, tratan de ser objetivos en la transmisión de la información, aunque tienen un punto de vista determinado por su formación, visión política y social de los hechos. Por otro lado, los empresarios o dueños de los medios, que tienen intereses económicos que, en el caso de Ecuador a través de una consulta popular, se determinó que los dueños de los medios de producción no pueden ser dueños de los medios de comunicación. Pero también están los políticos, que alternan su actividad política con la de comunicadores. Finalmente, los portavoces, interesados en entrar en la escena por diferentes motivos, que pueden pasar desde los meramente publicitarios hasta los eminentemente necesarios para dar a conocer su conflicto a la opinión pública.

Uno de los hechos que marcó notoriedad en la ciudad de Ambato, por su connotación y repercusión en los estratos vulnerables, fue el caso de “Las Brujas

de Calguasig”, que fueron retenidas y llevadas a esta comunidad de la Parroquia Quisapincha. En el sitio fueron ortigadas y bañadas en agua fría, castigo al que fueron sometidas frente a la presión de autoridades para que sean juzgadas por la justicia ordinaria. La intención de los lugareños fue quemarlas vivas por el hecho de extorción a los comuneros que sufrían reiterados atropellos y eran atemorizados por las “brujas” que amedrentaban con enfermedades misteriosas de sus enemigos.

En estas circunstancias, las clarividentes aprovechaban del temor de las personas para solicitarles cuantiosas cantidades de dinero para a través de supuestos ritos y limpiezas desaparezcán del “libro negro” donde aparecían sus nombres como potenciales víctimas de enfermedades que terminarían con sus vidas.

Un grupo policial acompañó a elementos de la Fiscalía. El operativo que tuvo como propósito de entregar a la justicia ordinaria para que establezca el grado de responsabilidad de las implicadas en dichos actos. El Gobernador de Tungurahua, en uso de sus atribuciones pretendió sensibilizar a los indígenas para que actúen con sensatez, frente a estos casos. Experiencias como estas que registra la historia, se observa la intención de mediar para llegar a consensos. Por tanto, la mediación se convierte en mecanismo alternativo que, frente a circunstancias adversas, se convierten en mecanismos donde la fuerza no contribuye a la solución de conflictos, por ende no es necesario llegar a confrontaciones de ningún tipo como argumento para arreglar las diferencias por las vías pacíficas.

Árbol de Problemas

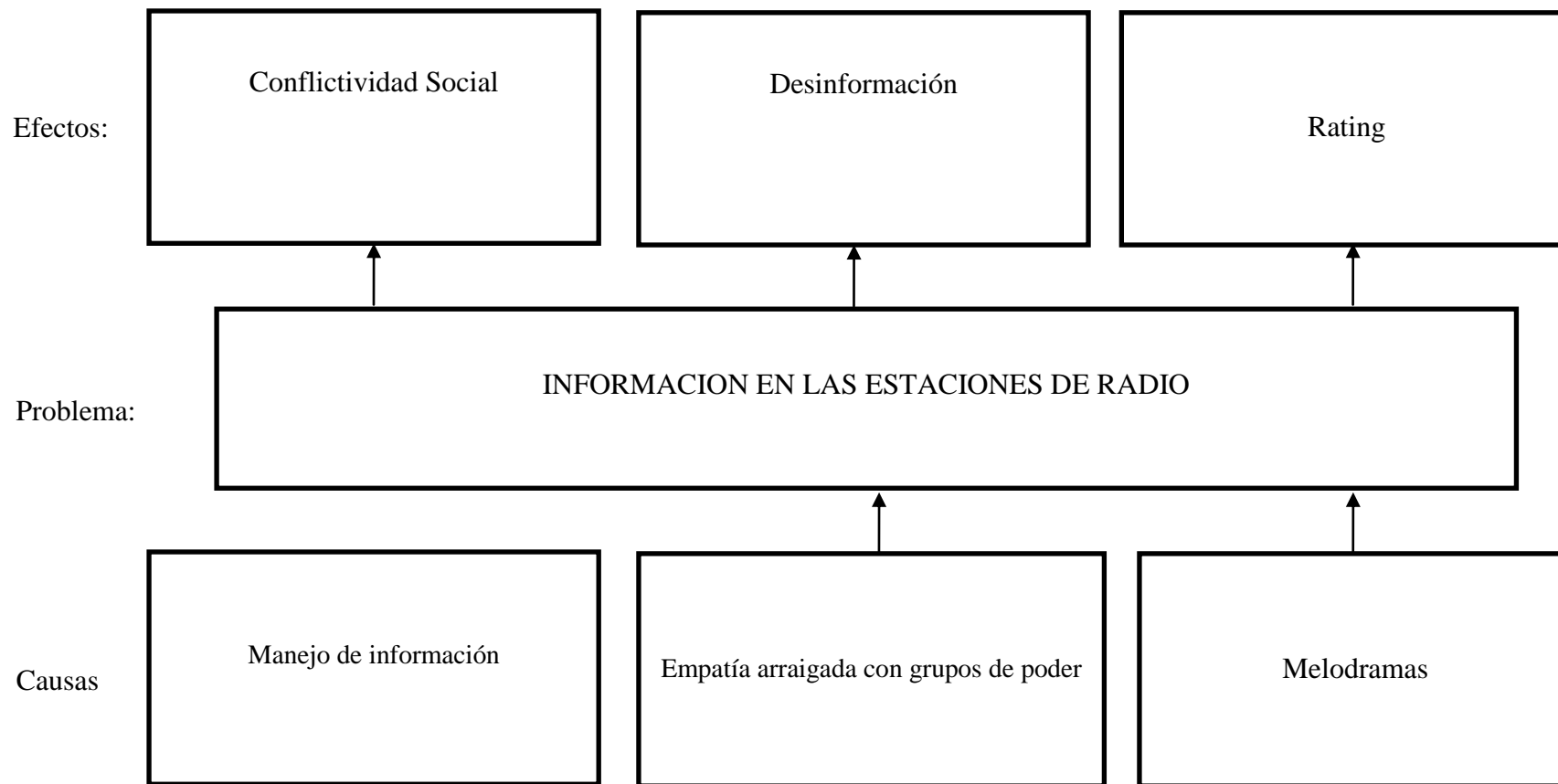


Gráfico: N° 1
Fuente: Observación
Elaborado por: Investigador

Análisis Crítico

El presente análisis crítico surge como parte del estudio científico del problema, con base a evidencias contrastadas en la realidad, con fundamento semiótico en los diferentes campos del conocimiento y el funcionamiento del pensamiento, destinada a explicar cómo el ser humano interpreta el entorno, crea conocimiento y lo comparte.

El manejo de la información crea desinformación colectiva, que nace por el desinterés presentado por los colectivos sociales frente a las insatisfacciones fruto de informaciones parceladas o con cierta inclinación intencionada a un sector, lo que desemboca en una conflictividad social.

Es incuestionable que los grupos de poder ejercen presión en los medios de comunicación y por ende las informaciones que proporcionan en las diferentes emisiones noticiosas son manipulados con un marcado sesgo lo que generan hábitos agresivos.

Para varios medios hablados el confrontar a los protagonistas con sujeción a lo que dijeron el uno en contra de otro, es motivo para que su nivel de sintonía se incremente, ya que encuentran en las acusaciones maliciosas una fortaleza para posesionarse en el mercado.

Después de este análisis crítico, el manejo adecuado de la información en los medios hablados de la ciudad de Ambato, se constituye la base en la que se sustenta esta investigación, debido a que es en este ámbito donde se genera una cultura distante a la de paz.

Prognosis

Si no se observa una cultura de paz a través de la sociología de la comunicación que estudia las implicaciones socioculturales que nacen de la mediación simbólica, con particular atención a los medios de comunicación de

masas (radio, cine, televisión internet...) los conflictos sociales a mediano plazo se evidenciaran en escalas cada vez más acentuadas con el inevitable surgimiento de una reacción social que desembocara en una inestabilidad social y política.

Estudiar los medios de comunicación significa examinar como el mismo mensaje mediático tiene, según el contexto cultural, económico y social consecuencias distintas sobre los grupos sociales y los individuos. Algunos de los principales sociólogos que han trabajado en esta área son: John Baptist Thompson, Anthony Gitlin, Erving Goffman, Alfred Schütz, Jürgen Habermas. Aunque también se han recibido aportaciones de autores de matriz no sociológica como Sonia Livingstone.

Edgar Morin, cuestiona: “¿Qué consume la información? Consume la atención de sus destinatarios. En consecuencia, una riqueza de información crea pobreza de atención, y la necesidad de asignar de manera eficiente la atención que entre la sobreabundancia de fuentes de información que se pueda consumir es primordial.”

Formulación del problema

¿Cuándo el manejo de la información en las estaciones radiales incide en la aparición de conflictos sociales en el cantón Ambato?

Interrogantes de la investigación

1. ¿Cómo es el manejo de información en las estaciones radiales?
2. ¿Por qué aparecen los conflictos sociales en el cantón Ambato?
3. ¿Es necesario diseñar una propuesta de solución al problema detectado?

Delimitación del objeto de la investigación

Campo: Desarrollo humano y conflicto sociales

Área: Mediación

Aspecto: Comunicación

Delimitación Espacial:

La investigación se desarrollará en el cantón Ambato.

Delimitación Temporal:

Último trimestre del año 2012.

Unidad de Observación:

Se trabajará con los directores de noticias y ciudadanos.

Justificación

La presente investigación tiene como finalidad determinar como el manejo inadecuado de la información genera conflicto social. En sentido general, la información es un conjunto organizado de datos procesados, que constituyen un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto o sistema que recibe dicho mensaje.

Pero, cuando esta sistematización de datos se transforma en una herramienta para despertar la animadversión entre quienes mantienen posturas diferentes sobre el mismo mensaje, se trastoca la verdadera intención de informar y pasamos al plano de la confrontación personal, creada por el periodista y no por la información per se.

Es evidente que la información es clara cuando hacemos el correcto uso de los diferentes géneros radiales como la entrevista cuyo propósito es profundizar temas de interés público y más no de encontrar elementos que provoquen agresión verbal entre los entrevistados. Visión que causará impacto en la colectividad del cantón Ambato, quienes serán los directos beneficiarios de esta propuesta orientada a encontrar en los métodos alternativos de resolución de conflictos una opción válida para confrontar a los interlocutores sin llegar a un ataque semiótico.

La Constitución de la República en su Art. 14.- reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Y en el Art. 16, literal 1.- a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos. Disposiciones que posibilitan para que los ecuatorianos vivamos en armonía con la naturaleza y entre los ciudadanos, por lo que es indispensable que surjan conductas que guarden armonía con lo que contempla la Constitución, y son los periodistas que a través de sus comentarios y/o entrevistas deben propender a la masificación de las diferentes formas de culturas de paz a través de la palabra como mediadora.

Esta investigación es viable ya que podemos realizar encuestas a directores de noticias de medios de comunicación con base en esta ciudad, además se incluyen estaciones de radio de otras provincias que a través de repetidoras cubren el cantón Ambato. Los criterios de los directores sobre el manejo de los informativos, su intencionalidad y objetivos, nos permitirá tener una visión clara de los propósitos e intencionalidad de los espacios informativos que ellos dirigen. Los ciudadanos del cantón Ambato, se convierten en otro eslabón determinante de la investigación, porque sus conceptos y apreciaciones nos permitirán conocer de cerca cómo perciben a los mass media, si influyen y tienen poder como lo definió Paul Lazarsfeld.

Objetivos

Objetivo General

- Analizar si el manejo de la información en las estaciones de radio provoca la aparición de conflictos sociales en el cantón Ambato.

Objetivos Específicos

- Indagar la intencionalidad de la información en las estaciones radiales.
- Investigar los conflictos sociales que nacen de una información mutilada en el cantón Ambato.
- Diseñar una propuesta que contribuya a solucionar el problema planteado.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Investigativos

El modo de tratar los conflictos por parte de los MCM difiere según diversos criterios y diversos enfoques. Todo esto da como resultado la conformación de una agenda mediática por la que cada medio establecerá un orden del día de los asuntos públicos, (Cf. Exeni 2005 p 89). Los MCM, como sistemas de conocimiento, generan una opinión pública, es decir, introducen dentro del imaginario social determinadas informaciones y sus correspondientes pautas de procesamiento e interpretación. Lógicamente, la sociedad que conforma la opinión pública podrá llegar a ser crítica con la agenda mediática; la mayor parte de la opinión pública es construida por los medios. En este sentido, se demanda de los medios, no sólo una rigurosidad ética, sino también un énfasis especial en su dimensión educativa.

Existe un estudio realizado por Luis Miguel Díaz: Manejo De Conflictos Desde La Sabiduría Del Cine y Las Canciones, donde el autor se pregunta ¿Por qué el Cine y las canciones son útiles para aprender y desaprender habilidades para la resolución de conflictos? Díaz, encuentra una respuesta metodológica clara basada en la cultura popular, esta guía enfrenta al conflicto con una perspectiva que cuenta con la lógica, el humor y la sabiduría de la música y el cine. Esta manera de empatía “a la Chaplin” permite que ambos lados del conflicto lleguen a un acuerdo común o a un compromiso. Y sostiene que hay que desaprender la creencia de que el uso de explicaciones sirva para aprender a manejar conflictos.

Fundamentación

Filosófica:

Desde la perspectiva funcionalista, los medios de comunicación de masas son uno de los subsistemas que forman la sociedad y el interés de esta se enfoca en comprender que función cumple en el equilibrio social.

Las sociedades humanas tienden al equilibrio. Y dichos problemas aceleran la búsqueda de mejores mecanismos para regular sus conflictos, y la evolución social tiende a generar nuevos métodos de equilibrio (autorregulación), al modernizar los recursos. Así la sociedad no permanece estática pero tampoco se violenta.

El conflicto es un elemento central para mantener el orden y el equilibrio; es el modo de solucionar un problema que implica la comunicación entre las partes para llegar a un acuerdo.

El maestro Marshall Mc. Luhan, propone que el análisis de la comunicación se basa en el enfrentamiento de dos tipos de condicionamientos de la percepción y los parte en medios hot y medios cool.

Medios HOT.- Son medios que dan muchos elementos o elementos muy definidos, se propone el cine, al periódico y yo agregaría el HI-DVD y el Blue-Ray.

Medios COOL.- Son los que nos proveen pocos elementos para la decodificación, aquí creo que se refieren más bien a la velocidad con que son presentados bueno en la era digital pues no se sabe hay medios con mucha calidad.

El funcionalismo estructuralista supone una determinada estructura social compuesto por las formas en que los individuos interactúan recíprocamente. La

función primordial es la integración y supone la aceptación de las metas y las expectativas sociales. Las entidades jurídicas tienen a su cargo esta función.

Legal:

La presente investigación se basa en lo que establece la declaración de Chapultepec, celebrada en México D.F. el 11 de marzo de 1994, esta manifestación lucha por la libertad de expresión y de prensa, por cualquier medio, no es tarea de un día; es afán permanente. Se trata de una causa esencial para la democracia y la civilización en nuestro hemisferio. No sólo es baluarte y antídoto contra todo abuso de autoridad: es el aliento cívico de una sociedad. Defenderla día a día es honrar a nuestra historia y dominar nuestro destino. Nos comprometemos con estos principios.

Sólo mediante la libre expresión y circulación de ideas, la búsqueda y difusión de informaciones, la posibilidad de indagar y cuestionar, de exponer y reaccionar, de coincidir y discrepar, de dialogar y confrontar, de publicar y transmitir, es posible mantener una sociedad libre. Sólo mediante la práctica de estos principios será posible garantizar a los ciudadanos y grupos su derecho a recibir información imparcial y oportuna. Sólo mediante la discusión abierta y la información sin barreras será posible buscar respuestas a los grandes problemas colectivos, crear consensos, permitir que el desarrollo beneficie a todos los sectores, ejercer la justicia social y avanzar en el logro de la equidad. Por esto, rechazamos con vehemencia a quienes postulan que libertad y progreso, libertad y orden, libertad y estabilidad, libertad y justicia, libertad y gobernabilidad, son valores contrapuestos.

Constitución de la República: Art. 190.- “Se reconoce el arbitraje, la mediación y otros procedimientos alternativos para la solución de conflictos. Estos procedimientos se aplicarán con sujeción a la ley, en materias en las que por su naturaleza se pueda transigir.

En la contratación pública procederá el arbitraje en derecho, previo pronunciamiento favorable de la Procuraduría General del Estado, conforme a las condiciones establecidas en la ley.”

Ley de Comunicación: Título I. Art. 3.- Contenido comunicacional.- Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

Título II. Principios y Derechos. Título I. Principios. Art. 10.- Normas deontológicas - Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

1. Referidos a la dignidad humana:

- a) Respetar la honra y la reputación de las personas;
- b) Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios;
- c) Respetar la intimidad personal y familiar.

2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria:

- a) No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud;
- b) Abstenerse de usar y difundir imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades;

- c) Evitar la representación positiva o valorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas;

- d) Abstenerse de emitir imágenes o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente;

- e) Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia;

- f) Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores, o proyecten una visión negativa del envejecimiento.

