



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

“EXTENSIÓN QUEVEDO”

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA CONDUCTA HUMANA
EN EL SECTOR EL RECREO DE LA PARROQUIA SAN CAMILO, CANTÓN
QUEVEDO 2021.**

AUTOR

ALONSO ALMEA FREDDY RAFAEL

ASESOR

MSc. PALMA SOSA TIYLOR IVAN

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2022





UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
“EXTENSIÓN QUEVEDO”
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL

CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, **ALONSO ALMEA FREDDY RAFAEL**, portador de la cédula de ciudadanía **125021556-1**, de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Educación, de la Universidad Técnica de Babahoyo “Extensión Quevedo”, en calidad de autora de la Dimensión Práctica del Examen Complexivo De Grado, previo a la Obtención del Título de Licenciada en **COMUNICACIÓN SOCIAL**, declaro que soy autor del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el problema:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA CONDUCTA HUMANA EN EL SECTOR EL RECREO DE LA PARROQUIA SAN CAMILO, CANTÓN QUEVEDO 2021.

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

ALONSO ALMEA FREDDY RAFAEL

CI. 125021556-1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
“EXTENSIÓN QUEVEDO”
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL

CERTIFICADO FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL DOCUMENTO
PROBATORIO DIMENSIÓN PRÁCTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO
PREVIA A LA SUSTENTACIÓN

Quevedo, 5 agosto de 2022

En mi calidad de Tutor del documento probatorio dimensión práctica del examen complejo, designado por el Consejo Directivo, mediante resolución, **CD-FAC.CJ.S.E – SO-001- RES-003-2022**, certifico que la Sr. **ALONSO ALMEA FREDDY RAFAEL**, ha desarrollado el documento probatorio dimensión práctica del examen complejo.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA CONDUCTA HUMANA EN EL SECTOR EL RECREO DE LA PARROQUIA SAN CAMILO, CANTÓN QUEVEDO 2021.

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del documento probatorio dimensión práctica del examen complejo y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar la comisión de especialistas de sustentación designado para la defensa de este.

MSC. TIYLOR IVAN PALMA SOSA
DOCENTE DE LA FCJSE.

RESUMEN.

Hoy en día, la sociedad se ve afectada por la constante avalancha de información a través de diferentes medios. Cambia nuestra forma de vida, nuestras costumbres, el consumo de determinados productos u otras cosas. La información que nos llega sobre hechos sociales, políticos de distintos factores políticos o económicos pueden cambiar nuestra forma de pensar sobre la realidad que nos rodea. Los medios de comunicación nos permiten estar informados, y así saber qué está pasando en diferentes partes del mundo, solidarizarnos con quienes están pasando por momentos difíciles, reconectarnos con nuestras raíces, conocer nuestra historia, etc. Para que la información sea verdadera, debe presentarse de manera objetiva. Como estudiante de la carrera de Comunicación Social, planteó una encuesta cuyo objetivo es determinar los medios de comunicación y su influencia en la conducta humana en el Sector El Recreo en la Parroquia San Camilo, misma que se desarrolló un estudio observacional, cualitativo y cuantitativo con un total de 137 personas, siendo partícipes de los ciudadanos que habitan en el sector, con una eficiencia de enseñanza.

Palabras claves: Conducta humana, Medios de Comunicación, Comunicación Ciudadana, Comunicación Social.

ABSTRACT.

Today, our society is affected by the constant avalanche of information through different media. It changes our way of life, our customs, the consumption of certain products or other things. The information that reaches us about social and political events of different political or economic factors can change our way of thinking about the reality that surrounds us. The media allow us to be informed, and thus know what is happening in different parts of the world, show solidarity with those who are going through difficult times, reconnect with our roots, learn about our history, etc. For information to be true, it must be presented objectively. As a student of the Social Communication career, he proposed a survey whose objective is to determine the media and its influence on human behavior in the Sector El Recreo in the San Camilo Parish, which was developed as an observational, qualitative and quantitative study with a total of 137 people, being participants of the citizens who live in the sector, with an efficiency of teaching.

Keywords: Human Behavior, Media, Citizen Communication, Social Communication.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
“EXTENSIÓN QUEVEDO”
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL

RESULTADO DE LA INVESTIGACION MODALIDAD EXAMEN COMPLEXIVO
DE GRADO

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE DUCUMENTO PROBATORIO (DIMENSION ESCRITA) DEL EXAMEN DE GRADO DE CARÁCTER COMPLEXIVO TITULADO: **MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA CONDUCTA HUMANA EN EL SECTOR EL RECREO DE LA PARROQUIA SAN CAMILO, CANTÓN QUEVEDO 2021.**

PRESENTADO POR LA SEÑORITA:

ALONSO ALMEA FREDDY RAFAEL

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

EQUIVALENTE A:

TRIBUNAL:

MSc Tubay Moreira Máximo
Fernando
DELEGADO DEL DECANO

MSc Aragundi García Luis
Ivan
PROFESOR
ESPECIALIZADO

MSc Barragan Morocho
Willian Roberto
DELEGADO CIDE

ABG. SANDRA VITERI
GARCIA
SECRETARIA DE LA
FAC.CC.JJ.JJ.SS.EE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
“EXTENSIÓN QUEVEDO”
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL

Quevedo, 05 agosto, 2022

CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES
EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO

En mi calidad de Tutor del del documento probatorio dimensión práctica del examen complejo de la Sr. **ALONSO ALMEA FREDDY RAFAEL**, cuyo tema es: **MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA CONDUCTA HUMANA EN EL SECTOR EL RECREO DE LA PARROQUIA SAN CAMILO, CANTÓN QUEVEDO 2021**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de **[11%]**, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el trabajo final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.

