



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE
LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

TEMA:

**LA COMUNICACIÓN RESPONSABLE Y SU INFLUENCIA EN EL
COMPORTAMIENTO CULTURAL DE LOS JÓVENES DE LA COOPERATIVA
BALDRAMINA ALTA DEL CANTÓN QUEVEDO.**

AUTORA:

KARLA GABRIELA NÚÑEZ ZAMBRANO

TUTORA:

LCDA. MAYRA DEL ROCÍO DUARTE MENDOZA, MSC.

LECTOR:

LCDO. FREDDY MARCO HOLGUÍN DÍAZ, MSC.

QUEVEDO - ECUADOR

2017



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE
LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a Dios, por estar conmigo en cada momento de mi vida, por su guía y por otorgarme una maravillosa familia. A mis padres, por su protección y dedicación velando por mi bienestar, por enseñarme lo importante que es luchar por lo que uno quiere, tener la tenacidad y la perseverancia necesaria para lograr mis objetivos y por brindarme su amor y apoyo incondicional para alcanzar mis sueños y metas. A mis hermanos menores quienes siempre han estado conmigo apoyándome a lo largo de mi vida. A mis abuelos quienes son mis segundos padres los cuales han contribuido en mi crianza enseñándome muchas cosas, otorgándome su cariño y protección.

Karla Gabriela Núñez Zambrano



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE
LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Técnica de Babahoyo por haberme brindado la oportunidad de formarme profesionalmente. A mis profesores que fueron fuente de conocimiento y ejemplo profesional en el transcurso de estos años de estudio. A mi tutora la Msc. Mayra Duarte Mendoza, por brindarme sus conocimientos y guiarme a través de esta investigación.

A mi lector el Msc. Freddy Holguín Díaz, quien revisó este trabajo y me aconsejó en el transcurso del mismo. Por su infinita paciencia y dedicación les expreso a ambos mis más sinceros agradecimientos, por haberme ayudado a culminar con éxito este estudio.

También agradezco a mis compañeros de clases, por brindarme su amistad y apoyo a través de estos años de formación, por continuar con nuestros estudios sin importar que tan difícil fuera la situación. En el tiempo que conviví con ellos aprendí que cada individuo que llega a nuestras vidas por mínimo que sea su paso por la misma, deja una huella en nosotros, la cual nos permite crecer y mejorar como personas.

Karla Gabriela Núñez Zambrano



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE
LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, **KARLA GABRIELA NÚÑEZ ZAMBRANO**, portadora de la cédula de ciudadanía **094080436-2**, en calidad de autor (a) del Informe Final del Proyecto de Investigación, previo a la Obtención del Título de Licenciada en **COMUNICACIÓN SOCIAL**, declaro que soy autor (a) del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

LA COMUNICACIÓN RESPONSABLE Y SU INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO CULTURAL DE LOS JÓVENES DE LA COOPERATIVA BALDRAMINA ALTA DEL CANTÓN QUEVEDO EN EL AÑO 2017.

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

KARLA GABRIELA NÚÑEZ ZAMBRANO

CI. 094080436-2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE
LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME
FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA
SUSTENCIÓN**

Quevedo, 17 de octubre del 2017

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio N° 076, con 17 de julio del 2017, mediante resolución N° CD-FAC.C.J.S.E-SO-006-RES-002-2017, certifico que el Srta. **KARLA GABRIELA NÚÑEZ ZAMBRANO**, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto titulado:

**LA COMUNICACIÓN RESPONSABLE Y SU INFLUENCIA EN EL
COMPORTAMIENTO CULTURAL DE LOS JÓVENES DE LA COOPERATIVA
BALDRAMINA ALTA DEL CANTÓN QUEVEDO EN EL AÑO 2017.**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación 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 el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

LCDA. MAYRA DEL ROCÍO DUARTE MENDOZA
DOCENTE DE LA FCJSE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE
LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL LECTOR DEL INFORME
FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA
SUSTENCIÓN**

Quevedo, 18 de octubre del 2017

En mi calidad de Lector del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio N° 076, con **17 de julio del 2017**, mediante resolución N° **CD-FAC.C.J.S.E-SO-006-RES-002-2017**, certifico que el Srta. **KARLA GABRIELA NÚÑEZ ZAMBRANO**, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto de Investigación cumpliendo con la redacción gramatical, formatos, Normas APA y demás disposiciones establecidas:

**LA COMUNICACIÓN RESPONSABLE Y SU INFLUENCIA EN EL
COMPORTAMIENTO CULTURAL DE LOS JÓVENES DE LA COOPERATIVA
BALDRAMINA ALTA DEL CANTÓN QUEVEDO.**

Por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación 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 el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.



LCDO. FREDDY MARCO HOLGUÍN DÍAZ
DOCENTE DE LA FCJSE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE
LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



RESUMEN

Este trabajo de investigación tiene como objetivo principal analizar la comunicación responsable y su influencia en el comportamiento cultural de los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo en el año 2017. Este estudio permitió identificar y comprender las causas por las que las dos variables a estudiar están unidas.

Para poder realizar este trabajo se utilizó dos tipos de investigación la de campo y la explicativa para efectuar un análisis del problema de forma más detallada, los métodos que se emplearon fueron el deductivo e inductivo, y entre las técnicas que se usaron están la observación y la encuesta, las cuales fueron aplicadas a los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta.

Al ser una población grande se tuvo que aplicar una fórmula para establecer el tamaño de la muestra de estudio, la cual fue de 278 jóvenes, con los cuales se procedió a realizar el respectivo cuestionario de la encuesta, para obtener los datos necesarios para la elaboración de las tablas y los gráficos estadísticos, los cuales arrojaron la información pertinente para llegar a las conclusiones necesarias de esta investigación.

El empleo de los respectivos métodos y demás factores que se utilizan para realizar un trabajo investigativo, permitieron que se pudiera establecer una relación entre las variables a investigar y estudiar, pudiendo así comprobar la hipótesis que se había planteado. Concluyendo que la aplicación y el desarrollo de un plan de capacitación sobre periodismo responsable sería de gran ayuda para los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, para mejorar su forma de comunicarse y su comportamiento cultural.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE
LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



SUMMARY

This research work has as main objective to analyze responsible communication and its influence on the cultural behavior of the young people of the Baldramina Alta cooperative of Quevedo canton in the year 2017. This study allowed to identify and to understand the causes by which the two variables to studying are united.

In order to carry out this work, two types of research were used: the field and the explanatory, in order to carry out a more detailed analysis of the problem; the methods used were deductive and inductive, and among the techniques used were observation and the survey, which were applied to young people of the Baldramina Alta Cooperative.

Being a large population had to apply a formula to establish the size of the study sample, which was of 278 young people, with which the respective questionnaire of the survey was carried out, to obtain the necessary data for the elaboration of the tables and the statistical graphs, which gave the pertinent information to arrive at the necessary conclusions of this investigation.

The use of the respective methods and other factors that are used to perform an investigative work, allowed to establish a relationship between the variables to be investigated and studied, thus being able to verify the hypothesis that had been proposed. Concluding that the implementation and development of a training plan on responsible journalism would be of great help to the youth of the Baldramina Alta cooperative, to improve their way of communicating and their cultural behavior.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN



COMUNICACIÓN SOCIAL

RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN, TITULADO: **LA COMUNICACIÓN RESPONSABLE Y SU INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO CULTURAL DE LOS JÓVENES DE LA COOPERATIVA BALDRAMINA ALTA DEL CANTÓN QUEVEDO EN EL AÑO 2017.**

PRESENTADO POR LA SEÑORITA: KARLA GABRIELA NÚÑEZ ZAMBRANO

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

9,3

EQUIVALENTE A:

TRIBUNAL:

MSC. LILIANA URQUIZA MENDOZA
DELEGADO DEL DECANO

MSC. ELISEO TORO TOLOZA
DELEGADO COORDINADOR
DE CARRERA

MSC. FREDDY HOLGUÍN DÍAZ
DELEGADO DEL CIDE



AB. ISELA BERRUZ MOSQUERA
SECRETARIA DE LA
FAC.CC.JJ.JJ.SS.EE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE
LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



INFORME FINAL DEL SISTEMA DE URKUND

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación de la Srta. **Karla Gabriela Núñez Zambrano**, cuyo tema es: **La comunicación responsable y su influencia en el comportamiento cultural de los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo en el año 2017**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de **[9%]**, 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 Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.

URKUND

Documento: Informe Final, Karla Núñez.docx (D31410848)

Presentado: 2017-10-17 22:51 (-05:00)

Presentado por: gabrynu_zambrano@outlook.com

Recibido: turquiza.uzb@analysis.orkund.com

Mensaje: Comunicación Responsable Informe final - Karla Núñez. [Mostrar el mensaje completo](#)

9% de estas 52 páginas, se componen de texto presente en 23 fuentes.

Lista de fuentes Bloques

- <http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/comunicacion/comunife12/Luis%20Cump...>
- <http://biblio3.url.edu.gt/Tercero/2014/05/22/Lopez-Evira.pdf>
- <http://www.latribuna.hn/2015/11/04/libertad-de-expresion-y-medios-de-comunicacion/>
- <http://www.alipso.com/monografias/responsabilidad-social-en-los-medios-de-comunic...>
- <http://paq.es/files/1116-612-pdf/637.pdf>
- <https://psicois.gub.ve.net/social/10ss-comunicacion-caracteristicas>
- http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf

0 Advertencias. Reiniciar Exportar Compartir

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

LCDA. MAYRA DEL ROCÍO DUARTE MENDOZA
DOCENTE DE LA FCJSE

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL ...	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN.....	v
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL LECTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN.....	vi
RESUMEN.....	vii
SUMMARY.....	viii
RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
INFORME FINAL DEL SISTEMA DE URKUND.....	x
ÍNDICE GENERAL.....	xi
ÍNDICE DE TABLA.....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I DEL PROBLEMA.....	3
1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.2. MARCO CONTEXTUAL.....	3
1.2.1. Contexto Internacional.....	3
1.2.2. Contexto Nacional.....	4
1.2.3. Contexto local.....	5
1.2.4. Contexto Institucional.....	6
1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	7
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
1.4.1. Problema general.....	9
1.4.2. Subproblemas o derivados.....	9
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	9
1.6. JUSTIFICACIÓN.....	10
1.7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	12
1.7.1. Objetivo general.....	12

1.7.2. Objetivos específicos	13
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL	14
2.1. MARCO TEÓRICO	14
2.1.1. Marco conceptual.....	14
Comunicación responsable	14
Comportamiento cultural.....	35
2.1.2. Marco referencial sobre la problemática de investigación	56
2.1.2.1. Antecedentes investigativos	56
2.1.2.2. Categorías de análisis	60
2.1.3. POSTURA TEÓRICA	62
2.2. HIPÓTESIS	64
2.2.1. Hipótesis general	64
2.2.2. Subhipótesis o derivadas.....	65
2.2.3. Variables	65
CAPITULO III RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	65
3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN	66
3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas.....	66
3.1.2. Análisis e interpretación de datos	67
3.2. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES	71
3.2.1. Específicas	72
3.2.2. General.....	72
3.3. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES	72
3.3.1. Específicas	73
3.3.2. General.....	73
CAPÍTULO IV PROPUESTA TEÓRICA DE APLICACIÓN.....	74
4.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS.....	74
4.1.1. Alternativa obtenida.....	74
4.1.2. Alcance de la alternativa.....	74
4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa	75
4.1.3.1. Antecedentes.....	75
4.1.3.2. Justificación.....	76
4.2. OBJETIVOS	78
4.2.1. General.....	78
4.2.2. Específico	78

4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA	78
4.3.1. Título.....	78
4.3.2. Componentes	78
4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA.....	96
BIBLIOGRAFÍA	97
ANEXOS	

A: Matriz de consistencia del trabajo de investigación

B: ficha de la encuesta aplicada a los jóvenes

C: Pruebas estadísticas aplicadas a los jóvenes

D: Fotografías de la encuesta realizada a los jóvenes

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1: Detalle de la muestra que se tomó a los jóvenes	66
Tabla 2: los tipos de comportamiento influyen en los jóvenes.	68
Tabla 3: Los jóvenes practican los valores culturales	68
Tabla 4: aplicando un plan de capacitación sobre periodismo responsable mejorará la comunicación y el comportamiento de los jóvenes.	70
Tabla 5: conociendo la comunicación responsable mejorará la información.	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: los tipos de comportamiento influyen en los jóvenes.	68
Figura 2: Los jóvenes practican los valores culturales	69
Figura 3: aplicando un plan de capacitación sobre periodismo responsable mejorará la comunicación y el comportamiento de los jóvenes.	70
Figura 4: conociendo la comunicación responsable mejorará la información.	71
Figura 6: Portada del Plan de capacitación	80

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad analizar la información encontrada sobre lo que significa impartir una comunicación responsable ya sea ésta transmitida por un medio de comunicación o por un ente social que tenga disponibilidad para realizar un comunicado. De igual forma se busca conocer lo que representa o significa para los jóvenes tener un comportamiento cultural, si estos conocen y guardan las tradiciones y costumbre de su pueblo. Con todo esto se espera encontrar el nexo que une a estas dos variables y demostrar la influencia que existe de una para la otra.

Los jóvenes se encuentran expuestos a mucha información, ya sea por parte de los medios o por internet que es lo que actualmente está predominando en la juventud como un modo de comunicarse y mantenerse informados. Son estos factores los que han ayudado a que se distorsione de una u otra forma el comportamiento y la cultura de los adolescentes, pues este grupo social de por si es muy susceptible al influjo de cualquier tipo de mensaje que se le transmita.

En el capítulo uno de este proyecto se presenta el tema y una descripción relevante de los diferentes contextos que enmarcan esta investigación, como el internacional, nacional, local e institucional. También se establecerá la situación problemática donde se describirá una parte del problema que aqueja a la población estudiada, de igual manera se encontrará el planteamiento del problema y sobre todo los objetivos que se han determinado en esta indagación.

En el segundo capítulo consta el marco teórico donde se abordan y desarrollan los aspectos teóricos más importantes de la investigación, los cuales ayudarán a dar validez a la misma, pues todos los temas tratados tienen antecedentes de haber sido estudiados y analizados por otros autores, los mismos que se han interesado en conocer lo que la comunicación responsable y el comportamiento cultural de los jóvenes en la actualidad. También se presentaran antecedentes investigativos y posturas teóricas referentes al tema.

En el capítulo tercero se exponen los resultados estadísticos obtenidos a través de la encuesta realizada a la muestra que se tomó de los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, los cuales fueron elegidos de forma aleatoria; de igual manera se establecieron las conclusiones y recomendaciones derivadas de los datos obtenidos de la encuesta aplicada.

En el capítulo cuarto se plantea una posible solución al problema en forma de propuesta, la cual se basa en la realización de un plan de capacitación sobre periodismo responsable a los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo, con el cual se pretende instruir a la juventud de este sector como reconocer y utilizar de mejor manera una buena comunicación responsable, para mejorar de esta manera la forma de comunicar y su comportamiento cultural

CAPITULO I

DEL PROBLEMA

1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN

La comunicación responsable y su influencia en el comportamiento cultural de jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo en el año 2017.

1.2. MARCO CONTEXTUAL

1.2.1. Contexto Internacional

La comunicación responsable en los medio de información en todas partes del mundo se establece, analiza y evalúa dependiendo del contenido que estos publiquen, los cuales estarán sujetos a las leyes de su gobierno quienes determinaran si son adecuados o socialmente responsable para ser difundidos a los ciudadanos de su nación.

Los medios de comunicación de diferentes países tratan de brindarles a sus ciudadanos información que sea verídica, educativa y confiable que contribuya a su formación ya que ellos tanto como los periodistas son conscientes del impacto y la repercusión que sus publicaciones tienen en sus receptores.

Es importante que se establezca un periodismo ético y responsable en todo el mundo, donde se maneje una información que sirva como un influenciador positivo, sobre todo en los jóvenes, porque no importa la ciudad, país o continente en el que vivan, este grupo es el que está más propenso a influjos, afectando tanto su modo de pensar, actuar y su comportamiento cultural ante ciertas circunstancias. En todo esto también influye la personalidad pues es esta la que crea o moldea el comportamiento del hombre.

El comportamiento cultural de los jóvenes es el más susceptible a cambios ya que en la adolescencia su personalidad aún no está definida y su modo de pensar se ve fácilmente influenciado por la masiva información que reciben tanto de los medios de comunicación como de la sociedad que los rodea.

Es por eso que en una escala internacional la comunicación responsable está teniendo un avance importante, porque lo que la sociedad necesita es información confiable y responsable que sea transmitida de manera segura a la ciudadanía especialmente a los jóvenes, porque estos serán quienes formen una nueva base que nos permita avanzar.

1.2.2. Contexto Nacional

En la actualidad, el país se encuentra en constante cambio en especial en lo que a periodismo se refiere, está avanzando y evolucionando para estar a la par de los otros países, la manera de comunicar ha cambiado, ahora tanto los periodistas como los diversos medios se ajustan a la Ley Orgánica de Comunicación, donde se les pide información veraz de calidad y responsabilidad. Pues en estos recae el compromiso de transmitir contenidos informativos que sean confiables, sensatos y responsables.

Pero a pesar de todo esto, la identidad cultural del país está en decadencia, la sociedad está saturada de extranjerismos y costumbres culturales ajenas a nuestra nación, algo que resulta novedoso y atractivo a la juventud porque hemos sido criados con el concepto de que lo de afuera es mejor a lo nuestro y esto contribuye a cambiar su comportamiento, en el afán de ser iguales a los demás están dispuestos a adaptarse.

Pues los jóvenes quieren estar a la moda y seguir a sus semejantes en este aspecto, no quieren ser tratados o catalogados como diferentes, en este momento de su vida que es de puros cambios solo quieren encontrar un lugar al que pertenecer, por lo que adoptan diversas conductas que les permitan entrar a un grupo social, y sentirse parte de algo pues tratan de buscarse ellos de definir quien realmente son.

Los medios de comunicación en el país se han ajustado a la reforma de hacer un nuevo periodismo, pues ellos saben que toda información que sea difundida causara influencia en la población, pues estos se dejan guiar por todo lo que leen, ven y escuchan y de una u otra manera van cambiando su forma de actuar su comportamiento cultural. Es por esta razón que los diversos medios están poniendo mayor cuidado en lo que transmiten, su programación tiene que contener calidad en información.

1.2.3. Contexto local

Los diferentes medios de comunicación que existen en el cantón Quevedo, han ido creciendo y desarrollando su estilo de informar, optan por un mayor cuidado al momento de publicar sus noticias o diversos contenidos y que estos no carezcan de veracidad y responsabilidad para no incumplir con las leyes y brindar un periodismo de calidad a los ciudadanos.

El comportamiento de la juventud es totalmente diferente de años pasados, son muy pocos los adolescente que conocen algo sobre la cultura del país, ciudad o pueblo en el que viven, sin embargo conocen muchas tradiciones y fiestas extranjeras. Todo esto por la masiva publicidad a la que están expuestos. Ya que siempre se promociona las festividades de otros países porque tiene mayor popularidad.

Es debido a esto que se debe practicar una comunicación responsable donde se evidencie el interés en querer rescatar y perdurar la cultura del país. Un periodismo sensato y consciente de la gran influencia que representan ya que la información que ellos proporcionen será la que el público tome como verdadera. Por esto deben tener mucho cuidado para informar solo lo auténtico.

Sobre todo los jóvenes ya que estos se dejan influenciar fácilmente por todo lo llamativo y novedoso, se dejan guiar por otros y por todo aquello que se diga estar a la moda, pues no quieren ser tratados de manera diferente a sus semejantes por lo que siguen los patrones

y conductas de los otros. La publicidad a la que están expuestos es grande y toman mayor importancia a lo de afuera que a lo de su propio país.

1.2.4. Contexto Institucional

En la cooperativa Baldramina Alta, al igual que en varios lugares el influjo por parte de los medios de comunicación es notable, la información que estos imparten causa gran impacto en sus receptores, aunque esta situación no se toma en consideración ya que toda la propaganda y contenidos que transmiten está dirigido precisamente a influenciar el comportamiento de las personas.

Los jóvenes de este sector, como cualquier otro adolescente que aún no tiene un criterio completamente formado, pertenecen al grupo que está más vulnerable a la influencia de factores externos, pues ellos se dejan deslumbrar por lo novedoso y quieren copiar todo aquello que se diga estar a la moda, ya sea ropa, tecnología, su forma de hablar, su aspecto físico, música y tradiciones ajenas a las suyas. Ya que lo consideran como algo que deben hacer porque todos lo practican.

Estos problemas no solo suceden en este lugar, es algo que se puede evidenciar en todas partes del país. En años anteriores los medios de comunicación no regulaban su programación y la mayoría de los contenidos que presentaban al público provenían del extranjero dejando de lado la producción y talento nacional, solo promocionando lo de afuera. Ya que es lo que más mira la gente. Por esta y más razones es que la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) en el Art. 36.- Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional establece que:

Todos los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su programación diaria, sin perjuicio de que por su propia iniciativa, los medios de

comunicación amplíen este espacio. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación establecerá los mecanismos y la reglamentación para el cumplimiento de esta obligación (**Asamblea Nacional , 2013, pág. 8**).

El organismo que se encarga de sancionar el incumpliendo de este y los demás artículos de esta ley es la Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM), quien cobrará una determina multa o infligirá una correctivo al medio dependiendo de la infracción que incumplan. Lo que busca esta entidad con esto es que se reduzca el incumplimiento de las leyes y que toda la información que sea transmitida por estos no dañe ni afecte a terceros.

1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

La cultura del ser humano se puede comprender como un conjunto de tradiciones, conocimientos, ideas, valores y costumbres, que identifican a un pueblo o nación. La comunicación responsable por su parte es el compromiso social que deben tener las personas y los medios, ya que estos son los que ofrecen toda información verídica a los ciudadanos, pues estos por ser los emisores de sucesos importantes son grandes influenciadores de la juventud.

La comunicación responsable es algo que no siempre se practica, ya que cada persona sobre todo los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, comunican la información como la interpretan y muchas veces según les convengan. Ya que cada individuo es único y tiene una apreciación única del entorno que los rodea.

Lo mismo ocurre con el comportamiento cultural, la juventud ya no le da tanta importancia a guardar y preservar la cultura de la que provienen, se encuentran deslumbrados por la tecnología y todo lo que provengan de otros países todo esto con el afán de seguir al mismo grupo social al que pertenecen, para encajar en ese círculo se

adaptan a nuevas costumbres y culturas dejando muchas veces atrás sus creencias y hasta cambiando su personalidad.

Y los adolescentes de la cooperativa Baldramina Alta no son la excepción a esta incidencia. Estos jóvenes por ser un grupo humano sensible y fácilmente influenciado adoptan costumbres, tradiciones y valores ajenos a los suyos y esto se puede evidenciar al ver el actuar de la juventud, su forma de vestir, hablar, las costumbres que practican, e incluso el consumo de drogas está incluido en este comportamiento, ya que este tipo de información es a la que están más expuestos.