Categorías Fundamentales

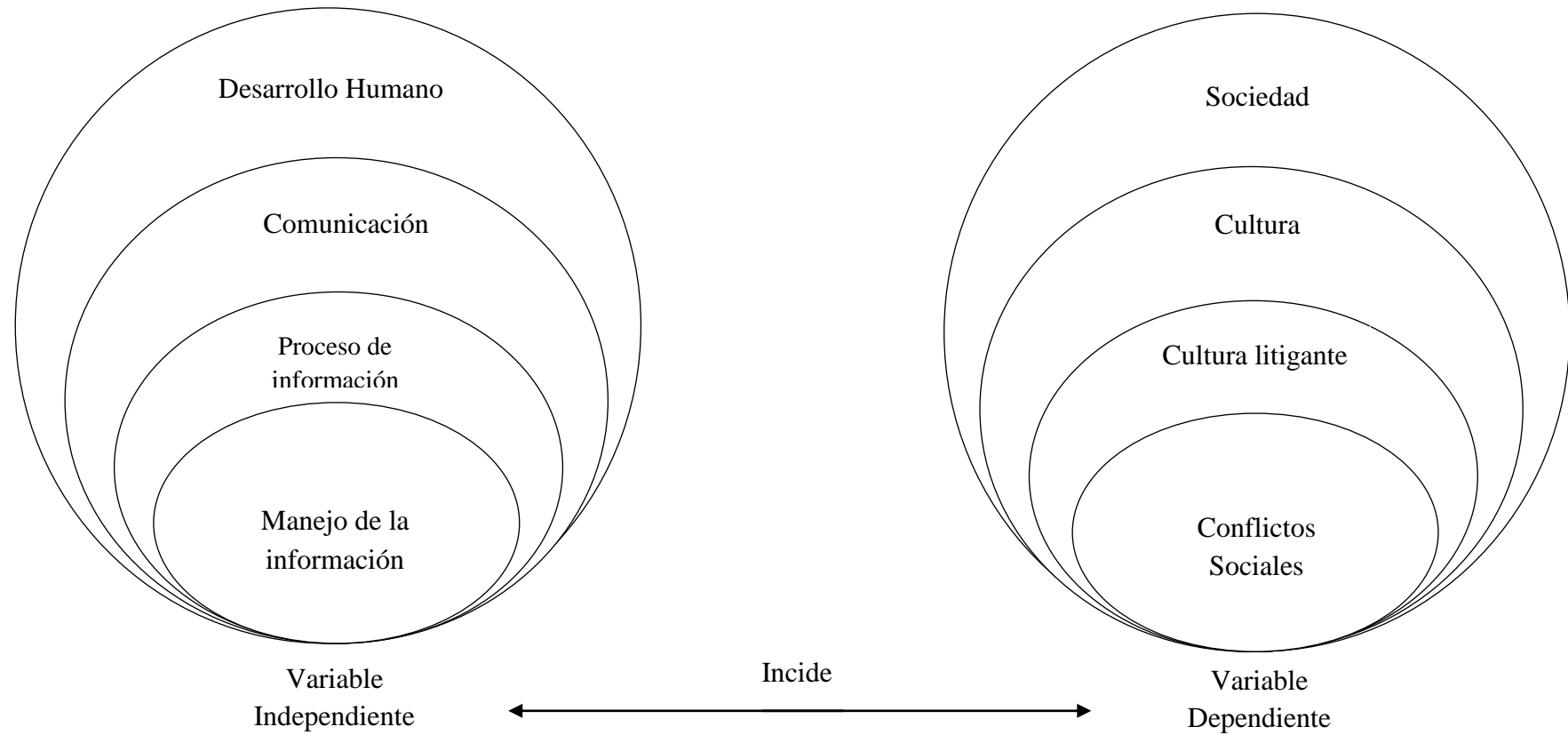


Gráfico N°2: Categorías fundamentales
Elaborado Por: Investigador
Fuente : Investigador

Constelación de Ideas de la Variable Independiente

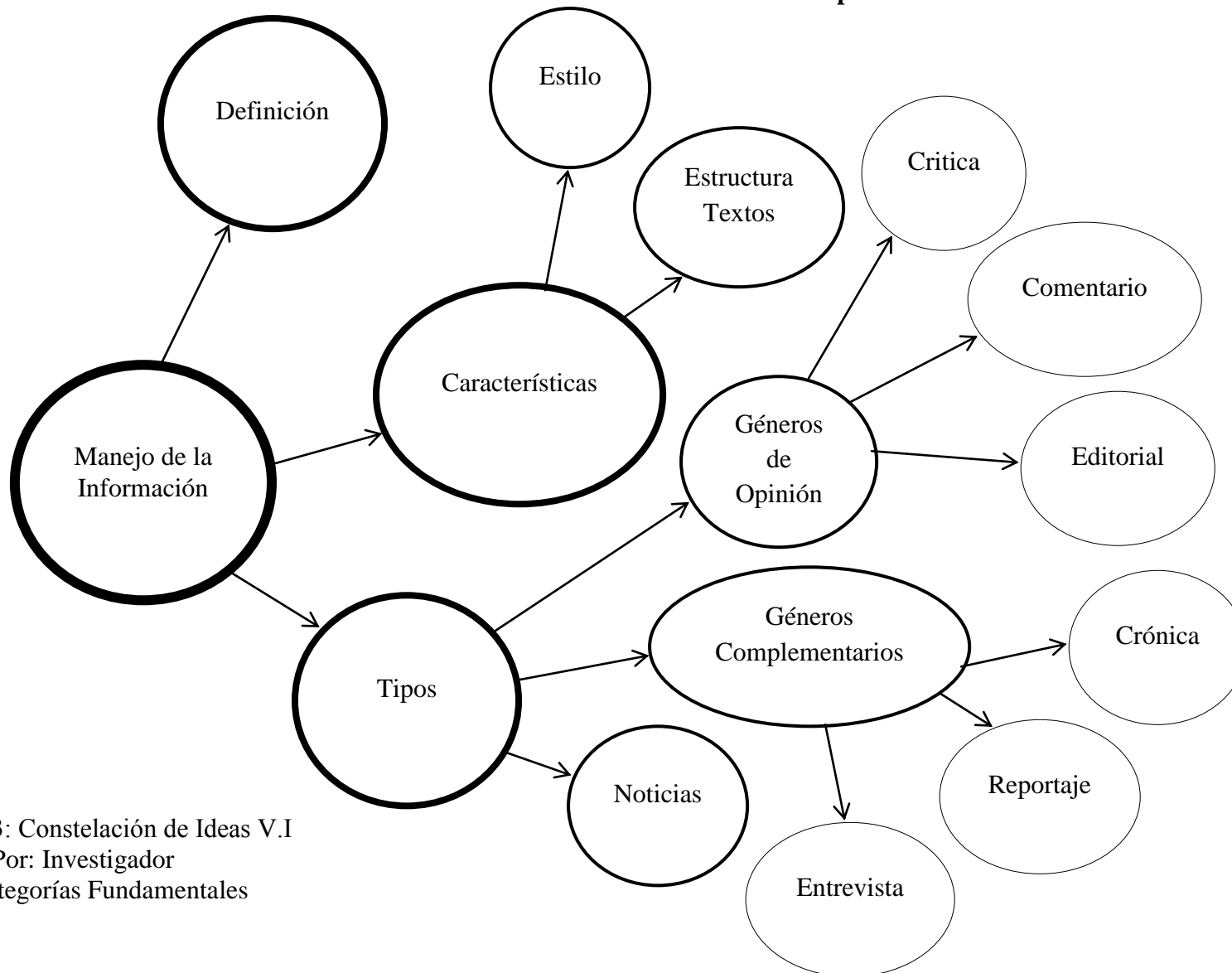


Gráfico N°3: Constelación de Ideas V.I
Elaborado Por: Investigador
Fuente : Categorías Fundamentales

Constelación de Ideas de la Variable Dependiente

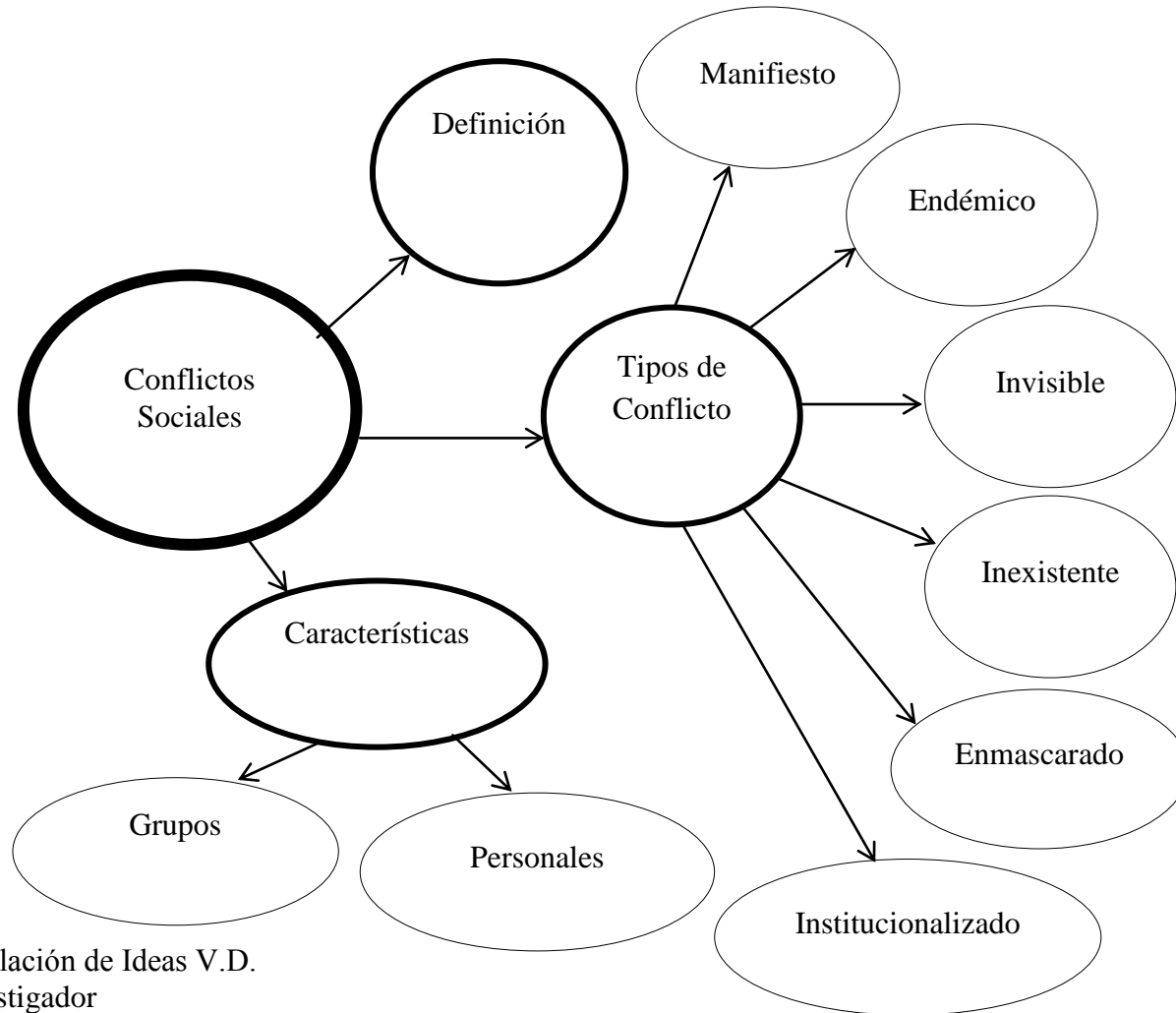


Gráfico N°4: Constelación de Ideas V.D.
Elaborado Por: Investigador
Fuente: Categorías Fundamentales

Desarrollo Humano

El desarrollo humano tal y como lo conceptúan los Informes del PNUD (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo) es un concepto en evolución, carente de una más rigurosa base teórica y de un modelo de desarrollo, y no exento de componentes ideológicos más que discutibles especialmente en algunas de sus dimensiones. Sin embargo y a pesar de sus limitaciones, el esfuerzo realizado por el PNUD para la realización de estos informes debe ser valorado, dado que ofrece un marco de reflexión sobre el desarrollo del más alto interés.

No es casual que en 1990 se publiquen tres informes sobre el tema: Informe sobre el Desarrollo Mundial, del Banco Mundial; Desafío para el Sur, de la Comisión Sur y Desarrollo Humano, 1990, primero de los 11 informes sobre el tema que ha publicado el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), hasta hoy.

Desde 1990 el desarrollo humano (DH), quedó definido así:

“...es un proceso en el cual se amplían las oportunidades del ser humano. En principio estas oportunidades pueden ser infinitas y cambiar con el tiempo. Sin embargo a todos los niveles del desarrollo, las tres más esenciales son disfrutar de una vida prolongada y saludable, adquirir conocimientos y tener acceso a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida decente. Si no se poseen estas oportunidades esenciales muchas otras alternativas continúan siendo inaccesibles.” (Informe sobre el Desarrollo Mundial, del Banco Mundial; Desafío para el Sur, de la Comisión Sur y Desarrollo Humano, 1990, primer informe).

Según este nuevo paradigma, el desarrollo debe centrarse en el ser humano.

Esto puede parecer obvio o reiterativo; sin embargo, hay conceptos divergentes de modelos de desarrollo en su aplicación y también en su medición. Si bien las metas de cualquier modelo de desarrollo tienen que orientarse hacia un

mejoramiento de la calidad de vida de hombres y mujeres, los medios para conseguirlo pueden ser muy diferentes.

Comunicación

En términos generales, la comunicación es un medio de conexión o de unión que tenemos las personas para transmitir o intercambiar mensajes. Es decir, que cada vez que nos comunicamos con nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo, socios, clientes, etc., lo que hacemos es establecer una conexión con ellos con el fin de dar, recibir o intercambiar ideas, información o algún significado.

Teniendo en cuenta ésta breve introducción, a continuación se detalla en términos más específicos cuál es la definición de comunicación, revisando antes algunas ideas y definiciones propuestas por expertos en temas de comunicación, mercadotecnia y administración.

Según Stanton, Etzel y Walker, www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html. La comunicación es “la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte”

Para Lamb, Hair y McDaniel, www.slideshare.net/.../el-proceso-de-la-comunicación. La comunicación es “el proceso por el cual intercambiamos o compartimos significados mediante un conjunto común de símbolos”

Según Idalberto Chiavenato, comunicación es “el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social”.

La comunicación es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir,

intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos.

Proceso de Información

Para clarificar y entender lo que es un proceso apelamos al Diccionario de la RAE.

Información: Comunic. Comunicación o adquisición de conocimientos que se poseen sobre una materia determinada.

Procesamiento. Acto de procesar.

Procesar: Someter alguna cosa a un proceso de elaboración, transformación, etc.

Proceso: Conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial.

De lo anotado se puede desprender que el proceso de información es un “Acto de someter la información a un conjunto de fases sucesivas de elaboración, transformación de datos”. (Diccionario de la RAE)

Muchos escritores coinciden en que el miedo es una emoción paralizante que impide actuar en clave de éxito. Para disminuir en lo posible este efecto atemorizante, debemos dar una información que genere confianza, que conecte con posibles soluciones a la vez que se detallan los datos de la situación reduciendo el impacto negativo.

Contrario a esto, los medios de comunicación, aprovechan las crisis para aumentar sus ventas, concedores del morbo que el gran público tiene hacia el sensacionalismo. Esta tendencia periodística provoca situaciones de gran alarma y miedo que reducen la empatía y dejan al descubierto la bajeza y el egoísmo que a veces mostramos las personas.

Un ejemplo fueron las noticias que aparecieron en los titulares de la prensa sobre la gripe porcina. La mayoría de los diarios apuntan a que el 50 por

ciento de europeos sufrirán la gripe porcina, y que en algunos países esta gripe está causando muertes. ¿Qué diferencia habría si en lugar de escribir en letras grandes lo que va a suceder, se informara sobre cómo podemos evitar este contagio, qué cuidados debemos tener y a quién debemos acudir cuando aparezcan ciertos síntomas? Estos titulares activan el miedo y la sensación de impotencia crece.

Manejo de la Información

Para tratar de entender el trabajo de los medios masivos de comunicación, que se encargan de informar lo que ocurre en el alrededor, comencemos por definir a la realidad:

1. Existencia verdadera y efectiva. Sinónimo: verdad.
2. Todo lo que existe y forma el mundo real: Una forma de conocimiento de la realidad es la experiencia personal de cada uno.

De estas definiciones podemos deducir una nueva: La realidad son todos los hechos que suceden a diario en cualquier lugar del mundo, que los medios tienen que mostrar, ésta no es alterable y tiene una sola cara que es la de la verdad. El trabajo de los medios de comunicación es el de mostrar esta realidad, a través de noticieros, diarios, etc.

A parte de ser los encargados de dar a conocer la realidad, los medios de comunicación ejercen influencia sobre quienes los observan, gracias al poder que en ellos se concentra.

La influencia es repercutir, provocar un efecto, es decir alterar una ideología, imponiendo otra elaborada por los medios. Para poder influir los medios se valen de la alteración de la realidad, imponiendo una “creada” por estos. El poder en el diccionario posee 2 significados. Por un lado significa: Dominio, facultad y jurisdicción que uno tiene para mandar o ejecutar una cosa: tiene poder

para contratar y despedir al personal. Por otro, expresa: Tener capacidad para hacer algo: solo él puede arreglarlo.

El significado utilizado en este trabajo es el del poder que tienen los medios, este poder es el que utilizan para poder afectar a las grandes masas, el poder que tienen para poder manejar la información a su disposición.

Los medios de comunicación son muy importantes en la sociedad, pues se depende de ellos para darse cuenta de los acontecimientos diarios; sobre ellos recae una gran responsabilidad: mantenernos bien informados, mediante un árduo trabajo de investigación, edición y transmisión realizado diariamente; es por esto que hay que analizar las dos caras de la moneda o en este caso las dos caras de los medios.

Características

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

- **Significado** (semántica): ¿Qué quiere decir? Del significado extraído de una información, cada individuo evalúa las consecuencias posibles y adecúa sus actitudes y acciones de manera acorde a las consecuencias previsibles que se deducen del significado de la información. Esto se refiere a qué reglas debe seguir el individuo o el sistema experto para modificar sus expectativas futuras sobre cada posible alternativa.
- **Importancia** (relativa al receptor): ¿Trata sobre alguna cuestión importante? La importancia de la información para un receptor, se referirá a, en qué grado cambia la actitud o la conducta de los individuos. En las modernas sociedades, los individuos obtienen de los medios de comunicación masiva gran cantidad de información, una gran parte de la misma es poco importante para ellos, porque altera de manera muy poco significativa la conducta de los individuos. Esto se refiere a en qué grado

cuantitativo deben alterarse las expectativas futuras. A veces se sabe que un hecho hace menos probables algunas cosas y más otras, la importancia tiene que ver con cuanto menos probables serán unas alternativas respecto a las otras.

- **Vigencia** (en la dimensión espacio-tiempo): ¿Es actual o desfasada? En la práctica la vigencia de una información es difícil de evaluar, ya que en general acceder a una información no permite conocer de inmediato si dicha información tiene o no vigencia. Esto tiene que ver con la sincronización en el tiempo de los indicios que permiten reevaluar las expectativas con las expectativas en un momento dado.
- **Validez** (relativa al emisor): ¿El emisor es fiable o puede proporcionar información no válida (falsa)? Esto tiene que ver si los indicios deben ser considerados en la reevaluación de expectativas o deben ser ignorados por no ser indicios fiables.
- **Valor** (activo intangible volátil): ¿Cómo de útil resulta para el destinatario?