The screenshot shows the 'CERTIFICADO DE ANÁLISIS' from the 'urkund' system. The document title is 'Tesina'. The analysis results are: 11% Similitudes, 0% Texto entre comillas (with 0% sub-total for 'similitudes entre comillas'), and 3% Idioma no reconocido. Metadata includes: Nombre del documento: RAFAEL ALONSO.docx, Tamaño del documento original: 38,8 kb, Autor: Rafael Alonso Almea, Depositante: Rafael Alonso Almea, Fecha de depósito: 2/8/2022, Tipo de carga: url_submission, fecha de fin de análisis: 2/8/2022, Número de palabras: 4693, and Número de caracteres: 30.119.

Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.

MSC. TIYLOR IVAN PALMA SOSA
DOCENTE DE LA FCJSE.

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL.....	ii
CERTIFICADO FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL DOCUMENTO PROBATORIO DIMENSIÓN PRÁCTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIA A LA SUSTENTACIÓN.....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v
RESULTADO DE LA INVESTIGACION MODALIDAD EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO.....	vi
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO.....	vii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	2
1. MARCO METODOLOGICO.....	2
1.1. Idea o tema de investigación.....	2
1.2. Planteamiento del problema.....	2
1.3. Formulación del problema.....	3
1.4. Justificación.....	3
1.5. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
1.5.1. Objetivo general.....	4
1.6. SUSTENTO TEÓRICO.....	4
1.7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
CAPITULO II.....	16
2. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
2.1. SITUACIONES DETECTADAS Y ANÁLISIS DE RESULTADO.....	16
2.2. SOLUCIONES PLANTEADAS.....	19
2.3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	19
2.3.1. Conclusiones.....	19
2.4. Recomendaciones.....	20
BIBLIOGRAFÍA.....	22
ANEXO.....	23

INTRODUCCIÓN.

En el presente proyecto investigativo tiene como propósito el analizar los medios de comunicación y su influencia en la conducta humana en el Sector El Recreo, en la Parroquia San Camilo, en donde los medios de comunicación surgieron como una necesidad de transmitir información. Primero con fines militares, luego con fines informativos, luego como medio de difusión ideológica y cultural, y finalmente como medio de entretenimiento.

Pero junto a las connotaciones positivas, también hay algunos efectos negativos, ya que el uso masivo es difícil de controlar. Entre la multitud de documentos que se ponen a disposición del público, existen documentos que solo pueden ser interpretados y aceptados o rechazados por un criterio tan formulado como el de un adulto; pero también afecta a los adolescentes, que aún no tienen una personalidad completamente desarrollada y que pueden tener afectadas sus habilidades sociales.

Los medios de comunicación tienen la capacidad de influir en la conciencia de las personas. Toda la información que recibe el público puede cambiar creencias, valores y formas de actuar desde una edad temprana, los infantes desarrollan su personalidad esencialmente a través de la imitación y los medios de comunicación pueden ser vistos como referentes conductuales. Este estudio tiene como objetivo determinar en qué medida la influencia de los medios (programas de televisión, música, redes sociales en Internet, etc.), afectan a los ciudadanos, quienes son parte de la encuesta realizada.

CAPITULO I

1. MARCO METODOLOGICO

1.1. Idea o tema de investigación

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA CONDUCTA HUMANA EN EL SECTOR EL RECREO DE LA PARROQUIA SAN CAMILO, CANTÓN QUEVEDO 2021.

1.2. Planteamiento del problema

Los medios de comunicación en la sociedad de hoy muestran una creciente influencia como formadores culturales, ya que determinan en gran medida nuestras ideas, hábitos y costumbres. Actualmente es posible obtener grandes cantidades de información con gran rapidez sin importar el momento en que surgieron. Los medios de comunicación contribuyen en gran parte a fijar las maneras de pensamiento de los adolescentes, y sobre todo en la sociedad actual a establecer la agenda de los asuntos políticos, sociales y económicos que se discuten, proporcionan información y elementos para que la persona o el público construyan, ponderen y formen sus opiniones.

La conducta es la manera con que los hombres se comportan en su vida y acciones. Por lo tanto, la palabra puede utilizarse como sinónimo de comportamiento. En este sentido, la conducta se refiere a las acciones de las personas en relación con su entorno o con su mundo de estímulos.

El comportamiento humano desde los inicios de su historia se ha tratado de estudiar y comprender, esto para tratar de aprovechar sus características en el desarrollo de actividades o mejorarlo para permitirle al mismo vivir de una mejor manera, ya sea

observando sus fortalezas, mejorando esos aspectos y tratar de disminuir las debilidades aumentando la atención en los puntos en los que generalmente el ser humano suele fallar.

En efecto, es importante determinar las consecuencias de los medios de comunicación y su impacto en el comportamiento humano en el sector del el Recreo de la parroquia San Camilo, cantón Quevedo, pues en esta parte de la provincia de Los Ríos, según yo, los jóvenes son subjetivo, dejarse llevar por la información que circula en la red, no poner en práctica el pensamiento crítico para conectar la información presentada en los medios o con la realidad, lo que lleva a que, en cierta medida, no importa qué canal de medios difunde la información o quién la difunde, si es verdad o no, ya que los jóvenes se engancha en lo que cree que es correcto y hace que las noticias falsas sean reales para ellos.

Sin embargo, los jóvenes son los usuarios más frecuentes de los medios, consumen más información que las personas mayores, lo que en algunos casos puede dificultarles el manejo de los nuevos medios de comunicación que surgen en la era digital.

1.3. Formulación del problema

¿Cómo afectan los medios de comunicación en el comportamiento en la sociedad de los jóvenes del sector El Recreo del cantón Quevedo, parroquia San Camilo?

1.4. Justificación

Este trabajo de investigación se basa en la forma en que los medios han establecido muchas formas diferentes de informar, entretener y de esta manera fomentar la influencia que existe en la conducta humana, en los moradores del sector El Recreo del cantón Quevedo parroquia San Camilo, se puede lograr si nos centramos en las necesidades de estas personas y su forma de convivencia social, además del objetivo esencial y profundo de lo anterior, a través de la comunicación para que las personas de esta zona se involucren más en su

influencia de los medios hacia sus conductas, desde entonces se puede decir que es necesario para las personas.