Con todo esto se puede constatar que indudablemente su comportamiento cultural ha sido afectado e influenciado por la masiva información que reciben de los medios de comunicación. Antes se podía ver a los jóvenes practicar juegos tradicionales, conocían los cuentos populares y creían en sus historias, respetaban las fiestas populares y las costumbres que conllevaban, pero actualmente la sociedad ha caído en decadencia cultural y está plagada de extranjerismos.

Hay muchos cambios más que se está observando en el comportamiento de los jóvenes de este sector, su cultura ha sido trastocada y los medios tienen mucho que ver en este aspecto ya que es muy poco lo que hacen para informar sobre nuestra cultura, y es aquí donde debemos preguntarnos si realmente se está aplicando una comunicación responsable en los medios.

Pero esa pregunta no solo debe quedarse como tal, sino que la ciudadanía tiene que tratar de pedir a estos medios que tomen mayor conciencia del impacto que causan no solo en los jóvenes sino en todos sus receptores, que fomenten y creen contenidos que enseñen las diferentes culturas que conforman la nación y que la juventud se sienta orgullosa de expresar sus raíces culturales para que este país no se convierta en uno donde se haya perdido su identidad cultural y que tenga arraigadas costumbres extranjeras como propias y que las generaciones futuras no crean que estas les pertenecen.

Para que esto no suceda todos deben ayudar incentivando a los jóvenes y niños y ciudadanos en general a practicar y difundir su cultura, pues la cultura se podría decir que es un hábito más que tienen las personas y como tal si no se practica se pierde.

1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.4.1. Problema general

¿Cómo la comunicación responsable influye en el comportamiento cultural de los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo en el año 2017?

1.4.2. Subproblemas o derivados

- ¿Cuáles son los tipos de comportamientos que son influenciados por la comunicación responsable en los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo?
- ¿Cuáles son los valores culturales en la comunicación responsable que influyen en el comportamiento cultural de los jóvenes de la cooperativa Baldramina alta del cantón Quevedo?
- De qué manera influye la aplicación de un plan de capacitación sobre periodismo responsable en el comportamiento cultural de los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo?

1.5.DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Delimitación Espacial

El presente trabajo de investigación se desarrollará en la Cooperativa Baldramina Alta sector perteneciente a la parroquia San Cristóbal del cantón Quevedo en el año 2017.

- **Campo:** social

- **Aspecto:** comunicación responsable y su influencia en el comportamiento cultural de los jóvenes.

- **Línea de investigación de la carrera:** Periodismo investigativo sustentable aplicado a nuevas tecnologías

- **Sub-línea de investigación:** De odontología y periodismo responsable.

Delimitación temporal

Este trabajo de investigación se realizará en el año 2017.

Delimitación demográfica

Los beneficiarios del proyecto serán los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo.

1.6. JUSTIFICACIÓN

Es innegable que la comunicación es algo de suma importancia para el desarrollo de la sociedad y del hombre que vive en ella. Lo mismo sucede con los medios de comunicación, su masivo consumo ha permitido que estos evolucionen y se establezcan en todos los países del mundo, ya que estos son esenciales en la vida de las personas al ser los encargados de brindar información a los ciudadanos.

Es por esto que dichos medios deben practicar y aplicar el uso de un periodismo donde su objetivo principal sea impartir una comunicación responsable, sin importa el lugar

donde se encuentren, su primordial deber siempre debe ser informar con responsabilidad y ética.

La comunicación responsable puede ser interpretada como información confiable y verídica que previamente ha sido investigada y que posteriormente será transmitida por los medios de comunicación de cualquier país o ciudad, la cual no debería ser puesta en duda ya que cuando se habla de esta, se tiene la idea de que se aplica a toda la información que se difundirá por los medios y que se tomará en cuenta cada detalle y posible repercusión que pueda presentar en el público.

En la actualidad, el Ecuador se encuentra en un periodo de cambio sobre todo en lo que a medios de comunicación y periodismo se refiere, estos se han tenido que adaptar y ajustar a la Ley Orgánica de Comunicación, la cual en sus diversos artículos pide un mejor manejo de los medios y de la información que estos imparten a la ciudadanía, la cual debe ser veraz, confiable y responsable.

El comportamiento cultural por su parte es la forma o la manera que tienen de comportarse las personas de acuerdo a las enseñanzas con las que han sido criadas. Cada país, ciudad, pueblo o tribu del mundo, tienen su propia cultura la misma que comprende las tradiciones, costumbres, ideologías, creencias religiosas y ancestrales, modo de vestir, hábitos alimenticios y demás.

Con esto se podría decir que el comportamiento de cada individuo está determinado por todos estos factores siendo la familia o comunidad en la que vive su principal influenciador para desarrollar y definir una conducta cultural que sea aceptable para la sociedad de la que forma parte.

En sí, el comportamiento cultural es definido por la cultura del pueblo, país o tribu al que pertenece un individuo, el Ecuador es un país con una gran diversidad de culturas y tradiciones, siendo así cada pueblo el reflejo de sus costumbre ancestrales, aun así con el paso del tiempo y la evolución de la sociedad que se adapta a una era globalizada de

constante cambio, cada vez es más notorio la alteración que presentan las personas en su comportamiento cultural.

Gran parte de esta perturbación se debe a los medios de comunicación ya que estos son grandes influenciadores en la ciudadanía, pero la mayoría de estos medios están plagados de extranjerismos que son adoptados por la sociedad sobre todo los jóvenes que por ser un grupo sensible a influencias es inevitable que su comportamiento se vea alterado.

El tema que se ha planteado en esta investigación aporta la información necesaria para determinar la mejor forma para que nuestras tradiciones, costumbres, valores no se pierdan y sean preservados por los jóvenes de nuestra nación. De esta manera se conservaran nuestros valores culturas para las generaciones futuras y podrán seguir siendo transmitidos de padres a hijos, sin ser alteradas y continuaran practicándose en la sociedad por muchos años más.

Los beneficiaros de esta investigación son los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta, ya que ellos están más propensos a ser influenciados por la información impartida por los medios, esta población es la muestra que nos permita comprender hasta qué punto un periodismo responsable puede intervenir en su comportamiento y cultura, ya que ellos al ser el objeto de estudio serán quienes permitan descubrir hasta qué grado está presente esta influencia en su vida diaria. Permitiendo de esta forma analizar la mejor alternativa posible para ayudar a los jóvenes de este sector a mejorar su modo de comunicarse y su comportamiento cultural ya que es importante que la juventud conozca todo esto porque le permitirá tener una mejor calidad de vida y desenvolver en la sociedad.

1.7.OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

1.7.1. Objetivo general

Analizar la comunicación responsable y su influencia en el comportamiento cultural de los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo en el año 2017.

1.7.2. Objetivos específicos

- Identificar los tipos de comportamientos que son influenciados por la comunicación responsable en lo,s jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo.
- Determinar los valores culturales en la comunicación responsable y su influencia en el comportamiento cultural de los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo.
- Crear un plan de capacitación sobre periodismo responsable para influir en el comportamiento cultural de los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Marco conceptual

Comunicación responsable

¿Qué es comunicación?

La comunicación es el proceso o acto de informar y transmitir ideas a una o varias personas. “Comunicar es llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es decir, es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás” (Fonseca, 2005). Esto implica que al comunicarnos transmitimos una parte de nosotros tanto intelectual como emocional a nuestros semejantes. Ya que siempre se comparte algo de al momento de comunicarnos, no importa cuál sea el mensaje que se transmita.

Esta necesidad de poder expresar nuestros pensamientos es lo que ha llevado al hombre a través del tiempo a evolucionar la manera de comunicarse con sus similares. “Es el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información” (Chiavenato, 2006, pág. 110). Es decir que en el momento que el ser humano intercambia información está formando las bases necesarias para realizar una sociedad organizada.

La comunicación es tanto un proceso como una necesidad innata del ser humano, es el afán de querer expresar nuestras ideas y sentimientos a los demás, lo que impulsa al hombre a seguir y a buscar nuevas maneras de transmitir estos pensamientos ya sea con palabras, orales o escritas o por otros medios por la tanto se puede decir que “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” (Stanton, Etzel , & Walker , 2007, pág. 511).

En sí, la comunicación, vendría a ser el acto de transmitir determinada información a los demás, con el fin de dar a conocer nuestros pensamientos, sentimientos, ideas, etc. Ya que es una cualidad y necesidad innata del hombre, el ponerse en contacto con sus semejantes y para lograr esto a lo largo del tiempo se ha ido desarrollando diferentes técnicas para conseguir una mejor transmisión de información. Pues es una verdad innegable que sin comunicación nunca se habría podido cimentar las bases para construir una sociedad.

Sin entrar en mayores detalles sobre el proceso de comunicación en sí, digamos que en la comunicación humana, emisores y receptores intercambian sus roles alternativamente, produciéndose lo que en la jerga comunicacional se denomina feedback o realimentación de contenido y consiste en que la respuesta del primer receptor se constituye en agente modificador de la nueva emisión del emisor original (Córica, 2012).

La comunicación es el proceso donde el emisor y el receptor realizan un intercambio de información y a la vez de roles pues una vez que el trasmisor ha dado el mensaje a su destinatario este procederá a convertirse en emisor, produciendo así la realimentación de lo que se ha comunicado.

Tipos de comunicación

La comunicación es aquel acto que se realiza entre dos o más personas para transmitir un determinado mensaje. Es también un proceso y una necesidad que nació para ayudar a la evolución del hombre y el desarrollo de la sociedad, por lo que se podría asegurar que es algo imprescindible en la vida del ser humano.

Todo esto implica que “(...) más allá del esquema básico del proceso de transmisión de un mensaje existen distintos tipos de comunicación, pues los emisores pueden ser diferentes y la información que se envía y el canal por el cual circula ésta también” (Corbin, 2017).

Los tipos de comunicación son varios y diversos dependiendo de como se empleen, o son usados por las personas que necesitan transmitir un mensaje a otro u otras personas los más conocidos son:

➤ **Comunicación verbal: oral y escrita:** “La comunicación oral se realiza por medio de signos sonoros (fonemas) y se recibe y se interpreta con el oído. La comunicación escrita se realiza mediante el uso de signos gráficos (grafemas), los cuales son percibidos por la vista” (Müller, 2004).

Tanto la comunicación oral como la escrita son los más usados por las personas para comunicarse, ya que ambos representan la mejor manera de transmitir información de un individuo a otro ya sea de forma hablada o por medio de la escritura

➤ **Comunicación masiva:** “La comunicación masiva o de masas se refiere a la interacción entre un emisor único y un receptor masivo o audiencia. El receptor debe ser: un grupo grande de personas, ser heterogéneo y ser anónimo” (Corbin, 2017).

Esta se refiere a la transmisión de información que se realiza por parte de un único emisor que es el encargado de enviar el mensaje a través de un medio a una o varias personas que recibirán el comunicado de forma masiva.

- **Comunicación virtual o digital:** La comunicación virtual o digital se refiere a todas las comunicaciones que se producen en internet y se alojan y se alojan en plataformas multimedia. Tienen la gran ventaja de que ahorran costes y permiten medir su impacto y eficacia. Ubicamos en esta categoría los correos electrónicos, los boletines electrónicos, las *newsletter*, las redes sociales internas, los foros, las wikis, los blogs, etc (**Zapata, 2016**).

Es la que predomina en esta era, se realiza por medio del internet, se utilizan diversos modos para comunicarse con personas lejanas y cercanas, a través de las redes sociales o video conferencias. Proporcionándole de esta manera una ventaja al hombre en la evolución de la comunicación, por medio de los foros, blogs, correos electrónicos y demás plataformas virtuales que ayuden al mejoramiento de la transmisión de un mensaje.

No importa la forma que se utilice al momento de emitir un mensaje o recibirlo, ya que comunicar es la manera que tienen las personas de transmitir una determinada información. Por esta razón a través de los años se han ido estableciendo diferentes tipos de comunicación, los cuales fueron creados con el fin de facilitar la interacción del hombre con sus semejantes. Y acortar distancias entre los mismos.

Los elementos de la comunicación

La comunicación es el proceso que realiza el ser humano para transmitir un mensaje a sus semejantes “una estructura cuyos elementos se interrelacionan en forma dinámica y mutuamente influyente” (**Garduño, 2012**). Es decir que es la forma que tenemos que manifestar nuestros deseos, necesidades y pensamientos, para lograr esto es necesario que participen una serie de elementos que facilitaran la manera de comunicarnos.

Son algunos los componentes o elementos que forman parte del proceso de la comunicación, los cuales fueron creados por el ser humano con el afán de facilitar la transmisión de mensajes entre las personas, ya que siempre ha sido una necesidad del hombre el poder comunicarse con sus semejantes; entre ellos están: fuente, emisor, receptor, codificación, mensaje, canal y retroalimentación.

- **Fuente:** Fuente de la comunicación es aquella persona o aquel grupo en el que se origina la comunicación y quien dirige todo su proceso; por ello tiene la responsabilidad de preparar todos los elementos de dicho proceso y de controlarlos en forma que se realice eficazmente la misma comunicación (**Reyes, 2002**).

Es aquella persona o bien un grupo de individuos que tienen una razón o un determinado objetivo al momento de transmitir un mensaje, los elementos que pertenecen a este grupo son:

- **Emisor:** “El emisor será aquella persona que transmita a través de símbolos convencionales, un determinado mensaje al receptor, con el que habrá cumplido con la acción de comunicar” (**González, 1997**).

Es quien inicia la comunicación, la persona que transmite la idea o el mensaje al receptor y debe ser claro al momento de comunicar para que no exista confusión al instante de dar una información a terceros. Pues de él depende que la transmisión del recado sea exitosa y pueda darse el proceso de la comunicación. Si esto no sucede la comunicación fracasará ya que no se habrá llegado al término del transcurso comunicativo.

- **Receptor o decodificador:** “es la persona u organización a la que se destina el mensaje. Realiza un proceso inverso al del emisor ya que en él está el decifrar e interpretar lo que el emisor quiere dar a conocer” (**Peñafiel & Serrano, 2010**).

Es una persona o grupo de individuos que reciben el mensaje del emisor, si dicha información no llega al receptor no habrá comunicación ya que en este recae la responsabilidad de decodificar el recado que le ha sido transmitido. Y al mismo tiempo debe procesarlo y realizar la retroalimentación con quien le comunicó la información para constatar que no haya ningún mal entendido. De esta manera estará seguro que el mensaje que recibió es correcto y no hay fallas.

- **Código:** “es el conjunto de reglas propias de cada sistema de signos y símbolos que el emisor utilizará para transmitir su mensaje. Es necesario que el receptor conozca el código para poder decifrarlo. Por ejemplo el código Morse” (Peñafiel & Serrano, 2010).

Es el sistema de códigos que usa el emisor y el receptor para comunicarse, ya que quien transmite la información usará una serie de símbolos conocidos tanto él para quien transmite el mensaje como para su destinatario, de esta manera se hará fácil la comunicación entre ambos y no habrá conflictos o malos entendidos. Es por esto que es importante que ambas partes conozcan o hablen la misma lengua.

- **Mensaje:** “El mensaje, que es la información o contenido que se transmite, incluyendo los hechos acontecimientos, sentimientos, ideas, órdenes, etc. Que se quiere comunicar” (Pastor, 2010).

Es la información que codifica y transmite el emisor al receptor, puede ser hablado y escrito o mediante gestos y sonidos. Lo importante es que se pueda transmitir el mensaje al destinatario.

- **Canal:** El canal, que es el conducto por el que se transmite el mensaje. Si el mensaje se transmite sin artefactos intermedios, se llama simplemente canal; el canal se llama

medio. Si el medio llega a muchos receptores, se llama medio de comunicación de masas (**Pastor, 2010**).

Es el medio físico por el que el emisor transmite el mensaje para que le llegue al receptor de forma rápida y clara. Se vale cualquier tipo de artefacto para que le facilite esta transmisión información entre el emisor y el receptor. Y se pueda producir un buen proceso de comunicación.

Todos estos elementos son necesarios para poder desarrollar un buen proceso de comunicación, sin ellos no se podría transmitir de forma eficiente y adecuada un mensaje y no podríamos comunicarnos con las demás personas. Es algo que hacemos de forma natural y muchas veces sin darnos cuenta que realizamos estas acciones.

Ya que son parte de nuestra conducta, pues la necesidad de expresar nuestros pensamientos, sentimientos y todo lo que queramos es algo innato en el hombre y para conseguirlo se valdrá de cualquier medio, porque el deseo de comunicarse supera cualquier obstáculo, esto lo ha llevado a lo largo del tiempo a que busque la mejor forma de poder realizar una adecuada comunicación con sus semejantes.

El lenguaje como parte de la comunicación

El lenguaje indiscutiblemente forma parte de la comunicación que desarrollo la humanidad para expresar las múltiples sensaciones, pensamientos o simplemente comentar todo lo que le sucedía en el día a día. De allí es que la sociedad comienza a formar bases sólidas de comportamiento, creando reglas, códigos para vivir en armonía con la transmisión de buenas costumbres, volviéndose tradicionales y siendo pasadas generacionalmente durante todos los siglos que la humanidad lleva en la tierra.

El lenguaje ha sido la base primordial para la civilización humana y en el desarrollo de las sociedades yendo de la mano con la evolución de la comunicación, pues sin lenguaje no existirían los códigos que ayudan a caracterizar la manera de transmitir información a otra persona. Caracterizando el proceso comunicativo de los pueblos.

La comunicación es el acto de transmitir y recibir el mensaje, en una situación concreta denominada contexto, mediante un código común y a través de una vía o canal. Se ejerce a través de gestos, expresiones faciales, corporales, táctiles, olfativas y gustativas complementando o no la vía verbal **(Pérez & Salmerón, 2006)**.

La comunicación es aquel proceso comunicativo donde se transmite y recibe una determinada información o mensaje por parte de otra o varias personas, que este intercambio de ideas pueda realizarse se necesita de un emisor y un receptor para que procesa y decodifique aquello que le ha comunicado. Este acto se puede realizar ya sea de forma verbal o escrita, por medio de gestos, por sensaciones olfativas, etc.

El lenguaje es el instrumento de comunicación exclusivo del ser humano y cumple múltiples funciones: obtener y trasvasar información, ordenar y dirigir el pensamiento y la propia acción, permite imaginar, planificar, regular... Es el recurso más complejo y completo que se aprende naturalmente, por una serie de intercambios con el medio ambiente, a través de otros interlocutores más competentes **(Pérez & Salmerón, 2006)**.

El lenguaje por su parte es la herramienta que se utiliza en la comunicación humana, pues este se lo puede definir como el sistema de código, letras y sonidos que fueron creados por el ser humano para poder transmitir sus ideas, pensamientos, etc. Este tiene la función de obtener, procesar, transmitir, planificar la información. Ya que sin el lenguaje no existiría la comunicación.

La tecnología y la comunicación en la sociedad

La tecnología en la actualidad juega un papel importante en el proceso de la comunicación, pues hoy en día esta predomina en todos los hogares y personas, la mayoría utiliza las herramientas tecnológicas para comunicarse de manera más rápida, se valen de las redes sociales y cualquier otra plataforma informática que les sirva para realizar esta acción.

La aparición de nuevas tecnologías en el campo de la comunicación e información exige una mirada a las formas cómo se procesa la información, el mecanismo de transmisión y la manera de recibirla y decodificarla. El lenguaje atraviesa todos estos momentos: elaboración, transmisión, decodificación e interpretación, en las que se incluyen el texto, la voz, el sonido, la imagen, lo audiovisual y lo multimedial **(Cumpa, 2012)**.

Con la aparición de las nuevas tecnológicas y estas siendo utilizadas en los procesos de la comunicación se requiere que se dé una mirada profunda a la forma en que se procesa toda información que se obtiene de diferentes fuentes y como esta se recibe y decodifica. Ya que si no se analiza correctamente no habrá un entendimiento al momento de que el receptor reciba el mensaje.

La llegada de las tecnologías digitales viene transformando diversos campos de la comunicación, entre ellos las formas de elaboración de los contenidos verbales, visuales y multimediales. Esto ha generado una forma de comunicación distinta en algunos espacios de transmisión de la información que las tecnologías digitales ponen a disposición de millones de usuarios, como lo son, principalmente, las redes sociales caracterizadas por su manera de acceder a ellas (la movilidad de esos medios) **(Cumpa, 2012)**.

Estas tecnológicas desde su aparición vienen influyendo y transformando los diversos campos de la comunicación, entre estos la forma en que elaboran los contenidos que serán transmitidos por los medios de comunicación.

Todo esto ha provocado que la forma de comunicarse y transmitir información por medio de estas tecnologías este a disposición de todas aquellas personas que sean capaces de acceder a ellas.

La comunicación en la sociedad

La comunicación es el proceso de transmitir información “un elemento que puede representar las diferentes sociedades que se encuentran en el mundo” (Cambria, 2016). Es decir que a través de ésta se podría tanto identificar como simbolizar a los grupos de individuos que habitan el mundo. Desde que el ser humano habita en la tierra ha buscado la manera de expresar sus pensamientos y necesidades a sus semejantes, es por esto que ha adquirido un rol muy importante en la vida del hombre y en el grupo social del que forma parte.

A pesar de que se considera que el papel de la comunicación es simplemente transmitir información y que este termina aquí, ésta va más allá, ya que en realidad no solo se transmite un mensaje cualquiera, cada vez que se realiza este proceso también se transmiten los pensamientos y sentimientos más profundos de las personas, los cuales algunas veces tienen la intención de persuadir u orientar a un individuo a un determinado fin el cual puede ser tanto bueno como malo.

(...)Las distancias temporales y físicas se han reducido a la sencilla imagen de un punto. Aprendemos más, empezamos a comunicarnos con otras personas en diferentes lenguas, conocemos nuevas culturas y como hay tantas ventajas, los aspectos negativos son más furtivos; como se suele decir "la rosa, aun siendo la reina de los flores, también tiene sus espinas". Las cosas bellas y buenas siempre tienen un precio y este precio son las nuevas amenazas, las nuevas dependencias que se mueven en el subsuelo de esta nueva era: la era de la información (Cambria, 2016).

En la actualidad la mayoría de las barreras que existían antes para poder comunicarnos han desaparecido, la distancia se ha reducido, es más rápido y ágil poder comunicarnos

con otras personas que estén a grandes distancias y aprender cosas nuevas, como idiomas, culturas y sin número de aspectos diferentes, todo esto ha sido posible por la evolución de los medios de comunicación.

Al analizar, cómo estos dos conceptos, comunicación y sociedad están vinculados entre sí, se puede entender, que los procesos comunicacionales están presentes en todos los niveles de la colectividad, sirviendo como un eje sobre el cual se basa su desarrollo y evolución. Se puede considerar la comunicación, como el intercambio de información necesario para este fin, y a la sociedad, como el conjunto de individuos que comparten una misma cultura y que les corresponde interactuar entre sí, a través de esa retroalimentación **(García, 2017)**.

Si se analiza tanto el concepto de comunicación como el de sociedad se podría decir que ambos están vinculados, ya que la uno sirve de apoyo al otro, las técnicas comunicacionales se presentan en todos los niveles de la población, como un medio que sirve para su desarrollo y evolución. De esta manera se puede decir que la comunicación intercambia información con la sociedad.