Estilo

El estilo en la redacción de una noticia más bien está determinado por las consideraciones particulares que considera el autor de una nota para su presentación. Su apego a las reglas no se convierte en óbice para marcar un estilo identificado incluso con la personalidad del emisor. El estilo se convierte en una carta personal del periodista que lo distingue de los demás por su forma de construcción de las oraciones, por su dimensión y por el manejo excelso de la palabra.

El estilo se convierte en la carta de presentación del periodista que guarda rasgos singulares con el que se identifica y marca la diferencia del resto. Es su huella que hace la diferencia. Todos los comunicadores poseen su estilo de

escribir, hablar lo que por su correcto uso de la palabra y por la facilidad de hacerse entender crean una identificación particular y única.

El concepto de estilo tiene su origen en el término latino *stilus*. La palabra puede ser utilizada en diversos ámbitos, aunque su uso más habitual está asociado a la apariencia, la estética o la delineación de algo.

Estructura de Textos

El lenguaje periodístico es el que se emplea en los medios de comunicación y, por antonomasia, en la prensa escrita, para transmitir o interpretar los hechos de actualidad. Los periódicos son la prensa de mayor difusión.

Cuando el texto periodístico tiene carácter informativo -noticias, reportajes...-, se organiza según una estructura anticlimática, también llamada de pirámide invertida, que consiste en disponer los contenidos de forma tal que los datos de mayor relieve se adelantan mientras que los aspectos secundarios se desarrollan posteriormente.

En la estructura de una noticia podemos distinguir las siguientes partes:

- 1. Titular.** Presenta lo esencial de la información de manera sumamente condensada.
- 2. Entradilla.** Es la parte inicial de la noticia, en la que se deben sintetizar de forma clara los datos más importantes (qué, quién, cómo, cuándo, dónde, por qué).
- 3. Cuerpo de la noticia.** En él se desarrollan y amplían los datos que se han mencionado en la entrada. Los hechos se cuentan en una progresión descendente de interés.

Tipos

En el ejercicio profesional distinguimos con claridad los siguientes tipos: Géneros de Opinión, donde destacamos la crítica, el comentario y la opinión. Por su parte en los Géneros Complementarios, observamos, a la crónica, al reportaje y a la entrevista. Finalmente uno de los tipos de mayor huso para la divulgación de hechos es la noticia.

La Crítica

La **crítica periodística** es un artículo firmado que se enmarca en el género de opinión. En él se expresa un juicio razonado de valor sobre cualquier producción en el terreno del arte y la cultura en general. Aunque es un texto en el que prima fundamentalmente la opinión, ha de incluir a su vez información al margen del juicio emitido por el crítico. Éste debe basarse, en la medida de lo posible, en datos y argumentos sólidos, fundamentados y probados convenientemente. Por ello decimos que además del género de opinión, la crítica tiene un gran parecido con el análisis. La crítica contiene por lo general una parte expositiva que puede ser incluso una ficha inicial con los detalles objetivos.

Este género es catalogado como intelectual y el menos desarrollado y practicado en los medios, para el correcto huso de este género debemos considerar los siguientes aspectos fundamentales como características que le dan un matiz interesante: Ficha técnica de lo que critica, un título generalmente connotativo, flexibilidad en la redacción del texto. Prevalece el dictamen del crítico.

Comentario

La columna o comentario es un género de sollicitación de opinión con un amplio arraigo en la historia de la prensa. Ha representado el estandarte de un periodismo de ideas, muy crítico y de una excelente calidad literaria, a través del cual se han expresado las mentes más lúcidas de intelectualidad.

Gran parte de los mejores escritores y pensadores colaboran como aporte inconmensurable para ilustrar una realidad en las páginas de los periódicos de mayor tirada de cada momento. Las empresas informativas son particularmente condescendientes en este sentido porque, además de prestigiar los contenidos y la imagen externa de las publicaciones mediante la incorporación de rutilantes personalidades del mundo de la cultura, se aseguran también un porcentaje considerable de lectores por la familiaridad que generan los columnistas respecto a sus lectores y la especial fidelidad de éstos.

La columna es el género periodístico que analiza, interpreta y orienta al público sobre un determinado suceso con una asiduidad, extensión y ubicación concretas en un medio determinado.

Algunos estudiosos sitúan también el origen del auge de la columna en la progresiva complejidad de los periódicos. Cuando crecen y su organización se complica, los editoriales que firmaba el director y con los que orientaba a la opinión se vuelven anónimos; o, si el nombre sigue atrayendo seguidores, se convierten en firmas.

La columna es un arte y una técnica que se adapta, por tanto, a la personalidad del articulista. De ahí el fuerte grado de identificación que existe entre el comentarista y el lector. Uno de los secretos de la columna es la atmósfera de intimidad que promueve en el lector. La columna responde a la necesidad de conocer al que habla e indica la preferencia del lector por el contacto directo con un individuo más que con el producto editorial anónimo de una corporación.

Desde la irrupción en Norteamérica del Nuevo Periodismo a finales de los años setenta, los periódicos de la órbita anglosajona han prestado un mayor interés a incipientes fórmulas de hacer periodismo que mezclan la información con la opinión y permiten ciertas licencias estilísticas a sus autores. Esta realidad, más que un invento recién importado, es una constante del ejercicio del periodismo en los países latinos.

La columna es un ejemplo de lenguaje periodístico personal, un instrumento de comunicación que persigue la defensa de unas ideas, la creación de un estado de opinión y la adopción de una postura determinada respecto a un hecho actual y relevante. Es un comentario valorativo, analítico y razonador con una finalidad idéntica a la del editorial: crear opinión a partir de la propia. Su diferencia estriba en la identidad individual de la firma. Es un vehículo de comunicación personal que huye de la anonimidad y la solemnidad del editorial; de la densidad y la profundidad del artículo y de la simpleza y la asepsia de la noticia.

De este modo, existen diversas opciones para redactar las columnas:

1. La columna que se escribe mezclando la información y los comentarios.
2. La columna de comentario, que sólo usa la información para referirse al suceso, de manera que la mayor parte está compuesta por los juicios del columnista.
3. La columna esencialmente informativa, pero que incluye algún comentario para lograr el efecto argumentativo de la totalidad del texto.

En cuanto al estilo, el tono de las colaboraciones de los columnistas puede ser serio o ligero, formal o informal, objetivo o subjetivo, etc. Por tanto, el estilo resulta muy variado: narrativo, descriptivo, expositivo, argumentativo, como a menudo sucede, puede ser una combinación de dos o más de estas formas discursivas.

La elección de una u otra forma de expresión lingüística depende del tipo y de la función de la columna. Por ejemplo, el periodista que en su columna sugiere un comentario mediante el uso de palabras, pero no lo hace abiertamente, utiliza principalmente la forma expositiva; pero si ordena los datos de tal manera que el grado de interés vaya en aumento (suspense), la forma narrativa resulta más conveniente. Si su intención es reproducir un suceso o "pintar" una situación, la forma del discurso adecuada es la descriptiva; por último, si el propósito del

columnista es convencer a los lectores con sus comentarios, persuadirlos respecto de las ventajas o desventajas de su proposición central, la forma indicada es la argumentación.

Editorial

El editorial es uno de los géneros periodísticos de opinión, es decir, aquellos textos en los que el afán de objetividad se repliega para dar paso a la expresión de una subjetividad, en este caso, la del diario como institución.

Es un recurso donde se ofrece nuevas actividades para seguir explorando los textos propios de la esfera periodística, siempre en relación con los nuevos formatos vinculados a los medios digitales. Qué es un editorial, cómo abordar su lectura y cuáles son los aspectos a tener en cuenta al momento de escribir un texto de este tipo son solo algunas de las cuestiones que se propone trabajar en este recurso.

El enunciador, entonces, se construye como un centro de saber, presenta su opinión sobre un tema determinado e intenta convencer a sus destinatarios de que deben coincidir con sus ideas. A menudo, gran parte de la fuerza de los géneros periodísticos de opinión reside en la figura del autor, ya que se trata generalmente de un personaje socialmente legitimado para opinar sobre la cuestión abordada en su texto o bien, como en el tema que desarrollaremos aquí, representa el posicionamiento del periódico. Este último caso es el del editorial.

En síntesis, en relación con este tipo de textos, tanto si se intentará una lectura crítica como su producción escrita, importa especialmente la cuestión argumentativa. Conocer qué son una tesis o una hipótesis, qué son los argumentos y cómo se vinculan estos con aquellas es central para aproximarse a los géneros periodísticos de opinión.

Géneros Complementarios

Crónica

La crónica es uno de los géneros más presentes en los informativos de televisión debido a la veracidad que alcanza una información cuando el periodista es testigo directo de los hechos.

Podemos concebir la crónica televisiva como el relato de un periodista desde el lugar de los hechos, habiendo sido o no testigo directo de un acontecimiento. El cronista, a modo de firma, suele aparecer en pantalla; su presencia aporta proximidad ante el hecho narrado e incrementa la veracidad y la credibilidad del espectador. El periodista es visto como la persona que más sabe acerca de lo que está contando, dado que se encuentra en el foco de la noticia. Sin embargo, en la práctica, la proximidad con el escenario no siempre implica el máximo conocimiento sobre lo ocurrido y sus consecuencias; en situaciones de conflicto y/o en las que intervienen varios actores/protagonistas, el periodista no siempre puede acceder a todas las fuentes necesarias. Por este motivo, puede verse obligado a reclamar datos a la redacción central. También puede ocurrir que, ante un acontecimiento determinado, la cadena decida enviar a uno o más periodistas de apoyo, con el fin de enriquecer las perspectivas informativas.

El periodista desplazado dispone de un dominio de los hechos que debe reflejarse en su relato. Conoce el escenario y puede acceder más fácilmente a los protagonistas y testigos del acontecimiento. Ello le legitima para enriquecer su crónica con su particular visión, sin que signifique que deba opinar. Para acentuar su proximidad, puede introducir notas de ambiente en su relato, puede describir el escenario, factores climáticos, modos de vida, etc.; puede -y muchas veces debe- poner en antecedentes a la audiencia antes de dar a conocer los últimos datos sobre el hecho o situación de la que está informando y también puede aventurar consecuencias del hecho del que se está informando.

El cronista puede ser testigo presencial o conductor de los testimonios de los testigos presenciales. Puede mantener el relato en tercera persona o puede asumir el papel de narrador-testigo. En todo caso, siempre aportará una visión particular tanto en lo que dice (y la forma en que lo dice –tono-) como en la selección de imágenes y testimonios.

El trabajo del periodista/cronista puede ser directo o grabado y, con frecuencia, será ambas cosas. Si el acontecimiento es relevante, la mayoría de televisiones utilizan el “directo” como introducción a la pieza grabada.

También es frecuente el esquema: pregunta inicial + VTR + pregunta final. Aunque las combinaciones sean diversas, la exigencia seguirá siendo la misma: cumplir los requisitos establecidos para realizar un directo y aportar elementos informativos complementarios de la pieza que va a continuación.

Reportaje

El reportaje (concepto de humanidades que tiene su origen en el vocablo italiano reportagio) es un género periodístico que consiste en la narración de sucesos o noticias de cualquier tipo, los cuales tienen que ser actuales. Para lograrlo, privilegia el testimonio directo y cercano a los hechos que se desean tratar (fuentes primarias).

El reportaje sirve a la comunidad de países y ciudades, para informar sobre sucesos o hechos actuales, y sobre temáticas que se encuentran en la agenda mediática. Gracias a los reportajes y a los medios de comunicación que los difunden, se informa más y mejor a la población objetivo.

En términos generales, un reportaje es un trabajo documental extenso y planificado, y su propósito es informar. A pesar de ello (a diferencia de la simple información noticiosa), puede incluir opiniones personales del periodista. Por este motivo, tienden a elaborarse con ciertos criterios subjetivos del investigador, aunque incluya una gran diversidad de colaboradores o informantes para

redactarlo. Este hecho contribuye a que un reportaje sea emitido en muchas ocasiones con la finalidad de crear una posición en el espectador respecto a un determinado tema en particular...

En este género, se explican acontecimientos de interés público, con palabras, imágenes, y vídeos, desde una perspectiva actual, y utilizando un lenguaje accesible y popular para un público lo más extenso y diverso posible.

Los reportajes son más largos y completos que el simple desarrollo de las noticias, y muchas veces vienen acompañados de entrevistas (a veces desde el propio lugar de los hechos, a veces en algún estudio de grabación).

Entrevista

Una entrevista es un diálogo entablado entre dos o más personas: el entrevistador o entrevistadores que interrogan y el o los entrevistados que contestan.

La palabra entrevista deriva del latín y significa "Los que van entre sí". Se trata de una técnica o instrumento empleado para diversos motivos, investigación, medicina, selección de personal. Una entrevista no es casual sino que es un diálogo interesado, con un acuerdo previo y unos intereses y expectativas por ambas partes.

También la entrevista puede significar mucho para otras personas ya que pueden ayudar a conocer personas de máxima importancia. El Diccionario de la Real Academia Española define la palabra «entrevistar» como: la conversación que tiene como finalidad la obtención de información. La misma proviene del francés *entrevoir* que significa lo que se entrevé o lo que se vislumbra.

Uno de los requisitos para que haya una entrevista es que el sujeto entrevistado esté de acuerdo. Esto ocurre normalmente porque tiene algún interés

en ser entrevistado. Las cinco razones principales que puede tener son las siguientes:

- Por su propio ego: Por el deseo de aparecer en los medios o que se escuche su opinión.
- Por publicidad: Sobre todo los políticos y entre ellos los famosos, que dependen de la publicidad para influir en la opinión pública o para continuar *en la brecha*. Consideran las entrevistas como publicidad gratuita.
- Por dinero: Aunque según muchos códigos deontológicos los periodistas no deberían pagar a los entrevistados es una práctica frecuente en medios sensacionalistas o amarillistas. Algunos famosos llegan a tener grandes ingresos por ello.
- Para ayudar al periodista: Algunos sujetos se dejan entrevistar simplemente para ayudar al periodista en el desempeño de su trabajo.
- Por gratitud: El entrevistador logra que el entrevistado acceda a contestar las preguntas sin oponer resistencia mediante un diálogo introductorio predefinido.

La entrevista como instrumento de investigación ha sido utilizada de forma ambiciosa por antropólogos, sociólogos, psicólogos, politólogos o economistas. Es por ello que gran parte de los datos con que cuentan las ciencias sociales proceden de las entrevistas. Los científicos sociales dependen de ellas para obtener información sobre los fenómenos investigados y comprobar así sus teorías e hipótesis.

La *entrevista periodística* se distingue fundamentalmente por tres factores:

- Un evidente interés hacia la persona entrevistada.

- Pericia en el manejo de la técnica de pregunta y respuesta.
- Voluntad manifiesta de difundir el resultado en un medio de comunicación.

Pero además de una técnica, utilizada por los profesionales para recabar información, la entrevista es sobre todo un género periodístico. La entrevista es una de las técnicas más utilizadas.

Noticia

En los medios de comunicación masivos, por noticia se entiende a un texto o un testimonio que le permite al público estar al tanto de un episodio novedoso, reciente o fuera de lo común que se ha desarrollado en una comunidad específica o en un contexto particular, lo que amerita su difusión.

Un ejemplo para entender dicho significado puede ser este: “La televisión pública del país dio una magnífica noticia a sus telespectadores y es que se había conseguido superar el estado de crisis económica que había convulsionado a la nación durante varios años”.

De esta manera, la noticia es un hecho de índole periodística que obliga a recortar la realidad cuando algo merece ser difundido a raíz de su relevancia social. La estructura de una noticia debe organizarse y completarse en función de interrogantes básicos como “¿quién?”, “¿qué?”, “¿cuándo?”, “¿dónde?”, “¿por qué?”, “¿para qué?” y “¿cómo?”.

Entre las principales particularidades de la noticia como género periodístico, aparecen la veracidad (los acontecimientos o sucesos deben ser reales y posibles de verificar), la objetividad (el periodista o comunicador no debe reflejar su opinión ni emitir juicios de valor al presentarla), la claridad (los sucesos tienen que ser presentados de modo ordenado y lógico), la brevedad (hay que omitir los datos irrelevantes y las reiteraciones), la generalidad (la noticia debe

poseer interés social y no particular) y la actualidad (debe referirse a episodios recientes).

Es muy importante, además de todo lo citado, dejar claro que podemos encontrar diversos tipos de noticias. Así, por ejemplo, entre las más conocidas están las llamadas cronológicas que son aquellas que se caracterizan porque utilizan un orden temporal para contar al receptor los hechos que han tenido lugar.

Por otra parte, están las noticias de sumario en las que de manera resumida se dan a conocer diversas informaciones al mismo tiempo. Un ejemplo muy claro de ello son las noticias en las que se da cuenta de las distintas decisiones que se han llegado a tomar en una de las sesiones del Congreso de los Diputados.

Tampoco habría que olvidarse de las noticias de situación. Estas se caracterizan fundamentalmente porque no están sujetas a la más “rabiosa actualidad” sino que lo que hacen es abordar algún tipo de cuestión que preocupa a la sociedad. Forma de reportaje tienen aquellas en las que se desarrollan cuestiones tan variadas como pueden ser el consumo de drogas, la sanidad en un país o la situación de desempleo.

Las de interés humano, las complementarias o las espaciales son otras de las modalidades de noticias que existen y que podemos encontrar tanto en las páginas de los diversos periódicos de una ciudad o nación como en los distintos informativos de radio y televisión.

En los medios impresos, las noticias siempre están encabezadas por un título, que es una oración breve y precisa que se refiere, por connotación o denotación, al contenido de la nota. Desde el punto de vista lingüístico, existen tres grandes tipos de titulares: informativos (identifican a la acción y al protagonista), expresivos (intentan impactar a los lectores) y apelativos (buscan llamar la atención).

Sociedad

La sociedad es un conjunto de individuos que viven bajo unas mismas normas, leyes y cierto protocolo, tiene sus subculturas y subgrupos pero todos los individuos de una sociedad se dirigen hacia un fin común exceptuando, claro está, excepciones de individuos que son contraproducentes en una sociedad.