Con la adopción de una nueva estrategia de comunicación, construiremos una nueva sociedad, llena de oportunidades de formación holística e intelectual, para que se conviertan en una herramienta no de conocimiento sino de algo que determina las cualidades morales y éticas que tiene una persona, y la capacidad de tener varias oportunidades de mejora y así tener éxito en la influencia de la conducta humana de las personas del sector El Recreo del cantón Quevedo parroquia San Camilo.

1.5. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo general

Determinar la influencia de los medios de comunicación en la conducta humana en el Sector el Recreo de la parroquia San Camilo del cantón Quevedo, año 2022.

1.6. SUSTENTO TEÓRICO.

¿Qué son los medios de comunicación?

Un medio de comunicación es un sistema técnico utilizado para llevar a cabo cualquier forma de comunicación. El término generalmente se refiere a los medios de comunicación de gran tamaño, es decir, aquellos que brindan información o contenido a las masas, como la televisión o la radio.

Sin embargo, hay medios que no son masivos sino interpersonales. Los medios de comunicación interpersonal son aquellos que facilitan la comunicación entre personas, por ejemplo, el teléfono.

Los individuos y las comunidades acceden a varios medios de comunicación para materiales informativos que describen, interpretan y analizan datos y eventos de varios tipos (políticos, económicos, sociales o culturales) a nivel local o global. A su vez, los individuos

acceden a medios interpersonales para la comunicación interpersonal o grupal. (Cedeño, 2020)

¿Cómo surgieron los medios de comunicación?

Durante siglos, el discurso ha sido fuente de leyendas y las fábulas se han utilizado como medio para afirmar ciertos valores e ideas sociales que se han transmitido de generación en generación. En muchas sociedades es importante la imagen del “pregonero”, que tiene como finalidad anunciar oralmente las principales noticias de un pueblo o ciudad.

La comunicación oral y escrita a través de manuscritos, símbolos o pinturas dominó la sociedad hasta el advenimiento de la imprenta en el siglo XV. Inventada por el orfebre alemán Johannes Gutenberg, la imprenta se considera el comienzo de los medios de comunicación. Esta invención es el hecho histórico que creó la circulación de los primeros periódicos y folletos. En el siglo XIX, una serie de inventos (telégrafo por cable, telégrafo inalámbrico y teléfono) marcaron el desarrollo de los sistemas de comunicación interpersonal.

A lo largo de los años, se han desarrollado diferentes tipos de medios, tanto masivos como interpersonales.

Surgimiento de la televisión

Durante siglos, los medios gráficos fueron el principal medio de comunicación masiva, hasta la llegada de la televisión a principios del siglo XX. El dispositivo evolucionó hasta alcanzar características como: en la actualidad.

La primera emisión de televisión pública la realizó la BBC en Inglaterra en 1927 a través de un sistema mecánico. En 1937 se inició la transmisión electrónica en Francia y Gran Bretaña. Estas emisiones se crearon gracias al desarrollo de tubos de rayos catódicos y lentes

iconoscopios (sensores electrónicos). En 1952 se fabricó el primer televisor a color. (Nehuén, 2019)

El auge de la radio

El físico alemán Heinrich Rudolf Hertz sentó las bases para las señales de radio al descubrir que las ondas electromagnéticas viajan a velocidades similares a la velocidad de la luz. A partir de 1894, Marconi construyó el primer sistema completo de telégrafo inalámbrico basado en ondas hertzianas, que se aplicó por primera vez en las comunicaciones militares.

En 1901 Marconi realizó la primera comunicación por radio transatlántica y en 1906 Reginald Aubrey Fessenden transmitió desde Massachusetts, EE. UU. la primera transmisión de radio en la historia mundial. (Valarezo, 2020)

El surgimiento de Internet y la era digital

Inicialmente, Internet nació de la necesidad de conectar computadoras entre sí. ARPANET fue la primera red informática creada por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos. Su finalidad es poder establecer comunicación entre las diferentes organizaciones que la componen.

Esta idea fue replicada en todo el mundo hasta la creación de la increíble red global que hoy conocemos como Internet. El desarrollo de Internet se debe a los aportes de diferentes científicos e ingenieros que han desarrollado diferentes tecnologías y sistemas.

En los años 90, la aparición de la web (WWW) inventada por el científico Tim Berners-Lee marcó un antes y un después en el acceso a la información disponible en Internet. Esta invención es la invención que ha permitido la difusión de Internet, ya que asegura y facilita su acceso al público. (Torres, 2021)

Importancia de los medios de comunicación.

Los medios de comunicación han jugado un papel importante en el desarrollo humano y en la sociedad. Su objetivo principal es proporcionarse como un canal a través del cual las personas se comunican o recopilan información.

Por un lado, la comunicación interpersonal permite que las personas se comuniquen entre sí de forma remota. A lo largo de los años y gracias al desarrollo de la tecnología, los medios de comunicación han logrado conectar a personas de diferentes partes del mundo, no solo por voz sino también por imagen.

Los medios modernos de comunicación nos permiten comunicarnos en todo el planeta en un tiempo récord. Por su parte, los medios de comunicación de masas tienen funciones muy diversas: información, entretenimiento, formación de opinión, educación. Son los canales a través de los cuales se transmite determinada información destinada al público. (Murillo, 2018)

En los últimos tiempos, la inmediatez se ha convertido en la principal cualidad de los medios. Esto permite a los consumidores aprender instantáneamente sobre noticias y eventos relevantes de muchas partes del mundo. La tecnología ha permitido que los medios sean más grandes y más instantáneos.

Los medios de comunicación forman una opinión general en un momento dado sobre el conocimiento y juicio sobre la realidad circundante. Además, los medios de comunicación masiva actúan como fuente de publicidad o promoción para organizaciones, fundaciones, empresas y corporaciones; crean contenidos educativos e intereses comunes y posibilitan la compra y venta de bienes y servicios.