La comunicación y la sociedad, son dos factores que no pueden separarse, pues los seres humanos, cuentan con un potencial innato para comunicarse, y gracias a esa capacidad, es que la colectividad puede desarrollarse. Actualmente, la sociedad está compuesta por un conjunto de múltiples interacciones en distintos niveles, donde los hombres utilizan la comunicación como un vehículo para la transmisión de contenidos tanto de información, como de opiniones **(García, 2017)**.

Tanto la comunicación como la sociedad no pueden separarse una depende de la otra y viceversa, ya que es el hombre el que posee la cualidad de realizar el proceso de comunicarse y a la vez es este también el creador de la sociedad.

Hoy en día la misma ha evolucionado a la par con el desarrollo de la tecnología y las nuevas generaciones de individuos que la constituyen, convirtiéndose así el ser humano en el vehículo que transmite la información.

¿Qué es responsabilidad?

La responsabilidad es uno de los valores morales que nos han inculcado desde niños, “significa responder, dar respuesta al llamado de otro. Está íntimamente ligada a la vocación, palabra proveniente del latín *vocatio* o acción de llamar” (Febres, 2007, pág. 119). Por lo que hay que ser conscientes de nuestras acciones, tratar de cumplir con las obligaciones que nos son conferidas y saber que todo lo que hacemos conlleva a una repercusión, por lo que hay que actuar de forma correcta ante cualquier suceso.

Ser responsable es una cualidad y un requerimiento en el medio en que vivimos, cumplir con los deberes que nos son encomendados tales como: el trabajo, la familia, la escuela, y las leyes, son elementos importantes que debemos asumir como miembros de la sociedad y como tales tenemos que responsabilizarnos por nuestro hacer diario. Pues al creer la palabra responsabilidad se convierte en parte de nuestra vida y toda gira alrededor de ella.

La responsabilidad es una virtud que debe poseer el hombre, algo que inculcan los padres desde pequeños, los niños crecen con la noción de que ser responsable es cumplir con lo que dice papá y mamá, hacer las cosas bien. “Convertirse en una persona responsable significa ser capaz de tomar decisiones conscientemente, llevar a cabo conductas que persigan mejorarse a uno mismo y/o ayudar a los demás” (Sánchez, 2017).

Por lo tanto, la responsabilidad es algo que se debe cultivar en la mente y el corazón, con el fin de que esta se desarrolle y tome fuerza en nuestra personalidad, por eso es necesario cumplir con los deberes y tareas que nos asignados tanto por nuestros padres

como por quienes participan en nuestra educación y crianza. Ya que el ser humano siempre busca mejorar como individuo.

Solo de esta manera la sociedad se beneficiara y podrá avanzar para convertirse en un lugar donde se cumplen las leyes y las normas. Donde el hombre se sienta seguro de vivir ya que si todas las personas practicasen el ser responsables, no habría tantos problemas todos acatarían la ley y al mismo tiempo se responsabilizarían de sus actos. Creando de esta manera una mejor sociedad donde los niños y los jóvenes puedan vivir y crecer conscientes de que esta es la forma adecuada de pensar y actuar, tomar responsabilidad y saber que cada acción realizada traerá consecuencias.

La responsabilidad en la información

Al hablar de responsabilidad en lo que a información se refiere es exponer la importancia que tiene tanto el periodista como el medio de comunicación o cualquier persona particular que pueda difundir un mensaje a una o varias personas.

Pues estos tienen que ser conscientes de que todo lo que ellos comuniquen influenciara en la opinión pública de la sociedad, por lo cual tienen que tener mucho cuidado al momento de comunicar.

A esta palabra se le puede adjudicar el siguiente concepto “La responsabilidad es una virtud que puede observarse en uno mismo o en el prójimo” (Ucha, 2008). Es decir que ser responsable es una de las virtudes que debe o que ya posee el hombre, la cual puede ser observada tanto en el cómo en sus semejantes. Pues cuando una persona es consciente de sus actos o comportamiento está siendo fiel a esta definición.

Por lo tanto si se conoce y se comprende realmente el significado que abarca la palabra responsabilidad, esta puede ser ejecutada de la mejor manera. En cuanto a lo que información se refiere es esencial que se aplique este concepto, de esta manera no habrá duda de la veracidad del mensaje ni de su emisor. “La responsabilidad de divulgar periódicamente información es independiente de la obligación legal de hacerlo, y responde al papel social que desempeñan las empresas” (Ángel, 2009).

La responsabilidad social de los medios de comunicación

Antes de que se estableciera el concepto como tal de la responsabilidad social de los medios de comunicación, ya se comenzaba a debatir la preocupación sobre este tema, pues como se tiene conocimiento son precisamente estos medios los grandes influenciadores en la opinión pública y la percepción de la ciudadanía. En otras palabras ellos son quienes forman el sentir de las personas, su criterio y forma de pensar tienen mucho que ver con la información que imparten estos medios.

El concepto de responsabilidad puede tener múltiples interpretaciones y efectos. Pero en los medios de comunicación es evidente el grado de credibilidad que merecen, el periodista y el medio. Es crucial este calificativo que le dan las audiencias porque es el mejor y mayor patrimonio de uno y otro (León, 2014).

Interpretar el significado de responsabilidad puede ser algo difícil pues a este se le puede dar muchas definiciones. Ahora si se aplica esta palabra para definir el grado de confiabilidad que presentan los medios de comunicación en la ciudadanía, será complicado ya que unos estarán a favor de brindar toda su confianza a estos y a los periodistas que conforman esta organización, mientras que otros no querrán darle credibilidad.

(...) la responsabilidad social de los medios debe ser algo tangible, concreto y fundamental del periodismo de calidad. De ella dependen los valores de la transparencia y

la credibilidad del periodismo, y también, sus efectos en todos los asuntos de interés público, y por ende la vigencia de la democracia (**León, 2014**).

La responsabilidad social que deben tener todos los medios de comunicación debe ser algo visible, palpable, preciso algo que caracterice al periodismo y le dé el apelativo de calidad. Pues de la misma dependen que el valor y la confiabilidad que se le tiene al periodista y al medio no cambien.

Existen dos documentos que hacen referencia conceptual de la responsabilidad social de los medios de comunicación, se puede decir que estos escritos se convirtieron en grandes referentes en la discusión del rol social que ocupan los medios. Dichas documentaciones son el informe de Hutchins y el informe de McBride.

El informe de Hutchins dio lugar a una teoría, a una doctrina: Teoría de la responsabilidad social de la Prensa. Configuración teórica de una primera doctrina donde se reflejaba la enorme influencia de la prensa para dirigir la opinión pública a favor de los dirigentes del medio. De esta teoría, surgirá con posterioridad, el concepto de Responsabilidad Social de los medios (**Clarenc, 2011, pág. 124**).

Este informe reflejó el grado de influencia que la prensa tiene sobre la ciudadanía, como es capaz de poder dirigir al pueblo y hacer cambiar la opinión que presentan a favor o en contra de ciertos temas o personas con cierto cargo público, pero todo esto solo manifiesta que no solo el medio o los periodistas tienen que ver en esto, sino que es una gran cadena donde se involucran más personas. Ya que son diversos individuos los que velan por sus intereses personales y profesionales y se valen del uso de cualquier medio para conseguir sus fines.

En el informe de (McBride) citado por (**Ramírez, 2012**) señala la siguiente premisa “Este estudio se detiene en el ejercicio de la RS, ya que presta importancia al marco legal, roles y responsabilidades de los periodistas y de los propietarios de los medios de comunicación”.

Este informe se centra en la importancia de los aspectos legales y el rol que asume tanto el periodista como el medio de comunicación en lo que ha responsabilidad se refiere al momento de informar, ya que acepta el enorme poder que representan estos en cuanto a influenciar la opinión pública y el comportar de la sociedad.

Observar en los medios factores como la búsqueda de la verdad; el proceso de verificación y contraste de fuentes informativas; la construcción de la agenda con asuntos de interés público; la participación de las audiencias; la separación de información y opinión; el manejo de la publicidad, entre otros, le dan sentido a la responsabilidad social de los medios de comunicación **(León, 2014)**.

Cuando se observa a los medios de comunicación realizar acciones tales como la búsqueda de la verdad y la comprobación de la misma de las diferentes fuentes de donde obtienen la información; como tratan de organizar programación que sea de interés para el público, que exista una diferencia entre lo que es informar y brindar la opinión de la misma.

Son estos factores, los que hace pensar que darle el nombre de responsabilidad social a un medio si es posible, ya que los mismos están demostrando tener las cualidades necesarias para que se les atribuya este título, ya que tratan de seguir los parámetros adecuados para mejorar tanto en calidad de información como organización.

Libertad de expresión y medios de comunicación

La libertad de expresión es el derecho que tienen todas las personas de expresarse libremente sin importar su condición social, nacionalidad, raza o género, siempre y cuando estas personas sean conscientes de que tal y como tienen este derecho también tienen la

obligación de responsabilizarse por sus palabras y acciones. En los medios de comunicación esta supuesta libertad es aún más restringida pues deben ser muy cuidadosos con todo lo que digan.

Sin libertad no puede haber verdadero orden, estabilidad y justicia. Y sin libertad de expresión no puede haber libertad. La libertad de expresión y de búsqueda, difusión y recepción de informaciones sólo podrá ser ejercida si existe libertad de prensa (**Aguiar, 2002, pág. 209**).

De acuerdo con lo anterior la libertad vendría a representar para las personas independencia, y con ello poder establecer tanto el orden como la justicia que rige a la sociedad. Pues si no existirá la libertad de expresión simplemente no podría haber ninguna clase de liberación. Y en los medios de comunicación esta solo puede ser utilizada si realmente se aplica la libertad de prensa al momento de informar. Si esto no sucede no se podría afirmar que realmente exista, porque todo aquello que sea transmitido por estos medios estará condicionados.

La Constitución de la República y diversos tratados internacionales, como la Declaración Universal de Derechos Humanos, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos y la Convención Americana sobre Derechos Humanos entre otros, reconocen expresamente que todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión así como el derecho de difundirlas por cualquier medio de expresión (**Pagán, 2015**).

Son varios los organismos tanto internacionales como nacionales que establecen y reconocen el derecho que tiene toda persona de expresarse libremente y brindar su opinión sobre cualquier tema, de igual manera tiene el derecho de difundir sus pensamientos, ideas, sentimientos por cualquier medio que ellos crean conveniente. Siempre y cuando sean conscientes de la responsabilidad que conlleva esta mencionada y tan ansiada “libertad de expresión”.

Sin medios independientes, sin garantías para su funcionamiento libre, sin autonomía en su toma de decisiones y sin seguridades para el ejercicio pleno de ella, no será posible la práctica de la libertad de expresión. Prensa libre es sinónimo de expresión libre (**Aguiar, 2002, pág. 209**).

Si no existen medios de comunicación que muestren independencia, autonomía para tomar decisiones, que estén dispuestos a arriesgarse y asumir las consecuencias de las mismas, no serán capaces de decir que practican la libertad de expresión en su medio, pues se entiende que para poder hablar de una prensa libre se necesita primera una expresión libre, sin ataduras ni miedos de ninguna clase.

Es indispensable que los medios mantengan la más absoluta independencia, especialmente respecto al gobierno de turno, lo que permite que puedan divulgar información y a la vez formar opinión libre de cualquier tipo de censura oficial, o cualquier otro tipo de injerencia, permitiendo de esa manera que el ciudadano reciba información veraz, confiable y objetiva, libre de sesgo por los intereses de gobierno, de los dueños de los mismo e incluso de la opinión de los periodistas que se convierten en la cara visible de los medios de difusión (**Pagán, 2015**).

Es importante que los medios se mantengan independientes de cualquier tipo de influencia que pueda existir, tal como la política, de esta manera podrá difundir información verídica y libre de cualquier influjo y sin censuras de ningún tipo, permitiendo así que la ciudadanía se forme su propia opinión sobre lo que acontece, de una manera libre y objetiva, sin intereses de por medio.

Allí donde los medios pueden surgir libremente, decidir su orientación y la manera de servir al Público, allí también florecen las posibilidades de buscar información, de difundirla sin cortapisas, de cuestionarla sin temores y de promover el libre intercambio de ideas y opiniones. Pero, cuando con el pretexto de cualesquiera objetivos se acerca la libertad de prensa, desaparece las demás libertades (**Aguiar, 2002**).

Cuando los medios encuentran el lugar donde pueden surgir y avanzar con libertad, decidiendo que dirección seguir y como quieren llegar al público, es en ese lugar cuando encuentran la manera de buscar información de una forma verídica y sin falacias que puede ser difundida sin el temor de ser cuestionadas por su veracidad. Pero cuando la libertad de prensa se hace presente estas otras libertades terminan por desaparecer.

La ética de los medios de comunicación

Para poder hablar de ética en los medios de comunicación primero se tiene que entender lo que es y cómo ha sido definido y aplicado este término desde sus inicios hasta la actualidad. “la Ética es un tipo de saber normativo, esto es, un saber que pretende orientar las acciones de los seres humanos” (Cortina & Martínez , 1996). En si la ética es lo que sabemos sobre los valores y la moral, lo que nos orienta en nuestro actuar diario y por el resto de nuestras vidas, todas las personas tienen conocimiento de lo que significa esta palabra pero muy pocos la practican.

Los medios de comunicación tienen que ser éticos y moralmente responsables por los contenidos que emiten, ser conscientes de su papel como entes de gran importancia e influencia en la sociedad, pues inadvertidamente ellos forman parte de vida de las personas, y como tal contribuyen a la educación de las mismas. Por esta y otras razones es que deben ser muy cuidadosos con lo que transmiten a la ciudadanía, para que no se los acuse de falta de ética, ni personal ni profesional, tienen que crear contenidos que sean de beneficio para la nación.

Aunque con el avance de la tecnología y la competitividad profesional que existe hoy en día, el afán de hacer dinero en una sociedad que lo exige para poder triunfar, cada vez se hace más difícil que se tenga una ética apropiada. Esto se vuelve una espada de doble

filo tanto para el medio como para quienes lo conforman, ya que tienen que poner en juego tanto su ética como organización, como personas y profesionales.

Son tantas las exigencias y competencias profesionales que los medios de comunicación se están olvidando de lo importante que es manejar y proporcionar una información ética y responsable, es entonces cuando “queda la duda de si la ética de la comunicación tiene que ver básicamente con la capacidad profesional, o por si el contrario es pura y simplemente una herramienta moral” (Azurmendi, 2000).

No se puede despejar esta duda con certeza ya que los medios son manejados por personas y estas siempre estarán vulnerables a cambiar su ética y moral. Juzgar al medio o la empresa de comunicación como una entidad viva y pensante, es algo difícil, porque en sí, estos no dejan de ser una estructura inerte, la cual es manipulada y utilizada por los dueños para su beneficio tanto económico como personal.

Así que se podría decir que la ética de los medios de comunicación depende única y exclusivamente de los individuos que conforman esta organización, pues estos son los responsables de aprobar todos los contenidos que serán posteriormente transmitidos a al público, son los responsables de toda la programación que será creada y transmitida por el medio y dependiendo de qué tipo de información sea podrá afectar de forma significativa el comportamiento del hombre ya que influirá en este y también le hará formar su propia opinión.

La ética del periodista

La ética sin duda alguna es un tema muy controversial sobre todo si su concepto se hace referente a una profesión tan importante como es el periodismo, claro está sin desmerecer a las demás profesiones que tienen igual valor. Pero hay que reconocer que el periodista como tal tiene una gran presión y responsabilidad social para ejercer y abarcar todo el significado de esta palabra.

La imagen social del periodista vista desde el prisma ético, es fuertemente ambivalente: Por un lado, es el héroe que llega hasta sacrificar su vida en una especie de martirio laico al servicio de la verdad y la justicia; es igualmente el aliado de los ciudadanos frente a los poderes político-económicos corruptos, capaz incluso de derrocarlos con su solo compromiso con la verdad; es por último, ya desde su trabajo en el ámbito de crear opinión, un orientador fundamental a la hora de hacerse luz en el complejo panorama social **(Etxeberria, 1995)**.

Este punto de vista catalogan al periodista como un ser moral y éticamente intachable, capaz de pelear por lo que es justo y verdadero, aliado del pueblo y fiel representante de la verdad; ya que es considerado como igual, una persona preocupada por la ciudadanía y sus interés, capaz de formar y orientar la opinión pública a favor del país.

Pero, por otro, lado es el actual manipulador por excelencia, capaz de moldear los intereses y las convicciones de la opinión pública; es el sensacionalista que guiado por los interés económicos y de prestigio personal, instrumentaliza la vida de los demás, convirtiéndolo todo en espectáculo, frivoliándolo todo; es incluso, cuando pretende ser moralista, el inquisidor que, aplicando una manga ancha para sí mismo llega a saltarse las exigencias más elementales del Estado de derecho **(Etxeberria, 1995)**.

En esta visión es todo lo contrario es expuesto como un manipulador corrupto que está a favor de su propio beneficio exhibiendo lo que le conviene y convirtiéndolo en un entretenimiento frívolo sin moral y ética.

Pero, la verdad es que el periodista siempre será juzgado y etiquetado como bueno o malo dependiendo de quién sea su juez y verdugo, tendrá un lado de la población que lo apoye en su papel social y alabe su esfuerzo y estarán aquellos que lo critiquen y lo tachan de corrupto.

Pero ninguno de estos lados toma en cuenta una realidad que es innegable, este profesional de la comunicación también es humano y como tal tiene virtudes y defecto, no es un ser perfecto al que nada lo puede tentar ni tocar.

Es solo una persona que cumple con su trabajo y su deber. Que está expuesto a muchas cosas y al igual que cualquier otro profesional tiene que cumplir con las dadas sin importar si estas van o no con sus conceptos éticos.

Comportamiento cultural

¿Qué es comportamiento?

La mayoría de las personas entienden por comportamiento, a la forma que tiene un individuo de proceder en su vida diaria, como actúa en diferentes situaciones y las reacciones que expresan en determinadas circunstancias, son estos aspectos los que permiten que se pueda conocer realmente el carácter y personalidad de los demás, y para determinar estos nos basamos en su conducta.

Para (Parra) citado en **(Grande & Silva, 2013)** indica “en que comportamiento, corresponde a una expresión de la personalidad, mientras que conducta no siempre manifiesta los contenidos “personológicos” sino que adopta un carácter de más respuesta y le otorga un papel más pasivo al sujeto”. Siendo así que nuestro comportar refleja una parte de quienes somos, pues expone un fragmento de aquello que llamamos personalidad.

El comportamiento de un ser humano, no es más que la forma que tiene de expresar qué y quién es, por medio de su comportar o actuar diario se puede definir cómo es realmente su personalidad, pues es capaz de expresar emociones, pensamientos, actitudes y todos los conocimientos que ha adquirido a lo largo de su vida y que lo han ayudado a formarse como persona y definir el tipo de conducta que ha logrado crear. Es la proyección de este

comportamiento el que hace que otros se formen una imagen de él, ya sea buena o mala dependerá de la persona en cuestión.

Como exponente de la primacía de lo adquirido puede considerarse a B. F. Skinner, quien sostiene que mediante un sistema adecuado de premios y castigos podría configurarse la conducta humana en cualquier dirección, encauzándola en círculos estables (del tipo de condicionamientos complejos), que determinan el comportamiento del hombre según los que se le hubiera acostumbrado a desear y a rehuir (**Arregui & Choza, 1991**).

Este concepto expone que el comportamiento puede ser manipulado o inducido en una dirección determinada. Sostiene que si se tiene un sistema de premios y castigos podría alinearse la conducta del hombre, ya que esta se acostumbraría a actuar de acuerdo a lo que se la ha enseñado. En otras palabras se tendría que entrenar al ser humano para poder formar un comportamiento que sea aceptable para la sociedad.

(...) Como exponente de una posición contraria, puede considerarse a K. Lorenz, quien sostiene que mediante un sistema de premios y castigos controlado desde el medio externo no es posible configurar de modo estable y predeterminado el comportamiento humano, pues los comportamientos de este tipo (y, en concreto, los agresivos) están determinados por la programación genética del hombre, de manera que solo se pueden alterar modificando la programación (**Arregui & Choza, 1991**).

Estos conceptos sin duda forman dos grandes interrogantes ¿el comportamiento puede ser controlado y establecido por premios y castigos? O por el contrario ¿el comportamiento está establecido por la genética? dependiendo de a quién se pregunte se obtendrá la respuesta, habrá quienes apoyen la percepción Skinner, e incluso den fe y ejemplos de que su teoría es cierta, mientras que otros estarán a favor de Lorenz, y confirmaran de igual manera que él tiene la razón con respecto a la genes.

Tipos de comportamiento

Todo ser humano tiene una personalidad propia y un tipo de comportamiento que lo define como un individuo único y pensante, con características e ideologías distintas a las de otros, esto es lo que lo diferencia y permite identificarlo o encasillarlo en un determinado modelo de conducta. Ya que cada persona es el resultado de las vivencias, costumbres, educación, cultura y ejemplos que ha recibido a lo largo de sus vida, es esto lo que construye el comportamiento y la personalidad del hombre.

- **Comportamiento dominante:** Son las personas que constantemente indican lo que quieren y hacia dónde quieren ir. Toman la iniciativa y procuran que el grupo les siga. Son personas que hablan de forma rápida, les gusta tomar decisiones y no les preocupa equivocarse. Equivocarse y tomar otra dirección forma parte de su forma de vivir y de aprender (**Francesc, 2014**).

Este comportamiento es propio de aquellas personas que tienen claro lo que desean en la vida, les gusta tomar sus propias decisiones y son líderes naturales, son individuos confiables. No les importa equivocarse en las decisiones que tomen si pueden aprender de ellas y les otorgan más conocimientos para seguir avanzando en su vida, de esta manera son exitosos tanto a nivel personal como profesional.

- **Comportamiento influyente:** Estas personas dan mucha importancia a las relaciones interpersonales. Para ellos cualquier tipo de futuro pasa previamente por una buena relación personal. Son personas amigables, sonrientes, simpáticas, agradables, abiertas, que se centran en explicar cosas personales para buscar algún tipo de tema que cree un enlace con su interlocutor. Pueden ser vistos, por los otros perfiles, como personas superficiales, que se centran poco en el tema y que les cuesta concretar. Les gusta la popularidad y el reconocimiento público (**Francesc, 2014**).

Son personas a las que les importa entablar buenas relaciones interpersonales, pues consideran que para tener un buen futuro se necesita previamente haber establecido una excelente relación personal con otros. Se esfuerzan mucho en su hacer diario y en su trabajo pues les gusta ser reconocidos por todos. Por esta razón tratan de destacar lo más posible en cualquier medio para ser tomados en cuenta.

- **Comportamiento estable:** Tal como indica su perfil estas son personas estables y tranquilas. Saben escuchar. Este tipo de perfil da mucha importancia a la seguridad propia. Ante una propuesta de cambio responden con numerosas preguntas con el fin de entender los motivos del cambio y analizar que es lo que les puede sacar de su zona “segura”. Por ello, cuando estas personas apuestan por el cambio, conocen muy bien los motivos del mismo y se vuelcan en el aportando soluciones. Pueden ser vistas por los demás como personas tímidas e inseguras debido a que ante determinadas situaciones que no controlan se quedan en segundo plano o delegan, o hacen muchas preguntas sobre el tema en cuestión. Más preocupadas en el “cómo” que en el “qué” (Francesc, 2014).