La sociedad se basa en investigar, trabajar, avanzar y compartir cualquier individuo que esté haciendo una de estas tareas, siendo en el campo que sean y siempre que no sea perjudicial para los demás está aportando a la sociedad. El fin de una sociedad es hacer un mundo mejor para el futuro, dentro de 100 años se vivirá más y mejor que ahora y dentro de 1000 años se vivirá más y mejor que dentro de 100 años. Así funciona el progreso y por eso funciona bien una sociedad.

Las personas hace mucho tiempo que aprendieron que viviendo en grupo la vida les era mucho más fácil que en solitario. Así comenzó a nacer la primera civilización y como todo progreso se importó a todas las partes del mundo. En la sociedad no es todo bueno pues dentro de una sociedad hay luchas por el poder, interés... Sin embargo todo lo bueno que tiene vivir en sociedad compensa con creces los defectos. Si jamás hubiéramos aprendido a vivir en sociedad yo ahora mismo no estaría escribiendo en un portátil y la esperanza de vida seguiría siendo de 30 años pues sin sociedad apenas puede haber avance y sin avance no hay medicinas, progreso, futuro... seguiríamos en la prehistoria.

Cultura

La conducta del ser humano es producto de la cultura existente en la sociedad a la que pertenece; por tanto, ésta última determina en gran medida la forma en la que cada persona piensa, cree y actúa. Un ejemplo sencillo que ilustra ésta afirmación, es el hecho de que todos los seres humanos sienten hambre, pero el cómo, cuándo, dónde y qué comen para satisfacer esa necesidad varía de una sociedad a otra, y de la misma manera sucede con la vestimenta, la vivienda, los medios de transporte, las formas de diversión, etc.

En consecuencia, la cultura afecta las necesidades y deseos que tienen las personas, las alternativas que considera para satisfacerlas y la forma en que las evalúa; por tanto, es un factor que influye en las decisiones individuales de compra.

La cultura es el conjunto de símbolos (como valores, normas, actitudes, creencias, idiomas, costumbres, ritos, hábitos, capacidades, educación, moral, arte, etc.) y objetos (como vestimenta, vivienda, productos, obras de arte, herramientas, etc.) que son aprendidos, compartidos y transmitidos de una generación a otra por los miembros de una sociedad, por tanto, es un factor que determina, regula y moldea la conducta humana.

Cultura Litigante

En la actualidad la legislación ecuatoriana, reconoce en la Carta Magna que el sistema jurídico debe estar integrado por más alternativas que el proceso judicial, lo que permitirá al ciudadano común alcanzar ese ideal de justicia que por mucho tiempo ha clamado.

Es importante señalar, que si bien a partir de la inclusión de los Medios Alternos de Resolución de Conflictos en la Constitución de la República en 2008, en su artículo 97, el cual establece: “Todas las organizaciones podrán desarrollar formas alternativas de mediación y solución de conflictos, en los casos que permita la ley”

Estas alternativas no serán fáciles de implementar en nuestro país, sobre todo porque la cultura del litigio y/o conflicto está sumamente arraigada en el pensamiento del abogado, de los jueces y de la población en general.

Agregando a lo anterior, el hecho de que para algunos juristas estos métodos alternos constituyen mecanismos ajurídicos que limitan su campo de trabajo, en virtud de que sustraen conflictos del área judicial para llevarlos a otra esfera más pacífica.

La evolución de la sociedad ha determinado nuevos mecanismos para la solución de conflictos entre los individuos, este proceso ha tenido un fuerte impulso en el Ecuador, a partir que en el Art. 191, inciso 3, de la Constitución Política de la República del Ecuador, se reconoce al arbitraje, la mediación y otros procedimientos alternativos para la resolución de conflictos, la expedición de la Ley de Arbitraje y Mediación y una participación cada vez más activa de organismos como la Cámara de Comercio de Quito.

En este proceso debemos establecer el sustento legal de la Mediación como mecanismo alternativo en la solución de conflictos; si bien la mediación garantiza su éxito o fracaso en la voluntad de las partes, es importante la vinculación que tiene con las otras normas legales del país, con el objetivo final de conocer que modificaciones importantes se requiere para impulsar su debida utilización. Así como es importante conocer como este mecanismo tiene su reglamentación en cada uno de los órganos establecidos, sea la Defensoría del Pueblo, la Cámara de Comercio de Quito, el Centro de Mediación Judicial de Quito, la Procuraduría General del Estado, y el Centro de Mediación del Colegio de Abogados de Pichincha.

Conflictos Sociales

El conflicto define al conjunto de dos o más hipotéticas situaciones que son excluyentes: esto quiere decir que no pueden darse en forma simultánea. Por lo tanto, cuando surge un conflicto, se produce un enfrentamiento, una pelea, una lucha o una discusión, donde una de las partes intervinientes intenta imponerse a la otra.

Si definimos el término desde un punto de vista simple, podemos decir que un conflicto es una situación en la que dos o más personas no están de acuerdo con el modo de actuar de un individuo o un grupo. Para que esta situación exista es necesario que exista un desacuerdo que no haya sabido resolverse. Por ejemplo: Si de una pareja una de las partes desea ir a un lugar de vacaciones y la otra a un lugar diferente hay desacuerdo, si acceden a charlar y resolver el problema de

común acuerdo, entonces el conflicto no se produce, lo contrario, si ninguno da el brazo a torcer, sí.

Para el alemán Ralf Dahrendorf, un conflicto es una situación universal que sólo puede solucionarse a partir de un cambio social. Karl Marx, por su parte, ubicaba al origen del conflicto en la dialéctica del materialismo y en la lucha de clases.

Las teorías existentes sobre el conflicto social permiten entender la necesidad de contar con un cierto orden dentro de la sociedad, cuyos miembros deben integrarse. Para esto deben desarrollarse políticas de consenso e instrumentarse acciones de coerción.

El conflicto puede analizarse a partir de diversas perspectivas a nivel social. En general se lo entiende a través de la moral o la justicia, con consecuencias negativas ya que puede destruir o hasta desintegrar una sociedad. Se puede aceptar, de todas maneras, que el conflicto tenga una función positiva gracias a su dinamismo (promueve el cambio social).

Fuera de la política o de la sociología, podemos entender al conflicto como algo mucho más cotidiano y sin grandes efectos. Una pareja discutiendo por el manejo doméstico del dinero, un alumno enfrentando a su maestra por una mala calificación o dos amigos peleándose por cuestiones futbolísticas estarán viviendo un conflicto.

Existen muchos tipos de conflictos, una forma de clasificarlos es la de: unilaterales y bilaterales. Un conflicto es unilateral cuando sólo una de las partes está en desacuerdo y bilateral cuando todas las partes esperan algo de la otra.

Pongamos el caso de un inquilino que no paga su alquiler. Si simplemente no lo hace porque no tiene el dinero, entonces el conflicto es unilateral pues el problema lo tiene el propietario, pero si no lo hace porque espera que el propietario cumpla con determinado acuerdo, como arreglar la calefacción o una gotera,

entonces el conflicto es bilateral porque ambos necesitan algo de la otra parte para sentirse satisfechos.

Para que un conflicto se produzca hace falta que existan causas subyacentes que pueden ser conscientes o inconscientes. En algún lugar o de algún modo tiene que surgir y esas causas pueden ser profundas o superficiales, de acuerdo a dicha importancia el conflicto será más o menos grave. Siempre los conflictos se originan por algo.

Si volvemos al conflicto de inquilino y propietario podemos decir, si las razones del impago son que el dueño debe arreglar algo, entonces las razones son conscientes, si es porque simplemente ha comenzado a olvidar de pagar, puede haber una causa inconsciente que puede haberse originado por razones que a simple vista no existan. Un ejemplo hipotético puede ser: el inquilino se encontró con el propietario en el supermercado y él no lo saludó, lo que le resultó incómodo y hasta molesto. Con el correr del tiempo dejó aquella anécdota en el pasado, hasta que el incidente presentó causas inconscientes de un conflicto, y lo llevó a dejar de pagar su alquiler.

Además, un conflicto puede ser de tipo personal o estructural. Los conflictos personales para desarrollarse necesitan que existan individuos con determinados sentimientos e ideas en juego; mientras que los estructurales son endémicos de circunstancias específicas en un grupo de personas, son conflictos genéricos. De todas formas no es tan simple diferenciarlos pues para que existan conflictos estructurales es necesario que existan individuos que se involucren y creen el problema.

Dentro de un conflicto estructural es necesario que los que intervienen consigan no inmiscuir sus propios sentimientos y/o ideas sino que busquen la resolución del problema a favor del grupo. Esto significa que los elementos en una disputa estructural se establecen previamente. Por ejemplo, si es un conflicto entre dos grupos culturalmente diferentes, debe comprenderse de antemano que no se

puede intentar cambiar la naturaleza de la otra parte, ni sus reacciones, de lo contrario se estaría frente a un conflicto que no tendría solución.

Ejemplos donde puede aparecer el término: “El conflicto estalló cuando el jugador se negó a ocupar la posición que le indicó su entrenador”, “El presidente anunció que el conflicto limítrofe ya ha sido solucionado”, “Tengo un conflicto con mi padre porque llegué tarde a casa sin avisar”.

Tipos de Conflicto

En conflicto hay dos lados opuestos. Con dos lados entonces hay tres posibilidades.

1. Ninguno tiene razón.
2. Uno tiene razón.
3. Ambos tienen razón.

El Conflicto

Hay dos tipos de conflictos

1. El conflicto absurdo,
2. El conflicto necesario.

Conflicto Innecesario

Es cuando los dos lados pueden evitarlo. Cualquiera de los dos puede decidir no luchar, y la lucha no materializa, y no hay consecuencias negativas por no luchar. O sea, no hay impulso básico que constriñe a ninguno pelear. No hay necesidad sustancial que inclina a los objetivos, de ningún lado.

Es conflicto de ignorancia, o necesidad. O sea, no hay nada que produce simpatía en nosotros. Son conflictos insensatos e innecesarios, aunque son

suficiente comunes para ver ejemplos casi todos los días. Muchos conflictos de niñez parecían muy importantes en el momento, pero ahora, siendo adultos, no se nos hacen meritorios.

Hemos visto conflictos en el tráfico que fueron precisamente irracionales. Los dos hicieron cosas que no les benefició nada, ni tenían la apariencia de beneficio.

Conflicto Necesario

El conflicto "necesario" también categorizamos como "evitable." Un conflicto necesario es aquel que un lado pudo haber evitado, pero como no quiso, el otro lado no tiene alternativa sino pelear.

Hay conflictos causados por injusticias insensatas, y por eso son evitables, pero aun si no materializa en lucha, por ser las víctimas indefensas, Siempre habrán quienes agreden, quienes roban, quienes hacen violencia por amor a la violencia solamente.

Injusticias abundan. La lucha entonces es necesaria, aunque por definición era evitable. No había necesidad por parte del agresor, no había motivo legítimo. La "víctima" es forzado a pelear, o resistir, o someterse (lo cual también es conflicto, aunque "interior," pues si no lo fuera, no sería "sumisión").

El conflicto necesario siempre causa simpatía por el "héroe." Es conflicto entre "buenos" y "malos," los de sombrero blanco y los de sombrero negro, lo cual es tema de mucha literatura.

Es tema de muchas películas "exitosas." Y francamente el conflicto necesario produce predicación buena y fructífera. Existen villanos que deben ser expuestos. Existen injusticias que deben ser denunciadas.

Conflicto Inevitable

El conflicto inevitable es el conflicto en que los dos lados tienen razón. No tienen que ser completamente en lo justo, pero ambos están en lo justo por lo menos sustancialmente.

Ambos lados tienen justificación. Ningún lado es completamente inocente. El bueno no es tan bueno, y el malo no es tan malo. La historia es un dilema. Es un juicio difícil o casi imposible. No hay solución, y no hay salida. Es la única literatura interesante.

Es el más importante, y en realidad, es el único conflicto interesante punto, es el conflicto inevitable. Los demás son verdaderamente conflictos "falsos." Aunque hay literatura que relata estos conflictos superficiales, como historias dignas de ser repetidas, de ser escritas y leídas, no sirven.

Por lo menos, no interesan. Son aburridas. Puede ser que hay literatura sobre conflictos irracionales, la categoría uno, pero cansan. Obviamente hay muchas historias a la venta de la segunda categoría, y muchas películas exitosas que toman un solo punto de vista, que desarrollan un "protagonista" y un "antagonista," con la meta de causarnos simpatía con el "bueno" y para evitarnos siquiera empatía con el "malo."

El malo se desarrolla como muy malo, y el bueno se desarrolla como muy comprensible, muy como nosotros, para que disfrutemos el cuento, para causarnos satisfacción en la conclusión. Así se involucra la audiencia en la historia. Para otro autores que recoge un estudio realizado por la Universidad del Valle, en un estudio realizado sobre el tema "RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS, ACTORES Y RESPONSABILIDADES, estilos de arbitraje, (Mayo 2009) Conflicto es Parte del proceso social en el cual dos o más personas o grupos se enfrentan unos con otros en razón de tener intereses, objetivos, valores o modalidades diferentes o exactamente iguales, donde cada uno quiere la posesión, el control o el poder total.

Conflicto Intra-personal

Observamos este tipo de conflicto cuando la persona se siente ante dos o más estímulos que provocan respuestas imposibles de realizar por su incompatibilidad en una misma situación (hago esto....o aquello). O cuando la persona siente que lo que piensa no concuerda con lo que siente o hace (Incoherencia).

Conflicto Interpersonal

Confrontación entre dos personas. Hace parte de la vida social. Puede ser un medio para resolver diferencias y mejorar la relación. O para deteriorar la relación. Entonces, el conflicto puede ser: Directo o indirecto. Abierto o encubierto. Evolutivo o involutivo.

Conflicto no es igual a Violencia

La violencia no es propia de la vida, el conflicto sí. La violencia es un recurso destructivo para manejar el conflicto intrapersonal o interpersonal. La violencia surge cuando el conflicto no se enfrenta por otros medios, como el autocontrol, la verbalización, el dialogo, la negociación.

El Conflicto Manifiesto

Es el problema que los actores involucrados reconocen a nivel consciente como la base de tensión en las relaciones dentro del grupo, en la familia, en la empresa, en el vecindario. Es el conflicto que se declara y se comenta.

El Conflicto Endémico

Es aquel con el que los actores aprendieron a convivir, en muchos casos de manera indefinida. Se perciben como “normales”, y entran a formar parte del sistema de relaciones cotidiano, como tales usualmente no son cuestionados por el

grupo afectado. Ejemplo: Niños de la calle, maltrato a la esposa, desempleo, trabajar horas extras sin remuneración.

El Conflicto Invisible

Aquel del cual no se llega a saber por cuanto los sujetos vulnerables carecen de la información o de la autonomía psicológica o jurídica, para acudir a las instancias familiares, comunitarias o legales. En esta categoría están: El maltrato y abuso infantil callado por amenaza, el empleo sobreexplotado. Remuneración inequitativa a la mujer en el trabajo, y su aceptación por parte de ella.

Conflicto Inexistente

Se refiere a la justificación que hace el (la) agredido(a) del castigo, maltrato o sanción, por cuanto su “mal comportamiento” lo hizo acreedor al castigo. Por tanto, el Hecho no existe como agresión, o entra a ser de las rutinas habituales del grupo social, tan incorporadas en la cotidianidad que se consideran normales. Ejemplo: las represalias del jefe al empleado que no se somete a su apricho.

Conflicto Enmascarado

Es aquel que esconde en su interior una cadena de conflictos, agresiones, lesiones, que no se han resuelto, y por ello, se opta por decisiones más definitivas. Se ve y se trata solo la superficie (la “punta del iceberg”), sin ver el fondo, Ejemplo: ¿Cuál es la problemática de fondo que hay debajo del abuso de drogas por parte de los jóvenes?. ¿La sobreexplotación de los recursos naturales por parte de las compañías?.

Conflicto Institucionalizado

Aquel que al agotarse la capacidad de resolución en familia, vecindario, organización o grupo social pasa a conocimiento y competencia de instituciones

formales o jurídicas. Ejemplo: conflictos laborales llevados ante la oficina de trabajo.

Como colofón de lo expuesto, deberíamos tomar distancia de todo aquello que ocasionan conflictos para establecer una sociedad en la que deberíamos aumentar la capacidad de resolución sana de conflictos al interior de la familia, organización o comunidad.

Características

En una base social. Implica como condición necesaria la presencia de dos partes; que pueden ser intrapersonal, grupos sociales o países. Se da en tanto exista una interacción mínima entre dos partes.

Las partes que intervienen: Poseen una estructura. Cuenta con objetivos contrarios que dan lugar a la oposición. Se manifiesta el conflicto en una determinada coyuntura. Recurren a las partes, a fin de dirimir sus diferencias o imponer su voluntad a una serie de medios legales o ilegales.

Conflicto Intrapersonal

Los conflictos intrapersonales, son los que tiene el individuo consigo mismo.

Este tipo de conflictos se crea cuando las necesidades de las personas chocan con las del grupo social al que pertenece o bien el medio en el que se desarrolla.

Estos conflictos son de los más problemáticos debido a que no puede haber enemigo más grande que nosotros mismos y el problema con estos conflictos es que generan una barrera mental en las personas haciéndoles sentir impotentes ante la situación que causa su conflicto y como consecuencia se rinden abandonando

sus metas y aspiraciones, pierden toda la confianza en sí mismos o en el peor de los casos recurren al suicidio al no encontrar una solución a su conflicto.

Los conflictos intrapersonales se reflejan con:

Frustración:

Dollard, Doob, Millar, Mower y Sears en Lahey (1999) sostienen que a la frustración se le define como el bloqueo de algún comportamiento dirigido a alcanzar una meta.

En otras palabras la frustración es causada por el incumplimiento de algún objetivo, que entre más importancia tenga dicho objetivo o meta para nosotros, el estado de frustración será más grande y más difícil de recuperarse del mismo, este estado es el causante de que las personas no puedan superarse a sí mismos ya que la frustración hace que se sientan inútiles y/o deficientes.

Conflicto de Intereses

Este conflicto es lo mismo que decir "estoy entre la espada y la pared" son conflictos generados cuando la persona quiere algo que tiene conflictos positivos y negativos o cuando tiene que tomar una decisión entre dos alternativas incompatibles entre sí.

En mi opinión este conflicto no es tan difícil de superar, ya que a fin y al cabo siempre vamos a tener que tomar una decisión.