Los medios se refieren a las herramientas mediante las cuales las personas pueden transmitir información. Para que esto suceda, debe existir el emisor del mensaje, el propio

medio y el receptor; es decir, para que la comunicación sea efectiva, es fundamental que el hablante y el interlocutor hagan el papel de la idea. En cualquier caso, siempre estamos hablando de un fenómeno social basado en uno de los factores humanos más característicos: la capacidad de lenguaje y comunicación.

Los medios de comunicaciones como redes sociales.

Las redes sociales tienen un gran impacto en la opinión pública. Las sociedades y organizaciones humanas se crean sobre la base del uso del lenguaje, donde los individuos y grupos coordinan sus acciones en un medio creado por su propio lenguaje, donde el elemento inducido por el lenguaje generado se aplica como conceptos.

Ahora, gran parte de este mundo conceptual, en este momento, es creado y controlado por los medios. Esto acarrea importantes consecuencias, como una gran dificultad para la autonomía de los Estados y de los individuos, y por tanto de la democracia, frente a un mundo tectónico fuertemente controlado por los medios de comunicación.

Hay que distinguir entre dos tipos de medios, los llamados viejos medios, entre ellos la televisión, el cine, la radio, etc. y los nuevos medios o redes sociales. Las redes sociales básicamente incluyen medios basados en Internet, como Twitter y Facebook, que permiten la interacción, la formación de redes y grupos, y el intercambio de contenido.

Los medios tradicionales ya tienen un fuerte Impacto en los individuales, pero ahora la nueva media se ha vuelto más eficaz, a través de mecanismos que pueden sustituir la interacción social directa a través de las redes sociales virtuales, provoca grandes limitaciones para la libre interacción humana. Por ejemplo, las interacciones suelen ser anónimas y, a menudo, dices lo que quieres que la otra persona escuche, no lo que piensas o sientes. (Terán, 2018).

Medios de comunicación de forma masiva.

Son aquellos medios que contribuye en gran medida a corregir el modo de pensar de la sociedad; fijar la agenda de temas políticos, sociales y económicos a ser discutidos. (Sesento, 1988)

Son una fuerza porque tienen las herramientas y los mecanismos que les permiten imponerse; condiciona o puede corregir el comportamiento de otra persona, organización o individuo, independientemente de su voluntad y su resistencia.

¿Qué es la conducta humana?

La conducta humana se refiere al comportamiento humano. En el campo de la psicología se entiende que la conducta es la expresión de la propia del sujeto, es decir, la expresión de la personalidad. Es por esto que el concepto se refiere a los factores tangibles y externos de los individuos.

La conducta es el comportamiento de un sujeto o animal ante algún estímulo externo o interno. En psicología, el comportamiento humano refleja todo lo que hacemos, decimos y pensamos y esencialmente dicta la acción. Conducta proviene de la palabra latina conducta.

Por ello, es un comportamiento biológico basado en un comportamiento reflexivo que indica las formas y modos de realizar las funciones vitales de cada organismo. A partir de ahí, la conducta es moldeada por el entorno y por los procesos internos de los estímulos hasta que se produce un determinado patrón de conducta.

En una sociedad, los ciudadanos se rigen por reglas o normas de conducta dictadas por su cultura, posición o circunstancias. Por ejemplo, los buenos protocolos o prácticas de crianza en diferentes regiones representan comportamientos aceptables en un determinado entorno social, económico y político. (Valdivia, 2019)

En educación, el trastorno de conducta especifica las formas en que las acciones afectan la salud mental del niño y sus compañeros. Los comportamientos pueden ser asertivos, pasivos, agresivos, abiertos, cerrados, amistosos o antisociales que el consejero escolar crea que indicarán la forma más adecuada de abordar los problemas de comportamiento que afectan el aprendizaje y el bienestar socioemocional.

Conducta y comportamiento.

Conducta y comportamiento se utilizan a menudo como sinónimos. Sin embargo, la psicología distingue entre estos dos términos, los comportamientos son acciones automotivadas, inmediatas y motivadas por cosas como valores, creencias y orígenes.

Conducta y conductismo.

El comportamiento humano es estudiado por la psicología, y el conductismo es una línea de la psicología cuyo objeto de estudio es la relación entre estímulo y respuesta. (Hernández, 2019)

El conductismo afirma que el comportamiento humano regula el comportamiento, por lo tanto, el aprendizaje surge del cambio de comportamiento a través de la atención, la codificación de la información, la reproducción de motivos y motivaciones.

La conducta es como los hombres se comportan en sus vidas y acciones. Por lo tanto, la palabra puede usarse como sinónimo de comportamiento. En este sentido, el comportamiento se refiere a las acciones de las personas en relación con el entorno o mundo de su estímulo.

El comportamiento humano desde el inicio de la historia ha sido bien estudiado y comprendido, esto es para tratar de aprovechar sus características en el proceso de desarrollar actividades o mejorarlo para que pueda vivir bien, más bien, observando sus fortalezas,

mejorando estos aspectos y tratando de reducir sus debilidades aumentando la atención a los puntos en los que las personas suelen fallar. (Vera, 2018)

Muchas personas consideran que el comportamiento humano es algo muy complejo, pero no es así, pues desde su creación el ser humano ha mostrado interés por conocer lo que le rodea y utilizarlo para su propio beneficio y su comodidad, aunque el hombre es curioso., también creativos, inventando una variedad de medios de comunicación, el lenguaje de señas, la escritura, incluso las palabras, entre muchas otras cosas han contribuido a facilitar la vida de las personas, así como la de ellos.

Bases de la conducta humana.

La base del comportamiento humano es fisiológica y psicológica: porque el hombre es la síntesis de cuerpo y alma. El cuerpo constituye el soma y el alma es el alma. Por eso decimos que el hombre es una realidad suprasensible.