Como su nombre lo indica son personas estables y tranquilas por naturaleza. Su prioridad es su propia seguridad y sentirse serenos en su zona de confort. Si se les llega a presentar algún cambio en su estilo de vida, indagaran las razones y analizaran todos los pormenores para entender la situación y asegurarse que es lo correcto. Algunas veces pueden ser considerados como personas tímidas por otros, pues aparentan inseguridad y ansiedad en ciertas situaciones que los sacan de su Zona de Seguridad. Pero esto es solo en apariencia pues solo quien estar confortables.

- **Comportamiento cumplidor:** Este tipo de personas dan mucha importancia a los detalles, a que las cosas estén perfectamente realizadas. Tienen una tendencia a ser perfeccionistas. Son personas muy observadoras y preguntan enseguida cuando hay alguna cosa que no entienden. Se mueven por la lógica. Son metódicos y analistas. Pueden ser vistos por lo demás como fríos ya que antes de contestar o afirmar una cosa

se la miran mucho para estar seguros de que está bien y que aportan la mejor solución (Francesc, 2014).

Son personas a las que les importa mucho los detalles, podría catalogárselos como perfeccionistas. Observadores y analistas investigan si tienen alguna duda, la lógica rige su vida. Les gusta cumplir con sus tareas encomendadas, no dejan nada al azar, creen en hacer las cosas por ellos mismos para que estas salgan bien, ya que no tienen plena confianza en las demás personas.

Los tipos de comportamientos, son variados y sin duda cada autor tendrá su propio concepto de cada uno de ellos, habrá quienes tengan una gran categoría y otros que solo se enfoquen en los que creen son los principales, y no presten mucha atención a la demás clasificación, pues aunque cada persona tiene una personalidad única y no todos se actúan de la misma forma, están aquellos que tienen ciertas similitudes en su comportar, de esta manera se los clasifica en cada tipología.

Comportamiento heredado o adquirido

¿El comportamiento es heredado o adquirido? Es la interrogante que ha llevado a investigadores a desarrollar diversas teorías respecto a este tema, ya que el afán de descubrir qué es lo que realmente determina la conducta de una persona, los motiva a estudiar y analizar todos los posibles componentes que pueden estar implicados en este proceso y de esta manera descubrir la verdad. Esta duda ha llegado a ser tan importante que se han creado diversas teorías para descubrir lo que influye y determina este comportamiento y a la vez desarrollar posibles soluciones que ayuden a mejorar el mismo.

Cuando se habla de un comportamiento heredado es hacer referencia o evocar el significado de lo innato ya que ambas palabras tienen relación y a menudo son usadas como sinónimos. “*Innato* es todo lo que está presente en el *momento del nacimiento*, pero

no todo es heredado. Los factores heredados pueden manifestarse en el desarrollo del individuo después del nacimiento, quizá hasta los 20 y 40 años” (Aceves, 1981).

El comportamiento innato es todo lo que manifiesta el hombre desde el nacimiento, pues venimos a este mundo sabiendo que hacer para pedir comida aun sin hablar, podemos transmitir nuestras necesidades por medios de las acciones que realizamos, por eso se supone que nuestra conducta está determinada por los elementos que hemos obtenido de los genes de los nuestros padres.

A pesar de esto no se le puede atribuir toda la responsabilidad a la herencia, ya que la mayoría de estos genes no se desarrollan hasta después de algunos años de haber nacido. También se involucra el entorno en el que se está criando una persona y esto combinado con la herencia genética vendría a determinar el comportamiento.

Complementariamente a esto, hay patrones de comportamiento y de actitudes que son adquiridos y que expresan la colectividad heredada en forma de cultura, haciéndola visible. Por medio de esta dimensión (...) se transmiten al individuo los valores instrumentales e ideales, las formas de trabajo y comportamiento, las costumbres, ritos, usos y puntos de vistas que, o bien descansan en elementos aprendidos o bien derivan de ellos (Sichra, 2003).

El comportamiento adquirido tiene actitudes que son obtenidas del entorno que lo rodea, las costumbres, la cultura de su pueblo, es lo que se denomina como patrimonio, ya que es la transmisión de todos los ideales, forma de trabajo, tradiciones, rituales religiosos, etc. Pues son todos estos elementos los que influyen en la conducta del hombre ya que son aprendidos desde muy pequeños y quedan grabados en su mente, pues para poder ser asimilados se necesita de la repetición constante volviéndolos casi un hábito.

La personalidad como parte del comportamiento humano

“La personalidad puede definirse como *las causas internas que subyacen al comportamiento individual y a la experiencia de la persona*” (Cloninger, 2003). También es aquello que la mayoría de las personas define como la forma de ser de un individuo, lo que lo caracteriza y lo hace único e irrepetible, ya que esta vendría a ser un conjunto de todo lo que conforma al individuo, su cultura, temperamento, aptitud, conocimientos, el ambiente en el que ha sido criado, la influencia y enseñanzas de su familia, habilidades y destrezas, características tanto físicas como genéticas, etc. Por lo tanto es la que determina el comportamiento humano.

(...) A pesar de la creciente atención que se le ha dado a la investigación de la personalidad, poco es lo que se ha logrado a este respecto. Claro que a medida que ha progresado la genética y la endocrinología, se sabe que la herencia y el sistema glandular, junto con el medio ambiente, son importantes determinantes de la personalidad del individuo (Soria, 2004).

Aunque se ha prestado atención a la investigación acerca de la personalidad humana, no es mucho lo que se ha logrado descubrir de esta. Pero mediante el progreso de diversos estudios en el área de la genética y otras ciencias se logró descubrir que la personalidad tiene ciertos factores tanto internos como externos que influyen en ella, como el medio en el creció, la herencia, etc. Todo esto determina la personalidad del hombre, ya que el ser humano por lo general es un imitador es de esta manera como él aprende al imitar las acciones de otros. Copia lo que hacen y a la vez ya queda en su ser como parte de su comportamiento y de su persona.

No se tiene que confundir persona con personalidad. La persona designa a un individuo humano concreto; la personalidad, al contrario, es un término científico que han formulado los psicólogos con la intención de formarse una idea de la manera de ser y actuar que caracteriza al organismo psicofisiológico que denominamos persona. Las personas poseen una personalidad propia, que designa la manera de ser y de funcionar de un psiquismo

humano, tal como ha sido construida gracias a la investigación psicológica (**Pont, Andrés, & Andrés, 2008**).

Tal vez se pueda crear confusión entre lo que significa persona y personalidad, aunque suenen parecido no lo son ya que la primera viene a representar a un individuo mientras que la otra es el término que ha sido creado por los científicos y psicólogos para dar un nombre a aquello que caracteriza la manera de ser y comportarse del hombre, ya que se necesitaba una terminología adecuada para referirse a este tema.

Pues cada ser humano que habita en la tierra tiene una forma única e inigualable de actuar la cual se ha formado a lo largo de su vida, a través de agrupación de varios conocimientos que le han permitido crecer como una persona independiente y que gracias a ello ha podido desenvolverse en la sociedad en la que vive. Que tan bien llegue a adaptarse en ella dependerá de la formación de su personalidad.

Un agente de transmisión y formación de la personalidad en la primera infancia es la familia, encargada de dar al niño los elementos necesarios para integrarse posteriormente a su grupo de amigos, el cual es el segundo agente de formación; ambos son pequeños elementos de un sistema más grande llamado cultura (**Olivares & González, 2014**).

Sin duda el primer factor determinante para que una persona desarrolle su personalidad desde la niñez es la familia, pues es en esta donde el niño se siente seguro y comienza se aprenden los primeros conocimientos básicos que ayudarán a la integración con más personas y amigos, los cuales se convertirán en el segundo elemento que permitirá un progreso adecuado en su crecimiento.

Pues al poder conocer y relacionarse con más personas ajenas a su entorno familiar influenciará de manera positiva en el crecimiento de la misma. Permitiendo que el niño se desenvuelva por sí mismo desarrollará confianza en él y a su vez influirá en la formación

de su personalidad. Cada cosa nueva que aprenda, cada meta que alcance por sí mismo serán factores determinantes para el desarrollo de su carácter.

(...) La personalidad se entiende entonces como el comportamiento total del individuo y las reacciones de los demás ante este. El impacto que dicho comportamiento tiene en otros individuos hacen que los demás reacción ante el favorable o desfavorablemente; este proceso también puede invertirse influyendo el individuo en la sociedad en la que se desenvuelve, de ahí que la cultura influya y cambia la personalidad y el individuo pueda modificar la cultura, siendo este proceso interdependiente y dinámico **(Olivares & González, 2014)**.

Con todo esto se podría decir que la personalidad no solo forma parte del comportamiento humano sino que es la creadora del mismo y responsable de las reacciones que puedan tener las demás personas ante esta, ya que según la manera que tenga el hombre de comportarse ante otros creara reacciones tanto positivas como negativas pues será juzgado tanto por su personalidad como por su actuar.

Todo esto representa un proceso donde la cultura también presenta una gran influencia en el desarrollo de la personalidad del individuo tanto así que tienen una relación de interdependencia donde ambas se influyen y modifican mutuamente. Se podría de ser que sin la existencia de esta relación no podría desarrollarse de una manera adecuada y uniforme la personalidad de las personas.

¿Qué es cultura?

La cultura es una parte de lo que somos, lo que define a un pueblo y su gente, esta palabra engloba un gran concepto ya que se puede precisar como el junto de tradiciones, costumbres, creencias religiosas y ancestrales, lenguaje, ideologías, vestimenta, comida entre otras, pero también abarca la definición de una persona instruida o que conoce de

arte, música, y que tiene estudios superiores y que se ha cultivado a sí misma en lo que a conocimientos se refiere.

El término *cultura* proviene del vocablo latino *colore*, tiene un amplio rango de significados: *habitar, cultivar, proteger, honrar con adoración*, etc. Con el tiempo, algunos de estos significados han derivado en palabras con acepciones significativas bastante diferentes. Así, *colono* y *colonia* han mantenido la vinculación con el significado de *habitar*, mientras que por ejemplo, el término *culto* ha mantenido desde siempre la acepción tanto de *cultivar* como de *honrar con adoración* (Cabedo, 2006).

La palabra cultura, desde su aparición tuvo un significado algo distinto al que se conoce ahora, su etimología viene desde el latín, donde este término hacía referencia a cultivar y honrar. Con el paso de los años y con cada nueva generación, este concepto cambio muchas veces, pasó de cultivo a significar colonia, que luego se transformó en habitar, hasta llegar a culto. Y es así, como la constante evolución de esta palabra acabó por convertirse en lo que conocemos.

Son diversos los autores que han dado un significado a este término, desde el sentido antropológico y social, cada uno de ellos ha expresado sus respectivas nociones o teorías sobre lo que para ellos representa hablar de cultura, uno de los más importantes o a quien muchos consideran el precursor del significado moderno de esta palabra es Edward B. Tylor.

Para (E. B. Tylor 1871), citado por (Gómez, 2010) “quien acuñó (...) ‘La cultura o civilización, en sentido etnográfico (...) incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto a sociedad’”. Este concepto precisa el significado que la mayoría de las personas tiene de esta palabra, ya que engloba todo las características que la definen e identifican como parte de la sociedad y la historia humana.

Para (Freud) citado en (Colombres, 1990) “el creador de la psicología moderna, la cultura comprende todo el saber y el poder conquistado por los hombres para llegar a dominar las fuerzas de la naturaleza y extraer bienes materiales con qué satisfacer sus necesidades”. En si dicha palabra, se basa tanto en el conocimiento adquirido como en la técnica que se emplea en la utilización del mismo.

Pues el hombre a través de esta inteligencia ha podido conquistar en cierta medida a la naturaleza y con ello ha obtenido ciertos beneficios que le facilitan su vida. Y a su vez estos conocimientos los ha ido sumando a su cultura y han sido pasados de generación en generación de padres a hijos, con la ambición de que estos perduren y no desaparezcan con el paso del tiempo y la evolución del hombre y la sociedad, de esta manera la cultura seguirá por muchos años más como una parte del ser humano.

La cultura es un pilar importante que ha contribuido al desarrollo de los pueblos, y de la sociedad en general, gracias a su perduración y evolución se han podido conservar y transmitir conocimientos ancestrales, creencias, costumbres y tradiciones. Lo que ha permitido que cada pueblo pueda conservar su historia y sus raíces y saber de dónde vienen y quiénes son.

Tipos de cultura

La cultura es la forma que tienen las personas de guardar y recordar quienes son, pues esta comprende todas las costumbres, pensamientos, hábitos, creencias religiosas, valores, normas, lengua y todo aquello que pueda identificar a una población y como tal es una obligación de la sociedad transmitir todos estos preceptos a las siguientes generaciones. “La cultura por ser aprendida, evoluciona con nuevas experiencias y puede modificarse a través de la dinámica del proceso de aprendizaje” (Luna & Pezo, 2005).

La cultura puede ser clasificada en cultura tónica que es la que incluye los tópicos como los valores, la religión, las leyes, la sociedad, etc. Cultura histórica es la herencia de las sociedades que se establecieron en el pasado e indican la relación con la del presente. Cultura mental es la que pertenece a cada persona, está ligada a las capacidades y los conocimientos que ha adquirido el individuo a lo largo de su vida.

También existe la cultura estructural que es la que engloba todo lo que tiene que ver con los símbolos, las creencias, los valores y las conductas de un pueblo relacionados entre ellos. Cultura simbólica esta cultura se constituye a partir de significaciones que son compartidas por los miembros de la misma sociedad.

Cultura analfabeta es la que carece de cualquier tipo o sistema de escritura y solo existe la comunicación hablada. Cultura alfabeta que al contrario de que la anterior se caracteriza por contar tanto con el lenguaje hablado como con el escrito. Siendo así la que tiene mayor facilidad para comunicarse ya que domina dos de los aspectos fundamentales para realizar el proceso comunicativo.

El comportamiento del individuo depende de la interacción entre las características personales y el ambiente que rodea a la persona. Parte de este ambiente es la cultura social, que proporciona amplias pistas sobre como deberá conducirse el individuo en un determinado medio (**Luna & Pezo, 2005**).

La clasificación de los tipos de cultura es extensa, a través de los años han sido categorizados según su necesidad y conceptualización, de esta manera se ha logrado entender de mejor manera cada característica de los pueblos y como se logró establecer las bases de una sociedad a través de los conocimientos que han pasado de generación en generación.

Cultura culta y cultura popular

A lo largo de la historia se consta de la existencia de dos culturas diferenciadas: una cultura de las élites (“cultura culta”) y una cultura del pueblo o cultura popular. La cultura popular ha evolucionado a lo largo del tiempo y se ha transformado tanto desde el punto de vista de las formas como de los contenidos y de los medios de expresión. La cultura popular tiene un origen muy lejano, Batjín, la cultura popular fue creada por el pueblo no ilustrado en la época medieval y de forma “autónoma” **(Busquet & Mestre, 2007)**.

La cultura culta y la cultura popular, se podría decir que son una división que nació para establecer las diferencias o separar al hombre en clases sociales, de ese modo las personas instruidas o letradas que pertenecen a un nivel social alto corresponden a la cultura de élite, mientras que la cultura popular le concierne al pueblo ya que fue este quien la creó.

“la cultura es como la mermelada, cuando menos hay, más se la estira”, indica una cita anónima, y por ello antigua, se refiere a la cultura “cultura”, o letrada: la que refleja las más elevadas manifestaciones del espíritu y del intelecto humano a través de la pintura, la escultura, la arquitectura, el teatro, la filosofía, la música y la danza clásicas **(Guglielmone, 2000)**.

La cultura culta sin duda es algo que la mayoría de las personas se esfuerzan en demostrar que tienen. Es la forma de manifestar quienes son, el intelecto que han acumulado a través de los años, la educación que han recibido en distintas disciplinas artísticas como: música clásica, arte, pintura teatro, etc. Pues son estos conocimientos juntos con otros los que son considerados pertinentes para pertenecer a este grupo de élite y aquellos que no poseen estas características son considerados como parte de otra cultura, la cual es la “cultura popular”.

(...) la concepción romántica, y la tarea de los primeros folcloristas, permitió (re)conocer por primera vez la importancia de todo aquello que proviene del pueblo. Fruto de la tradición romántica, se creó una especie de relato mítico que considera que la cultura

popular surge del pueblo como “expresión auténtica” de sus modos de vida y de sus inquietudes más profundas y, por lo tanto, arraiga el corazón de los grupos sociales y de la tradición **(Busquet D. J., 2008)**.

La cultura popular surge de la concepción romántica y del folclor, estos aspectos fueron los que permitieron establecer la importancia que tienen las tradiciones del pueblo. Y con ello se crearon las bases dieron lugar a que se considerara como una expresión auténtica que refleja el modo de vida de sus habitantes, ya que sus costumbres y tradiciones son el reflejo de su corazón y por tanto de su sociedad.

La cultura popular sería- en términos gramscianos- la cultura de las “clases subalternas”. Estas clases estaban compuestas, a principios de la modernidad, por una multitud de grupos sociales más o menos definidos, de los cuales los más notables eran los artesanos y campesinos. Posteriormente se ha usado el mismo término para designar a la cultura de las clases populares urbanas de las primeras etapas de la revolución industrial **(Busquet D. J., 2008)**.

La cultura popular vendría a ser lo que catalogue a las clases bajas o subalternas, anteriormente estas estaban conformadas por personas humildes de rango inferior aquellos que no poseían riquezas, sino que pertenecían al grupo trabajar y obrero. Con el pasar del tiempo esta palabra paso a ser usada para identificar a otro grupo de personas y se quedaría en las clases populares o urbanas.

Elementos de la cultura

La cultura tiene diversos elementos que la componen y la hacen ser lo que es, no importa el pueblo o grupo social del que provengan, las partes que la integran son casi las mismas, aunque sus significados podrían variar, dependiendo de quién los interprete o

dónde se apliquen. Ya que cada civilización se ha formado de diferente manera y con conceptos ideológicos diferentes a otros.

- **Las Creencias:** “Es el conjunto de ideas que prescriben formas para comportamientos correctos o incorrectos, y dan significado y propósito a la vida” (Escobar, 2006).

Son consideradas como un gran conjunto que abarca, las ideologías de determinado pueblo o civilización, tales como su forma de comportamiento, su religión y la sabiduría de sus ancestros. En estos conceptos o percepciones se basa la sociedad para determinar lo que son las creencias y darles un significado que sea comprensible.

- **Los Valores:** Son normas compartidas, abstractas, de lo que es correcto, deseable y digno de respeto. Aunque los valores son ampliamente compartidos, es raro que se adhieran los miembros de una cultura a éstos, en todas, más bien los valores establecen el tono general para la vida cultural y social (Escobar, 2006).

Son percibidos como las normas que son enseñadas al hombre, sobre lo que es correcto e incorrecto. Aunque los valores son algo que se comparte y se transmite es poco probable que estos se adhieran a una cultura diferente. Es más probable que se mantengan en ellos mismos pero al mismo tiempo tienen que practicar las tradiciones, costumbre y valores de otras culturas.

- **Normas y sanciones:** Son reglas acerca de lo que la gente debe o no debe hacer, decir o pensar en una situación determinada. Las sanciones son las recompensas y castigos impuestos socialmente, con la cuales las personas son alentadas a apearse a las normas (Escobar, 2006).

Estos son un conjunto de reglas establecidas que indican a la sociedad lo que se puede y no se debe hacer, en ciertas situaciones. Y las sanciones son aquellas que pueden recompensar o castigar dependiendo de las normas que se rompan. Estas mantienen una relación de dar y recibir, de imponer y cumplir.

- **Idioma o lenguaje:** Es un juego de símbolos hablados (y muchas veces escrito) y reglas para combinar estos símbolos en modo significativo. El lenguaje ha sido llamado “el almacén de la cultura”. Es el medio primario para captar, comunicar, discutir, cambiar y transmitir conocimientos compartidos a nuevas generaciones (**Escobar, 2006**).

El idioma o lenguaje es una agrupación de símbolos hablados y escritos, cada país tiene su propio sistema de códigos para combinarlos de modo específico y darle coherencia a su significado. De este modo se puede entablar una conversación y el emisor puede transmitir el mensaje al receptor, pero para que esto pueda suceder se necesita que tanto el emisor como el receptor manejen el mismo sistemas de códigos en el lenguaje de esta manera habrá claridad y precisión en la información.

La cultura ha demostrado ser mutable y adaptable al paso del tiempo y gracias a esto ha conseguido crecer, ya que cada generación que surge agrega un nuevo elemento a esta, aunque aún hay muchas personas que la idealizan esta palabra como una forma de guardar el pasado con sus tradiciones, costumbres y saberes, lo cierto es que cada descendencia la modifica según su crianza y comportamiento.

Aunque no se desee que surjan cambios en la cultura es algo imposible de detener ya que estos seguirán apareciendo porque el tiempo avanza y este no perdona a nadie, las cosas tienen que cambiar para poder adaptarse al nuevo entorno, a nuevas personas ya que lo que no cambia desaparece.

Por lo que si se comparan las diversas culturas actuales que existen en el mundo con las de años pasados se podrá notar la diferencia que existe, pues estas han sido modificadas a la conveniencia y evolución tanto del hombre como de la tecnología, de esta manera ha logrado seguir existiendo y perdurado generación tras generación yendo de la mano con el avance de la sociedad. No se han quedado atrás y por el contrario se ha desarrollado y establecido como algo más que forma parte de la cultura del hombre dándole más realce y enriqueciendo la cultura de cada pueblo.

Cultura: tradiciones y costumbres

Tradiciones

Las tradiciones son parte de la transmisión y conservación del legado de la cultura de cada pueblo “son costumbres, ritos, usos sociales, ideas, valores, normas de conducta, históricamente formados y que se transmiten de generación a generación” (Macías, s.f). En sí es un legado que queda para la sociedad y que se mantendrán vivo mientras sea considerado como una parte importante de la personalidad del hombre.

Tradición es toda cosa en la que se cree y aquello por lo cual se cree; esto es, toda cosa acerca de la cual se continúa creyendo toda la vida y que, al mismo tiempo, condiciona esta vida. La tradición es más verdaderamente ella misma, empero, en la forma popular. Aquí la verdad esperada deviene creída y ésta, en cierto modo, es llevada a su realización. La verdad se vive como creencia y no como exigencia racional y crítica; por ello se conserva a través de las eras y de los siglos, durante los cuales no cede más de lo que adquiere por las cambiantes condiciones de vida (Tamayo, 1997).

La perduración de las tradiciones, se debe a la transmisión de los conocimientos que se ha venido realizando de generación en generación, comúnmente de forma oral, donde no solo se transfiere los saberes, sino todo aquello que es considerado importante como lo es

el comportamiento, la forma de vestir, el vocabulario, la religión, la alimentación y las creencias de un pueblo. Es así como a través de los siglos se ha logrado preservar las tradiciones y culturas de las diversas naciones que han habitado en la tierra. Mediante la transmisión de conocimientos de abuelos a padres e hijos creando así un ciclo.

La familia como tal es el pilar fundamental de la sociedad y es en este entorno donde crecemos y aprendemos las costumbres, valores y tradiciones propias de cada hogar, es por esto que “Las tradiciones constituyen una parte relevante de la vida familiar. Ayudan a definir a nuestras familias y les proporcionan una identidad singular. Las tradiciones son las normas, las rutinas, las celebraciones y los hábitos que hacen especial a cada familia” **(Barnes & York, 2005).**

En si las tradiciones son el conjunto de diversos elementos tales como: las costumbres, los ritos, las creencias, valores y demás, también forman parte de la cultura y junto con esta constituyen una parte importante en la formación del hombre y la sociedad, apoyándose en la familia como un medio de transmisión y continuación de todos sus saberes. Pues el hogar es donde aprendemos la mayor parte de las cosas que nos ayudaran a desarrollarnos en la vida.

En sí se podría decir que es donde se edifica la personalidad, el comportamiento y todo aquello que permite al ser humano formar parte de la sociedad, de aprender, practicar, conservar y transmitir todo aquello que le han enseñado en la vida, lo que le permite cultivar sus tradiciones y cultura. Ya que la familia es el núcleo que compone no solo la crianza y la formación del hombre, desde la antigüedad está a repasando las bases de la vida y de la continuidad de la misma, ha sido vista como el pilar que forma no solo al hombre sino toda la sociedad humano y sin este se destruiría.

Costumbres

Las costumbres son formas de comportamiento que se generan de la repetición de una acción determinada, mientras más se realice terminará por convertirse en un hábito el cual puede perdurar o perderse si se deja de practicar la misma rutina de todos los días. Es por eso que al igual que las tradiciones son acciones que se practican para que no pierdan y queden en el olvido.

(...) “las costumbres son modos abiertos de comportamiento que constituyen caminos culturalmente aceptados o aprobados de conducta en situaciones específicas. Mientras las creencias y los valores son guías de comportamiento, las costumbres son formas aceptadas y usuales de comportarse” (Merino, 2009).

Las costumbres son aceptadas como modos de comportamiento que posee el ser humano para vivir en la sociedad. Mientras que los demás elementos que la componen tales como las creencias y los valores son vistos como guías que ayudan a mejor y perdurar la conducta del hombre a través de los siglos.

(...) Una costumbre, un hábito tradicional o, como lo llamaría un fisiólogo moderno, un reflejo condicionado, es siempre una parte integral de una gran mezcla. Un análisis detallado de la organización social y de la cultura, nos mostraría que gran parte de las costumbres, en realidad todas las costumbres, se hallan integradas dentro de un cierto número de instituciones (Bronislaw, 1975).

Las costumbres del ser humano se podrían clasificar de muchas maneras, pues el hombre es un ser diseñado para sobrevivir, por lo que es altamente adaptable a casi todo ambiente, lo mismo sucede si nos referimos al entorno social en el que vive, este se acomodara lo mejor posible al estilo de vida del lugar donde se encuentre, no olvidara sus raíces y su cultura, solo adquirirá y modificará ciertas costumbres y modos de comportamiento ya que tienen que encajar en la sociedad en la que viven.

Pues a través de los siglos las costumbres se han ido integrando y mejorando, podría decirse que han mutado y esto le ha permitido seguir existiendo ya que se han adaptado a cada nueva generación que ha llegado, por lo que se espera que siga de esta manera para que perdure en la historia y la sociedad humana.

La cultura de los jóvenes

Siendo la adolescencia un período moratorio a la adultez, donde el joven vive la tensión entre ser reconocido como sujeto individual y social aquí y ahora y entre lo que será y representará para la sociedad en el futuro, es lícito pensar que es la población más susceptible de percibir y hacer suyos los cambios que la cultura contemporánea está viviendo (**Castañeda, 1996**).

Aun así, es en este mismo periodo de su vida, a pesar de las dudas que enfrentan, los jóvenes logran desarrollar su identidad. Y a diferencia de los adultos los adolescentes tienen una visión diferente del mundo, perciben las cosas de otra manera, tienen una forma de comunicarse y expresarse ajena a la juventud de otros tiempos, pues cada generación tiene un tipo de cultura que se adapta a las necesidades de la línea de tiempo en el que viven, así que lo que funcionaba para la generación de ese entonces no sirve en esta.

En la vida cotidiana la transposición o la sustitución de los valores se hace evidente: los adolescentes de las generaciones pasadas tenían como modelo a los adultos, deseaban ser independientes, trabajar, recorrer el mundo, irse de sus casas paternas; ahora, especialmente los de las capas medias y altas que viven en las grandes ciudades, cada vez, con más ahínco, buscan prolongar su adolescencia; pareciera que nadie quiere ser adulto, el culto a la juventud se incrementa día a día (**Castañeda, 1996**).

Si se compara a la juventud actual con la antigua se podrán notar grandes cambios, sobre todo en lo que consiste a valores, comportamiento, cultura y personalidad, antes los

adolescentes veían como modelo a seguir a los adultos, querían imitarlos en todo su actuar pues consideraban que era normal seguir sus pasos, pero ahora la situación es diferente los jóvenes no quieren crecer ni tener las responsabilidades de la adultez.

Es innegable que el avance tecnológico en cuanto a información y comunicación se refiere, son parte de los factores que intervienen en un cambio cultural. La juventud a diferencia de los adultos, viven más intensamente dicha alteración, ya que ellos son más propensos a ser influenciados por su entorno en comparación con los mayores los cuales consideran que su comportamiento no puede ser alterado.

La tecnología en la actualidad juega un papel clave en la formación de la conducta y la personalidad de los jóvenes pues ellos han crecido con ella, la conocen y no saben cómo es vivir sin la misma. Por esta razón es que la comunicación se ha transformado en comunicación digital ya que apunta a ser utilizada por la juventud, incluso se tiene un sistema de códigos con los que se comunica.

La cultura del siglo XXI

La cultura del siglo XXI se la podría definir como “la cultura de la tecnología”, pues estamos viviendo en la era de la maquinas, cada vez es mayor el avance científico, con el cual se ha mejorado e implementado nuevas técnicas en el campo de la medicina, la agricultura, la comunicación e información, sobre todo en este último, pues el internet, las computadoras y los celulares están dominando a la sociedad actual.

Sobre todo tiene gran influencia en la juventud ya que estos están totalmente sumergidos en este mundo cibernético y comunicación digital, se podría decir que en la actualidad no hay casi ningún joven que no sepa manejar un aparato tecnológico o no tenga una red social para comunicarse.

La cultura reúne todos aquellos conocimientos, enseñanzas y pensamientos de los pueblos desde la antigüedad, esta palabra guarda la concepción de las costumbres, creencias, hábitos, tradiciones y demás “Cultura es lo que somos y hacemos los seres humanos en un determinado espacio, territorio y en un tiempo determinado o época” (Garzozzi, 2015).

La generación de este siglo está totalmente sometida a la comunicación digitalizada, los niños, como los jóvenes y los adultos están inmersos en esta nueva forma de poder comunicarse, pues gracias a esto se ha producido un gran cambio cultural en cuanto a información se trata.

Ya que esta tecnología ha ayudado a reducir las distancias y facilitado el poder transmitir un mensaje a lugares muy lejanos en cuestión de segundos. Es por esto que la comunicación ha cambiado comparada con los años anteriores, sobre todo en los jóvenes los cuales utilizan las redes sociales para mejorar y facilitar el intercambio de información entre ellos y sus semejantes.

2.1.2. Marco referencial sobre la problemática de investigación

2.1.2.1. Antecedentes investigativos

Andrea Patricia Espinel Galárraga, en su tesis de grado para la obtención de su título de abogada, que realizó en la Universidad San Francisco de Quito en el año 2008 en el mes de mayo con el tema “La responsabilidad civil de los medios de comunicación social por la vulneración de los derechos a la personalidad en el ejercicio del derecho de libertad de expresión”. En donde determina la importancia de y la responsabilidad de la libertad de expresión y el papel que cumple tanto el periodistas como los medios de comunicación social al momento de informar hechos los cuales deben ser verídicos y confiables. Se toma un fragmento de este texto en el cual la autora expresa:

Una de las responsabilidades a las que están sometidos ya sean los medios de comunicación social o un individuo en particular por publicar información que no tenga un contenido veraz, vulnerando derecho a terceros, es la rectificación de la información publicada (**Espinel, 2008**).

Según lo expresado por Espinel, la responsabilidad al momento de comunicar no solo está destinada a aplicarse en un medio de comunicación, sino que también recae sobre cualquier persona particular que pueda publicar una información, pues si esta no cuenta con un contenido veraz, y ofende los derechos de un tercero, tienen la obligación de rectificarla.

Pues para poder informar cualquier hecho este debe de ser investigado es decir indagar sobre el acontecimiento y verificar la veracidad del contenido, de este modo no se dañara a un tercero y la credibilidad de quien comunica no se vea afectada. Pues a pesar de que la libertad de expresión es un derecho al mismo tiempo es una responsabilidad ya que una persona tiene que ser consciente y responsable de lo que comunica a otros.

Otro trabajo de donde se puede tomar una noción sobre una forma de comunicación responsable es de la tesis de Gonzalo Pablo Moreira, de la Universidad de Moron con el tema “Responsabilidad Social en los Medios de Comunicación, en perspectiva desde la prensa GRAFICA”. En donde el autor busca estudiar la responsabilidad social que existe en los medios, pues indica que en la era globalizada en la que nos encontramos y las nuevas formas para transmitir un mensaje de forma más rápida ha aumentado hace pensar en la responsabilidad con la que debe ser tratada y difundida esta información por los medios. Se referencia un extracto del texto en donde el autor alude:

Los medios de comunicación han logrado brindar información en el momento en que se lleva a cabo algún suceso, y la competencia por la primacía no siempre refleja las intenciones de responsabilidad dirigida a tener a una sociedad más informada y crítica. Se ha creado una dinámica de producción de contenidos que otorgan mayor peso a la

publicidad y venta directa, que se forman y amoldan en función de audiencias y targets o grupos meta (**Moreira, 2007**).

En esta investigación Moreira, expone que los medios de comunicación han conseguido ofrecer una información que es dada al momento en que se realiza algún evento, pero la gran competencia que existe por obtener una mayor aceptación, ha llevado a que cuando se transmita un mensaje no siempre se refleje la responsabilidad que se debe tener con la sociedad.

Gabriela Lorena Molina Campoverde y Ruth Karina Toledo naranjo en su tesis de grado previo a la obtención de su título como licenciadas en Psicología Clínica, con el tema “Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes, estudio a realizarse en cuatro colegios de la ciudad de Cuenca con los alumnos de primer año de bachillerato” uno de los temas que se trataron en este trabajo fue el comportamiento humano y como se ve influenciado por la perturbación social de las personas. De esta investigación se procederá a tomar dos fragmentos en los que se habla del tema y en el que ambas autoras en su estudio indican:

(...) el comportamiento humano ha despertado interés desde tiempos remotos, ya que una característica del ser humano es su búsqueda de identidad, de buscar quién es y cuál es su función en este mundo. La respuesta a estas interrogantes ha ido variando conforme el paso del tiempo, y la consecuente evolución del hombre como raza. En un principio, el concepto anejado sobre el comportamiento humano no era igual al mantenido en la actualidad, ya que la realidad humana no es la misma, la naturaleza en la que vive el hombre no es la misma (**Molina & Toledo, 2014**).

En concordancia con lo expresado por las autoras en su tesis, se puede decir que el comportamiento humano desde tiempos muy antiguos ha sido objeto de interés, pues una peculiaridad del hombre es ser curioso y querer saber cuál es su identidad y de dónde proviene. Esta es la interrogante que la humanidad se ha hecho durante años y a pesar de

que ha podido obtener una posible respuesta a esta duda, se tiene que aclarar que ésta cambia con cada generación, ya que la conducta de las personas nunca es la misma.

(...) el comportamiento humano está estrechamente relacionado con su relación social. Esto no dista de ser verdad, ya que las vivencias sociales marcan nuestro comportamiento, ya que el ser humano responde ante estímulos que parten desde la sociedad, no puede escaparse de ella y en caso de poder hacerlo, su comportamiento estaría basado en otro tipo de interrelaciones, que pudieran ser en este caso extremo, con la propia naturaleza, pero sin dejar de relacionarse **(Molina & Toledo, 2014)**.

También manifiestan que el comportamiento está relacionado con la relación social, ya que el ser humano por ser parte de este grupo responde a los estímulos del grupo al que pertenecen, están tan íntimamente conectados que no se pueden separar y si lo hacen su conducta se basaría en otro tipo de dependencia.

Elvira Antonieta López Ramos en su tesis de grado previo a la obtener su título de licenciada en psicología, en la Universidad Rafael Landívar con el tema “Tribus urbanas y su influencia en adolescentes de educación básica” (estudio realizado en los establecimientos públicos del nivel básico de la cabecera departamental de Quetzaltenango)” en el año 2014. En este trabajo se establece que la adolescencia es la edad donde el hombre experimenta mayores cambios para convertirse en adulto, es cuando el influjo de la moda de otros países es adoptada por la juventud, sin importar que estos nuevos conceptos no encajen con su propia cultura. Se toma una parte de este texto donde se manifiesta que:

(...) las culturas juveniles se refieren a la manera en que las experiencias sociales de los jóvenes son expresadas colectivamente mediante la construcción de estilos de vida distintivos, localizados fundamentalmente en el tiempo libre o espacios de la vida; en un sentido más restringido define la aparición de micro sociedades juveniles con grados

significativos de autonomía respecto a las instituciones adultas, que se dotan de espacios y tiempos específicos, (...) coincidiendo con grandes procesos de cambio social, en el terreno económico, educativo, laboral e ideológico; la expresión más visible es un conjunto de estilos juveniles espectaculares, aunque los efectos se dejan sentir en amplias capas de la juventud (**López, 2014**).

De acuerdo con lo expresado en el párrafo anterior López, se refiere a las “culturas juveniles” como la manera que tienen los jóvenes para expresar sus experiencias en un grupo con gustos afines a los suyos, estas pequeñas sociedades construidas por los adolescentes son espacios libres de adultos, donde ellos manifiestan libremente su comportamiento. Pueden ser ellos mismos o simular que lo son, y lo más fundamental para ellos es que en este grupo no tendrá la presión de los padres.

Ya que la mayoría de ellos solo siguen a los demás, actúan como ellos para tener un lugar al cual pertenecer y no sentirse aislados del mismo grupo social al que pertenecen o pretenden encajar, pues no todo es fácil para estos jóvenes, ellos tienen su propia presión social y a veces puede llegar a ser peor que las presiones de los adultos, porque ellos aún no cuentan con un criterio y una personalidad completamente formada.

2.1.2.2. Categorías de análisis

Categoría de análisis 1: comunicación

Definición.- la comunicación es el acto o proceso que tiene el hombre de transmitir información, pensamientos, sentimientos, ideas a una o varias persona. Para hacerlo se vale de diferentes medios tales como la comunicación escrita, verbal, mímica, etc.

Operacionalización de las subcategorías

- Lenguaje
- Información
- Emisor
- Manifestación de pensamientos

Categoría de análisis 2.- Responsabilidad

Definición.- La responsabilidad es aquella cualidad que posee el hombre para hacerse responsable de sus acciones, es también el cumplimiento de nuestros deberes y obligaciones.

Operacionalización de las subcategorías

- Obligaciones
- Deberes
- Responsabilizarse por los errores

Categoría de análisis 3: comportamiento

Definición.- el comportamiento es la manera que tiene una persona de comportarse de expresar su personalidad y modo de actuar frente a otras personas.

Operacionalización de las subcategorías

- Conducta
- Personalidad
- Aptitud

Categoría de análisis 4.- Cultura

Definición.- la cultura se la puede comprender aquello que engloba las tradiciones, costumbres, creencias, lenguaje, vestimenta, ideología de pueblo. Es esta la que caracteriza a una nación y le da su identidad cultural

Operacionalización de las subcategorías

- Cultura popular
- Cultura culta
- Conservación de los valores culturales.

2.1.3. POSTURA TEÓRICA

En el presente trabajo de investigación se ha reunido información donde se enfatiza la importancia que tiene la comunicación responsable en la sociedad y el comportamiento cultural que manifiestan los jóvenes en la misma. Pues en la actualidad la manera de comunicar ha cambiado, la información cada vez llega de forma más rápida e inmediata, es por esto que al momento de transmitirla debe imperar la responsabilidad tanto en mensaje que se va a emitir como en quien lo comunica.

El modelo de Laswell es un modelo básicamente descriptivo cuya finalidad es establecer los ámbitos de análisis de los actos comunicativos los cuáles podían ser descriptos a partir de responder 5 interrogantes: ¿(1) Quién dice (2) Qué, en (3) Qué Canal, (4) a Quién y con (5) Qué Efecto? y cada una tiene su propio significado u objetivo en el modelo **(Mora, 2013)**.

(...)Lazarsfeld P en el año 1955 manifestó en su Modelo “Two step flow of communications” o de “doble flujo” que la Comunicación debe estudiarse en dos etapas para explicar su impacto en la opinión pública. Su modelo plantea que los medios hacen fluir los mensajes en un primer momento hacia los líderes de opinión para luego, en un segundo paso, ser transmitidos a los actores pasivos, los seguidores (**Martí, Martínez, & Valcárcel, pág. 61**).

Si se analiza estas dos teorías tanto la de Lasswell como la de Lazarsfeld, se podría decir ambas fueron parte de los cimientos que ayudaron a establecer la manera de comunicar que existe en la actualidad, ya que para obtener la información que se necesita para elaborar una noticia y cualquier otro tipo de mensaje es necesario utilizar las preguntas planteadas por Lasswell en su teoría.

Así mismo tal y como lo plantea Lazarsfeld, la comunicación va en dos direcciones y dependiendo de quien la reciba el impacto que causara en la opinión ciudadana será diferente. La comunicación es algo que nunca desaparecerá al contrario se encuentra en constante evolución ya que es uno de los aspecto más importantes que rige la vida de la humanidad.

Entre los deberes, hay tres puntos que coinciden en los informes (Hutchins-McBride): a) responsabilidad social de los profesionales que implica una serie de obligaciones hacia la opinión pública. Ya el informe Hutchins establecía que había que diferenciara lo que es información de los que es opinión; es aquí donde se instaura esa responsabilidad social; b) el periodismo ha de respetar las leyes para no vulnerar los derechos de los ciudadanos; c) necesidad de la responsabilidad contractual con nuestra empresa (**Clarenc, 2011**).

Al exponer estos informes y describir aquellos tres puntos que tiene en común, nos da a entender que la responsabilidad social es aquella que implica las obligaciones que tiene tanto el periodista como el medio, ya que son ellos son los que llevan en sus espaldas el

compromiso de transmitir información veraz, clara y precisa y sobre todo responsable a la ciudadanía, pues son los encargados de formar la opinión pública.

En el texto *Cultura, Culturas, Antropología* de Enguix Begonya menciona a Edward B Tylor, quien es considerado como uno de los puntos de partida o uno de los primeros representantes que establecieron el concepto de “cultura”. Enguix, indica la definición de cultura de Tylor citada en Kahn (1975, pág.29) “la cultura o civilización, en el sentido etnográfico amplio, es aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad” (Enguix, s.f, pág. 9)

La definición de Tylor, es la que más se acerca al concepto que se tiene de cultura, esta es una de las bases que forman la sociedad es lo que define a un pueblo, comunidad, nación y país, una persona que no tiene o no conoce su cultura es alguien que no podría adaptarse a vivir en un grupo humano, ya que no pertenecería a ninguno y no tendría nada que aportar a la nueva cultura en la que está viviendo porque no se daría el intercambio cultural.

Es por esto que es importante que conservarla y cultivarla para que no desaparezca y el hombre no se olvide de dónde viene y quién es, ya que si eso sucede el ser humano perdería su identidad como individuo de un pueblo perteneciente a una cultura única e irrepetible.

2.2. HIPÓTESIS

2.2.1. Hipótesis general

Analizando la comunicación responsable, mejorará el comportamiento cultural de los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo.

2.2.2. Subhipótesis o derivadas

- Identificando los tipos de comportamientos se influenciará en la comunicación responsable de los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo.
- Determinando los valores culturales en la comunicación responsable se influenciará en el comportamiento de los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo.
- Creando un plan de capacitación sobre periodismo responsable se influenciará el comportamiento cultural de los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo.

2.2.3. Variables

Variable Independiente

Comunicación responsable

Variable dependiente

Comportamiento cultural.

CAPITULO III

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas

El presente trabajo de investigación se efectuó en la Cooperativa Baldramina Alta, ubicada en el cantón Quevedo, perteneciente de la Provincia de los Ríos, con una población de 1000 habitantes entre los cuales se escogió a los jóvenes de este sector como muestra de estudio, para desarrollar esta indagación se aplicó la técnica de observación y la encuesta.

Por ser la población de habitantes muy grande y para poder determinar el número de la muestra que se tomó como estudio, se procedió a aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{K^2 \times N \times pq}{e^2 (N - 1) + K^2 \times pq}$$

En donde:

n = Tamaño de la Muestra

K= Nivel de confianza (95%) Equivale a 1.96.

N = Universo

p = Variabilidad positiva 50%.

q = Variabilidad negativa 50%

e = Margen de error permitido (5%).

La muestra que se obtuvo de los habitantes de Cooperativa Alta, fue de 278 los cuales son jóvenes que pertenecen a este sector, se le aplicó la encuesta a los mismo mediante un muestro aleatorio.

Tabla 1: Detalle de la muestra que se tomó a los jóvenes

INVOLUCRADOS	POBLACIÓN	%	MUESTRA	%
--------------	-----------	---	---------	---

Habitantes	1000	100	278	100
Total	1000	100	278	100

Fuente: Sra. Rocío Gavilánez, líder barrial

Elaborado por: Karla Gabriela Núñez Zambrano

3.1.2. Análisis e interpretación de datos

Encuesta dirigida los jóvenes

¿Con qué tipo de comportamiento se identifica usted?

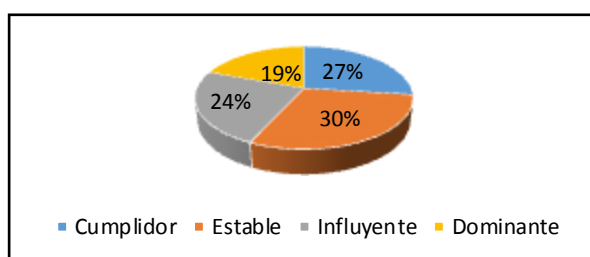
Tabla 2: los tipos de comportamiento influyen en los jóvenes.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CUMPLIDOR	75	27%
ESTABLE	83	30%
INFLUYENTE	66	24%
DOMINANTE	54	19%
TOTAL	278	100%

Fuente: Cooperativa Baldramina Alta

Elaborado por: Karla Gabriela Núñez Zambrano

Figura 1: los tipos de comportamiento influyen en los jóvenes.



Fuente: Cooperativa Baldramina Alta

Elaborado por: Karla Gabriela Núñez Zambrano

Análisis: luego de aplicar la encuesta a los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, demostró que el 30% se identifica con el comportamiento estable, mientras el 27% con el cumplidor, el 24% con el influyente y el 19% con el comportamiento dominante.

Interpretación: los jóvenes en su mayoría se identificaron con el comportamiento estable, por lo que se debe tomar en cuenta este tipo de comportamiento y lo que significa, para facilitar el trato con los jóvenes.

¿La juventud en la actualidad práctica los valores culturales?

Tabla 3: Los jóvenes practican los valores culturales

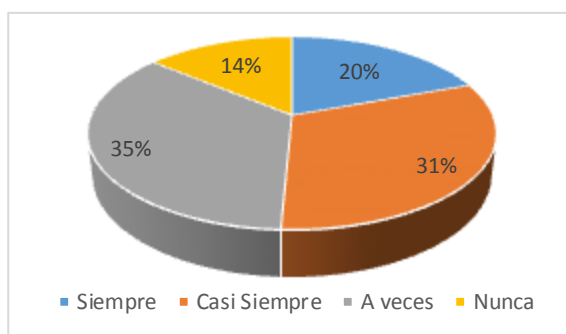
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
-------------	------------	------------

SIEMPRE	54	20%
CASI SIEMPRE	87	31%
A VECES	98	35%
NUNCA	39	14%
TOTAL	278	100%

Fuente: Cooperativa Baldramina Alta

Elaborado por: Karla Gabriela Núñez Zambrano

Figura 2: Los jóvenes practican los valores culturales



Fuente: Cooperativa Baldramina Alta

Elaborado por: Karla Gabriela Núñez Zambrano

Análisis: Luego de aplicar la encuesta a los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, se evidenció que el 35% considera que solo a veces practican los valores culturales, mientras que el 31% casi siempre, el 20% siempre y el 14% nunca ponen en práctica los valores culturales.

Interpretación: la mayoría de los jóvenes consideran que en la actualidad se están practicando los valores culturales, pero no tanto como se debería por lo cual se tendría que inculcar en la juventud su importancia y valor en la sociedad.

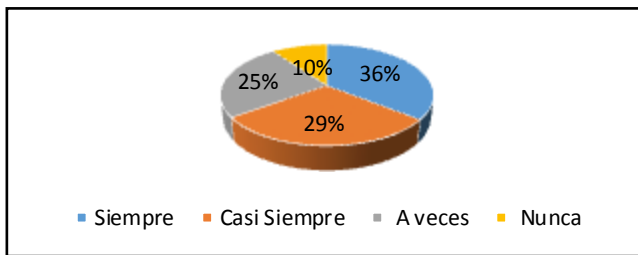
¿Aplicar un plan de capacitación sobre periodismo responsable mejoraría la comunicación y el comportamiento de los jóvenes?

Tabla 4: aplicando un plan de capacitación sobre periodismo responsable mejorará la comunicación y el comportamiento de los jóvenes.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	99	36%
CASI SIEMPRE	82	29%
A VECES	69	25%
NUNCA	28	10%
TOTAL	278	100%

Fuente: Cooperativa Baldramina Alta
Elaborado por: Karla Gabriela Núñez Zambrano

Figura 3: aplicando un plan de capacitación sobre periodismo responsable mejorará la comunicación y el comportamiento de los jóvenes.



Fuente: Cooperativa Baldramina Alta
Elaborado por: Karla Gabriela Núñez Zambrano

Análisis: Después de aplicar la encuesta a los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, demostró que el 36% cree que si siempre aplica un plan de capacitación sobre periodismo responsable mejoraría el comportamiento de los jóvenes, mientras que el 29% piensa que casi siempre, el 25% cree que solo a veces y el 10% nunca.

Interpretación: gran parte de los jóvenes están de acuerdo con que si se aplicara un plan de capacitación sobre periodismo responsable mejoraría el comportamiento de los mismos.

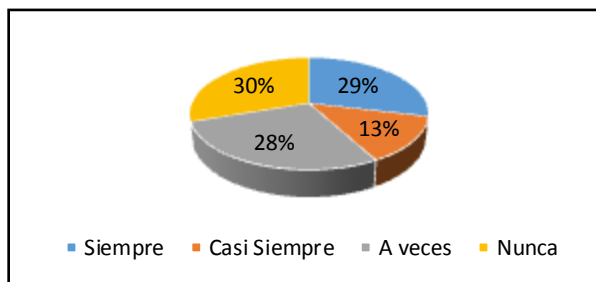
¿Conoce usted lo que significa brindar una comunicación responsable?

Tabla 5: conociendo la comunicación responsable mejorará la información.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	80	29%
CASI SIEMPRE	37	13%
A VECES	77	28%
NUNCA	84	30%
TOTAL	278	100%

Fuente: Cooperativa Baldramina Alta
Elaborado por: Karla Gabriela Núñez Zambrano

Figura 4: conociendo la comunicación responsable mejorará la información.



Fuente: Cooperativa Baldramina Alta
Elaborado por: Karla Gabriela Núñez Zambrano

Análisis: Luego de aplicar la encuesta a los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, se evidenció que el 30% nunca ha conocido lo que significa brindar una comunicación responsable, mientras que el 29% siempre lo ha sabido, el 28% a veces y el 13% casi siempre sabe lo que es brindar una comunicación responsable.

Interpretación: la mayoría de los jóvenes de este sector indicaron que si saben lo que es brindar una comunicación responsable, por lo tanto si se explicara de una forma más concreta esta mejoraría más la manera de informar.

3.2.CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.2.1. Especificas

- Se identificó que la comunicación responsable influye en los jóvenes con los siguientes tipos de comportamientos: el comportamiento estable, cumplidor, influyente y dominante.

- La mayor parte de los jóvenes encuestados manifestaron que practican los valores culturales que son fomentados en los Mass media.

- La aplicación del plan de capacitación sobre periodismo responsable mejoraría el comportamiento cultural de los jóvenes.

3.2.2. General

Se concluye que:

La comunicación responsable influye en el comportamiento cultural de los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta; quienes en su mayoría dijeron que la conocen. Por lo cual al enseñarles más sobre el tema y los beneficios que obtendrían al momento de practicarla mejoraría la calidad de vida de este grupo humano.

3.3. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.3.1. Especificas

- Los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta tiene diversos tipos de comportamientos tales como: estable, cumplidor, influyente y dominante; los cuales son influenciados por la comunicación responsable, por lo que al ser capacitados estos jóvenes se debe tomar en consideración los diferentes comportamientos para facilitar la comprensión del tema.

- Fomentar a los jóvenes a que sigan practicando los valores culturales del país o del lugar en el que viven.

- Aplicar el plan de capacitación sobre periodismo responsable a los jóvenes para que estos mejoren su comportamiento cultural.

3.3.2. General

Se recomienda que:

Al ser la comunicación responsable un factor influyente en el comportamiento cultural de los jóvenes ya que se constató que la misma presenta influencia en los tipos de comportamientos y en los valores culturales de los jóvenes, por lo que al Aplicar un plan de capacitación sobre periodismo responsable, donde se explique lo importante que es brindar una comunicación responsable y como esta podría mejorar la comunicación y el comportamiento de los jóvenes.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA TEÓRICA DE APLICACIÓN

4.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS

4.1.1. Alternativa obtenida

Crear un plan de capacitación sobre periodismo responsable para mejorar la comunicación y el comportamiento cultural de los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo Provincia de Los Ríos.

4.1.2. Alcance de la alternativa

En el presente trabajo de investigación, se plantea diseñar un plan de capacitación sobre periodismo responsable para mejorar la comunicación y el comportamiento cultural de los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo Provincia de Los Ríos; de esta forma al aplicarse este plan se podrá fomentar a la juventud a desarrollar un mejor modo de comunicarse y aprender lo que significa la responsabilidad al momento de transmitir una información, con esto se también se espera que su conducta mejore al igual que la forma de comunicarse.

Para esta capacitación se expondrá toda la información que se haya recolectado sobre el tema a tratar el cual se explicará de una manera fácil, para que los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, tengan un mejor entendimiento sobre tema y puedan dar buen uso de esta información. Este plan de capacitación se realizará en los días que los jóvenes tengan disponibilidad de tiempo para recibirla de esta manera no se interferirá ni en sus estudios ni en otros quehaceres de su vida diaria.

Para elaborar este plan de capacitación se usará la aplicación Microsoft Word ya que este es el procesador de texto que más se utiliza a nivel mundial por su fácil manejo y comprensión para la creación de todo tipo de documentos. Empleando esta aplicación se pretende realizar el diseño de este plan, ya que la misma cuenta con varios instrumentos que permiten crear cualquier documentación que se necesite.

En el plan de capacitación sobre periodismo responsable se tratarán temas determinados con contenidos donde se explique la importancia de practicar una comunicación responsable y el impacto que puede tener una información difundida sin responsabilidad en los jóvenes de la Baldramina Alta. También hablará sobre la cultura de los pueblos y el papel que tienen los medios para darla a conocer a la ciudadanía Quevedeña.

4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa

4.1.3.1. Antecedentes

La comunicación ha existido desde el inicio de los tiempos, desde que el hombre apareció en la tierra y comenzó a tener la necesidad de comunicarse con sus semejantes, lo mismo sucede con el comportamiento y la cultura humana estos factores han estado ligados al hombre desde siempre. Y son estos mismos los que han formado las bases para construir la sociedad de la que formamos partes. Ya que la cultura de los pueblos ha sido de gran importancia para determinar tanto la conducta como la forma de comunicarse que tienen las personas.

En la actualidad la comunicación se ha desarrollado de manera impresionante y la tecnología ha ayudado mucho a este progreso, los medios de comunicación también se han valido de esto para transmitir información de forma rápida y a gran escala, pero aunque esto sea una gran ventaja también es un problema ya que muchas veces la información es distorsionada por terceros y estos pierden credibilidad.

Es por esto que los medios de comunicación son quienes deben tener mayor cuidado al momento de informar ya que todos los contenidos que ellos transmiten son grandes influenciadores en la ciudadanía sobre todo en la juventud que son un grupo muy vulnerable a influencias, y en la Cooperativa Baldramina Alta, no están libres de este influjo pues los jóvenes de este sector se informan por los diferentes medios que existen.

Por su parte el comportamiento y la cultura de los pueblos también se han visto afectadas por el paso del tiempo y el avance tecnológico, tanto así que el hombre al igual que su proceder cultural ha tenido que evolucionar para poder sobrevivir a todos estos cambios. Pues la cultura es mutable y adaptable cada generación le resta y le suma algo nuevo que a los ojos de muchos la empobrece y en otros la enriquece.

Con todo lo que se ha expuesto en esta investigación cabe mencionar que los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, están dispuestos aprender el significado de dar y recibir una comunicación responsable y también a mejorar su comportamiento cultural. Ya que esto es algo importante para su formación tanto humana como social.

En consecuencia, la propuesta se realizó con la intención de mejorar la comunicación que esta se realice de una forma responsable y que esto influya en el comportamiento y la cultura de los jóvenes de este sector, usando todas las herramientas posibles y que estén acorde con lo plantado, con esto se facilitaría la comprensión de lo importante que es la responsabilidad al momento de informar.

4.1.3.2. Justificación

Brindar una información responsable por un medio de comunicación es importante ya que ellos son los principales influenciadores de la ciudadanía a nivel mundial, son quienes construyen la opinión pública y demás, pero presentan mayor influencia en los jóvenes ya que estos se dejan llevar por toda la información que reciben lo que provoca que ellos adopten nuevos comportamientos, aptitudes y vocabularios diferentes al lugar donde

viven, su cultura se ve trastocada, esto es algo que sucede con la juventud en todas partes del país y los jóvenes de la ciudad de Quevedo no son la excepción a este tipo de conducta.

Es por esto que se realiza la propuesta de un plan de capacitaciones sobre periodismo responsable para mejorar el comportamiento de los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, en el cual se trataran temas importantes para mejorar los conocimientos, valores, ideales y concientizar a la juventud de este sector sobre el significado real que acarrea la responsabilidad al momento de comunicar y como esta puede afectar de forma buena o mala su comportamiento y cultura por el resto de su vida, ya que lo todo lo que aprendemos mientras crecemos es lo que da forma a nuestra personalidad y conducta.

Para implementar el uso de este plan a los jóvenes de este sector, se propone realizar las capacitaciones sobre el periodismo responsable para contribuir al desarrollo de una buena comunicación con responsabilidad y fomentar un mejor comportamiento cultural en la juventud. Con este plan de capacitaciones se espera que estos conozcan lo que es comunicar con responsabilidad.

A pesar de que la mayoría de los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, tienen conocimiento de lo que representa la comunicación responsable, no saben cómo ponerlo en práctica por lo que se explicará de manera sencilla se tendría una mejor comprensión del tema y no habría malos entendidos que puedan dificultar su entendimiento, pues lo que se busca conseguir es que ellos adquieran nuevos conocimientos y habilidades.

Por lo tanto, lo que se busca con esta propuesta es que los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, comprendan que este plan de capacitaciones es para mejorar su conocimiento, su estilo de vida, su comportamiento, su cultura y que entiendan lo beneficioso que es practicar una comunicación responsable en su día a día. Que aspiren a adquirir nuevos conocimientos y a desarrollar habilidades diferentes a las que ya poseen, enriqueciendo de esta manera su personalidad.

4.2.OBJETIVOS

4.2.1. General

Crear un plan de capacitación sobre periodismo responsable para mejorar la comunicación y el comportamiento cultural de los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo.

4.2.2. Especifico

- Definir la estructura del plan de capacitación sobre periodismo responsable.
- Establecer los contenidos a desarrollarse en el plan de capacitación sobre periodismo responsable.
- Socializar el plan de capacitación a los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta.

4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA

4.3.1. Título

Plan de capacitación sobre periodismo responsable para mejorar la comunicación y el comportamiento cultural de los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo Provincia de Los Ríos.

4.3.2. Componentes

Para cumplir con los objetivos específicos que se establecieron en la propuesta, se realizará de la siguiente forma:

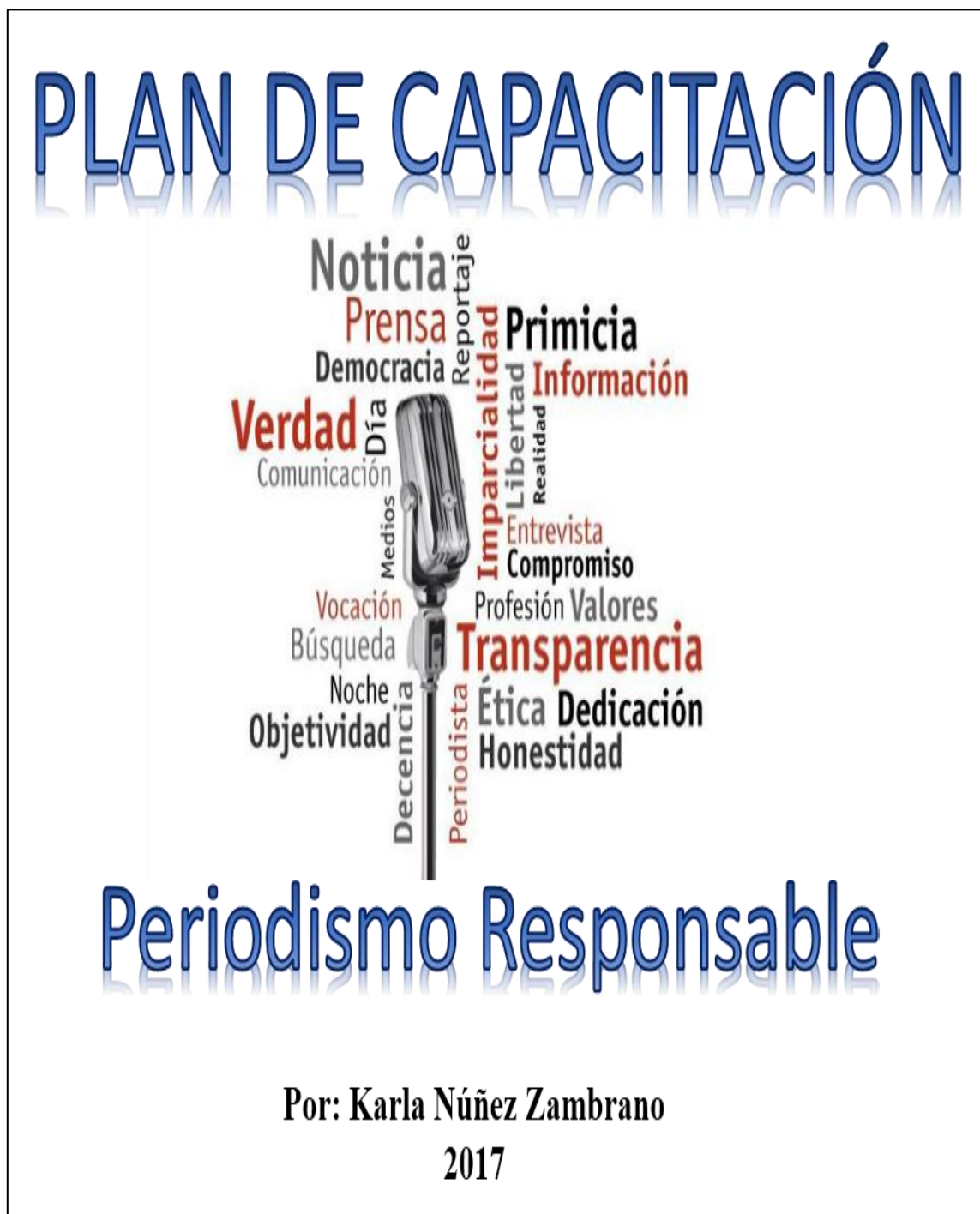
- Definir la estructura del plan de capacitación sobre periodismo responsable.

- Establecer los contenidos a desarrollarse en el plan de capacitación sobre periodismo responsable.

- Socializar el plan de capacitación a los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta

Portada del plan de capacitación sobre periodismo responsable para mejorar la comunicación y el comportamiento cultural de los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo Provincia de Los Ríos.

Figura 5: Portada del Plan de capacitación



Elaborado por: Karla Núñez Zambrano

Índice de contenido del Plan de Capacitación de Periodismo Responsable

Introducción al Plan de Capacitación

Sección 1:

- ¿Qué es el plan de capacitación?
- ¿A quién va dirigido este plan de capacitación?
- Objetivos

Sección 2:

- Fases del Plan de Capacitación
- Descripción breve de conceptos básicos
- ¿Qué es periodismo?
- ¿Qué es la responsabilidad?
- ¿Qué es comportamiento?
- ¿Qué es cultura?

Sección 3:

- Debate sobre los temas

- ¿Realmente se practica un periodismo responsable en la ciudad de Quevedo?
- ¿Existe un correcto comportamiento cultural de los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta?

Sección 4:

- Analizar la importancia de los temas
- Sugerencias para realizar una comunicación responsable a los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta
- Consejos para que los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta conserven la cultura

Sección 5:

- Los beneficios del Plan de Capacitación a los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta
- Para finalizar

Desarrollo del Plan de Capacitación de Periodismo Responsable para mejorar la comunicación y el comportamiento cultural de los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo Provincia de Los Rios.

Introducción del Plan de Capacitación

El periodismo es algo imprescindible e importante en la sociedad actual del mundo, es el formador de la opinión pública y abarca un rol significativo al momento de transmitir una noticia. Sin embargo este no presenta gran interés en la juventud, ya que los jóvenes en la actualidad prestan más atención a los diversos contenidos que son publicados por los medios de comunicación, programaciones tales como películas, novelas, series, etc. Todo aquello que les llame la atención a ellos y al grupo social al que pertenecen.

El plan de capacitación utilizado como un medio para inculcar nuevos conocimientos a diversas personas, sin importar la edad, estatus social, nivel de educación, etc. También se lo podría ver como una herramienta de ayuda para facilitar la forma en que se va a brindar información sobre un tema determinado, el cual será organizado de manera ordenada y sistemática para una comprensión fácil.

Por estas razones y otras más se ha desarrollado este Plan de Capacitación de Periodismo Responsable, para que los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta de la ciudad de Quevedo, creen conciencia de lo importante que es practicar una buena comunicación de forma responsable, que no es necesario ser periodista o pensar que solo los medios de comunicación tienen el deber de transmitir contenidos que sean verídicos y responsables. Sino que ellos también pueden hacerlo.

Lo mismo sucede con el comportamiento cultural, la juventud tiene que entender lo importante que es preservar la cultura, tradiciones, costumbres, vestimenta, idioma,

ideologías, etc. Deben sentirse orgullosos de quienes son y del lugar del que vienen y donde viven respetar y cuidar la cultura quevedeña para que esta se siga transmitiendo de generación en generación y no quede en el olvido.

Este Plan de Capacitación busca ser de ayuda en la formación de los juventud, en crear nuevos conocimientos y también a desarrollar habilidades que les sean de apoyo para desenvolverse en la sociedad una vez se conviertan en adultos.

SECCIÓN 1:

¿Qué es el plan de capacitación?

El Plan de Capacitación está desarrollado en varias fases, donde se estructura un modelo guía, el cual se seguirá para impartir las nuevas enseñanzas. La capacitación es un medio que se utiliza para instruir o enseñar sobre determinado tema a un grupo de personas donde su conocimiento sea escaso o inexistente, toma un papel importante al momento de enseñar, es un proceso sobre todo estratégico que debe ser aplicado de forma organizada y sistemática para un mejor entendimiento, ayudando de esta manera a desarrollar o adquirir los saberes y habilidades que antes no estaban.

Las capacitaciones son de gran ayuda para suministrar información, y formar conocimientos nuevos o renovar los que ya se tenían. Son muy usadas por empresas para capacitar a su personal, pero también son utilizados para instruir a cualquier grupo humano sin necesidad de que pertenezcan a una organización, ya que buscan desarrollar y potenciar las habilidades profesionales y humanas. Por esta razón el plan de capacitación sobre periodismo responsable será aplicado en los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta.

Este Plan de Capacitación está estructurado y diseñado con contenidos importantes sobre el tema a tratar, información de fácil comprensión, con objetivos planteados para un mejor

desarrollo y orientación sobre lo que se quiere alcanzar al realizar este plan. Con esto se busca ser de ayuda a los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta para que mejoren tanto su forma de comunicarse con responsabilidad como su comportamiento cultural.

¿A quién va dirigido este plan de capacitación?

Este Plan de Capacitación va dirigido a los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta de la ciudad de Quevedo, con edades comprendidas entre los 16 a 25 años. Quienes a través de la aplicación de una encuesta la mayoría evidenciaron saber lo que es la comunicación responsable, pero no están seguros de cómo utilizarla y la repercusión que esta puede tener en su vida, lo mismo sucede con su comportamiento cultural, necesitan información respecto al tema para una mejor comprensión.

Es por esto que este plan de capacitación se dividirá en cinco fases donde se tratarán diversas temáticas tales como la un breve descripción de los conceptos básicos, un debate entre los participantes sobre el tema que se está tratando, como brindar una buena comunicación, lo significativo que es conocer la cultura a la que se pertenece y cómo usarla en nuestro comportar diario. Por consiguiente se programarán las respectivas capacitaciones en horarios que sean accesible para los jóvenes, para que todos aquellos que quieran asistir y capacitarse sobre el tema.

Objetivos

El objetivo general que tiene este plan de capacitación es:

Explicar la importancia de realizar una buena comunicación responsable y practicar un adecuado comportamiento cultural de los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta de la ciudad de Quevedo.

Los objetivos específicos que tiene este Plan son:

- Inducir a la práctica de una comunicación responsable y comportamiento cultural en los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta.
- Demostrar la importancia conocer el significado de comunicación responsable y de poseer un correcto comportamiento cultural en los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta.
- Impulsar el desarrollo de nuevos conocimientos y habilidades comunicativas en los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta.

SECCIÓN 2:

Fases del plan de capacitación

Las fases de este Plan son cinco, donde se desarrollaran de manera fácil diversos temas para una mejor comprensión de los mismos, que permitan al lector poder analizarlos y entender su significado.

Descripción breve de conceptos básicos

En esta primera fase del Plan se expondrán los conceptos básicos sobre el tema a capacitar. Tendrá una duración de dos horas donde se explicará de una manera fácil y sencilla el significado de cada término.

¿Qué es periodismo?

El periodismo es una profesión ejercida por los profesionales de la comunicación, es aquella que se encarga de transmitir los últimos acontecimientos en el mundo en forma de noticia, y para realizar esta acción se vale de los periodistas quienes son los responsables brindar información verídica a la ciudadanía a través de los diferentes medios de comunicación para los que trabajan.

¿Qué es la responsabilidad?

La responsabilidad es vista por el ser humano como algo que forma parte de los valores morales y las enseñanzas que son inculcadas en el desde pequeños, es el cumplimiento de nuestras obligaciones, lo que se debe y no hacer y hacer frente a las posibles consecuencias de nuestras acciones.

¿Qué es comportamiento?

El comportamiento es comprendido como la manera que tiene una persona de actuar en su vida diaria, es el reflejo de su personalidad transmitido por su conducta, es la forma en que tiene el hombre de proceder en la sociedad y dependiendo de cómo sea su comportamiento será aceptado o rechazado por la mismo.

¿Qué es cultura?

La cultura es aquella que está ligada indiscutiblemente con el desarrollo y la evolución tanto del hombre como de la sociedad, esta abarca el conjunto de las tradiciones, costumbres, idioma, creencias ancestrales y religiosas, el lenguaje, escritura, vestimenta, ideología y todo aquello que conforma el conocimiento de un pueblo, país o nación.

Dándole un valor étnico de su comunidad al resto de personas que conforman otras culturas.

Este término también es interpretado o usado para definir a una persona culta o estudiada, ya que en la antigüedad se tomaba muy en serio esto y la ciudadanía estaba dividida en la “cultura culta” y “la cultura popular o del pueblo”. Estos dos conceptos encasillaban y servían para categorizar a las personas en grupos sociales, la gente adinerada era considerada como culta mientras aquellos que pertenecían al poblado eran considerados como parte de la cultura popular.

SECCIÓN 3:

Debate sobre los temas

Esta fase dará lugar a debatir los temas desde diferentes puntos. Tendrá una duración de tres horas donde se expondrán las distintas opiniones y preguntas de los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta. Dando de esta manera la oportunidad a todos los participantes de esta capacitación de expresar libremente sus opiniones sobre los temas, que no tengan miedo de decir lo que piensan.

Habrán dos temas principales a tratar en el debate los cuales tendrán su debida explicación al público para que tengan una idea de lo que significan, y no se pueda realizar la charla con seguridad de que los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, comprenden lo que se les está explicando. Posterior a eso se seguirá con cualquier otro tema o duda que surja en el transcurso de la discusión.

Los temas principales a tratar en el debate serán los siguientes:

- **¿Realmente se practica un periodismo responsable en la ciudad de Quevedo?**

Al hablar o escuchar sobre periodismo responsable nos hacemos a la idea de que se trata de un periodismo libre de engaños, que es verídico y éticamente confiable. Por lo que la información que se derive de él debe estar libre de cualquier duda y no se pondrá en tela de juicio. Así se supone que así debería ser pero la realidad es otra.

Ya que asegurar que realmente existe una práctica total de periodismo responsable en el país y en Quevedo, es algo difícil de hacer, pues a pesar de que cada medio de comunicación que existe en la ciudad trata de que la información que transmiten sea lo más confiable posible y que esta no vulnere la honra de ninguna persona, tratando de cumplir con los artículos establecidos en la Ley Orgánica de Comunicación, hay que ser conscientes de que no siempre se expondrá toda la verdad de los hechos por diversas razones, ya sea para proteger la susceptibilidad de la ciudadanía o por interés personales de terceros.

Esta es una verdad que se sabe pero que no se habla abiertamente, la mayoría de los ciudadanos quevedeños están acostumbrados a vivir con este tipo de situación mientras no les afecte significativamente no harán nada por cambiarlo.

Pues son conscientes de que no será publicada toda la información que se haya sido recolectado a través de las investigaciones pertinentes, las cuales son realizadas tanto por el periodista como por el medio de comunicación en el que trabaja. Por lo tanto están conformes con el tipo de periodismo que reciben y lo catalogan entre ni bueno ni malo, solo normal.

Pero es aquí donde cada uno debe preguntarse internamente **¿realmente se práctica un periodismo responsable en la ciudad de Quevedo?**

➤ **¿Existe un correcto comportamiento cultural de los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta?**

Si se habla de comportamiento cultural se entenderá por este al modo de actuar que tiene cada persona en base a la cultura del pueblo al que pertenece o fue criado. Es la expresión de sus tradiciones, costumbres, creencia tanto religiosas como ancestrales, su lengua, vestimenta e ideologías. Se basa en una conducta cimentada en su esencia y forma parte de su personalidad como individuo.

La sociedad podría ver al comportamiento cultural de las personas como algo de dar y recibir, una especie de balance y contribución entre unos y otros, pues en la actualidad existe una gran mezcla de culturas en todas partes del mundo, muchos reciben este cambio de forma positiva mientras que otros no lo ven con buenos ojos.

Los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, tienen un comportamiento cultural que aún se está formando por lo que es fácilmente influenciado a todo estímulo que provenga del exterior, su comportamiento se adapta y muta según le convenga para ser aceptado en su grupo social. También al haber varias familias provenientes de diferentes ciudades, cada una tiene su propia cultura por lo que al convivir con otros jóvenes del sector van adquiriendo nuevos rasgos culturales.

Pero a lo que realmente se le debe dar importancia no es si esta mezcla de culturas trae beneficios o desventajas a los jóvenes de este sector. Lo que importa es valorar, cuidar y preservar todas y cada una de las culturas que puedan existir no solo en el país que se vive sino en todo el mundo.

Al igual que en el tema anterior debemos preguntarnos **¿existe un correcto comportamiento cultural en los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta?**

Temas secundarios que se pueden tratar en el debate son:

➤ Qué necesita la sociedad para realizar un periodismo responsable en Quevedo

- Cuáles son las responsabilidades que tiene el medio de comunicación y el periodista al momento de impartir información en Quevedo.
- Por qué se debe cuidar y preservar las diferentes culturas de los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta.
- Realmente el comportamiento cultural es una contribución para la sociedad.
- Por qué es importante que los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta sepan lo que significa realizar un periodismo responsable.

SECCIÓN 4:

Analizar la importancia de los temas

En esta fase se analizará la importancia que tiene el desarrollo y la aplicación de cada temática en la vida cotidiana de jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta. Tendrá una duración de tres horas, en las cuales se espera crear consciencia de lo significativo que es saber y poder reconocer lo que es el periodismo responsable y el comportamiento cultural. Crear conocimientos nuevos que sirvan de incentivo para mejorar su calidad de vida.

Los temas a analizar pueden ser:

Referente al periodismo responsable en la Ciudad de Quevedo

- Qué tan importante es que se realice un periodismo responsable en Quevedo
- Es importante que los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta conozcan lo que significa el periodismo responsable.
- La importancia del periodismo en la sociedad juvenil Quevedeña

- Como ve la juventud al periodismo.
- Realizar una comunicación responsable es importante para el desarrollo comunicativo de los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta
- La importancia de incentivar a los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta a que forme sus propios conceptos sobre el periodismo.

Referente al comportamiento cultural de los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta.

- Que tan importante es que los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta posean un comportamiento cultural.
- La importancia de conocer la cultura del país y el pueblo al que se pertenece.
- Es importante inculcar el amor por la cultura a la que se pertenecen los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta.
- La importancia de fomentar a los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta a preservar y respetar su cultura.
- Que tan importante es que los jóvenes practiquen su comportamiento cultural.

Sugerencias para brindar una comunicación responsable a los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta

En esta fase del Plan se darán ciertas sugerencias que ayudaran a los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, a guiarse sobre cómo realizar una comunicación responsable, este tema tendrá una duración de tres horas y se espera que sirva como apoyo en la creación de nuevos conocimientos y habilidades.

Algunas sugerencias pueden ser:

- Antes de transmitir alguna información a otra persona se debe verificar su veracidad.
- No creer y no transmitir rumores.
- No tomar por verdadera toda información que otra persona transmita.
- No aumentar información.
- No cambiar el sentido del mensaje a transmitir.
- Tener presente lo que significa dar una comunicación responsable.
- Siempre verificar si la información es verdadera para no crear malos entendidos.
- Querer ser responsable al momento de comunicar.
- Tener ética para comunicar.
- Tener en cuenta que si se da una información errónea puede perjudicar a una o varias personas.
- Ser capaz de asumir la responsabilidad por posibles consecuencias derivadas por transmitir mal una información.

Consejos para que los jóvenes de la Cooperativa Baldramina alta conserven la cultura

En esta última fase del Plan de capacitación, se pretende entregar ciertos consejos que ayuden a los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, a conservar su cultura y que no permitan que esta se pierda, sino al contrario que esta sea guardada y transmitida a las futuras generaciones.

Estos consejos pueden ser:

- Inculcar valores culturales en los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta.
- Resaltar la música nacional.
- Reconocer la Interculturalidad del país.
- Celebrar todas las Fiestas tradicionales regionales.
- Incentivar el uso de la Vestimenta tradicional
- Destacar la Gastronomía del país.
- Respetar las Creencias religiosas de cada cultura.
- Fomentar la práctica de las costumbres.
- Respetar las tradiciones de los pueblos.
- Inculcar el aprendizaje de danzas tradicionales.
- Apreciar la música ancestral de las comunidades.
- Conocer las diferentes formas culturales de la región.

SECCIÓN 5:

LOS BENEFICIOS DEL PLAN DE CAPACITACIÓN A LOS JÓVENES DE LA COOPERATIVA BALDRAMINA ALTA.

Este plan de capacitación busca ser una ayuda para a los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, en la adquisición de nuevos conocimientos y habilidades que le permitan desenvolverse en su vida y en la sociedad sin mayores inconvenientes.

Algunos de los beneficios que se espera que los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta obtengan son:

- Tener acceso a una información que mejore tanto la manera de comunicar como el comportamiento y la cultura de los jóvenes.
- Ampliar sus conocimientos con nuevos temas.
- Adquirir destrezas que le permitan desenvolverse en la sociedad.
- Oportunidad de relacionarse e interactuar con otros jóvenes.
- Conocer más de la cultura.
- Expresar con libertad sus opiniones sin miedo a ser regañados.
- Aprender que existen diferentes culturas en el país.
- Tener la oportunidad de participar en algo novedoso.

PARA FINALIZAR

Para finalizar se espera que este Plan de Capacitación sobre periodismo responsable dirigido a los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, sirva de ayuda para mejorar la calidad de vida de aquellos que participen en la capacitación. Y que les permita entender la importancia de que exista y se practique tanto un periodismo como una comunicación responsable y que la misma sirva de apoyo para corregir su comportamiento cultural. Ya que al entender lo que realmente es y lo que se puede lograr realizando una comunicación responsable resultará beneficioso para estos jóvenes, pues se estarán preparando para la vida adulta y al asistir a estas capacitaciones mejorarán la forma de comunicarse y no solo eso sino que también descubrirán lo importante que es conservar la cultura, respetarla y cuidarla, creando de esta manera un comportamiento cultural mejor al que tenían.

La comunicación y la cultura son parte importante de la estructura de la sociedad, son la base que la conforman ya que si los seres humanos no tuvieran cultura no podrían haber establecido el modelo de sociedad en el que se vive, no habrían leyes, decretos, normas sanciones, tradiciones, costumbres, creencias, ni ideologías. Todo lo que constituye y engloba la cultura como tal.

4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA

Habiendo culminado la investigación se establece que la realización de la propuesta es factible ya que se cuenta con el apoyo de la líder barrial del sector y con la disposición de los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo Provincia de Los Ríos, para emplear el Plan de Capacitación sobre periodismo responsable.

Esto permitirá que mejore tanto la forma de comunicarse como el comportamiento cultural de estos jóvenes, ya que a través de la aplicación y realización de los diferentes temas que se encuentran establecidos en el Plan de Capacitación, podrán desarrollar nuevos conocimientos y habilidades duraderas.

Al utilizar el Plan de Capacitación sobre periodismo responsable como una herramienta ayuda, los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, podrán apoyarse en el como una guía que les permita crear o reafirmar sus conocimientos para en un futuro poder desenvolverse en la vida adulta y en la sociedad sin problemas. Ya que tendrán las bases necesarias para comprender lo importante que es realizar una buena comunicación y como mostrar un correcto comportamiento cultural.

BIBLIOGRAFÍA

- Aceves, M. J. (1981). *Psicología General*. México: Publicaciones Cruz O., S.A.
- Aguiar, A. A. (2002). *La libertad de expresión: de Cádiz a Chapultepec*. Caracas: Universidad Católica Andrés B.
- Ángel, V. J. (2009). *Responsabilidad social y los principios del desarrollo sostenible como fundamentos teóricos de la información social de la empresa*. Madrid: ESIC Editorial.
- Arregui, J. V., & Choza, J. (1991). *Filosofía del hombre: una antropología de la intimidad*. Madrid: Ediciones Rialp.
- Asamblea Nacional . (25 de Junio de 2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Obtenido de Ley Orgánica de Comunicación-Asamblea Nacional:
http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf
- Azurmendi, A. (2000). *Ética y medios de comunicación*. Obtenido de
http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/6233/1/103_8.pdf
- Barnes, B. A., & York, S. M. (2005). *El sentido común en la educación de los más pequeños*. Madrid: Narcea Ediciones.
- Bronislaw, M. (1975). *La vida sexual de los salvajes: del noroeste de la Melanesia*. Madrid: Ediciones Morata.
- Busquet, D. J. (2008). *Lo sublime y lo vulgar: la "cultura de masas" o la pervivencia de un mito*. Barcelona: Editorial UOC.
- Busquet, J., & Mestre, C. J. (2007). *La cultura y Los derechos humanos*. Barcelona: Editorial UOC.
- Cabedo, S. M. (2006). *Filosofía y cultura de la tolerancia*. España: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Cambria, A. (02 de Mayo de 2016). *La comunicación y la sociedad*. Obtenido de La importancia de la Comunicación Estratégica:
http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2016/DIEEEO42-2016_Comunicacion_Estrategica_AntonioCambria.pdf
- Castañeda, E. (1996). *Los adolescentes y la escuela de final de siglo*. Obtenido de Nómadas:
<http://www.redalyc.org/pdf/1051/105118896009.pdf>
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Clarenc, C. A. (2011). *Nociones de Cibercultura Y Periodismo*. Lulu.com.
- Cloninger, S. (2003). *Teorías de la personalidad*. México: Pearson Educación.
- Colombes, A. (1990). *Manual del promotor cultural: Bases teóricas de la acción*. Buenos Aires-Argentina: Ediciones Colihue SRL.
- Corbin, J. A. (11 de 08 de 2017). *Los 28 tipos de comunicación y sus características*. Obtenido de Psicología y Mente: <https://psicologiymente.net/social/tipos-comunicacion-caracteristicas>

- Córica, J. L. (12 de 10 de 2012). *Qué es la comunicación*. Obtenido de Comunicación y Nuevas Tecnologías: su incidencia en las organizaciones Educativas:
https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Lectura/maestria/documentos/LECT46.pdf
- Cortina , A., & Martínez , E. (1996). *Ética*. Madrid: AKAL.
- Cumpa, G. L. (12 de Diciembre de 2012). *El lenguaje y la comunicación*. Obtenido de Lenguaje y Comunicación Digital:
<http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/comunicacion/comunife12/Luis%20Cumpa.pdf>
- Enguix, B. (s.f). *Cultura, Culturas, Antropología* . Obtenido de
http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/62086/4/Teor%C3%ADa%20de%20la%20cultura_M%C3%B3dulo%202_Cultura%2C%20culturas%2C%20antropolog%C3%ADa.pdf
- Escobar, J. Q. (11 de Diciembre de 2006). *Características y Elementos de la cultura* . Obtenido de La cultura : <http://culturaup.blogspot.com/>
- Espinel, G. A. (Mayo de 2008). *La responsabilidad civil de los medios de comunicación social por la vulneración de los derechos a la personalidad en el ejercicio del derecho de libertad de expresión*. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/316/1/87972.pdf>
- Etxeberria, M. X. (1995). *Ética periodística*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Febres, R. (2007). El valor de la responsabilidad. *Revista Educación en Valores*, 119.
- Fonseca, Y. M. (2005). *Comunicación oral y escrita*. México: Pearson Educación.
- Francesc, M. (29 de Diciembre de 2014). *Cómo identificar los 4 tipos principales de Comportamientos*. Obtenido de Francesc Mas: <https://francescmas.com/2014/12/29/como-identificar-los-4-tipos-principales-de-comportamientos/>
- García, A. (21 de Febrero de 2017). *comunicación y Sociedad* . Obtenido de El Nacional:
http://www.el-nacional.com/noticias/columnista/comunicacion-sociedad_81972
- Garduño, J. A. (30 de Marzo de 2012). *Elementos de la comunicación humana* . Obtenido de expresionsocolishernandez:
<http://expresionsocolishernandez.blogspot.com/2012/03/elementos-de-la-comunicacion-humana.html>
- Garzozzi, B. J. (07 de octubre de 2015). *La Nueva Cultura Mundial del Siglo XXI*. Obtenido de pensar.ec: <http://www.pensar.ec/index.php/temas-principales/item/193-la-nueva-cultura-mundial-del-siglo-xxi>
- Gómez, E. (2010). *Tema 2. El concepto de cultura*. Obtenido de https://ocw.unican.es/pluginfile.php/2206/mod_resource/content/1/Tema2-antropologia.pdf
- González, G. M. (1997). *La Comunicación Efectiva*. México: Ediciones Fiscales ISEF.
- Grande, G. I., & Silva, B. J. (2013). *Psicología: Historia, teoría y procesos básicos*. México: Editorial El Manual Moderno.
- Guglielmone, d. U. (2000). *Estelas: actualidad noticiosa, comunicación y sociedad*. Bolivia: Plural editores.

- León, Z. V. (17 de Febrero de 2014). *La responsabilidad social de los medios de comunicación*. Obtenido de Defensor de las Audiencias: <http://www.elcolombiano.com/blogs/defensordelasaudiencias/responsabilidad-social-de-los-medios-de-comunicacion/341>
- López, R. E. (marzo de 2014). *Tribus urbanas y su influencia en adolescentes de educación básica* (estudio realizado en los establecimientos públicos del nivel básico de la cabecera departamental de quetzaltenango). Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/22/Lopez-Elvira.pdf>
- Luna, R. V., & Pezo, P. A. (2005). *Cultura de la innovación y la gestión tecnológica para el desarrollo de los pueblos*. Colombia: Convenio Andrés Bello.
- Macías, R. R. (s.f). *El trabajo sociocultural comunitario. Fundamentos epistemológicos, metodológicos y prácticos para su realización*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1171/1171.pdf>
- Martí, N. A., Martínez, P. R., & Valcárcel, N. (s.f.). Comunicación. Aspectos generales de una herramienta efectiva en los procesos asistenciales de salud . *Revista Cubana de Tecnología de la Salud/ volumen 8*, 61.
- Merino, S. M. (2009). *Inmigración y consumo. Estilos de vida de los inmigrantes en España*. España: ESIC Editorial.
- Molina, C. G., & Toledo, N. R. (2014). *Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes, estudio a realizarse en cuatro colegios de la ciudad de cuenca con los alumnos de primer año de bachillerato*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3659/1/10335.PDF>
- Mora, F. D. (marzo de 2013). *Modelo de comunicación de Harold Laswell*. Obtenido de Teorías de la Comunicación: <http://loquemepidiodimprofesora.blogspot.com/2013/03/modelo-de-comunicacion-de-harold-laswell.html>
- Moreira, G. P. (Noviembre de 2007). *Responsabilidad Social en los Medios de Comunicación, en perspectiva desde la prensa GRAFICA*. Obtenido de alipso.com: http://www.alipso.com/monografias2/Responsabilidad_social_en_los_medios_de_comunicacion/#_
- Müller, D. M. (2004). *Curso Basico de Redacción*. Costa Rica: Editorial Universidad de Costa Rica.
- Olivares, O. S., & González, G. M. (2014). *Psicología del Trabajo*. México: Grupo Editorial Patria.
- Pagán, R. R. (04 de Noviembre de 2015). *Libertad de expresion y medios de comunicacion*. Obtenido de Diario La Tribuna: <http://www.latribuna.hn/2015/11/04/libertad-de-expresion-y-medios-de-comunicacion/>
- Pastor, A. (2010). *Cultura general : ámbito lingüístico y social*. Madrid: Editorial Paraninfo.
- Peñafiel, P. E., & Serrano, G. C. (2010). *Habilidades Sociales*. Madrid: Editex.
- Pérez, P. P., & Salmerón, L. T. (6 de Octubre de 2006). *lenguaje en la comunicación*. Obtenido de Desarrollo de la comunicación y del lenguaje: indicadores de preocupación: <http://pap.es/files/1116-612-pdf/637.pdf>

- Pont, A. T., Andrés, A., & Andrés, P. A. (2008). *La comunicación no verbal y La personalidad*. España: Editorial UOC.
- Ramírez, L. J. (1 de 1 de 2012). *Responsabilidad social en los medios de comunicación ¿utopía o realidad? algunos pasos a tomar en cuenta para lograr una adecuada gestion*. Obtenido de http://www.correspondenciasy analisis.com/es/pdf/rp/2_responsabilidad_social.pdf
- Reyes, P. A. (2002). *Administracion de empresas/ Business Administration*. México: Editorial Limusa.
- Sánchez, P. (29 de mayo de 2017). *¿Qué es responsabilidad? Definición*. Obtenido de CogniFit Salud, Cerebro & Neurociencia: <https://blog.cognifit.com/es/responsabilidad/>
- Sichra, I. (2003). *La vitalidad del quechua: lengua y sociedad en dos provincias de Cochabamba*. Bolivia: Plural editores.
- Soria, V. M. (2004). *Relaciones humanas*. México: Editorial Limusa.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos del Marketing*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Tamayo, A. W. (1997). *Folclore Derecho a la Cultura Propia*. Obtenido de Folclore y cultura popular: <https://www.iidh.ed.cr/IIDH/media/1922/folclore-derecho-a-la-cultura-propia-1997.pdf>
- Ucha, F. (06 de 11 de 2008). *Responsabilidad*. Obtenido de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/general/responsabilidad.php>
- Zapata, P. L. (2016). *Industria de la comunicación y economía digital: Guía básica del Dircom*. Barcelona: Editorial UOC.

ANEXOS

A: Matriz de consistencia del trabajo de investigación



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



Tema	Problema	Objetivo	Hipótesis	Variabes	Indicadores	Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas
La comunicación responsable y su influencia en el comportamiento cultural de jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo en el	¿Cómo la comunicación responsable influye en el comportamiento cultural de los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón	Analizar la comunicación responsable y su influencia en el comportamiento cultural de los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo, año	Analizando la comunicación responsable se influirá en el comportamiento cultural de los jóvenes de la cooperativa	Comunicación responsable	Tipos de comportamiento	¿Cuáles son los tipos de comportamientos que son influenciados por la comunicación responsable en los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo?	Identificar los tipos de comportamientos que son influenciados por la comunicación responsable en los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo.	Identificando los tipos de comportamientos se influenciará en la comunicación responsable de los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo.

año 2017.	Quevedo en el año 2017?	2017.	Baldramina Alta del cantón Quevedo.	Comportamiento cultural	Valores culturales	¿Cuáles son los valores culturales en la comunicación responsable que influyen en el comportamiento cultural de los jóvenes de la cooperativa Baldramina alta del cantón Quevedo?	Determinar los valores culturales en la comunicación responsable y su influencia en el comportamiento cultural de los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo.	Determinando los valores culturales en la comunicación responsable se influirá en el comportamiento cultural de los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo.
						¿De qué manera influye la aplicación de un plan de capacitación sobre	Crear un plan de capacitación sobre periodismo responsable para influir en el	Creando un plan de capacitación sobre periodismo responsable se influirá en el

					<p>Información</p>	<p>periodismo responsable en el comportamiento cultural de los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo?</p>	<p>comportamiento cultural de los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo.</p>	<p>comportamiento cultural de los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo.</p>
--	--	--	--	--	---------------------------	--	---	---

B: ficha de la encuesta aplicada a los jóvenes



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN



Objetivo. Analizar la comunicación responsable y su influencia en el comportamiento cultural de los jóvenes de la cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo, año 2017.

Indicaciones: Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con una (x) la respuesta que considere correcta.

Edad_____ Sexo F_____ M_____

1. ¿Conoce usted lo que significa brindar una comunicación responsable?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

2. ¿Los medios de comunicación difunden información de forma responsable a la ciudadanía?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

3. ¿con qué tipo de comportamiento se identifica usted?

Estable () Cumplidor () Influyente () Dominante ()

4. ¿Su comportamiento se ha visto afectado por los contenidos impartidos por los medios de comunicación?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

5. ¿La programación transmitida por los medios de comunicación ha influenciado en la cultura del país?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

6. ¿Conoce usted las fiestas culturales y las costumbres respectivas de su comunidad?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

7. ¿La juventud en la actualidad práctica los valores culturales?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

8. ¿En su comunidad se preocupan por conservar las tradiciones y las costumbres, realizando actividades que conmemoren las fechas tradicionales?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

9. ¿Los medios de comunicación transmiten programas que divulgan las diferentes culturas del país?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

10. ¿Aplicar un plan de capacitación sobre periodismo responsable mejoraría el comportamiento de los jóvenes?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

C: Pruebas estadísticas aplicadas a los jóvenes

¿Los medios de comunicación difunden información de forma responsable a la ciudadanía?

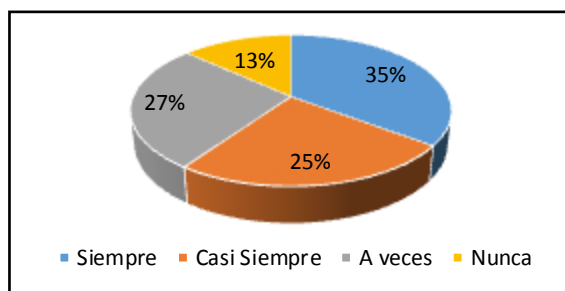
Tabla N° 6: Los medios de comunicación difunden información responsable

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	98	35%
CASI SIEMPRE	68	25%
A VECES	75	27%
NUNCA	37	13%
TOTAL	278	100%

Fuente: Cooperativa Baldramina Alta

Elaborado por: Karla Gabriela Núñez Zambrano

Figura 6: Los medios de comunicación difunden información responsable



Fuente: Cooperativa Baldramina Alta

Elaborado por: Karla Gabriela Núñez Zambrano

Análisis: Al aplicar la encuesta a los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, se evidenció que el 35% está de acuerdo con que siempre los medios de comunicación difunden información de forma responsable a la ciudadanía, mientras que el 27% cree que solo a veces, el 25% considera de que casi siempre y el 13% piensa que nunca.

Interpretación: la mayor parte de los jóvenes consideran que los medios de comunicación siempre difunden información de forma responsable a la ciudadanía.

¿Su comportamiento se ha visto afectado por los contenidos impartidos por los medios de comunicación?

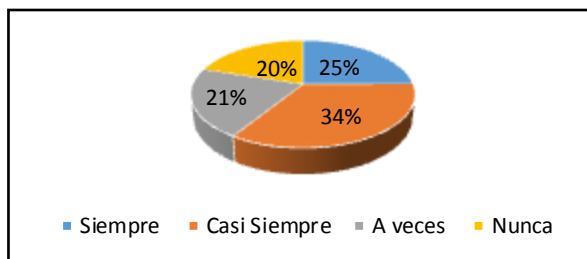
Tabla 7: el comportamiento es afectado por los contenidos impartidos por los medios

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	69	25%
CASI SIEMPRE	95	34%
A VECES	58	21%
NUNCA	56	20%
TOTAL	278	100%

Fuente: Cooperativa Baldramina Alta

Elaborado por: Karla Gabriela Núñez Zambrano

Figura 7: el comportamiento es afectado por los contenidos impartidos por los medios



Fuente: Cooperativa Baldramina Alta

Elaborado por: Karla Gabriela Núñez Zambrano

Análisis: Luego de aplicar la encuesta a los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, se evidenció que el 34% considera que casi siempre su comportamiento se ha visto afectado por los contenidos que imparten los medios de comunicación, mientras que el 25% está de acuerdo con que siempre, mientras que el 21% cree que a veces y el 20% piensa que nunca.

Interpretación: gran parte de los jóvenes considera que casi siempre su comportamiento se ha visto afectado por los contenidos que imparten los medios, por esto cada medio de comunicación debe crear y transmitir programas que causen un impacto positivo en su audiencia.

¿La programación transmitida por los medios de comunicación ha influenciado en la cultura del país?

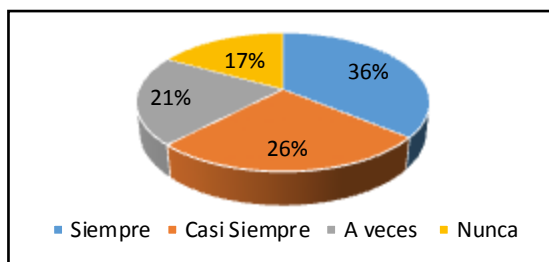
Tabla N° 8: La información transmitida por los medios influencia la cultura del país.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	100	36%
CASI SIEMPRE	73	26%
A VECES	58	21%
NUNCA	47	17%
TOTAL	278	100%

Fuente: Cooperativa Baldramina Alta

Elaborado por: Karla Gabriela Núñez Zambrano

Figura 8: La información transmitida por los medios influencia la cultura del país.



Fuente: Cooperativa Baldramina Alta

Elaborado por: Karla Gabriela Núñez Zambrano

Análisis: Después de aplicar la encuesta a los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, se evidenció que el 36% considera que siempre la programación transmitida por los medios de comunicación ha influenciado en la cultura del país, mientras que el 26% está de acuerdo con que casi siempre se presenta esta influencia, el 21% cree que solo a veces y el 17% piensa que nunca la cultura del país se ha visto influenciada.

Interpretación: La mayoría de los jóvenes está de acuerdo con que la programación transmitida por los medios de comunicación ha influenciado en la cultura del país, por esta razón cada ente comunicativo debe transmitir programas donde se inculquen las tradiciones ancestrales de nuestra nación.

¿Conoce usted las fiestas culturales y las costumbres respectivas de su comunidad?

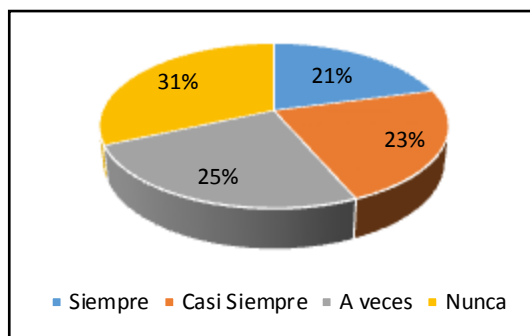
Tabla N° 9: conoce las fiestas culturales y las costumbres de su comunidad.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	58	21%
CASI SIEMPRE	63	23%
A VECES	69	25%
NUNCA	88	31%
TOTAL	278	100%

Fuente: Cooperativa Baldramina Alta

Elaborado por: Karla Gabriela Núñez Zambrano

Figura 9: conoce las fiestas culturales y las costumbres de su comunidad.



Fuente: Cooperativa Baldramina Alta

Elaborado por: Karla Gabriela Núñez Zambrano

Análisis: Luego de aplicar la encuesta en los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, se evidenció que el 31% está de acuerdo en que nunca ha conocido las fiestas culturales y las costumbres respectivas de su comunidad, mientras que el 25% piensa que solo a veces, el 23% considera que casi siempre y el 21% siempre las ha conocido.

Interpretación: gran parte de los jóvenes encuestados está de acuerdo con que nunca han conocido las fiestas culturales y las costumbres respectivas de su comunidad, por lo tanto este sector debería dar mayor realce y promocionar estos festejos tradicionales.

¿En su comunidad se preocupan por conservar las tradiciones y las costumbres realizando actividades que conmemoren las fechas tradicionales?

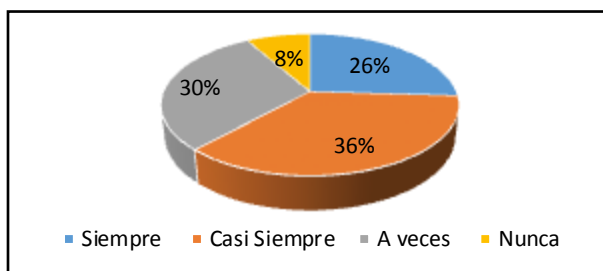
Tabla N° 10: la comunidad se preocupa por conservar las tradiciones y las costumbre.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	72	26%
CASI SIEMPRE	100	36%
A VECES	83	30%
NUNCA	23	8%
TOTAL	278	100%

Fuente: Cooperativa Baldramina Alta

Elaborado por: Karla Gabriela Núñez Zambrano

Figura 10: la comunidad se preocupa por conservar las tradiciones y las costumbres.



Fuente: Cooperativa Baldramina Alta

Elaborado por: Karla Gabriela Núñez Zambrano

Análisis: Después de aplicar la encuesta a los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta, demostró que el 36% cree que casi siempre en su comunidad se preocupan por conservar las tradiciones y las costumbres, realizando actividades que conmemoren las fechas tradicionales, mientras que el 30% considera que solo a veces, el 26% siempre y el 8% cree que nunca.

Interpretación: gran parte de los jóvenes consideran que casi siempre su comunidad se preocupa por conservar las tradiciones y las costumbres, realizando actividades que conmemoren las fechas tradicionales, por lo tanto este sector debe dar mayor realce a la realización de estos actos culturales.

¿Los medios de comunicación transmiten programas que divulgan las diferentes culturas del país?

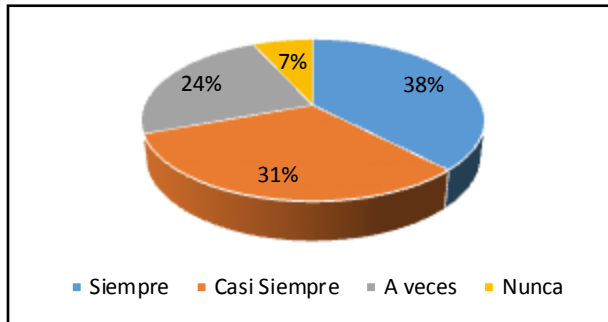
Tabla N° 11: los medios transmiten programas sobre las diferentes culturas del país.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	105	38%
CASI SIEMPRE	88	31%
A VECES	66	24%
NUNCA	19	7%
TOTAL	278	100%

Fuente: Cooperativa Baldramina Alta

Elaborado por: Karla Gabriela Núñez Zambrano

Figura 11: los medios transmiten programas sobre las diferentes culturas del país.



Fuente: Cooperativa Baldramina Alta

Elaborado por: Karla Gabriela Núñez Zambrano

Análisis: Luego de aplicar la encuesta a los jóvenes de Cooperativa Baldramina Alta, se evidenció que el 38% considera que siempre los medios de comunicación transmiten programas que divulgan las diferentes culturas del país, mientras que 31% está de acuerdo que casi siempre, el 24% piensa que solo a veces y el 7% cree que nunca.

Interpretación: la mayoría de los jóvenes consideran que siempre los medios transmiten programas que divulgan las diferentes culturas del país, por lo tanto se debe seguir transmitiendo este tipo de contenidos que promuevan la cultura de la nación.

D: Fotografías de la encuesta realizada a los jóvenes



Encuestando a una joven moradora del sector Coop. Baldramina Alta



Realizando la pertinente encuesta en la residencia de la joven del sector



Efectuando la respectiva encuesta en la casa de la joven moradora del sector



Realizando la correspondiente encuesta a un joven del sector Baldramina Alta



Procediendo a encuestar a una joven moradora del sector Baldramina Alta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
EXTENSIÓN QUEVEDO



Quevedo, 20 de Junio del 2017

Sra. Rocío Gavilánez
PRESIDENTA BARRIAL DE LA COOP. BALDRAMINA DEL CANTÓN QUEVEDO
Presente.-

YO, **KARLA GABRIELA NÚÑEZ ZAMBRANO** con C.I.: 094080436-2 egresada de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo de la especialidad de **COMUNICACIÓN SOCIAL**, en concordancia con los logros obtenidos y con el deseo de apoyar el mejoramiento profesional, solicito me permita realizar **EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN** con el **TEMA:**

LA COMUNICACIÓN RESPONSABLE Y SU INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO CULTURAL DE JÓVENES DE LA COOPERATIVA BALDRAMINA ALTA DEL CANTÓN QUEVEDO EN EL AÑO 2017.

Con la seguridad de que mi solicitud será atendida en forma oportuna y favorable me suscribo de usted

Atentamente,


KARLA GABRIELA NÚÑEZ ZAMBRANO
C.I.: 094080436-2
gaby nu zambrano@outlook.com





ACTA DE APROBACIÓN DEL PERFIL DE INVESTIGACIÓN

N012 COD11660 26 junio 2017

En la ciudad de Quevedo, provincia de los Ríos, República del Ecuador a los **26 días**, a las 10h00, siendo este día dentro de la hora señalada por el Coordinador de la carrera Comunicación Social, se instala los señores miembros de la Comisión de especialistas para examinar el perfil de investigación de la señorita **NUÑEZ ZAMBRANO KARLA GABRIELA**, de la carrera **Comunicación Social**

Cuyo tema es **LA COMUNICACIÓN RESPONSABLE Y SU INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO CULTURAL DE LOS JOVENES DE LA COOPERATIVA BALDRAMINA ALTA DEL CANTÓN QUEVEDO EN EL AÑO 2017**, la Comisión queda integrada de la siguiente manera:

Msc. Liliana Urquiza (Director/Delegado del Director)

Msc. Eliseo Toro (Área de Investigación)

Msc. Freddy Holguín (Docente del Área específica)

En consecuencia, se declara aprobado el Perfil de investigación, para desarrollar el proyecto de investigación.

Para constancia y validez firman por triplicado en unidad de acto con los señores Miembros de la comisión, egresada(o) y Secretaria que certifica.

Liliana Urquiza _____

Eliseo Toro _____

Freddy Holguín _____

Núñez Zambrano Karla Gabriela _____

Secretaria _____





UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

N013 COD-11660-30-08-2017

En la ciudad de Quevedo, provincia de Los Ríos, Republica del Ecuador a los 31 días del mes de agosto del 2017 a las 9h00, siendo el día y hora señalada por el Coordinador de la carrera, de Comunicación Social, se instala los señores miembros de la Comisión de especialistas para evaluar la defensa del Proyecto de Investigación de (la) egresado (a):

NUÑEZ ZAMBRANO KARLA GABRIELA

Con el tema **“LA COMUNICACIÓN RESPONSABLE Y SU INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO CULTURAL DE LOS JOVENES DE LA COOPERATIVA BALDRAMINA ALTA DEL CANTON QUEVEDO, AÑO 2017”**, la Comisión queda integrada de la siguiente manera:

Msc. Liliana Urquiza Mendoza	(Coordinador/Delegado del Coordinador)
Msc. Rocío García Liscano	(Área de Investigación)
Msc. Freddy Holguín Diaz	(Docente del Área específica)

En consecuencia, se declara **APROBADO** el Proyecto de Investigación, para continuar con el Informe Final.

Para constancia y validez firman por triplicado en unidad de acto con los señores Miembros de la comisión, egresada(o) y Secretaria que certifica.

Msc. Liliana Urquiza Mendoza -----

Msc. Rocío García Liscano -----

Msc. Freddy Holguín Diaz -----

Egda. Nuñez Zambrano Karla Gabriela -----

Secretaria -----

Ab. Emilia Yong Chang





Universidad Técnica de Babahoyo
Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación
Comisión de Investigación y Desarrollo (CIDE)



Control de Grado
Secretaría General de la Facultad

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

En la ciudad de Quevedo, Provincia de Los Ríos, República del Ecuador a los **20 días del mes de diciembre del dos mil diecisiete, a las 15h30**, siendo día y hora señalada por el Consejo Directivo, mediante resolución **CD- FAC.C.J.S.E – SO-011- RES-001-2017, en sesión del día 7 de Diciembre del 2017**, se instala el Tribunal de Sustentación del trabajo de grado correspondiente a la modalidad de titulación: **Proyecto de Investigación** integrado por los docentes:

MSC. LILIANA URQUIZA MENDOZA	DELEGADO DEL DECANO
MSC. ELISEO TORO TOLOZA	DELEGADO DEL COORDINADOR DE LA CARRERA
MSC. FREDDY HOLGUIN DIAZ	DELEGADO DEL CIDE

Para calificar la defensa del trabajo de grado **del señor (a) (ita)**:

NUÑEZ ZAMBRANO KARLA GABRIELA

Con el tema: "LA COMUNICACIÓN RESPONSABLE Y SU INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO CULTURAL DE LOS JOVENES DE LA COOPERATIVA BALDRAMINA ALTA DEL CANTÓN QUEVEDO EN EL AÑO 2017."

Luego de cumplido con lo dispuesto en los Arts. 251,252, 253, 254, 255 del Reglamento Vigente, el **señor (a) (ita) NUÑEZ ZAMBRANO KARLA GABRIELA** ha obtenido la calificación promedio de: **(9.3) . NOVENO PUNTO TRES**

En consecuencia, se declara aprobada la sustentación con la modalidad de: (Proyecto De Investigación) y se proclama **como apto (a)** para ser investido (a) como **LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**.

Para constancia y validez firman por Triplicado en unidad de acto, los señores Miembros del Tribunal, Egresado (a) y el Secretario Encargado que certifica.

MSC. LILIANA URQUIZA MENDOZA

MSC. ELISEO TORO TOLOZA

MSC. FREDDY HOLGUIN DIAZ

NUÑEZ ZAMBRANO KARLA GABRIELA

Ab. Isela Berruz Mosquera
SECRETARIA (e) FAC.CC.JJ.SS.EE

Elaborado por
Msc. Liliana Urquiza.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
EXTENSIÓN QUEVEDO
DEPARTAMENTO DE TITULACIÓN
ANEXO
SESIONES DE TRABAJO TUTORIAL



TEMA: La comunicación responsable y su influencia en el comportamiento cultural de los jóvenes de la Cooperativa Baldramina Alta del cantón Quevedo en el año 2017.

PRIMERA SESIÓN DE TRABAJO

Quevedo, 21 de agosto del 2017

RESULTADOS GENERALES ALCANZADOS	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA DEL TUTOR Y DEL ESTUDIANTE
Se ha pulido el tema y se ha definido el problema principal y los Subproblemas correspondientes.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se revisó y analizó la información bibliográfica preliminar pertinente. 2. Se hizo una investigación preliminar de campo. 3. Se describió el hecho problemático desde varios puntos de vista. 4. Se ubicó y planteó el problema general 	f. Karla Núñez Zambrano f. Leda Mayra Duarte M. Msc. TUTOR

SEGUNDA SESIÓN DE TRABAJO

Quevedo, 24 de agosto del 2017

RESULTADOS GENERALES ALCANZADOS	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA DEL TUTOR Y DEL ESTUDIANTE
Se elaboraron los objetivos tanto el general como los específicos.	<ol style="list-style-type: none"> 5. Se elaboraron los objetivos tanto el general como los específicos. 	f. Karla Núñez Zambrano f. Leda Mayra Duarte M. Msc. TUTOR
Se trabajó en la confección del marco teórico con la ayuda de la información bibliográfica y del internet.	<ol style="list-style-type: none"> 6. Se revisaron documentos escritos sobre el tema de investigación para construir el marco conceptual y referencial. 7. Se discutió sobre la postura teórica a asumir en la investigación. 	f. Karla Núñez Zambrano f. Leda Mayra Duarte M. Msc. TUTOR

TERCERA SESIÓN DE TRABAJO

Quevedo, 28 de agosto del 2017

RESULTADOS GENERALES ALCANZADOS	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA DEL TUTOR Y DEL ESTUDIANTE
Se respondió al problema en forma de hipótesis.	<ol style="list-style-type: none"> 8. Se buscó el fundamento teórico más adecuado para formular una hipótesis. 	f. Karla Núñez Zambrano f. Leda Mayra Duarte M. Msc. TUTOR
Se determinó el mecanismo de verificación de las hipótesis.	<ol style="list-style-type: none"> 9. Se establecieron las variables de la hipótesis con sus respectivos indicadores a ser verificados. 10. Se elaboró el cuestionario de comprobación de los indicadores de las hipótesis. 	f. Karla Núñez Zambrano f. Leda Mayra Duarte M. Msc. TUTOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
EXTENSIÓN QUEVEDO
DEPARTAMENTO DE TITULACIÓN



CUARTA SESIÓN DE TRABAJO

Quevedo, 30 de agosto del 2017

RESULTADOS GENERALES ALCANZADOS	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA DEL TUTOR Y DEL ESTUDIANTE
Se determinó la forma de hacer la aplicación estadística	11. Se hizo una revisión de la investigación descriptiva.	f. Karla Núñez Zambrano f. Lcda. Mayra Duarte M. Msc TUTOR
Se hicieron los cuadros para la recolección de datos.	12. Se definieron las frecuencias y las representaciones gráficas	f. Karla Núñez Zambrano f. Lcda. Mayra Duarte M. Msc TUTOR

Lcda. Mayra Duarte M. Msc.

DOCENTE TUTOR