Conflicto de Roles

Este conflicto se da cuando uno de nuestros papeles que desempeñamos en un área de nuestras vidas choca con otro.

Si este conflicto no es contrarrestado satisfactoriamente, arrastrara consigo los otros dos ósea el "Conflicto de interese" y la "frustración" debido a que si la persona se siente incapaz de desempeñar a ambos roles entonces esta se verá forzada a elegir entre estos, generando en conflicto de intereses y al elegir uno de ellos, lo más posible es que se sienta frustrada por el hecho de no poder completar ambos roles y sentirse una persona incompleta o poco integra.

Conflicto Social

Una definición generalmente aceptada de conflicto en el sentido sociológico es la ofrecida por Lewis A. Coser para quien es una lucha por los valores y por el estatus, el poder y los recursos escasos, en el curso de la cual los oponentes desean neutralizar, dañar o eliminar a sus rivales. Un conflicto social será cuando trasciende lo individual y proceda de la propia estructura de la sociedad. Para Ralf Dahrendorf, “el conflicto es un hecho social universal y necesario que se resuelve en el cambio social”.

Desde el punto de vista moderno, y a partir de la crítica desde la visión dialéctica al funcionalismo. En las interpretaciones de los diferentes autores, normalmente identificados con una escuela, la explicación se entiende de diferente manera si se refiere al sistema social en su conjunto totalizador o a la estructura social, que es el soporte teórico del sistema. Al mismo tiempo debemos situar el elenco de valores en un lugar designado y preciso, que es el sistema social. Desde el punto de vista funcional la cuestión se centra en considerar el conflicto como dinámica social hacia el consenso, una desigualdad estructural que se resuelve en una nueva integración social.

Sin embargo, no parece ser posible explicar con ese soporte teórico otros aspectos más extremos del conflicto, tales como la revolución y la guerra. Quizás la primera es predecesora de la segunda y se originen en una primera fase del conflicto, el cual se falle en encontrar posiciones de consenso.

En efecto, algunos autores han conceptualizado la guerra como una tentativa de superar conflictos internos a través de la “externalización” de los mismos. De acuerdo a Norberto Bobbio y otros, esta última percepción se ha transformado en la visión generalmente aceptada en el mundo occidental.

Hipótesis

Hi (alterna)

El surgimiento de conflictos sociales se produce por la información proporcionada por los medios.

Ho (nula)

El surgimiento de conflictos sociales no se produce por la información proporcionada por los medios.

Determinación de Variables

Variable independiente

- Manejo de la información

Variable dependiente

- Conflictos Sociales

CAPÍTULO III

METODOLOGIA

Enfoque de la Investigación

La presente investigación con base crítico propositivo con carácter cualitativo y cuantitativa; cualitativo porque estudia la intencionalidad de las informaciones en las estaciones radiales; y, es cuantitativa porque propone medir el nivel de aceptación de público receptor.

Es cualitativa porque es un método de investigación usado de manera preferencial en las ciencias sociales por su metodología con base a principios teóricos como la fenomenología, hermenéutica y dialéctica. La investigación cualitativa requiere de un profundo entendimiento del comportamiento humano y las razones que lo gobiernan.

La investigación cualitativa busca explicar las razones de los diferentes aspectos del comportamiento. En otras palabras, investiga el por qué y el cómo se toma una decisión, en contraste con la investigación cuantitativa la que responde preguntas tales como cual, dónde, cuándo.

Los investigadores cualitativos estudian la realidad en un contexto natural, tal como sucede, con la intención de obtener o interpretar los fenómenos de acuerdo a los significados que tienen para las personas implicadas. La investigación cualitativa implica la utilización y recolección de una gran variedad de materiales que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas.

La investigación es cuantitativa por ser un método de investigación basado en los principios metodológicos de positivismo y neopositivismo y que adhiere al desarrollo de estándares de diseño escritos antes de iniciar la investigación. El objetivo de este tipo de investigación es el estudiar las propiedades y fenómenos cuantitativos y sus relaciones para proporcionar la manera establecer, formular, fortalecer y revisar la teoría existente. La investigación cuantitativa desarrolla y emplea modelos matemáticos, teorías e hipótesis que competen a los fenómenos naturales. Es ampliamente usada en las ciencias naturales y sociales.

Modalidad de la Investigación

La modalidad empleada en la investigación es bibliografía-documental, porque se apoya en informaciones que provienen entre otras de libros, entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. Es el conjunto de informaciones que provienen de fuentes externas, a través de diferentes técnicas que nos permitan obtener datos fehacientes del objeto de estudio.

El estudio se lo realizó a través de una investigación de campo, mediante la concurrencia del investigador al lugar donde se producen los hechos, esto es, a los medios de comunicación y a los lugares de mayor afluencia de ciudadanía, lo cual permitió observar en forma directa la situación y de esta manera actuar en el contexto para transformar una realidad.

Tipo de investigación

El tipo de investigación empleada es Explicativa, porque ésta genera un sentido de entendimiento y son estructuradas. Al proponer el tema del manejo de la información en las estaciones radiales, se pretende establecer un entendimiento más amplio en la respuesta que se puede dar frente a la intencionalidad de la información.

Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos, fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; están dirigidos o

responder las causas de los eventos sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste.

Las investigaciones explicativas son más estructuradas que las demás clases de estudio y de hecho implican propósitos de ellas (exploración, descripción y correlación), además proporcionan un sentido de entendimiento del fenómeno a que hacen referencia. Los estudios de este tipo implican esfuerzos del investigador y una gran capacidad de análisis, síntesis e interpretación. Además debe señalar las razones por las cuales el estudio puede considerarse explicativo. Su realización supone el ánimo de contribuir al desarrollo del conocimiento científico.

En este sentido, la explicación es siempre una deducción de una teoría que contiene afirmaciones que explican hechos particulares. Se ocupa de la generación de teorías, determina las causas de un evento. En la investigación explicativa se pretende detectar las relaciones entre eventos. Se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación postfacto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis, sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos.

El investigador se preocupa más en buscar las causas o los por qué de la ocurrencia del fenómeno, de cuáles son las variables o características que presenta y de cómo se dan sus interrelaciones. Su objetivo es encontrar las relaciones de causa- efecto que se dan entre los hechos a objeto de conocerlos con mayor profundidad.

www.ciencia.atompedia.com/investigacion-explicativa.

Población y Muestra

Población

Los ciudadanos del cantón Ambato serán encuestados con preferencia a personas adultas en razón que son quienes consumen y dedican un espacio de su

tiempo a sintonizar las estaciones radiales en demanda de noticieros. Su grado de preparación no será óbice para la presente encuesta ya que el ámbito de inclinación por los espacios informativos es generalizado para personas de sexo masculino o femenino.

Esta encuesta también se direccionará a los directores de las diferentes estaciones de radio que originan su señal desde esta ciudad, con el propósito de establecer su grado de compromiso con estos espacios y el contenido que entregan. Su preparación es un factor determinante ya que nos permitirá conocer en manos de quienes está la elaboración de los productos comunicacionales y su experiencia en esta actividad. La actualización de conocimientos es otra faceta que incumbe a la presente investigación ya que nos permitirá conocer el grado de compromiso que tiene con el público receptor. Su posición frente a un acontecer noticioso es factor preponderante de la investigación ya que nos dibujara de cuerpo entero su grado de tolerancia frente a hechos noticiosos conflictivos que provocan distanciamientos. Establecer si su actitud se dirige a crear vínculos de amistad con el propósito que las relaciones sean cordiales.

Muestra

Se trabajó con una muestra estratificada aleatoria simple que consiste en extraer de una población finita N unidades, sub poblaciones de un tamaño fijado de antemano. Si todas las unidades son indistinguibles, el número de muestras de tamaño viene dado para este tipo de muestra por la siguiente determinación estadística:

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

Dónde:

PQ	0,25 Constante de probabilidad de ocurrencia
N	450.728 población cantón Ambato
E	0.02 error de muestra
K	2 coeficiente de error (0,5)

n **tamaño de la muestra**

$$n = \frac{(0.25) \cdot (450.728)}{(450.728 - 1) \frac{0.02^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{112.682}{(449.728) \frac{0.0004}{4} + 0.25}$$

$$n = \frac{112.682}{(0.0449) + 0.25}$$

$$n = \frac{112.682}{0.2949}$$

$$\mathbf{n= 382}$$

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Cuadro N° 1

VARIABLE INDEPENDIENTE: Manejo de la Información

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Manejo de la Información se conceptualiza.- La información es un conjunto de datos procesados, que constituyen un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto o sistema que recibe dicho mensaje.</p>	<p>Mensaje</p> <p>Sujeto</p> <p>Sistema</p>	<p>Emisor</p> <p>Receptor</p> <p>Persona</p> <p>Elementos organizados</p>	<p>¿El emisor determina en gran parte, las sensaciones de los comunicantes?</p> <p>¿La información recibida por el receptor cambia su conocimiento?</p> <p>¿Las personas generalmente manipulan la información o realidad a su interés?</p> <p>¿La información que emiten los medios de comunicación habitualmente es ofensiva?</p>	<p>Encuesta dirigida a la ciudadanía que sintoniza estaciones radiales del cantón Ambato.</p>

Fuente: Marco Teórico

Elaborado por: Investigador

Cuadro N° 2

VARIABLE DEPENDIENTE: Conflictos Sociales

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Conflictos sociales se conceptualiza.- Situación en la que dos personas no están de acuerdo con la forma de actuar de una de ellas, o con que una de ellas tome las decisiones. Los conflictos pueden ser unilaterales o bilaterales.</p>	<p>Problema</p> <p>Bilateral</p> <p>Unilateral</p>	<p>Dificultad</p> <p>Una sola parte</p> <p>Dos o más partes</p>	<p>¿Un conflicto social, surge cuando existe dificultad en la comprensión de la información vertida?</p> <p>¿Un conflicto social se da cuando una de las partes incurre en actos no consensuados?</p> <p>¿Los conflictos sociales tienen su origen cuando dos personas no están de acuerdo con la forma de actuar de una de ellas?</p>	<p>Encuesta dirigida a la ciudadanía que sintoniza estaciones radiales del cantón Ambato.</p>

Fuente: Marco Teórico

Elaborado por: Investigador

Técnicas e Instrumentos

Encuesta.- Técnica de investigación que permite la recolección de la información mediante un cuestionario elaborado, y a ser aplicado a la ciudadanía del cantón Ambato, respondiendo en forma escrita a las preguntas planteadas.

Plan para la recolección de información

Cuadro N° 3

PREGUNTAS BASICAS	EXPLICACION
¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación.
¿De qué personas u objetos?	Directores de medios de comunicación, ciudadanía del cantón Ambato.
¿Sobre qué aspectos?	Indicadores que se detallan: Variable Independiente: Emisor, receptor, personas, elementos organizados. Variable Dependiente: Dificultad, una sola parte, dos o más partes.
¿Quiénes?	Luís Gamboa O.
¿Cuándo?	Último trimestre año 2012.
¿Dónde?	Cantón Ambato
¿Cuántas veces?	382 encuestas
¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta
¿Con qué?	Cuestionario
¿En qué situación?	Medios de comunicación, ciudadanía.

Fuente: Investigador

Elaborado por: Investigador

Plan de procesamiento de información

Los procedimientos para el análisis de la información que se emplearon en la investigación son las medidas de tendencia central que consiste en números

calculados con fórmulas especiales que representan en forma sumaria una serie de valores de una variable cuantitativa.

Las medidas de tendencia central, nos permitirán describir los grupos de observación, con frecuencia que desea describir el grupo con un solo número. Para el propósito no se usó el valor más elevado ni el valor más pequeño como único representante, ya que solo identifican los extremos que valores típicos.

Entonces se buscó un valor central; las medidas que describen un valor típico en un grupo de observaciones suelen llamarse medidas de tendencia central. Es importante tener en cuenta que las medidas se aplican a grupos más bien que a individuos. Un promedio es una característica de grupo, no individual.

Las medidas de tendencia central (media, mediana, y moda) sirven como puntos de referencia para interpretar las calificaciones que se obtienen en una prueba.

En si el propósito de realizar el análisis de la información mediante medias de tendencia central es mostrar en qué lugar se ubica la persona promedio o típica del grupo, comparar el puntaje obtenido por una misma persona en dos diferentes ocasiones, comparar los resultados medios obtenidos por dos o más grupos, con la mediana (Md) ubicar el centro de una distribución de datos, con la media (M) se representó la línea superior de tendencias de los datos, por su parte en la moda (Mo) evidencio la repetividad más frecuente de datos en una distribución.

De estas tres medidas la tendencia central, la media es reconocida como mejor y más útil de las medidas de tendencia central. Sin embargo, cuando en una distribución se presentan casos cuyos puntajes son muy bajos o muy altos respecto al resto del grupo, es recomendable utilizar la mediana o moda. Porque dada las características de la media, esta es afectada por los valores extremos. Se puede optar por no tomar en cuenta tales valores extremos y excluidos de la observación, si se considera indispensable utilizar la media.

La media es considerada como la mejor medida de tendencia central, por las siguientes razones: los puntajes contribuyen de manera proporcional al hacer el cómputo de la media, es la media de tendencia central más conocida y utilizada, las medias de dos o más distribuciones pueden ser fácilmente promediadas mientras que las medianas y las modas de distribución no se promedian, y la media se utiliza en procesos y técnicas estadísticas más complejas mientras que la mediana y la moda en muy pocos casos.

En otras palabras: cuando estudiar los problemas nuevos que surgen no de la comunidad científica pero de la evolución reciente de la sociedad y en la industria, usted debe evitar imitar los métodos de estudios más temprano publicados. En lugar, trata el enfoque levemente más complicado que se explicó en líneas anteriores.

Análisis y Validación de la Hipótesis (). Esta prueba puede utilizarse incluso con datos medibles en una escala nominal. La hipótesis nula de la prueba Chi-cuadrado postula una distribución de probabilidad totalmente especificada como el modelo matemático de la población que generó la muestra.

Toma de datos de campo:

La investigación no tiene sentido sin las técnicas de recolección de datos. Estas técnicas conducen a la verificación del problema planteado. Cada tipo de investigación determinará las técnicas a utilizar y cada técnica establece sus herramientas, instrumentos o medios que serán empleados.

Todo lo que va a realizar el investigador tiene su apoyo en la técnica de la observación. Aunque utilice métodos diferentes, su marco metodológico de recolección de datos se centra en la técnica de la observación y el éxito o fracaso de la investigación dependerá de cual empleó.

Los instrumentos que construirán llevaran a la obtención de los datos de la realidad y una vez recogidos podrá pasarse a la siguiente fase: el procesamiento de

datos. Lo que pretende obtener responde a los indicadores de estudio, los cuales aparecen en forma de preguntas, es decir, de características a observar y así se elaboran una serie de instrumentos que serán los que en realidad, requiere la investigación u objeto de estudio.

La recolección de datos se refiere al uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de información, los cuales pueden ser la entrevista, la encuesta, el cuestionario, la observación, el diagrama de flujo y el diccionario de datos.

Ordenamiento y tabulación de datos: Es un ordenamiento de la información en filas y columnas; una buena tabla debe tener:

- Títulos y encabezamientos claros y definidos
- Incluir las unidades en que se expresa la medición
- Incluir la suficiente información que permita chequear la validez de los cálculos o argumentos
- Incluir fuente de datos cuando corresponda.

Contenido: Reglas para tabular y graficar; Resúmenes de datos cualitativos; Distribución de frecuencias; Graficas de barras y pastel cuantitativos; Distribución de frecuencias; Gráficas de puntos; histogramas; Diagrama acumulativo; Diagrama de Tallo y hojas; Dos variables; Tabulaciones cruzadas; Gráficos de dispersión.

Análisis e inferencia de la Información: Es una forma de investigación técnica, un conjunto de operaciones intelectuales, que buscan describir y representar los documentos de forma unificada sistemática para facilitar su recuperación. Comprende el procesamiento analítico-sintético que, a su vez,

incluye la descripción bibliográfica y general de la fuente, la clasificación, indización, anotación, extracción, traducción y la confección de reseñas.

El análisis de información, por su parte, en una forma de investigación, cuyo objetivo es la captación, evaluación, selección y síntesis de los mensajes subyacentes en el contenido de los documentos, a partir del análisis de sus significados, a la luz de un problema determinado. Así, contribuye a la toma de decisiones, al cambio en el curso de las acciones y de las estrategias. Es el instrumento por excelencia de la gestión de la información. Arias, Fideas (Tesis & Proyectos de Investigación mitos y errores en la elaboración de...) Caracas. Episteme. 1.998

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Obtenida la información, y; una vez aplicados los instrumentos de investigación: encuestas a las diferentes unidades de observación, se dio paso a su análisis en forma técnica y detallada, información que fue representada mediante tablas estadísticas, que permitieron obtener la interpretación descifrada y científica de los resultados obtenidos.

Se procedió a efectuar una descripción e interpretación de cada una de las categorías y luego del total de ellas, permitiendo realizar un cierre conclusivo el cual comprende las principales observaciones que contiene la investigación.

Análisis de Resultados de Encuestas

Examinados los datos obtenidos a través de las encuestas planteadas se hace necesario especificar y expresar los resultados de la siguiente manera:

Cuadro N° 4

INTERROGANTES PLANTEADAS A LAS UNIDADES DE OBSERVACIÓN	ALTERNATIVAS			
	SI	NO	Total	Total%
1. ¿Considera que el emisor determina las sensaciones de los comunicantes?	294	88	382	100%
2. ¿Piensa que la información recibida, puede cambiar el comportamiento del receptor?	326	56	382	100%
3. ¿Cree que las personas que emiten información manipulan la realidad de acuerdo a sus intereses?	300	82	382	100%
4. ¿Considera que la información que emiten los medios, generalmente es ofensiva para los receptores?	126	256	382	100%
5. ¿Piensa que un conflicto social es motivado por los medios?	238	144	382	100%
6. ¿Cree que los conflictos sociales se originan por los mensajes que emiten los medios?	222	160	382	100%
7. ¿Piensa que los conflictos sociales suceden por falta de una adecuada comunicación de los medios?	262	120	382	100%

Fuente: Investigador

Elaborado por: Investigador

1. ¿Considera que el emisor determina las sensaciones de los comunicantes?