Las funciones del cuerpo son estudiadas por la fisiología y las funciones del alma son estudiadas por la psicología. Sería un grave error material suponer que el comportamiento humano depende únicamente de fenómenos fisiológicos. Dado que el hombre es una subentidad espiritual, su comportamiento depende de factores psicológicos y fisiológicos. (Arteaga, 2020)

La realización de la vida propia de cada sujeto, no sólo la vida biológica, sino la vida que lleva como miembro de un grupo social, constituye la expresión de su personalidad, un hecho llamado conducta.

Por lo tanto, el comportamiento es la expresión de todas las características personales, la forma en que una persona se da cuenta de sus propias cualidades, lo que se expresa. Todo lo que la personalidad tiene de cercanía, su comportamiento lo tiene exteriormente: es la misma personalidad, pero manifiesta; es una forma de ser, expresada exteriormente. Así,

considerando la personalidad y el comportamiento como hechos correlacionados (ya que cada forma de vida corresponde a una forma de autoexpresión, o más claramente, a cada ser que se manifiesta), el problema del saber cuestiona la personalidad, como característica única de cada sujeto, se resuelve considerando que la conducta es una proyección de la personalidad, siendo el estudio de la primera el camino hacia el conocimiento de la segunda.

La conducta y la comunicación.

La comunicación es un sistema de comportamiento integrado que a menudo usamos para calibrar, regular y mantener las relaciones. Así como una forma de expresión en ellos. El lenguaje es sólo para las personas, pero la comunicación va más allá: se convierte en una forma de organización social; ya sea para la comunicación o para el comportamiento relacional humano.

Ya que algunos presupuestos nos dicen qué nos marca si la comunicación se desarrolla con la intención original en mente, ese es el resultado de la misma. Para el esquema básico de comunicación, hay un emisor, un receptor, un canal de comunicación y un mensaje y cualquier cosa que se interponga en el camino es lo que la mayoría de los autores llaman interferencia. La comunicación es una forma de comportamiento humano y tal interacción es implícita. (García, 2018)

Cada elemento que interviene en una comunicación, independientemente de su tipo, incide directamente en la calidad del mensaje. Las interacciones pueden ser simétricas o asimétricas, complementarias o discriminatorias.

Medios de comunicación electrónicos.

Los medios electrónicos (televisión, videojuegos, Internet, teléfonos móviles) han jugado un papel central en el proceso de socialización de nuestra juventud, jugando un papel cada vez más importante en las experiencias culturales de su química.

También ha generado una mayor preocupación por sus posibles efectos, como la adquisición y el desarrollo de conductas antisociales.

Influencia de los medios de comunicación en la conducta de niños

La televisión proporciona a los niños la más amplia variedad de violencia psicológica, física, sexual, autolesión o violencia contra otros a diario. Este contenido fomenta el comportamiento agresivo. Los infantes y algunos adolescentes imitan las conductas violentas que ven en la televisión y tienden a identificarse con personajes, víctimas o agresores, salvadores y héroes. También imitan estereotipos sexuales que afectan su identidad y autoestima.

Recuerda que, en las primeras etapas de desarrollo, los niños no distinguen la fantasía de la realidad, para ellos todo es real. La conciencia se refuerza a partir de los 7 años. El peligro es que inconscientemente aceptemos la violencia como un medio para resolver problemas. (Valarezo, 2020)

Otro dato importante es que el contenido agresivo de los medios estimula las hormonas, aumenta la adrenalina y disminuye la serotonina en el cerebro, promoviendo comportamientos agresivos y temerosos; facilitar la pérdida del control emocional y la producción de ansiedad. Los bebés y los adolescentes pueden estar irritables sin razón aparente.

1.7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Metodo Descriptivo

Consiste en realizar una exposición narrativa, numérica y/o gráfica, lo más detallada y exhaustiva posible de la realidad que se investiga.

El objetivo de este método es disponer de un primer conocimiento de la realidad tal y como se desprende de la observación directa que realiza el investigador y/o del

conocimiento que ha adquirido a través de las informaciones indirectas obtenidas. Por tanto se trata de un método cuya finalidad es obtener, interpretar y presentar, con el máximo rigor o exactitud posible, la información sobre una realidad de acuerdo con ciertos criterios previamente establecidos por cada ciencia (tiempo, espacio, características formales, características funcionales, efectos producidos, etc.) (Calduch, 2014)

Método Explicativos

Los estudios de este tipo implican esfuerzos del investigador y una gran capacidad de análisis, síntesis e interpretación. Asimismo, debe señalar las razones por las cuales el estudio puede considerarse explicativo. Su realización supone el ánimo de contribuir al desarrollo del conocimiento científico (Vásquez, s.f.)

Método interpretativo

Este método tiene como objetivo interpretar y entender el actuar de las personas, aplicándolo a esta investigación permitirá conocer las características, razones, motivaciones y con ello comprender el entorno en que se desarrolla los medios de comunicación y su influencia en la conducta humana en los ciudadanos del Sector El Recreo y mediante ello interpretar la información que se obtenga (Calduch, 2014)

Investigación documental

En esta investigación y exploración se utilizaron documentos de diferentes fuentes para destacar los servicios científicos y las opiniones de expertos relevantes. Dado que se puede recopilar una gran cantidad de información, se obtiene un concepto eficaz para el análisis.

TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Técnica de encuesta

La encuesta es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos. A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos.

En una encuesta se realizan una serie de preguntas sobre uno o varios temas a una muestra de personas seleccionadas siguiendo una serie de reglas científicas que hacen que esa muestra sea, en su conjunto, representativa de la población general de la que procede (Reyes, 2015)

Se utilizo la técnica de encuesta mediante el formulario para obtener datos de la investigación.

CAPITULO II

2. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Fueron mediante un cuestionario, a través del Google forms con 5 preguntas cerradas, con opciones de una sola respuesta.

Se les realizó una encuesta a los habitantes del Sector el Recreo en la Parroquia San Camilo, a una muestra de 137 personas entre género masculino y femenino de edades entre 16 y 18 años, se la ejecuto en las fechas 4 y 5 de julio marzo del 2022, a las 19h50 p. m. hasta el siguiente día 16h00.

2.1. SITUACIONES DETECTADAS Y ANÁLISIS DE RESULTADO

Población y muestra

Se considera muestra a los jóvenes de entre 16 y 18 años del Sector el Recreo en la Parroquia San Camilo, la cual es tomada como referente para realizar la investigación. En el presente trabajo investigativo se tomó en cuenta una totalidad de 137 jóvenes en el ámbito medios de comunicación y su influencia en la conducta humana fueron encuestados por una encuesta por medio de drive con su respectivo correo institucional.

Población

Se consideró a una población de 210 jóvenes aproximadamente del Sector el Recreo en la Parroquia San Camilo, Cantón Quevedo la misma nos facilitó el trabajo de la investigación.

Muestra

La muestra estará conformada por la aplicación de una formula estadística especializada para trabajos de investigación académica, al número de participantes que conforman la población de estudio (212), cuyo valor obtenido asciende a

137 jóvenes, a los cuales se les aplicará una encuesta para determinar cuál es el grado de conocimiento de los medios de comunicación y su influencia en la conducta humana en el Sector el Recreo en la Parroquia San Camilo, Cantón Quevedo. El proceso de la obtención del valor de la muestra se detalla a continuación.

Formula estadística para la obtención de la muestra.

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 212}{(0.05)^2 * (212-1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 136 \frac{12504}{14879}$$

$$n = 136.84038$$

$$n = 137$$

1. ¿A qué medios de comunicación acude usted con mayor frecuencia?

La mayor parte de encuestados, con un 80%, confía en los contenidos emitidos por Facebook, un 7,6% en Periódico, por los malos entendidos y disfunciones falsas en Facebook, sin embargo, un 9,7% lo hace arrojando como resultado que por medio de WhatsApp, ya que llega mucho más rápida la información y con un 2,7% otros medios de comunicación.

2. ¿Conoce usted las funciones básicas que pueden y deben desempeñar los medios de comunicación?

Un 99,3% de ellos dicen que, sí es, influye positivamente en el sector, lo cual quiere decir que es bastante consumida a la hora de informarse, pero un porcentaje muy bajo de

0,7% manifiesta que no lo es, por ende, aún hay inconformidad de que los medios influyan positivamente en sector.

3. ¿Cree usted que los medios de comunicación influyen positivamente en el sector el Recreo en la parroquia de San Camilo?

Un 97,1% de ellas dicen que, si es beneficiosa la comunicación y su influencia en la conducta humana, lo cual quiere decir que es bastante consumida por el sector a la hora de informarse, pero un porcentaje bajo de 2,9% manifiesta que no lo es, por ende, aún hay inconformidad en la forma de hacer comunicar por medio de los medios de comunicación en nuestro sector.

4. ¿Cómo usted califica a los medios de comunicación y su influencia en la conducta humana?

El 8% manifiesta que es regular la nueva forma de los medios de comunicación y su influencia en la conducta humana, ya que falta mucho más profesionalismo, según manifestaron los moradores del sector, el 35,5% califico como bueno la labor actual de los medios de comunicación, añadiendo que aún falta más compromiso y un 56,5% catálogo como excelente el trabajo de los medios de comunicación y su influencia en la conducta humana.

5. ¿De qué forma los medios de comunicación aportan a la conducta humana?

El 56,3% nos manifiesta que todas las anteriores, ya que para aportar a la conducta humana debemos de informar, entretener, enseñar, educar, etc. Un 15,20% nos dijo que informar, ya que es de vital importancia para la conducta humana, el 10,6% entretener, 9,9% enseñar, 4,6% educar y un 3,4% ninguna, ya que no saben que todas las anteriores aportan a la conducta humana.

2.2. SOLUCIONES PLANTEADAS

Al consumir la encuesta se pudo evidenciar que es muy poca las personas del sector que no conocen de los medios de comunicación y su influencia en la conducta humana, lo malo de todo estos medios de comunicación es que dejan a un lado el periódico, por tal motivo se debe incluir más la conducta humana en la comunidad, como estudiante de la Carrera de Comunicación propongo esforzarnos cada día para dar una buena impresión en nuestra conducta humana entre ellos, la conducta, el lenguaje, acciones y actitudes corporales y así llegar con buenos ojos a la comunidad que queremos compartir ya se una noticia bien redactada y verídica por un medio de comunicación.

2.3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

2.3.1. Conclusiones

La comunicación es un sistema de comportamiento integrado que a menudo usamos para calibrar, regular y mantener las relaciones. Así como una forma de expresión en ellos. El lenguaje es solo para las personas, pero la comunicación va más allá: se convierte en una forma de organización social; ya sea para la comunicación o para el comportamiento relacional o conductual humano.

Sabemos que algunos presupuestos nos dicen que la comunicación se desarrolla con la intención original, ese es el resultado de la misma. Para el esquema básico de comunicación, existe un emisor, un receptor, un canal de comunicación y un mensaje y la mayoría de los autores denominan interferencia a todo lo que se interpone en el camino. La comunicación es una forma de comportamiento humano y tal interacción es implícita. Cada elemento que interviene en una comunicación, independientemente de su tipo, incide directamente en la calidad del mensaje, determinando así las diferentes conductas humanas desde que nacemos.

El efecto de los medios, a través de sus mensajes no textuales y sofisticados, para facilitar a las personas, es a través de lo que se entiende por condicionamiento, por ende, la asociación de un estímulo con una determinada respuesta al cerebro humano, mismo que actúa en la forma de como recibe el mensaje empleado. Dos estímulos emparejados aparecen durante el condicionamiento: uno que es intrínseco o repulsivo (o alternativamente, atractivo) y otro que es neutral.

Es difícil entender el mundo del adolescente sin tener en cuenta el enorme impacto que los medios de comunicación han tenido en su vida.

Los medios de comunicación están constantemente presentes en sus vidas. La mayoría de los adolescentes ven televisión y películas, usan Internet, intercambian correos electrónicos, escuchan la radio y estaciones de radio dirigidas específicamente a música y anuncios, y leen artículos de revistas y anuncios para adolescentes.

2.4. Recomendaciones

Se recomienda implementar diferentes formas de comunicarse, utilizando nuevas estrategias y herramientas que van más allá de las estrategias y herramientas tradicionales (por ejemplo, redes sociales internas, boletines, wikis, tableros de mensajes, videos, conferencias, reuniones, etc.). Desde el uso de nuevas plataformas digitales hasta más entretenimiento: para poder determinar una leve conducta humana en donde se adapten a las opciones disponibles en cada momento según sus necesidades. Y no debemos olvidar el valor de los espacios de comunicación formales e informales que surgen de la espontaneidad.

Comunicar objetivamente, para: informar, educar, entretener, opinar, enseñar, controlar, etc.

Impartir acciones comunicativas que puedan ser percibidas como beneficiosas o rentables ante la situación actual y de angustia de determinados colectivos.

Evitar comunicaciones que no son oficiales, misma que parte de la conducta humana como receptor a proponer diversas modificaciones de la misma.

Explorar las grandes oportunidades y posibilidades que nos llegan a brindar las nuevas tecnologías en la actualidad, siendo aquellas estrategias de comunicación que giran en un entorno digital.

Establecer mecanismos para flexibilizar y agilizar las tomas de decisiones, que sobresalen de cada idea principal de la misma, llegando al tomo de creatividad y ser imaginativos para proceder a realizar una comunicación eficiente.

BIBLIOGRAFÍA

- Arteaga, M. (2020). *La Conducta Humana desde la psicología*. Retrieved from <https://sites.google.com/site/enfoquesconducta/home/la-conducta-humana-desde-la-psicologia>
- Calduch, R. (2014). *MÉTODOS Y TÉCNICAS DE ANÁLISIS (Incompleto)*. Retrieved from UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID: <https://www.ucm.es/data/cont/docs/835-2018-03-01-Metodos%20y%20Técnicas%20de%20Investigacion%20Internacional%20v2.pdf>
- Cedeño, M. (2020). *Medios de comunicación*. Retrieved from Concepto: <https://concepto.de/medios-de-comunicacion/>
- García, F. (2018). *La conducta humana*. Retrieved from Fandelavida: <https://www.fandelavida.com/la-conducta-la-comunicacion/>
- Hernández, R. (2019). *La conducta humana*. Retrieved from <https://www.webscolar.com/la-conducta-humana>
- Murillo, H. (2018). *Medios de comunicación*. Retrieved from <https://www.coe.int/es/web/compass/media>
- Nehuén, T. (2019). *Importancia de los medios de comunicación*. Retrieved from <https://importancias.com/medios-de-comunicacion/>
- Reyes, M. P. (2015). *La encuesta*. Retrieved from https://web.archive.org/web/20180424060624id_/http://files.sld.cu/bmn/files/2015/01/la-encuesta.pdf
- Sesento, L. (1988). *LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOS JÓVENES*. Retrieved from <https://www.eumed.net/rev/cccss/2015/03/informacion-jovenes.html>
- Terán, O. (2018). *MODELO DEL PROCESO DE INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA OPINIÓN PÚBLICA*. Retrieved from Universidad de los Andes: <https://www.redalyc.org/journal/356/35656002014/html/>
- Torres, R. (2021). *Medios de comunicación*. Retrieved from Software del sol: <https://www.sdelsol.com/glosario/medios-de-comunicacion/>
- Valarezo, R. (2020). *Importancia de los Medios de Comunicación*. Retrieved from <https://www.importancia.org/medios-de-comunicacion.php>
- Valdivia, P. (2019). *Significado de Conducta*. Retrieved from <https://www.significados.com/conducta/>

Vásquez, I. (n.d.). *Tipos de estudio y métodos de investigación*. Retrieved from nodo.ugto.mx: <https://nodo.ugto.mx/wp-content/uploads/2016/05/Tipos-de-estudio-y-m%C3%A9todos-de-investigaci%C3%B3n.pdf>

Vera, R. (2018). *La conducta humana*. Riobamba: Revista jurídica Napolitanes.

ANEXO

1. ¿A qué medios de comunicación acude usted con mayor frecuencia?

- Facebook
- Periódico
- WhatsApp
- Otros

2. ¿Conoce usted las funciones básicas que pueden y deben desempeñar los medios de comunicación?

Si

No

3. ¿Cree usted que los medios de comunicación influyen positivamente en el sector el Recreo en la parroquia de San Camilo?

Si

No

4. ¿Cómo usted califica a los medios de comunicación y su influencia en la conducta humana?

Bueno

Regular

Excelente

5. ¿De qué forma los medios de comunicación aportan a la conducta humana?

Informar

Educar

Enseñar

Entretener

Todas las anteriores

Ninguna

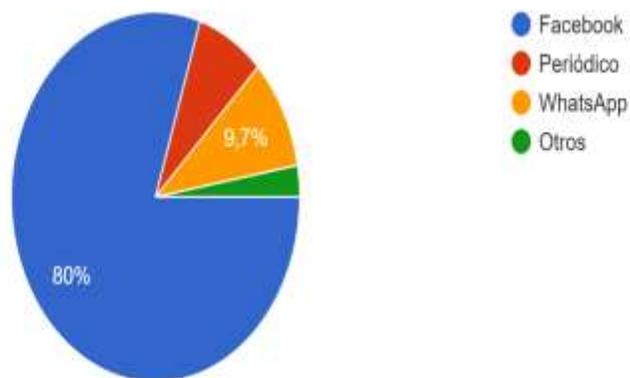
Tabla 1 Medios de comunicación

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	114	80%
Periódico	9	7,6%
WhatsApp	12	9,7%
Otros	2	2,7%
TOTAL	137	100%

Gráfico 1 Medios de comunicación que acude con mayor frecuencia

¿A qué medios de comunicación acude usted con mayor frecuencia?

137 respuestas



FUENTE: Encuesta realizada a los moradores del Sector el Recreo en la Parroquia de San Camilo.