Cuadro N° 5

Alternativa	Resultado	Porcentaje
SI	294	77%
NO	88	23%
TOTAL	382	100 %

Fuente: Directores de medios de comunicación, ciudadanía
Elaborado por: Investigador

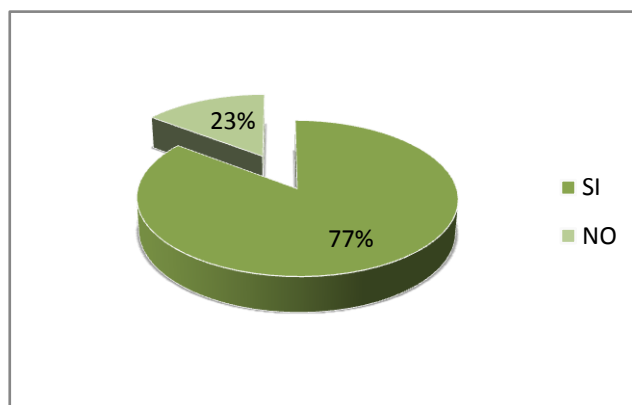


Gráfico N° 5

Fuente: Directores de medios de comunicación, ciudadanía
Elaborado por: Investigador

Análisis:

El 77% que corresponde a 294 personas encuestadas consideran que, el emisor si determina las sensaciones de los comunicantes. El 23% que corresponde a 88 personas consideran que, el emisor no determina las sensaciones de los comunicantes.

Interpretación:

El porcentaje más alto de personas encuestadas, considera que, el emisor de una u otra manera si determina las sensaciones de los comunicantes; en tanto que el porcentaje inferior, no consideran que el emisor determine las sensaciones los comunicantes.

2. ¿Piensa que la información recibida, puede cambiar el comportamiento del receptor?

Cuadro N° 6

Alternativa	Resultado	Porcentaje
SI	326	85%
NO	56	15%
TOTAL	382	100 %

Fuente: Directores de medios de comunicación, ciudadanía
Elaborado por: Investigador

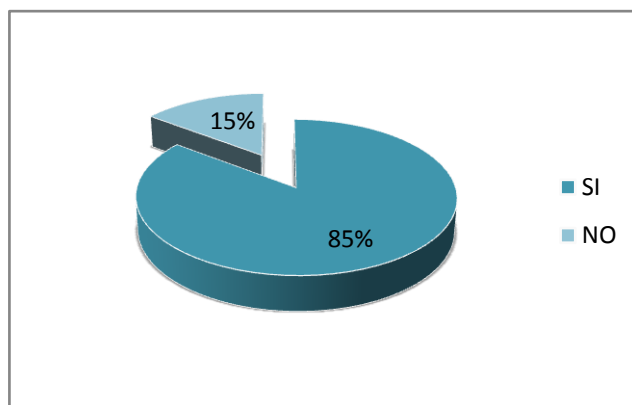


Gráfico N° 6

Fuente: Directores de medios de comunicación, ciudadanía
Elaborado por: Investigador

Análisis:

El 85% que corresponde a 326 personas encuestadas piensan que, la información recibida, puede cambiar el comportamiento del receptor. El 15% que corresponde a 56 personas piensan que, la información recibida, no puede cambiar el comportamiento del receptor.

Interpretación:

El porcentaje más alto de personas encuestadas, piensan que, la información emitida por los medios de comunicación y recibida por el receptor cambian su comportamiento; en tanto que el porcentaje inferior piensa que, la información recibida de los medios de comunicación no cambian el comportamiento del receptor.

3. ¿Cree que las personas que emiten información manipulan la realidad de acuerdo a sus intereses?

Cuadro N° 7

Alternativa	Resultado	Porcentaje
SI	300	79%
NO	82	21%
TOTAL	382	100 %

Fuente: Directores de medios de comunicación, ciudadanía
Elaborado por: Investigador

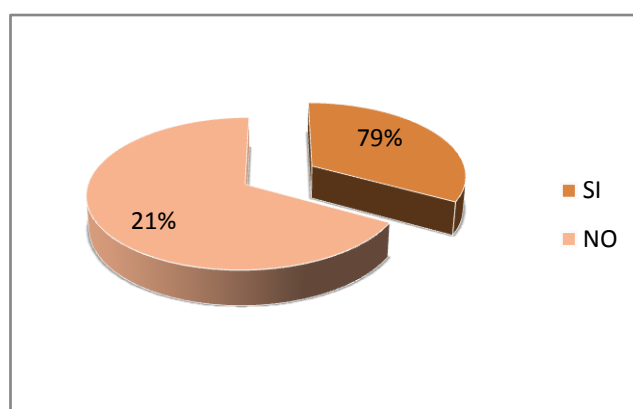


Gráfico N° 7

Fuente: Directores de medios de comunicación, ciudadanía
Elaborado por: Investigador

Análisis:

El 79% que corresponde a 300 personas encuestadas consideran que, las personas que emiten información manipulan la realidad de acuerdo a sus intereses. El 21% que corresponde a 82 personas consideran que, las personas que emiten información no manipulan la realidad de acuerdo sus intereses.

Interpretación:

El porcentaje más alto de personas encuestadas, consideran que, la persona quien emite la información si manipulan la realidad de acuerdo a sus intereses; en tanto que el porcentaje más bajo consideran que, las personas quien emiten la información no manipulan la realidad de acuerdo a sus intereses.

4. ¿Considera que la información que emiten los medios, generalmente es ofensiva para los receptores?

Cuadro N° 8

Alternativa	Resultado	Porcentaje
SI	126	33%
NO	256	67%
TOTAL	382	100 %

Fuente: Directores de Medios de comunicación, ciudadanía
Elaborado por: Investigador

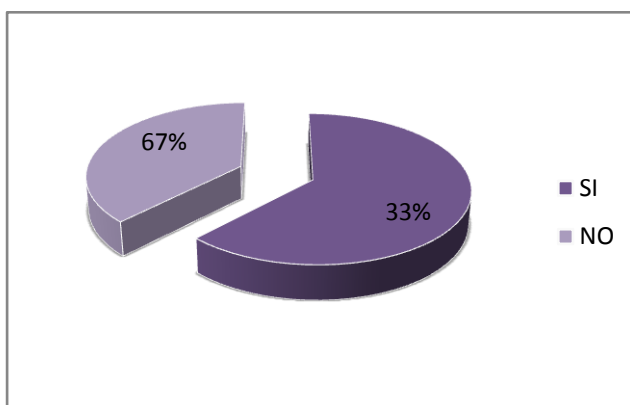


Gráfico N° 8

Fuente: Directores de medios de comunicación, ciudadanía
Elaborado por: Investigador

Análisis:

El 33% que corresponde a 126 personas encuestadas consideran que, la información que emiten los medios, generalmente es ofensiva para los receptores. El 67% que corresponde a 256 personas consideran que, la información que emiten los medios, generalmente es ofensiva para los receptores.

Interpretación:

El porcentaje más alto de personas encuestadas, consideran que, la información emitida por los medios generalmente no es ofensiva para quienes reciben la información; en tanto que el porcentaje inferior considera que, la información emitida por los medios resulta generalmente ofensiva para los receptores.

5. ¿Piensa que un conflicto social es motivado por los medios?

Cuadro N° 9

Alternativa	Resultado	Porcentaje
SI	238	62%
NO	144	38%
TOTAL	382	100 %

Fuente: Directores de Medios de comunicación, ciudadanía

Elaborado por: Investigador

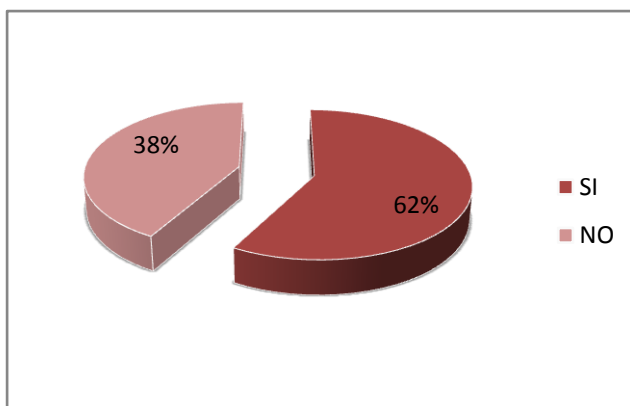


Gráfico N° 9

Fuente: Directores de medios de comunicación, ciudadanía

Elaborado por: Investigador

Análisis:

El 62% que corresponde a 238 personas encuestadas piensan que, un conflicto social es motivado por los medios. El 38% que corresponde a 144 personas piensan que, un conflicto social no es motivado por los medios.

Interpretación:

El porcentaje más alto de personas encuestadas, piensan que, un conflicto social cualquiera sea éste es motivado generalmente por los medios; en tanto que el porcentaje más bajo piensa que, un conflicto social no surge por la motivación que los medios de comunicación le dan.

6. ¿Cree que los conflictos sociales se originan por los mensajes que emiten los medios?

Cuadro N° 10

Alternativa	Resultado	Porcentaje
SI	222	58%
NO	160	42%
TOTAL	382	100 %

Fuente: Directores de medios de comunicación, ciudadanía
Elaborado por: Investigador

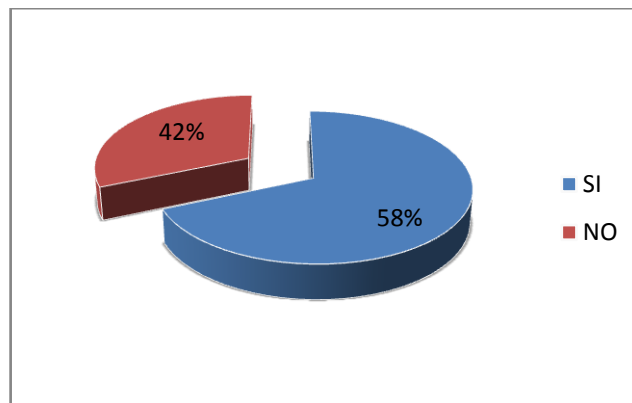


Gráfico N° 10

Fuente: Directores de medios de comunicación, ciudadanía
Elaborado por: Investigador

Análisis:

El 58% que corresponde a 222 personas encuestadas creen que, los conflictos sociales se originan por los mensajes que emiten los medios. El 42% que corresponde a 160 personas creen que, los conflictos sociales no se originan por los mensajes que emiten los medios.

Interpretación:

El porcentaje más alto de personas creen que, los conflictos sociales tienen su origen en los mensajes emitidos por los medios; en tanto que el porcentaje más bajo cree que, los mensajes emitidos por los medios no originan los conflictos sociales.

7. ¿Piensa que los conflictos sociales suceden por falta de una adecuada comunicación de los medios?

Cuadro N° 11

Alternativa	Resultado	Porcentaje
SI	262	69%
NO	120	31%
TOTAL	382	100 %

Fuente: Directores de medios de comunicación, ciudadanía
Elaborado por: Investigador

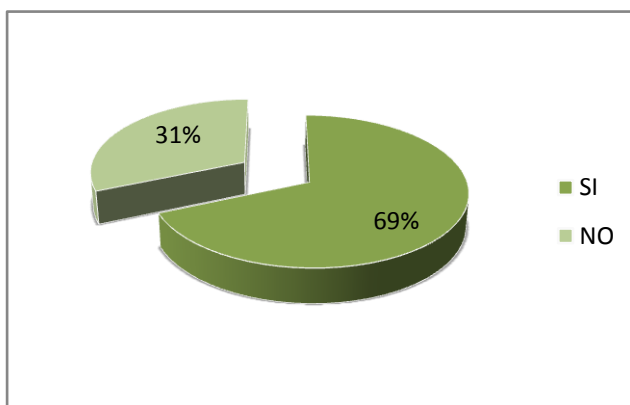


Gráfico N° 11

Fuente: Directores de medios de comunicación, ciudadanía
Elaborado por: Investigador

Análisis:

El 69% que corresponde a 262 personas encuestadas piensan que, los conflictos sociales suceden por falta de una adecuada comunicación de los medios. El 31% que corresponde a 120 personas piensan que, los conflictos sociales no suceden por falta de una adecuada comunicación de los medios.

Interpretación:

El porcentaje más alto de personas piensan que, los conflictos sociales se producen por la falta de una adecuada comunicación de los medios; en tanto que el porcentaje más bajo da su opinión en sentido contrario a la primera afirmación.

Verificación de la hipótesis

Cuadro N° 12

Encuestas a directores de medios de comunicación, ciudadanía				
Preguntas	2	3	5	7
SI	326	300	238	262
NO	56	82	144	120

Fuente: Directores de medios de comunicación, ciudadanía
Elaborado por: Investigador

1. Planteamiento de Hipótesis:

HI: El surgimiento de conflictos sociales se produce por la información proporcionada por los medios.

HO: El surgimiento de conflictos sociales no se produce por la información proporcionada por los medios.

2. Nivel de significación

@ = 0.01

gl: $(c - 1) (h - 1) = (2 - 1) (4 - 1) = 3$

Al nivel de significación de 0.01 y a tres (3) grados de libertad (gl) en valor de Chi cuadrado tabular es: 11.34 ($X^2_t = 11.34$)

3. Estimador gráfico

$$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

X^2 = Valor a calcularse de chi cuadrado.

\sum = Sumatoria.

O = Frecuencia observada.

E = Frecuencia teórica.

4. Cálculo de Chi cuadrado

Cuadro N° 13

Encuestas a directores de medios de comunicación, ciudadanía									
Preguntas	2		3		5		7		Total
	O	E	O	E	O	E	O	E	
SI	326	281.5	300	281.5	238	281.5	262	281.5	1126
NO	56	100.5	82	100.5	144	100.5	120	100.5	402
TOTAL	382		382		382		382		1528

Fuente: Directores de medios de comunicación, ciudadanía
Elaborado por: Investigador

Cuadro N° 14

O	E	$(O - E)^2 / E$
326	281.5	7.03
56	100.5	19.70
300	281.5	1.21
82	100.5	3.40
238	281.5	6.72
144	100.5	18.82
262	281.5	1.35
120	100.5	3.78
TOTAL		62.01

Fuente: Directores de medios de comunicación, ciudadanía
Elaborado por: Investigador

5. Decisión final

$X^2_t = 11.34 < X^2_c = 62.01$, de acuerdo con lo establecido se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir: “El surgimiento de conflictos sociales se produce por la información proporcionada por los medios.”

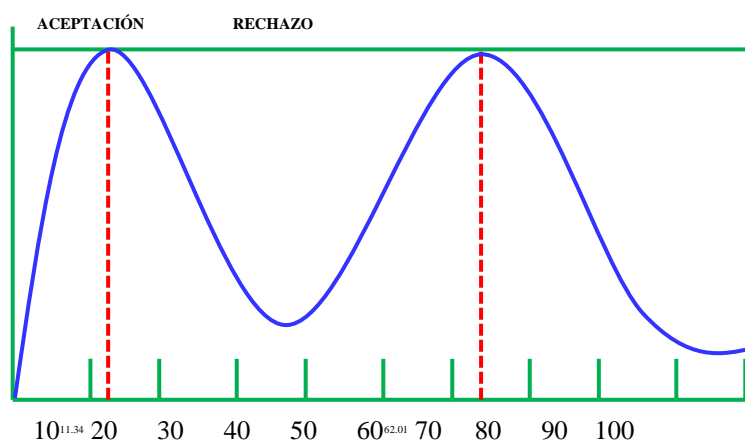


Gráfico N° 12

Fuente: Directores de medios de comunicación, ciudadanía

Elaborado por: Investigador

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- El emisor influye de una u otra manera para determinar las sensaciones de los comunicantes; trayendo como consecuencia que la información emitida por los medios de comunicación y recibida por el receptor cambie su comportamiento.
- La información emitida por los medios de comunicación resulta generalmente no ser ofensiva para quienes la reciben; sin embargo, la o las personas quienes emiten la información manipula la realidad de acuerdo a sus intereses.
- Un conflicto social es motivado ordinariamente por los mensajes emitidos por los medios; esto es, se producen por la falta de una adecuada información de los medios de comunicación, cualesquiera sean.

Recomendaciones

- Es necesario concientizar a quienes hace uso del derecho a la información, sobre las responsabilidades que conlleva el manejo, administración y gestión de la información emitida, permitiendo de este modo el cumplimiento de su misión, él informa con objetividad.
- Es indispensable mejorar la comunicación de los medios, haciendo manejo adecuado de la tecnología, dando preponderancia al dialogo considerado como un mecanismo de consulta, el cual a su vez se constituya en una actitud de dirección de voluntades, de escuchar y entender todas las posiciones, sin cuestionar los intereses detrás de las partes.
- En necesario el planteamiento de estrategias y mecanismos que permitan desarrollar en los medios una actitud ética básica, responsable, analítica y bien capacitada, que influya de manera positiva en la sociedad, contribuyendo a la disminución y prevención de los conflictos sociales, permitiendo la construcción de la paz.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Datos Informativos

Nombre de la propuesta

“IMPLEMENTACION DEL DEPARTAMENTO DE CONTENIDOS PARA LA DIFUSIÓN DE PRODUCTOS INFORMATIVOS EN LA RADIO ONLINE ORO MEDIOS”

Entidad ejecutora.

Nombre de la organización:	Oro Medios
Tipo de Organización:	Privada.
Departamento:	Contenidos Radiofónicos.
Unidad Ejecutora:	Radio en línea
Dirección:	Huachi Chico

Cobertura

Alcance:	Mundial
----------	---------

Beneficiarios

Colectivos Sociales

Tiempo estimado para la ejecución

Está en marcha la propuesta

Equipo técnico responsable

Investigador

Costo

El monto total estimado del proyecto asciende a 8.000 dólares americanos.

Antecedentes de la Propuesta

Analizar el empleo y uso de la palabra en sociedades como la nuestra, que presentan una posición cada vez más sensible y proclive al manejo de un lenguaje: hiriente, procaz e incluso indecoroso, genera reacciones en el receptor de enfado lo que propicia consecuencias donde se deslegitima a la persona a través de mensajes verbales de igual o mayor magnitud de lo emitido, incluso se llega a posiciones irreconciliables entre autoridades, agentes de propuesta, editorialistas, directores departamentales, técnicos y ciudadanos. Por la inadecuada forma de emplear las estrategias comunicacionales como herramienta de información.

Kaplun en el libro editado por CIESPAL, EL COMUNICADOR POPULAR, (Quito 1985, pág. 115 y 118). Sostiene: “Comunicar es una aptitud, una capacidad. Pero es sobre todo una actitud. Supone ponernos en disposición de comunicar, cultivar en nosotros la voluntad de entrar en comunicación con nuestros interlocutores”. Colegimos entonces que no debemos perder de vista el modo con el que debemos dirigir las preguntas para una adecuada y diáfana forma de difundir las noticias con un sustento axiológico. Aspecto que por diferentes razones como la sumisión, servilismo o por el poder; originan una entropía en la comunicación, transformándose la comunicación en confrontación personal mas no de ideas, criterios o ponencias.

El análisis general se enmarca en la necesidad de implementar el departamento de diseño de la información radial para la difusión de productos con una estructura orgánica como funcional que permita generar una plataforma válida

que relacione la función de los medios de comunicación y la intención de crear una cultura de paz.

Es evidente el escaso conocimiento que el objeto de estudio tiene con respecto a una convivencia más pacífica, ya que los medios de comunicación se inclinan a generar polémica, como artificio para ubicarse en los primeros lugares de audiencia y mas no como, un patrón de exposición de ideas enriquecedoras donde predominen conceptos que precautelen intereses colectivos, visualizando a sectores desprotegidos que ameritan ser representados con intenciones de buscar soluciones a sus acuciantes problemas. Lo que detectamos son posiciones que exacerbaban los ánimos, esfumándose así las posibles formas de llegar a consensos.

El departamento de contenidos de la información para la difusión de productos, en ORO MEDIOS se creó para cristalizar la apertura de una nueva forma de convivir en colectivos. Entendiendo de manera certera los procesos de información basados en su diseño y difusión de mensajes donde se visualice y ejerza una cultura de armonía.

Mejorar las relaciones interpersonales es el objetivo principal de esta propuesta para lo que debemos entender el comportamiento del hombre desde el punto de vista holístico en el contexto cultural y social del que el hombre forma parte.

La sociedad y la cultura generan y reproducen patrones tradicionales de roles y relaciones las que los comunicadores sociales debemos entender a plenitud para que la convivencia comunicativa sea grata, y desde los medios de comunicación promover hábitos de relaciones permisibles y tolerantes donde la comunicación asertiva sea el mecanismo idóneo para llegar a propuestas consensuadas, esto no significa que no exista yuxtaposición de ideas, todo lo contrario, en un círculo de ideas disimiles podemos consensuar en posiciones amigables.

Esta propuesta servirá de guía para que el resto de medios implementen mecanismo donde imperen productos comunicacionales con patrones diferentes a la confrontación. La premisa base de esta propuesta, es mejorar las relaciones en todos los niveles y estratos de la población. La emisión de programas y encuentros coloquiales que despierten la conciencia de armonizar las divergencias, entendiéndose estas como oportunidades y no como problemas, nos permitirá crecer como redes sociales donde haya cabida para todas las corrientes y pensamientos en un marco de comprensión y tolerancia.

La radio virtual con la que cuenta ORO MEDIOS tiene como propósito la emisión de inquietudes mediante conversatorios, entrevistas, reportajes, análisis, comentarios dirigidos a fortificar una conciencia con sustento axiológico que nos permita robustecer todo tipo de acciones como actividades que se desarrollan en los conglomerados humanos. La producción de spots, coadyuvará con este propósito ya que es un mecanismo creativo que toma a elementos de la realidad para persuadir a una conducta más amigable, donde el respeto a las ideas prime sobre todas las cosas y se convierta en hábito sustentable.

Entre los mitos que todavía proliferan en nuestra cultura se encuentra el pensar que los medios de comunicación son como “espejos de la sociedad” que reflejan lo que “pasa en el mundo”, al tiempo que los periodistas son como “notarios” que se limitan a “constatar y contar lo que ocurre”. Aunque es una idea desacreditada desde hace decenios, no faltan incluso profesionales que parecen querer ampararse en esa definición, sobre todo cuando reciben críticas por su trabajo. Parece mucho más cercano a la verdad decir que los medios construyen la realidad social. Y que lo hacen es dar relevancia a unos eventos y quitarla a otros, con el simple ofrecer cada día su visión de lo que consideran “la actualidad”. Más precisa que la metáfora del espejo sería la metáfora de la ventana. Los medios de comunicación son una ventana abierta al mundo: “la ventana se asoma a un determinado lugar, y no a otro, tiene una forma concreta y sus cristales pueden ser transparentes o coloreados”(Tushman 1978).

La actividad periodística, por definición, es una actividad interpretativa. La noticia no es algo tangible que está ahí esperando: existe porque los periodistas aplican determinados procedimientos para observar, interpretar y representar cosas que pasan en la sociedad. No hay nada en la realidad que “obligue” a los profesionales de la información a colocarlo en la primera página de un periódico. (Karl 1987 p 228). Si ofrecen una determinada noticia es porque consideran que tal hecho, en las concretas circunstancias de tal ciudad o país, puede interesar a un público amplio (los medios de comunicación se dirigen siempre a una audiencia potencialmente numerosa). Es una decisión que se toma después de un proceso de valoración que pasa por varios filtros y en el que intervienen a veces numerosas personas. Para ejercer con acierto esa actividad interpretativa se requiere un discernimiento que no está al alcance de todos y que, en última instancia, es lo que caracteriza al profesional de la comunicación. Cuando un estudiante universitario sopesa sus cualidades para decidir su futura orientación profesional, nos es extraño que piense que entre las virtudes que debe tener un periodista ocupa un primer lugar la “buena pluma”, el saber escribir o hablar bien. Se olvida habitualmente de que un requisito previo y tal vez más importante es, precisamente, *saber entender la realidad para saber comunicarla con eficacia*. De hecho, quienes dirigen los medios informativos dedican (o deberían dedicar) la mayor parte de su tiempo a orientar el trabajo interpretativo de su equipo: los temas que hay que descubrir, seguir, profundizar o abandonar; la relevancia que se concede a cada uno dentro del conjunto; el enfoque con que hay que abordarlos, etc. A veces, pueden pasar incluso meses sin que ellos mismos escriban una sola línea.

Ese factor interpretativo explica que los distintos medios pongan mayor énfasis en unos eventos que en otros, o que un mismo hecho se pueda presentar, sin faltar a la veracidad, de modos diversos. Los periodistas y los medios interpretan la realidad desde una perspectiva determinada, siguen unos “principios editoriales” concretos. Todos los medios de comunicación tienen una “visión del mundo” más o menos explícita. A veces, puede ser más acentuada y a veces más diluida, como en los de carácter más “comercial” pero siempre está presente. Por esta razón, los ciudadanos eligen los medios de información que mejor se adaptan

a sus preferencias. “El destinatario espera que cada medio se distinga de los demás por el modo peculiar de tratar la información” (Martínez 1998 p 98).

Es muy importante no confundir “*interpretación con arbitrariedad* o con *prejuicio ideológico*” Aquí se toca un punto neurálgico de la profesión. Para no caer en digresiones, nos limitamos a hacer notar que las decisiones que toma el periodista en su interpretación de la realidad son similares a las que, en sus respectivos campos, toman un juez o un médico. Desde luego que se pueden equivocar, pero el ciudadano o el enfermo esperan que esas decisiones sean consecuencia de un saber documentado y ecuánime, no fruto de la corrupción, del partidismo, del afán de poder o de intereses económicos ocultos. (Ferrarotti 2000)

“La autoridad moral del periodista y del medio (su *ethos*) se fragua en ese saber interpretar la realidad desde dentro y en conseguir mantener la confianza del público, mostrando que sus valoraciones son fruto de un ejercicio profesional honesto: que cuando decide dar o no dar una información, ofrecerla con un relieve mayor o menor, desde un punto de vista o desde otro, o usando determinadas expresiones, lo que le mueve son criterios profesionales” (Gomis 1991 p 7).

Justificación

Desde los orígenes del hombre, surge la necesidad de comunicarse, razón por la que se inventan diferentes formas de establecer contacto con sus semejantes, así nace la comunicación, entendida como Acción y efecto de comunicar o comunicarse.

Es un medio del cual dos o más personas pueden intercambiar frases a través de un proceso en el cual se ven relacionados el emisor que es la persona que envía el mensaje, el receptor que es la persona que lo recibe y que a su vez se vuelve emisor, el cual lo mandan a través de un canal por medio de códigos. El funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación. Esta consiste en el intercambio de mensajes entre los individuos. Pero cuando existe maledicencia o afán de perjudicar a otra persona o de protagonismo esta

relación se ve afectada por el mal uso de la comunicación, frente a esta realidad surge como mecanismo alterno una comunicación conciliadora que en el ejercicio profesional pasa por desapercibido ya que la inclinación mayoritaria de los comunicadores es captar la atención de los receptores a través de la confrontación que llega a lo personal, como estímulo para captar mayor audiencia.

En los medios de comunicación no existen unidades comunicativas de masas desde donde se promueva e incentive a vivir en armonía y en especial se genere encuentros de diálogo mediante el buen uso de la palabra a partir de la homofilia, dirigidas a satisfacer las necesidades de las partes en disputa, regulando el proceso comunicativo a través de la información ecoica y motivados por medio de unos sencillos pasos en los que sí es posible llegar a una solución en la que todos ganen o, al menos, queden satisfechos.

La mediación aplicada a los medios de comunicación puede ser tratada como un eje transversal donde exista la generación de productos comunicacionales coherentes enfocados a la consolidación de una cultura amigable, donde se disfrute de la interacción social con respeto, donde se vigore la libertad de pensar y decir con respeto a su congéneres.

Los resultados positivos que a mediano plazo se observaran, motivará a que este ejercicio se replique en los diferentes medios de comunicación, por los cambios de comportamiento convincentes observados en las autoridades y sociedad civil en general, quienes expondrán sus ideas, planteamientos, necesidades y podrá ejercer sus derechos de manera certera sin llegar a los agravios y disputas.

Los mensajes dirigidos con una fuerza vigorizante con principios “del yo” como generador de mediación, psicoanálisis de psicología, El “yo”, el yo participa en el entre el ello, el súper proceso de adaptación yo y la realidad externa.

Evidenciamos que el Yo, “ego” se desplaza por un supra sistema donde se dimensiona la ponderación catalogada como empatía como la antítesis del sincretismo cultural.

Para este modelo de propuesta nos centraremos en el modelo Circular – Narrativo donde el mediador se propone reforzar y facilitar el aprendizaje de las funciones del yo a través de liberar, estimular, orientar la motivación de la persona para cambiar. El mediador, busca junto con la persona reducir sus temores y su ansiedad, para ello apoya y estimula su esperanza, disminuyendo la tendencia a recurrir a mecanismos de defensa inoperantes, aumentando con ello la zona del yo liberada de conflicto, permitiéndole implicarse en la tarea de resolución de las dificultades presentes. Liberar las capacidades afectivas, cognitivas y activas que permiten a la persona resolver la dificultad. Encontrar los recursos necesarios para la solución del problema planteado y hacer accesible los obstáculos.

En la Pragmática de la Comunicación Humana, en la Teoría General de Sistemas y en conceptos Cibernéticos. La persona se encuentra inserta en un “sistema”, donde los miembros de ese sistema interdependientes. Son las contribuciones científicas de autores como Bertalanffy, Haley, Russell, Shannon, Von Neumann, Watzlawick, Wiener... las que ayudan en la comprensión de los procesos de comunicación en la familia, El ciclo de vida familiar: roles y reglas, Los procesos de cambio...En tercer lugar, en la causalidad circularidad de las pautas de interacción familiar. En el modelo clásico de la ciencia pura, se considera que la causalidad es lineal. En cualquier situación dada, se nos enseña a entender la “causa” de un “efecto” alterando las variables una por una hasta que se aísla el factor que produce el hecho particular. Sin embargo, si se trabaja a partir de la premisa de que los aspectos significativos de un sistema sólo pueden comprenderse examinando el sistema como una “totalidad”, se hace necesario considerar la etiología desde un punto de vista diferente, tal y como se plantea en la Teoría General de Sistemas.

G. Bateson (citado en Berger, 1993), demostró que todo conocimiento de los acontecimientos externos proviene de las relaciones que existen entre ellos, se

reconoce en el hecho de que, para adquirir una percepción más exacta, un ser humano recurrirá siempre a los cambios en la relación entre él y el objeto externo.

Objetivos

Objetivo General

- Fomentar una cultura que orienten a mejorar la calidad de las relaciones para disminuir los potenciales eventos adversos que puedan afectar una convivencia y, por lo tanto, la calidad de vida en los ciudadanos

Objetivo Específico

- Ejecutar productos informativos que incluyan contenidos de análisis amigable y mas no de aquellas prácticas que incluyen críticas destructivas.
- Desarrollar herramientas metodológicas de contenidos adecuados para fomentar una prácticas del buen vivir.
- Integrar una red de periodistas convencidos de la práctica de una cultura de paz suma causay.

Análisis de Factibilidad

Social

Es normal o por el excesivo ejercicio reiterativo de producir programas con elevados índices generadores de confrontaciones entre los actores, se ha convertido en habito en los periodistas y en paradigmas a seguir, sin observar las molestias que causan este tipo de ejercicios en los representantes que acuden a los medios de comunicación en función de su función o quizá porque desean plantear alternativas

que contribuyan a fortalecer las actividades económicas, políticas o sociales de un determinado sector.

Los periodistas o quienes ejercen este oficio por afición o por convicción, continúan ejerciendo actitudes que por tiempos se convirtió en formatos o moldes que por circunstancias o iniciativas se convirtieron en plataformas de sustento para alcanzar sus objetivos. “llegar a ser los primeros”. Ideal de todo comunicador, sin considerar que las dimensiones axiológicas o núcleo de valores básicos son susceptibles de cambios y de futuros enriquecimientos merced a la evolución de los pueblos.

Y es en este sentido, donde los periodistas debemos cambiar los hábitos de ejercer la profesión con el propósito de entregar productos donde exista respeto tanto al oyente como a quien es entrevistado, donde predomine la moralización del hombre, en este marco el periodista tiene la prerrogativa de ejercer sus facultades y desarrollar personalidad coadyuvando, al mismo tiempo, al beneficio social.

Las interacciones fruto de las relaciones humanas deben presentarse con respeto para crear y mantener entre los individuos relaciones cordiales, vínculos amistosos, basados en ciertas reglas aceptadas por todos y, fundamentalmente, en el reconocimiento y respeto de la personalidad humana.

Mediante el ejercicio efectivo de una cultura de paz lograremos que a pesar de las divergencias lógicas entre las personas, haya un esfuerzo por lograr una atmósfera de comprensión y sincero interés en el bien común.

A través de la cultura de paz enfatizaremos en las formas como tratamos a los demás y cómo los demás nos tratan a nosotros. Aquí podemos aplicar la regla de oro de Mateo 7:12 Así que todas las cosas que queráis que los hombres hagan con vosotros, así también haced vosotros con ellos, pues esto es la Ley y los Profetas.

Confucio dijo por ejemplo: “Lo que no quieres que te hagan los demás, no se lo hagas a otros”. Todas estas reflexiones invocan a crear un ambiente amigable donde las posibilidades de participar sean abiertas sin restricciones o manipulaciones que desvirtúan la verdadera intención de crear posibilidades reales de una convivencia satisfactoria, donde se respeten las ideas, criterios, opiniones o pronunciamientos dichos con la seguridad que serán respetados en su contexto y no como sustento para crear polémicas o con la clara intencionalidad de crear ambientes innecesarios de comparaciones que deslegitiman a las personas.

Los periodistas no debemos generar reacciones sino pro acciones donde se legitimen sentimientos y no intereses. Para lograr (pro acciones) los profesionales del micrófono deben ser muy agudos en perfeccionar las preguntas satélites y no directas con el propósito de legitimar a los actores de la entrevista. Toda persona necesita sentir aprobación, aceptación, reconocimiento, atención y tener la sensación de sentirse valorada y útil.

Legal

La Comisión de Legislación y Codificación del H. Congreso Nacional de conformidad con lo dispuesto en el Art. 160 de la Constitución Política de la República, codifica la Ley de Arbitraje y Mediación, considerando las disposiciones de la Constitución Política de la República; Ley de Arbitraje y Mediación publicada en el Registro Oficial No. 145 del 4 de septiembre de 1997; Ley Reformatoria a la Ley de Arbitraje y Mediación, publicada en el Registro Oficial No. 532 del 25 de febrero del 2005; Código Civil, codificación publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 46 del 24 de junio del 2005; Código de Procedimiento Civil, codificación publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 58 del 12 de julio del 2005; y, Ley Orgánica del Ministerio Público, codificación publicada en el Registro Oficial No. 250 del 13 de abril del 2006.

Con este antecedente, se codifican las disposiciones de ésta Ley, y nos referimos de manera particular a la Ley Reformatoria a la Ley de Arbitraje y

Mediación, publicada en el Registro Oficial No. 532 del 25 de febrero del 2005, que manda agregar un segundo inciso al Art. 7 relacionado a otras formas de someterse al arbitraje; sustituye íntegramente el Art. 8 referente a la renuncia del convenio arbitral; al Art. 31 se efectúan las siguientes reformas expresas: Al final del literal d), se agrega la expresión “o”; a continuación del literal d), se agrega como literal e) el texto: "Cuando se hayan violado los procedimientos previstos en esta Ley o por las partes para designar árbitros o constituir el Tribunal Arbitral"; al final de los literales a), b) y c), se suprime la expresión “o”; se sustituyen los incisos segundo y séptimo por un solo inciso relacionado a la interposición del recurso de nulidad respecto del laudo arbitral y su procedimiento; en el inciso cuarto se dispone sustituir expresamente la frase "el recurso de nulidad" por "la acción de nulidad", y, la frase "a los árbitros" por "al árbitro o tribunal arbitral"; y, al inicio del quinto inciso se sustituye el texto "Los árbitros" por "El árbitro o tribunal arbitral". En el Art. 41 relacionado al arbitraje internacional, se reemplaza el literal c) por el siguiente: "Cuando el objeto del litigio se refiera a una operación de comercio internacional que sea susceptible de transacción y que no afecte o lesione los intereses nacionales o de la colectividad".

TÍTULO I DEL ARBITRAJE:

Art. 2.- El arbitraje es administrado cuando se desarrolla con sujeción a esta Ley y a las normas y procedimientos expedidos por un centro de arbitraje, y es independiente cuando se realiza conforme a lo que las partes pacten, con arreglo a esta Ley.