ELABORADO: Rafael Alonso.

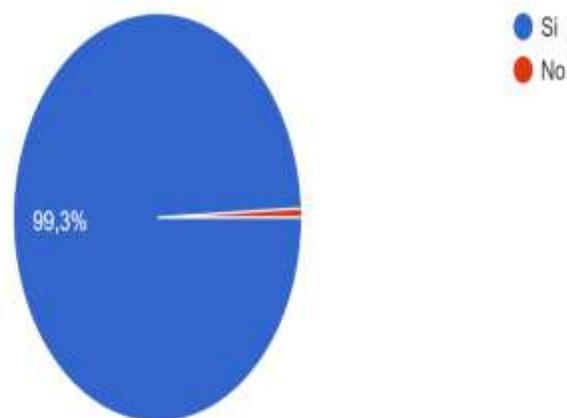
Tabla 2 Funciones básicas que pueden y deben desempeñar los medios de comunicación

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	136	99,3%
NO	1	0,7%
TOTAL	137	100%

Gráfico 2 Funciones básicas que pueden y deben desempeñar los medios de comunicación

¿Conoce usted las funciones básicas que pueden y deben desempeñar los medios de comunicación?

137 respuestas



FUENTE: Encuesta realizada a los moradores del Sector el Recreo en la Parroquia de San Camilo.

ELABORADO: Rafael Alonso.

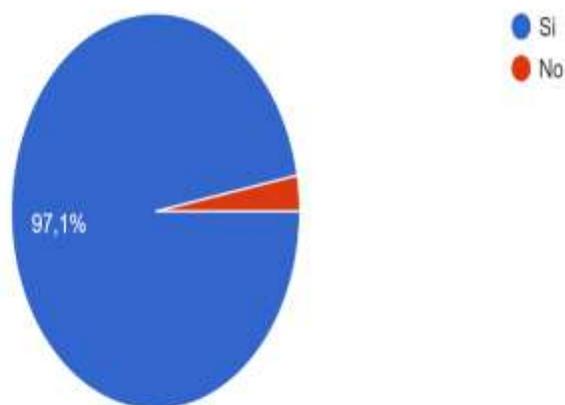
Tabla 3 Los medios de comunicación influyen positivamente en el sector

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	136	97,1%
NO	1	2,9%
TOTAL	137	100%

Gráfico 3 Los medios de comunicación influyen positivamente en el sector el Recreo en la Parroquia de San Camilo

¿Cree usted que los medios de comunicación influyen positivamente en el sector el Recreo en la ciudad de San Camilo?

137 respuestas



FUENTE: Encuesta realizada a los moradores del Sector el Recreo en la Parroquia de San Camilo.

ELABORADO: Rafael Alonso.

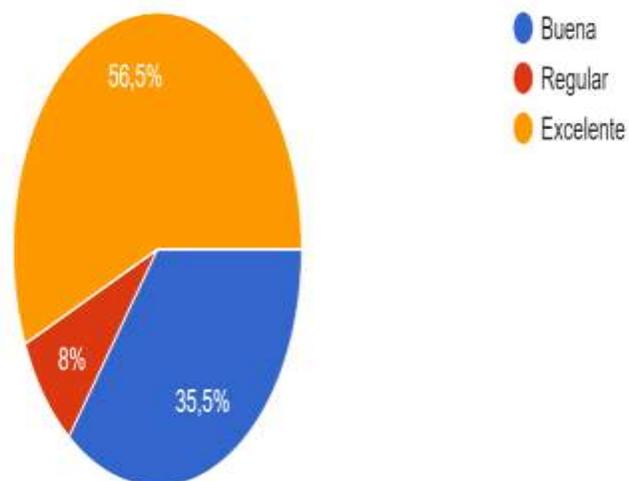
Tabla 4 Los medios de comunicación influyen positivamente en el sector

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENA	49	35,5%
REGULAR	11	8%
EXCELENTE	77	56,5%
TOTAL	137	100%

Gráfico 4 Los medios de comunicación influyen positivamente en el sector el Recreo en la Parroquia de San Camilo

¿Cómo usted califica a los medios de comunicación y su influencia en la conducta humana?

137 respuestas



FUENTE: Encuesta realizada a los moradores del Sector el Recreo en la Parroquia de San Camilo.

ELABORADO: Rafael Alonso.

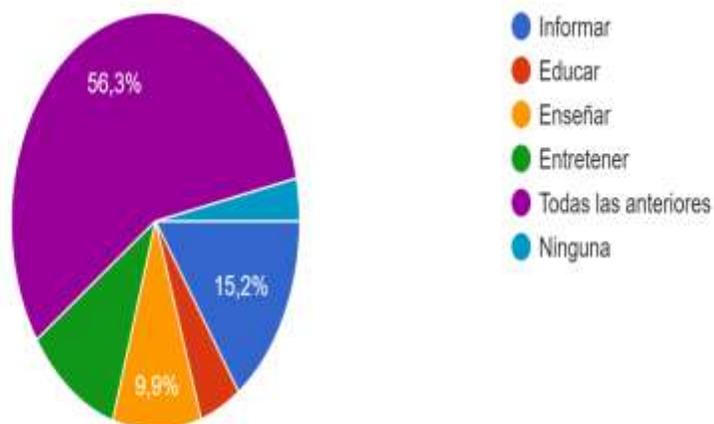
Tabla 5 Medios de comunicación aportan a la conducta humana

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Informar	21	15,2%
Educación	5	4,6%
Enseñar	13	9,9%
Entretener	14	10,6%
Todas las anteriores	82	56,3%
Ninguna	2	3,4%
TOTAL	137	100%

Gráfico 5 Medios de comunicación que aportan a la conducta humana

¿De qué forma los medios de comunicación aportan a la conducta humana?

137 respuestas



FUENTE: Encuesta realizada a los moradores del Sector el Recreo en la Parroquia de San Camilo.

ELABORADO: Rafael Alonso.