Art. 3.- Las partes indicarán si los árbitros deben decidir en equidad o en derecho, a falta de convenio, el fallo será en equidad.

Si el laudo debe expedirse fundado en la equidad, los árbitros actuarán conforme a su leal saber y entender y atendiendo a los principios de la sana crítica. En este caso, los árbitros no tienen que ser necesariamente abogados.

TÍTULO II DE LA MEDIACIÓN:

Art. 43.- La mediación es un procedimiento de solución de conflictos por el cual las partes, asistidas por un tercero neutral llamado mediador, procuran un acuerdo voluntario, que verse sobre materia transigible, de carácter extrajudicial y definitivo, que ponga fin al conflicto.

Art. 55.- La conciliación extrajudicial es un mecanismo alternativo para la solución de conflictos. Para efectos de la aplicación de esta Ley se entenderán a la mediación y la conciliación extrajudicial como sinónimos.

TÍTULO II DE LA MEDIACIÓN COMUNITARIA:

Art. 58.- Se reconoce la mediación comunitaria como un mecanismo alternativo para la solución de conflictos.

Art. 59.- Las comunidades indígenas y negras o afroecuatorianas, las organizaciones barriales y en general las organizaciones comunitarias podrán establecer centros de mediación para sus miembros, aun con carácter gratuito, de conformidad con las normas de la presente Ley.

Fundamentación Científica Técnica

Los Centros de Arbitraje y Mediación contribuyen a la solución adecuada de los conflictos que se presentan en la sociedad, mediante la utilización de los Mecanismos Alternativos de Solución de Conflictos (MASC), como son: la Mediación y el Arbitraje.

A partir de la expedición de la Ley de Arbitraje y Mediación, en septiembre de 1997, se establecieron varios centros de Arbitraje y Mediación con el propósito de crear una cultura en la que las divergencias sean tratadas por los involucrados de manera cauta sin la intervención de abogados litigantes que dilatan las posibles soluciones mediante juicios que se trasforman en tediosos y

que terminan convirtiéndose en generadoras de distanciamientos, puesto que las partes no son los protagonistas, por ende sus verdaderos intereses e intenciones son quizá manejados a libertad de sus defensores.

En el ejercicio de la comunicación mediática se debe emplear de mejor La Mediación, como una forma distinta de enfrentar los conflictos que se producen a nivel familiar, organizacional, escolar y comunitario, en que se educa para enfrentar a posteriori otras dificultades, constituye una herramienta de Trabajo de especial significado no solo para los Trabajadores Sociales, sino también para los comunicadores, quienes reconocen en ella los valores y principios que orientan la profesión. Sus fundamentos, que se basan en el respeto al otro, en la capacidad de las personas para resolver sus dificultades y lograr sus propios acuerdos a partir de un proceso de comprensión y de ponerse en el lugar del otro, requieren de un proceso de aprendizaje que se transforma en un deuteroprendizaje.

Los conflictos son parte inherente a toda relación humana y ha ocupado un lugar importante en las relaciones sociales, funcionando como un elemento generador de cambios, viéndose cada vez con mayor frecuencia que las manifestaciones y resultados no son necesariamente negativos.

Para hablar de una alternativa diferente para resolver conflictos como es la Mediación nos basamos en diferentes teorías que lo sustentan para encontrar una explicación tanto para sus éxitos como para sus fracasos, de modo que pueda utilizarse asertivamente. El contexto teórico puede contribuir a que se entienda mejor la Mediación, y por lo tanto se logre una mejor aplicación.

A grandes rasgos, existen tres enfoques para abordar los conflictos: el enfoque jurídico-moral o normativo, la negociación o el regateo coercitivo y el enfoque de resolución de problemas, en el que en gran medida se adaptan a los medios de comunicación ya que por circunstancias propias del oficio debemos actuar como mediadores para enfrentar posiciones adversas.

Este enfoque ofrece una definición distinta, por cuanto se entiende una situación en la que todos los interesados, establecen relaciones, sin tener en cuenta lo estrechas o distantes que sean, sin temor ni favor y con el pleno conocimiento de la situación y de sus características estructurales. La resolución de problemas se ha definido como un enfoque no jerárquico, no directivo y que no hace juicios, que da lugar a un proceso de participación en el que todas las partes en litigio determinan juntas en qué consiste éste: con ayuda de técnicas de apoyo (utilizadas por una tercera persona) y llegan a una resolución de modo que todas ellas puedan aprovechar al máximo sus valores.

Metodología

Para la operatividad de la propuesta tomaremos como sustento el modelo Circular Narrativo, donde las personas se centran sobre sus propias responsabilidades, y deja de “cargar” las mismas en otras personas. Proceso de comunicación que lleva a la persona a un adecuado desarrollo, evitando mayores conflictos. En definitiva es un método que permite una mejor comunicación con los distintos sistemas donde el individuo está inserto.

El modelo Circular narrativo se fundamenta en la psicología del yo. El mediador se propone reforzar y facilitar el aprendizaje de las funciones del yo a través de liberar, estimular, orientar la motivación de la persona para cambiar. El mediador, busca junto con la persona reducir sus temores y su ansiedad, para ello apoya y estimula su esperanza de mejora, disminuyendo la tendencia a recurrir a mecanismos de defensa inoperantes, aumentando con ello la zona del yo liberada de conflicto, permitiéndole implicarse en la tarea de resolución de las dificultades presentes. Liberar las capacidades afectivas, cognitivas y activas que permiten a la persona resolver la dificultad. Encontrar los recursos necesarios para la solución del problema planteado y hacer accesible los obstáculos.

En el ámbito comunicacional, se experimenta un salto cualitativo desde la comunicación humana a la comunicación de masas. La comunicación acompaña el desarrollo, el crecimiento y progreso de la sociedad global. Por todo ello aparecen

nuevos planteamientos teóricos del alcance y desarrollo de la comunicación, así como de los nuevos marcos de aplicación de lo que es la comunicación en su conjunto.

Así como el mediador estimula, orienta y le proporciona una dosis de motivación para cambiar y busca junto con la persona reducir sus temores y su ansiedad. De la misma manera el periodista en la entrevista aplica la técnica denominada “ambiente social”, espacio en donde el participante libera tensiones, así logramos que el entrevistado se sienta más relajado y permisivo, en esta circunstancia se bloquean su tendencia a recurrir a mecanismos de defensa inoperantes.

En el Modelo Circular Narrativo en la Pragmática de la Comunicación Humana, en la Teoría General de Sistemas y en conceptos Cibernéticos. La persona se encuentra inserta en un “sistema”, siendo los miembros de ese sistema interdependientes. Han sido las contribuciones científicas de autores como, Russell, Shannon, Von Neumann, Watzlawick, Wiener... las que ayudan en la comprensión de los procesos de comunicación en la familia. En la práctica de nuestro oficio deberíamos tomar en cuenta esta premisa de vivir en sistema, en tal virtud deberíamos considerar los roles, reglas y los procesos de cambio para vivir en paz.

La Mediación Comunicacional, nos brinda la posibilidad de una retroalimentación constante, lo que determina que este tipo de mediación, sea la clave para que la comunicación se identifique en si misma como generadora y receptora de su propia información.

Para llegar a establecer el papel fundamental que cumplen los medios de comunicación como mecanismo de mediación en respuesta al huso que le otorguen los individuos, es preciso determinar que la acción cumple en la educación.

Hoy mismo la educación es la construcción de significados que tienen como base la comunicación, entendida como el conjunto de recursos personales,

psicológicos y pedagógicos que un profesor utiliza o puede utilizar en su relación con el alumnado para establecer una buena comunicación cargada de sensibilidad y afectividad para ayudarlo en su crecimiento personal.

Entiendo que debe existir una sinergia entre la educación y la comunicación que nos permita hacer de su uso el mejor mecanismo para la obtención de resultados en la construcción de conocimiento de una comunidad o grupo social, observaremos como las teorías plateadas por autores como Jesús Martín Barbero son de gran aplicación y utilidad para el crecimiento y búsqueda de desarrollo para sus metas.

Administración

Recursos

Talento Humano

- a. Diseñadores de páginas web
- b. Especialistas en streaming
- c. Comunicador Social
- d. Sociólogo
- e. Operador de radio

Equipo Tecnológico

- a. Equipo Informático
- b. Monitores de audio
- c. Tarjetas de audio
- d. Consola
- e. Micrófonos
- f. Programas de edición

Material de Oficina

- a. Papelería
- b. Material de oficina

Medios de comunicación e información

- a. Teléfono convencional
- b. servicio de internet
- c. equipos de transmisión inalámbrica

Presupuesto

Cuadro N° 15

Item	Rubro	U. Medida	Cantidad	Meses	Monto
Inversión requerida					
1	Computadora – emisión		1		700,00
2	Computadora – prod.		1		1200,00
3	Consola		1		3500,00
4	Consola de mic		1		500,00
5	Micrófonos		4		400,00
6	Hybrido		1		500,00
7	Equipo de transmisión		1		500,00
8	Monitores		2		500,00
9	Tarjetas de emi. y prod.		2		1200,00
10	Mesa de trabajo		1		350,00
11	Muebles		7		400,00
12	Suministros de of.	Cons.mensual		12	50,00
Total					9800,00

Fuente: Investigador

Elaborado por: Investigador

Modelo Operativo de la Propuesta

Cuadro N° 16

Etapas	Actividades	Recursos	Responsables	Evaluación
Sensibilización	Mantener encuentros con directores de medios y periodistas para plantear la problemática sobre el manejo de la información y la aparición de conflictos sociales.	Computadora. Infocus. C.D ilustrativos y Todo documento válido para la asimilación y alcance de la propuesta.	Director de ORO MEDIOS	Registro de asistencia e informe.
Promoción	Con base a las sugerencias y planteamientos emitidos por los directores de informativos. Ideas que se cruzaran con estudios realizados por personas versadas en la materia. Se procederá a masificar la propuesta ante los aspirantes a esta profesión.	Diseño de un plan estratégico de trabajo. Computadora. Infocus. C.D. que fortifiquen la propuesta. Trípticos	Director y personal de ORO MEDIOS	Observación

Ejecución de la Propuesta	Plantear un programa informativo donde sus contenidos generen una cultura de paz.	Material didáctico Videos Audios dramatizaciones	Autor de la propuesta: Luis Gamboa O.	Test de conocimiento Informe de actividades.
Evaluación	Seguimiento al desarrollo de contenidos. Aplicación de encuestas a la ciudadanía	Proyecto de investigación. Documentos que respaldan la información. Encuestas. Material de escritorio.	Autor de la propuesta: Luis Gamboa O.	Informe y evaluación de resultados.

Fuente: Investigador

Elaborado por: Investigador

ESTRUCTURA DEL DEPARTAMENTO DE CONTENIDOS “ORO MEDIOS”

El departamento de contenidos de los diferentes medios de comunicación cumple un papel trascendental dentro de la actividad comunicacional. Son los encargados de examinar los temas que se tratarán y cómo abordarlos, para el efecto se delibera quiénes son sus fuentes de investigación (entrevistados) para obtener la respuesta que empate con los objetivos trazados por la institución. El tiempo de duración de la entrevista y la hora en que se difundirá, son aspectos que se determinará tras un exhaustivo estudio del impacto en el público receptor, detalles que observa el editor con el propósito de captar el mayor número de seguidores.

La creación de un departamento de contenidos con sujeción a establecer una cultura de paz, engendra mayor compromiso y responsabilidad ya que el propósito no radica en enfocarnos a ganar mayor aceptación en la sociedad (popularidad), sino a presentar productos comunicacionales que aborden temas polémicos sin la clara intención de generar más discordias de los ya existentes por la vehemente intención de ganar protagonismo (número de seguidores), sin observar los efectos negativos que esto origina en la sociedad, solo se busca un nivel de sintonía mayúsculo en donde la entrevista se convierta en un tinglado de posiciones y actitudes díscolas; Donde prime la diatriba, las amenazas lo que puede originar a mediano plazo se convierta en persecuciones para terminar en juicios.

La radio virtual se consolida con el paso de los años, de un tiempo atrás a esta fecha es un eslabón más reciente en la evolución y creación de programas radiales. Esta herramienta de comunicación se plantea como una alternativa para generar nuevos escenarios de interacción comunicacional tanto en los procesos de información como de entretenimiento.

Esta consideración se debe, en gran parte, al uso intensivo y creciente desarrollo de las tecnologías de información y comunicación - TIC, por lo que

muchas instituciones, organizaciones, medios hablados, escritos y televisivos hacen uso de este medio (digitales y multimedia) para difundir sus contenidos.

Sin embargo, se requiere ampliar y profundizar la investigación, como lo propone Ofelia Eusse (2006, p232) “En el conjunto de elementos de carácter multidisciplinario relacionados con la psicología, la sociología, la dialéctica y la comunicación, ya que ellos tienen que ver tanto con el desarrollo tecnológico como en el uso de una metodología didáctica para la educación superior a distancia” Contemplación que por obvias razones son semejantes a los medios que emiten información donde cabe la instauración de líneas de investigación relacionadas a crear una armonización de ideas que conjuguen beneficios colectivos a través de debates que propicien el desarrollo sin llegar a las agresiones estúpidas que desdican de la calidad de proponentes.

Se debe profundizar los encuentros periodísticos con bases humanistas como en lo comunicacional. Este proyecto se focalizó en la mediación comunicacional, donde se tiene en cuenta que una de las principales características de esta modalidad es generar interacción e interactividad lo que abre un amplio rango de posibilidades para generar nuevas formas en que se pueda presentar y compartir la información.

OBJETIVO GENERAL DEL INFORMATIVO “EL ROTATIVO DE LA MAÑANA” PARA LA RADIO DIGITAL ORO MEDIOS

Implementar conductos de unión con prácticas comunicacionales, entendida como acción y efecto de comunicarse para fortalecer una cultura de paz, enfocado a fortalecer las relaciones sociales entre las personas.

Spot

Los hechos que registra la historia debemos entenderlos para construir una sociedad con poder de discernimiento, y comprenderlos para fortalecernos como nación a través de la reflexión y su correcto análisis.

Administración de la Propuesta

Cuadro N° 17

INSTITUCION	RECURSOS HUMANOS	RECURSOS MATERIALES	RECURSOS ECONÓMICOS
Radio digital “Oro Medios”	Autoridades seccionales. Directores departamentales de Oro Medios. Directores de informativos. Comunicadores Sociales. Estudiantes de las escuelas de Comunicación Social.	Folletos Computadora Usb Infocus Parlantes Documentos que sustentan la propuesta.	Anillados Diseño del folleto Marcadores Cd Internet

Fuente: Investigador
 Elaborado por: Investigador

MATRIZ DEL PLAN DE EVALUACIÓN

Cuadro N° 18

¿PARA QUIÉN EVALUAR?	¿POR QUÉ EVALUAR?	¿PARA QUÉ EVALUAR?	¿QUÉ EVALUAR?	¿QUIEN EVALÚA?	¿CUANDO EVALÚA?	¿COMO EVALÚA?	¿CON QUÉ EVALUA?
Para los públicos externos.	Porque son los beneficiarios directos de la propuesta.	Para satisfacer sus necesidades comunicacionales.	El nivel de aceptación del informativo.	Investigador.	Seis meses de ejecutada la propuesta.	Encuestas.	Cuestionarios .
Para la institución ejecutora	Porque cree en una nueva propuesta	Para mejorar la calidad de comunicación	La calidad de contenidos	Investigador	Transcurrido seis meses de la propuesta	Entrevistas	Guías de entrevistas.

Fuente: Investigador

Elaborado por: Investigador

Bibliografía

Bibliografía recomendada

RANDALL, David. (1996). (Xornalista), "El Periodista universal", Madrid Siglo XXI de España Wolf, Mauro, "La investigación de la comunicación de masas " Barcelona.

MARTÍN Algarra. (2003).Manuel, "Teoría de la comunicación una propuesta", Madrid.

BRAJNOVIC, Luka. (1991). "El ámbito científico de la información", Pamplona Universidad de Navarra.

HERRERO, Julio. (2009). "Manual de teoría de la información y de la comunicación", Madrid.

Bibliografía adicional

SAPERAS, Enric. (1998). "Manual básico de teoría de la comunicación", Barcelona.

ABRIL, Gonzalo. (2005). "Teoría general de la información: datos, relatos y ritos", Madrid Cátedra.

IGARTUA, Juan.(2005). "Teoría e investigación en comunicación social", Madrid Síntesis.

MORAGAS, Miquel. (1994). "Sociología de la comunicación de masas. Vol. 2, Estructura, funciones y efectos", Barcelona Gustavo Gili.

RAMONET, Ignacio. (2003). "La tiranía de la comunicación", Madrid Debate

MATTELART, Armand. (2003). "Historia de las teorías de la comunicación",
Barcelona Paidós

CEBRIÁN, Mariano. (1998). "Información audiovisual concepto, técnica,
expresión y aplicaciones", Madrid Síntesis D.L.

GUTIÉRREZ, María E. (2002). "Teoría y técnica del lenguaje radiofónico",
Barcelona Bosch.

LEÓN, Teodoro. (2005). "El periodismo débil", [Córdoba] Almuzara 2005

RAMONET, Ignacio. (2000). "La golosina visual", Madrid Debate.

ANEXOS

Anexo No. 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

Encuesta N°.....

Encuesta dirigida a: Directores de medios de comunicación y ciudadanía del cantón Ambato.

La presente encuesta procura recoger su opinión, sobre el manejo de la información en las estaciones radiales y su incidencia en la aparición de conflictos sociales en el cantón Ambato. El principio de confidencialidad será absoluto, en virtud de que la información proporcionada, se la utilizará únicamente para los fines de esta investigación.

1.- ¿Considera que el emisor determina las sensaciones de los comunicantes?

SI NO

2.- ¿Piensa que la información recibida, puede cambiar el comportamiento del receptor?

SI NO

3.- ¿Cree que las personas que emiten información manipulan la realidad de acuerdo a sus intereses?

SI NO

4.- ¿Considera que la información que emiten los medios, generalmente es ofensiva para los receptores?

SI NO

5.- ¿Piensa que un conflicto social es motivado por los medios?

SI

NO

6.- ¿Cree que los conflictos sociales se originan por los mensajes que emiten los medios?

SI

NO

7.- ¿Piensa que los conflictos sociales suceden por falta de una adecuada comunicación de los medios?

SI

NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN