



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



**INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACION**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**  
**LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU RELACIÓN CON LA OPINIÓN  
PÚBLICA DE LA PARROQUIA SIETE DE OCTUBRE.

**AUTOR:**

MARTILLO MAYORGA EDISON ENRIQUE

**TUTOR:**

DRA. CARRIEL PAREDES FLOR DEL ROCIO

**QUEVEDO - LOS RÍOS - ECUADOR**

**2018**



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



## **DEDICATORIA**

Es un maravilloso placer el poder culminar satisfactoriamente esta etapa dentro de mi carrera como estudiante, por ello quiero agradecer a la Fuerza de mi inspiración, a la fe que me hace creer, a Dios; que es el que me impulsa a buscar y lograr sueños. Igualmente, desde lo más profundo de mi ser, me siento complacido que hace que “el día llegué a mi ventana con muchas promesas, las cuales me llenan de fuerzas para continuar en la batalla, a mi esposa y a mí hijo que derrota mi nostalgia, la que me ha apoyado a seguir y mirar siempre adelante, gracias por tu esfuerzo, consideración y por estar siempre a mi lado. Con un aprecio muy especial a mi Madre Ketty Mayorga de Martillo quien de manera incondicional, y la cual me enseñó que con la humildad, se logra cualquier cosa que nos podamos proponer, esta mujer maravillosa me acompañó en este largo camino, gracias eternamente. A su vez a mi Padre, Ernesto Martillo el cual con sus orientaciones y recomendaciones me ayudaron a convertirme en el profesional que soy hoy. A mis hermanos, Darwin y Jennifer, las cuales me motivaron siempre a seguir adelante y a no descansar en los sueños, gracias por mantener en mí viva la esperanza, este triunfo.

**MARTILLO MAYORGA EDISON ENRIQUE**



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



## **AGRADECIMIENTO**

A dios todo poderoso por darme la vida, la salud e iluminar mis conocimientos y darme la fuerza que necesito para poder culminar con la elaboración de la Tesis. A la Universidad Técnica de Babahoyo por haberme abierto las puertas y permitirme educarme en sus aulas, que con el apoyo desinteresado, su paciencia y sabiduría de los señores profesores que estuvieron prestos a compartir sus conocimientos contribuyendo a mi formación profesional. A mi profesora. Dra. Flor Carriel por su paciencia, el ánimo que me brindó y por su atenta colaboración en este trabajo, por sus comentarios en todo el proceso de elaboración de la Tesis y sus acertadas correcciones. A mi familia por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida. Edison Martillo Mayorga.

**MARTILLO MAYORGA EDISON ENRIQUE**



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



**AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL**

Yo, MARTILLO MAYORGA EDISON ENRIQUE, portadora de la cédula de ciudadanía **120578137-8**, en calidad de autor del Informe Final del Proyecto de Investigación, previo a la Obtención del Título de Licenciado en Ciencias de la Educación Mención **COMUNICACIÓN SOCIAL**, declaro que soy autor del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

**MEDIO DE COMUNICACIÓN Y SU RELACION CON LA OPINION PÚBLICA  
DE LA PARROQUIA SIETE DE OCTUBRE**

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

**MARTILLO MAYORGA EDISON ENRIQUE**  
**120578137-8**



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



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME  
FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA  
SUSTENTACIÓN**

**QUEVEDO, 29-10-2018**

En mi calidad de tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio N°138, con, 19-06-2018 mediante resolución, CD-FAC.C.J.S.E. -SO-007-RES-001-2028 certifico que el Sr. MARTILLO MAYORGA EDISON ENRIQUE, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto titulado,

**MEDIO DE COMUNICACIÓN Y SU RELACION CON LA OPINION  
PÚBLICA DE LA PARROQUIA SIETE DE OCTUBRE**

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 Jurídica, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el tribunal de sustentación designado para la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

**DRA. CARRIEL PAREDES FLOR DEL ROCIO**  
**DOCENTE DE LA FCJSE.**



## **RESUMEN**

Este trabajo investigativo tiene como propósito relacionar los medios de comunicación con la opinión pública de la parroquia siete de octubre, su objetivo es para concientizar el uso de estos medios, si bien es cierto, sirven para informar y educar. Sin embargo, los moradores la parroquia no están conforme de como los medios de comunicación como la televisión, radio, revistas, periódicos, internet etc., transmite en forma negativa y cómo influyen en la sociedad. Además, el proyecto debe contribuir con el sondeo de nuevas alternativas para resolver dificultades respectivas de carácter social, cultural, económico etc. Como primer punto se caracteriza por conocer la problemática, justificación, los objetivos planteados en la investigación. Como siguiente punto radica el marco teórico su importancia y está integrada por teorías, enfoques teóricos, estudios y antecedentes que se refieren al problema investigativo. Por consiguiente, se encuentra las metodologías, técnicas, instrumentos, tipos de investigación, muestra aplicada y los resultados obtenidos, conclusiones y recomendaciones de la investigación. Seguido por el siguiente capítulo conformado por la propuesta teórica de aplicación, en esta sección esta los antecedentes, la justificación, objetivos generales y específicos de la propuesta. Y como punto final se halla la bibliografía y anexos (cuestionario, fotografías). En este contexto, resalta los medios de comunicación y la relación con la opinión pública y lo importante que resulta para la sociedad.

### **Palabras Claves:**

Comunicación

Redes sociales

Investigación documental

Periódico digital



## **SUMMARY**

This work was made taking into account essential aspects of communication, especially how information is handled, in isolated communities, so the theme "Dissemination of journalistic echo in the newspaper La Hora and its impact on the inhabitants of the enclosure The Quevedo canton colony".

Through this research alternatives that will help improve communication about culture, economy, and important events that happen in villages will be analyzed. Which is distributed as follows: The first chapter is defined by the problem, justification, the objectives in research.

The second chapter lies the theoretical framework, its importance and consists of theories, theoretical approaches, studies and history that relate to the research problem.

The third chapter is based on methodologies, techniques, tools, types of research, applied sample, results, conclusions and recommendations of the investigation.

The fourth chapter consists of theoretical proposed application, the background is, justification, general and specific objectives of the proposal. And finally the bibliography and appendices (questionnaire, photographs, etc) lies.

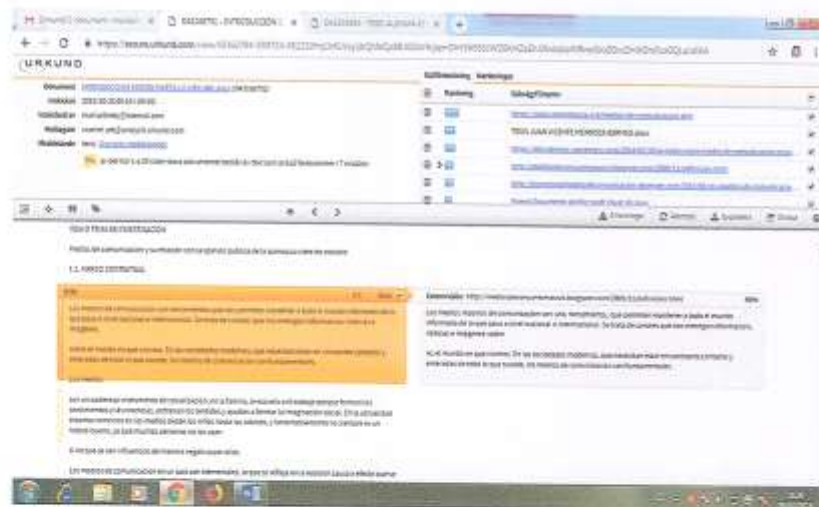


## INFORME FINAL DEL SISTEMA DE URKUND

QUEVEDO, 28 -10- 2018

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación de la Señor, MARTILLO MAYORGA EDISON ENRIQUE, cuyo tema es: MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU RELACION CON LA OPINION PUBLICA DE LA PARROQUIA 7 DE OCTUBRE, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de [5%], 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.



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

DRA. CARRIEL PAREDES FLOR DEL ROCIO  
DOCENTE DE LA FCJSE





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



**RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN**

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN, TITULADO: MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU RELACION CON LA OPINION PÚBLICA EN LA PARROQUIA 7 DE OCTUBRE DEL CANTON QUEVEDO.

PRESENTADO POR EL SEÑOR: MARTILLO MAYORGA EDISON ENRIQUE

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

8.25

EQUIVALENTE A:

MUY BUENO


TRIBUNAL:

  
\_\_\_\_\_

**ALARCON SOLORZANO BELKY  
SOLANDA  
DELEGADO DE LA DECANA**

  
\_\_\_\_\_

**TORO TOLAZA ELISEO EFRAIN  
DELEGADO COORDINADOR DE  
LA CARRERA**

  
\_\_\_\_\_

**DAZA SUAREZ SANDRA KARINA  
DELEGADO DEL CIDE**

  
\_\_\_\_\_

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

# ÍNDICE GENERAL

CARATULA .....	i
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓNPREVIO A LA.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
SUSTENTACIÓN .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
RESUMEN .....	vi
SUMMARY.....	vii
RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
INVESTIGACIÓN.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
INFORME FINAL DEL SISTEMA DE URKUND.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
ÍNDICE GENERAL .....	x
ÍNDICE DE CUADROS .....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I .....	3
IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
<b>1.1.    MARCO CONTEXTUAL.....</b>	<b>3</b>
<b>1.2.1.    Contexto Internacional.....</b>	<b>3</b>
<b>1.2.2.    Contexto Nacional.....</b>	<b>4</b>
<b>1.2.3.    Contexto Local.....</b>	<b>5</b>
<b>1.2.4.    Contexto Institucional.....</b>	<b>5</b>
<b>1.3.    SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....</b>	<b>6</b>
<b>1.4.    PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>7</b>
<b>1.4.1.    Problema General.....</b>	<b>7</b>
<b>1.4.2.    Problemas derivados.....</b>	<b>7</b>
<b>1.5.    DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>7</b>
<b>1.6.    JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>8</b>
<b>1.7.    OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>9</b>
<b>1.7.1.    Objetivo General.....</b>	<b>9</b>
<b>1.7.2.    Objetivos Específicos.....</b>	<b>10</b>
CAPÍTULO II .....	10

MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL.....	10
<b>2.1.    MARCO TEÓRICO</b> .....	10
<b>2.1.1.    Marco Conceptual</b> .....	10
<b>2.1.2.    MARCO REFERENCIAL</b> .....	23
<b>2.1.2.1.    ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS</b> .....	23
<b>2.1.2.2.    Categoría de análisis</b> .....	25
<i>Variables Independiente y dependiente</i> .....	25
<b>2.2.    HIPÓTESIS</b> .....	27
<b>2.2.1.    Hipótesis general</b> .....	27
<b>2.2.2.    Subhipotesis o derivadas</b> .....	27
<b>2.2.3.    Variables de la Investigación</b> .....	28
CAPÍTULO III .....	28
RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN .....	28
<b>3.1.    RESULTADO OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	28
<b>3.1.1.    Pruebas estadísticas aplicadas</b> .....	28
<b>3.1.2.    Análisis e interpretación de datos</b> .....	29
<i>Cuadro 1: Género del encuestado</i> .....	30
<i>Gráfico 1: Género del encuestado</i> .....	30
.....	30
<i>Cuadro 2: Medios de comunicación que usted sintoniza con mayor</i> .....	31
<i>Frecuencia</i> .....	31
<i>Gráfico 2: Medios de comunicación que usted sintoniza con mayor</i> .....	32
<i>Frecuencia</i> .....	32
<i>Cuadro 3: Medios de comunicación transmiten mensajes positivos al</i> .....	33
<i>Público</i> .....	33
<i>Gráfico 3: Medios de comunicación transmiten mensajes positivos al</i> .....	33
<i>Público</i> .....	33
<i>Cuadro 4: Medios de comunicación afecten la conducta en las</i> .....	34
<i>Personas</i> .....	34
<i>Gráfico 4: Medios de comunicación afecten la conducta en las</i> .....	35
<i>personas</i> .....	35
<i>Cuadro 5: Medios de comunicación tradicionales del Cantón Quevedo</i> .....	36
<i>pierden credibilidad versus el internet</i> .....	36
<i>Gráfico 5: Medios de comunicación tradicionales del Cantón Quevedo</i> .....	36
<i>pierden credibilidad versus el internet</i> .....	36
<i>Cuadro 6: Medios de comunicación masiva son de mucha importancia</i> .....	37

<i>En nuestra sociedad al hacer un buen uso de ellos</i> .....	37
<i>Gráfico 6: Medios de comunicación masiva son de mucha importancia</i> .....	37
<i>en nuestra sociedad al hacer un buen uso de ellos</i> .....	37
<i>Cuadro 7: Temas de mayor interés que acontece en los moradores de</i> .....	38
<i>la parroquia siete de octubre</i> .....	38
<i>Gráfico 7: Temas de mayor interés que acontece en los moradores de</i> .....	38
<i>la parroquia siete de octubre</i> .....	38
<i>Cuadro 8: Géneros informativos en los noticieros locales</i> .....	39
<b><i>Gráfico 8: Géneros informativos en los noticieros locales</i></b> .....	40
<i>Cuadro 9: Los medios de comunicación toman en cuenta su opinión</i> .....	40
<b><i>Gráfico 9: Los medios de comunicación toman en cuenta su opinión</i></b> .....	41
<i>Cuadro 10: Las programaciones de los medios de comunicación locales son</i> .....	41
<b><i>Gráfico 10: Las programaciones de los medios de comunicación locales son</i></b> .....	42
<b>3.2. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES</b> .....	42
<b>3.2.1. Específicas</b> .....	43
<b>3.2.2. General</b> .....	43
<b>3.3. RECOMENDACIÓN ESPECÍFICAS Y GENERALES</b> .....	43
<b>3.3.1. Específicas</b> .....	43
<b>3.3.2. General</b> .....	44
<b>3.4. PRESUPUESTO</b> .....	44
<i>Cuadro 11: Presupuesto</i> .....	44
<b>CAPITULO IV</b> .....	45
<b>PROPUESTA TEÓRICA DE APLICACIÓN</b> .....	45
<b>4.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS</b> .....	45
<b>4.1.1. Alternativa obtenida</b> .....	45
<b>4.1.2. Alcance de la alternativa</b> .....	45
<b>4.1.3.1. Antecedentes</b> .....	46
<b>4.1.3.2. Justificación</b> .....	47
<b>4.2. OBJETIVOS</b> .....	48
<b>4.2.1. General</b> .....	48
<b>4.2.2. Específicos</b> .....	48
<b>4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA</b> .....	48
<b>4.3.1. Título</b> .....	48
<b>4.3.2. Componentes</b> .....	49
<b>4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA</b> .....	55

<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	56
<b>3.5. CRONOGRAMA DEL PROYECTO</b> .....	64
<b>ANEXOS</b>	

## ÍNDICE DE CUADROS

<i>Cuadro 1: Género del encuestado</i> .....	29
<i>Cuadro 2: Medios de comunicación que usted sintoniza con mayor frecuencia</i> .....	31
<i>Cuadro 3: Medios de comunicación transmiten mensajes positivos al público</i> .....	33
<i>Cuadro 4: Medios de comunicación afectan la conducta en las personas</i> .....	34
<i>Cuadro 5: Medios de comunicación tradicionales del Cantón Quevedo pierden credibilidad versus el internet</i> .....	36
<i>Cuadro 6: Medios de comunicación masiva son de mucha importancia en nuestra sociedad al hacer un buen uso de ellos</i> .....	37
<i>Cuadro 7: Temas de mayor interés que acontece en los moradores de la parroquia siete de octubre</i> .....	38
<i>Cuadro 8: Géneros informativos en los noticieros locales</i> .....	39
<i>Cuadro 9: Los medios de comunicación toman en cuenta su opinión</i> .....	40
<i>Cuadro 10: Las programaciones de los medios de comunicación locales son</i> .....	41
<i>Cuadro 11: Presupuesto</i> .....	44

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1: Género del encuestado</i> .....	30
<i>Gráfico 2: Medios de comunicación que usted sintoniza con mayor frecuencia</i> .....	32
<i>Gráfico 3: Medios de comunicación transmiten mensajes positivos al público</i> .....	33
<i>Gráfico 4: Medios de comunicación afectan la conducta en las personas</i> .....	35
<i>Gráfico 5: Medios de comunicación tradicionales del Cantón Quevedo pierden credibilidad versus el internet</i> .....	36
<i>Gráfico 6: Medios de comunicación masiva son de mucha importancia en nuestra sociedad al hacer un buen uso de ellos</i> .....	37
<i>Gráfico 7: Temas de mayor interés que acontece en los moradores de la parroquia siete de octubre</i> .....	38
<i>Gráfico 8: Géneros informativos en los noticieros locales</i> .....	40
<i>Gráfico 9: Los medios de comunicación toman en cuenta su opinión</i> .....	41
<i>Gráfico 10: Las programaciones de los medios de comunicación locales son</i> .....	42

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad los medios de comunicación tienen gran influencia en la población, considerando un tema de mucha importancia dentro de nuestra sociedad ya que hoy en día generan una gran atribución en cada uno de los seres humanos que están expuestos a uno u otros medios de comunicación que resultan ser indispensables como herramienta de comunicación y aspecto pública para todo tipo de agentes sociales económicos y político.

La importancia de los medios de comunicación hoy en día, y su papel como creadores de opinión pública es tal, que se han transformado en una fuente importante de donde extraer datos a la hora de iniciar una investigación. En este sentido, el volumen de información diaria, semanal y mensual que se ofrece es tan grande que el acceso a la misma supone una primera barrera para quien quiera iniciar su investigación.

En este trabajo se desarrolla en la parroquia siete de octubre en donde se conocerá las opiniones de la comunidad. Esta investigación será un elemento muy importante para futuras indagaciones, además importante su existencia al avance tecnológico, pueden convertirse en un verdadero medio que derribe las barreras de tiempo y de dispersión en el acceso, selección y tratamiento de los grandes volúmenes de información disponibles.

La aparición de los medios de comunicación, con su capacidad para uniformar criterios, anular individualidades e inducir comportamientos, es uno de los acontecimientos más importante de la era moderna. Ellos seleccionan los sucesos que se van a convertir en noticias, así, fijan cuál es qué es conflicto noticiable, cómo y con qué contenido debe ser presentado para luego establecer las noticias que serán objeto de discusión social.

Este abordaje que realizan los medios sobre temas de mayor relevancia incide de manera mediata en la opinión pública. Los medios de comunicación promueven una visión inconsciente y fragmentada del derecho, con mensajes sobrepuestos y contradictorios, hechos de reglas y contra reglas que incitan tanto a la obediencia, como a la desobediencia, tanto a la acción legal, como a la acción ilegal”.

El presente trabajo investigativo se enfoca a conocer como los medios de comunicación tienen relación con la opinión pública de la parroquia siete de octubre, los mismos que serán planteados en los siguientes capítulos que se mostrarán a continuación:

**Capítulo I:** Muestra tema de investigación, situación problemática, planteamiento del problema, delimitación de la investigación, justificación, objetivos de la investigación realizada.

**Capítulo II:** Comprende del marco teórico en donde se permitirá desarrollar conceptos de acuerdo al tema planteado, el marco referencial sobre los antecedentes investigativo, categoría de análisis, postura teórica, y las hipótesis general y específicos.

**Capítulo III:** Detalla los resultados obtenidos de la investigación, pruebas estadísticas aplicadas, análisis e interpretación de datos, conclusiones específicas y general, y recomendaciones específicas y general.

**Capítulo IV:** Detalla la propuesta como solución a la problemática de la investigación que está compuesta de la siguiente manera: la alternativa obtenida, el alcance de la alternativa, antecedentes y justificación de la propuesta, objetivos generales y específicos, y los resultados esperados de la alternativa.



# CAPÍTULO I

## IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN

Medios de comunicación y su relación con la opinión pública de la parroquia siete de octubre.

### 1.1. MARCO CONTEXTUAL

#### 1.2.1. Contexto Internacional

Los medios de comunicación son herramientas que nos permiten mantener a todo el mundo informado de lo que pasa a nivel nacional e internacional. Se trata de canales que nos entregan información, noticias e imágenes sobre el mundo en que vivimos. En las sociedades modernas, que necesitan estar en constante contacto y enteradas de todo lo que sucede, los medios de comunicación son fundamentales.

Los medios son un poderoso instrumento de socialización, en la familia, la escuela o el trabajo porque forman los sentimientos y las creencias, entrenan los sentidos y ayudan a formar la imaginación social. En la actualidad estamos inmersos en los medios desde los niños hasta los adultos, y lamentablemente no siempre es un hábito bueno, ya que muchas personas no los usan si no que se ven influencias de manera negativa por ellos.

Los medios de comunicación en un país son elementales, lo que se refleja en la relación causa a efecto que se da entre la transmisión de la información, el análisis

del receptor, la creación de conocimiento individual, su incidencia en las decisiones de plan de vida personal y su inserción en el debate social, lo que lleva a la formación de opinión pública y la participación, individual y comunal, en la toma de decisiones públicas. Ante este panorama, el manejo tanto público como privado, de los medios de comunicación debe ser siempre tendiente a favorecer a la libertad de expresión.

La importancia de la opinión pública se refleja en el hecho que es el factor que determina los niveles de crítica o aceptación de los políticos y del actuar gubernamental, los medios de información tienen un papel trascendente en este aspecto, debido a que en el mundo se genera mucha información y la capacidad de transmisión de esta se encuentra limitada.

### **1.2.2. Contexto Nacional**

En el Ecuador La mayor parte de los medios de comunicación se concentra en la región Sierra, el 40% está en la Costa y solo el 10% en la poco poblada Amazonía. Los medios más influyentes están en las áreas metropolitanas de Quito (Sierra) y Guayaquil (Costa). Casi el 95% de los medios está en manos privadas.

Mientras la televisión es el medio preferido en las ciudades ecuatorianas, la radio sigue siendo la fuente de información número uno en las zonas rurales. La mitad de la información televisiva trata de temas provinciales y la otra mitad, de temas de orden nacional y local. Los temas internacionales apenas tienen un papel secundario. La radio difunde esencialmente información acerca de temas locales.

Los medios de comunicación en el Ecuador, ejercen demasiada influencia, ya que brindan a niños y jóvenes una educación informal, en ocasiones creen que son

más interesantes. Los medios inciden demasiado en la educación y en el medio en el que se habita, forman gustos y estilos en personas de cualquier edad e incluso intervienen en el modo en que el sujeto se relaciona consigo mismo, con su prójimo y con el mundo.

### **1.2.3. Contexto Local**

Actualmente en el cantón Quevedo el problema de los medios de comunicación de la ciudad radica en las informaciones cuyos contenidos informativos responde a temas que afectan directamente a la vida local, generando gran preocupación en los ciudadanos. Con este estudio nos proponemos acercarnos a una articulación de las funciones de la prensa escrita, radial, televisiva y redes sociales para que los profesionales adquieran la cultura y competencias específicas del enfoque de género a fin de contribuir con su desempeño al desarrollo de la localidad.

Los medios de comunicación como la prensa escrita, la radio, la televisión, y redes sociales, son considerados influyente motivacional ejercida por los medios como las motivaciones que estos ejercen sobre sus consumidores para direccionar su comportamiento de una manera u otra manera; especialmente las secciones organizadas de información y de opinión.

### **1.2.4. Contexto Institucional**

La parroquia siete de octubre fue fundada el 14 de octubre de 1967, quienes dieron inicios en representación fueron alrededor de 2.000 familias, es calificada como área urbana y considerada una de las más importantes de la ciudad de Quevedo, en esta viven personas de clase media, baja y extra baja.

Esta investigación se llevó a cabo para conocer el índice de influencia que tienen los medios con las actitudes, las opiniones o comportamientos de los habitantes de la parroquia siete de octubre. Por lo que es importante la opinión de los moradores para conocer qué piensa sobre lo que transmite los medios locales.

### **1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

El presente trabajo investigativo se les realizaran a los moradores de la parroquia siete de octubre, cuyo tema a investigar es: medios de comunicación y su relación con la opinión pública de la parroquia siete de octubre. Es de recalcar que los medios de comunicación masiva es un problema que se vive día con día en la sociedad, ya que dichos medios informativos han adquirido gran importancia especialmente en los jóvenes y niños, haciendo énfasis sobre la influencia en cuánto al fenómeno de enseñanza, aprendizaje no sistematizado, de conocimientos, valores y actitudes en forma individual y colectiva.

Se considera que uno de los medios de comunicación masiva con mayor porcentaje de influencia es la Televisión seguido por el internet, la radio, el cine, el periódico y las revistas, cabe mencionar que los medios no solamente inculcan antivalores si no también valores morales ya que hay canales culturales que pueden ser de utilidad para el educando en el desarrollo de su formación personal y profesional es por ello que al abordar el papel que tienen los medios de comunicación en la sociedad actual.

En el Ecuador la información no solamente abre canales de comunicación sino también ejerce poder de un sector a otro, de un nivel a otro, de una institución a otra o de una persona a otra, ésta forma de interpretar las relaciones de los medios de comunicación con la opinión de la sociedad. Claro está que, uno no se comunica solo

para ejercer poder; la comunicación según se practica también para dialogar, para intercambiar experiencia, para divertirse y para aprender la propia realidad.

## **1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.4.1. Problema General**

¿De qué manera los medios de comunicación se relacionan con la opinión pública de la parroquia siete de octubre?

### **1.4.2. Problemas derivados**

¿Cuáles son los medios de comunicación que más influyen en la localidad?

¿Qué opina los moradores de la parroquia siete de octubre acerca del proceso de enseñanza que transmite los medios de comunicación?

¿Cuál es la importancia de contar con un medio de comunicación que permita expresar opiniones de aspectos socio cultural, educativo, familiares, etc. transcendental para el desarrollo social?

## **1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

La delimitación de la investigación está sujeta a las siguientes causas:

**Área**

Comunicación Social

**Campo**

Geográfico – Periodismo

**Línea de Investigación de la Universidad**

Comunicación Social

**Línea de Investigación de la Facultad**

Talento humano educación y docencia

**Línea de Investigación de la Carrera**

Lenguaje comunicación y estilos periodísticos

**Sub-Línea de la Investigación**

Informática y Tecnología de la Información y Comunicación

**Delimitación Temporal:**

Este problema va a ser estudiado en el periodo 2018

**Delimitación Demográfica:**

Parroquia siete de octubre del cantón Quevedo

## 1.6. JUSTIFICACIÓN

El desarrollo del presente trabajo es dar conocer la relación que existente entre los medios de comunicación con la opinión pública. En tal sentido, tiene la necesidad de puntualizar qué entendemos por dicho concepto, que permitirá abordar

temas de los medios de comunicación y su incidencia en el comportamiento del ser humano.

La influencia directa que tienen los medios de comunicación sobre nuestras vidas, como ellos condicionan sobre lo que hablamos, leemos y opinamos. Pero muchas veces, por el exceso de información que recibimos a diario de los diversos medios que nos rodean, por lo que es importante que se establezca la colaboración ciudadana de la parroquia siete de octubre en opinar sobre la problemática que existe.

En los actuales momentos las comunicaciones nos han bombardeado de hábitos y costumbres ajenas a nuestros principios, unas buenas y otras malas. Provocando un cambio sobre los conceptos e importancia de los valores humanos, teniendo como protagonistas en algunos casos a personajes públicos como los músicos de reggaetón; a quienes imitan nuestros jóvenes.

Por otra parte, es importante realizar un estudio investigativo, de identificar que medios de comunicación son más influyentes en los habitantes y como se puede solucionar el problema. Por tal motivo, hemos realizado un amplio estudio de rastrear distintas teorías que, bajo ciertos puntos de vista dan cuenta de dicha relación.

## **1.7. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.7.1. Objetivo General**

Establecer la relación que existe entre los medios de comunicación y la opinión pública de la parroquia siete de octubre.

### **1.7.2. Objetivos Específicos**

- Identificar qué medios de comunicación son más influyentes en la localidad.
- Analizar la opinión de los moradores de la parroquia siete de octubre acerca del proceso de enseñanza que transmite los medios de comunicación.
- Fomentar la importancia de contar con un medio de comunicación que permita expresar opiniones de aspectos socio cultural, educativo, familiares, etc. trascendental para el desarrollo social.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL**

#### **2.1. MARCO TEÓRICO**

##### **2.1.1. Marco Conceptual**

###### **2.1.1.1. Historia de los medios de comunicación**

En pleno siglo XXI, en el que las nuevas tecnologías han impregnado todas las facetas y ámbitos de la vida humana llegando a penetrar incluso en nuestra más trivial cotidianidad, no podemos sino constatar el dominio de los omnipresentes medios de comunicación en nuestra sociedad. Dicha situación, unida tanto al incremento de los estudios relativos a los medios de comunicación como al aumento



del interés por los mismos desde ámbitos no única y exclusivamente académicos, hacen pertinente, cuando no necesario, un balance de las investigaciones en este campo de análisis.

Huelga señalar que, frente a los análisis más conservadores epistemológicamente hablando, cuyo objeto de estudio son los medios de comunicación, aquí éstos no se conciben de forma autónoma, radio, prensa y cine. De esta forma, son la cronología y el espacio los que delimitan los capítulos, haciéndose un esfuerzo colosal de síntesis la interconexión entre los medios **(Martínez, 2015)**.

#### **2.1.1.2. Los medios de comunicación de masas**

Los medios de comunicación son canales artificiales que permiten la comunicación interpersonal entre emisor y receptor: el teléfono, teléfono celular, el correo de papel (la carta y el telegrama). También se pueden considerar como medios de comunicación personal la radio, internet (el chat), y la televisión, pues actualmente permiten establecer comunicación con el auditor, receptor y televidente de manera inmediata en el tiempo y en el espacio **(Jara, 2012)**.

Entre los distintos medios de comunicación destacan los llamados Medios de Comunicación de Masas o Mass Media, es decir, aquellos canales artificiales a través de los cuáles se transmiten mensajes que se dirigen a un receptor colectivo o social. Los medios de comunicación pueden ser considerados como extensiones de las propias facultades sensoriales del individuo o como el sistema nervioso de la comunidad en que se encuentran **(Adamo, 2013)**.

Todas las personas en el mundo tienen necesidades que son satisfechas por la comunicación, desde las más simples hasta las más complejas, desde qué comer

hasta dónde encontrar la comida, incluso, cómo preparar la misma. Los medios de comunicación son los que nos permiten ser parte del mundo en que vivimos. Los medios de comunicación masiva son las herramientas para lograr que un solo emisor se comunique de forma idéntica con millones de receptores al mismo tiempo (**Goya, 2012**).

Los medios de comunicación tienen una gran importancia dentro de nuestro entorno, ya que cumplen funciones sociales, culturales y educativas con la finalidad de informar, entretener y educar a las personas a las cuales van dirigidos.

### **2.1.1.3. Importancia de los medios de comunicación**

Los medios de comunicación hacen referencia a las herramientas mediante las que los individuos somos capaces de transmitir una información. Para que este proceso se pueda llevar a cabo, es necesario que exista un emisor del mensaje, el propio medio en sí mismo, y un receptor; es decir, para que la comunicación se haga efectiva es imprescindible que exista el papel del locutor de la comunicación y un interlocutor de esa idea. De cualquier modo, estamos hablando siempre de un fenómeno social que se basa en uno de los elementos más característicos del ser humano: su capacidad de lenguaje y comunicación (**Importancia, 2017**).

### **2.1.1.4. Tipos de medios de comunicación**

#### **2.1.1.4.1. Radio**

La radio es un medio de difusión masivo que llega al radio-escucha de forma personal, es el medio de mayor alcance, ya que llega a todas las clases sociales. La

radio es un medio de comunicación que llega a todas las clases sociales. Establece un contacto más personal, porque ofrece al radio-escucha cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se está transmitiendo (**Periodismoquintanaroo, 2014**).

La importancia en la radio en la actualidad es un elemento que se pone en incertidumbre debido a la creación de diferentes medios de comunicación, así como también el valor del periodismo por el decrecimiento de su cantidad y calidad de contenidos pocos educativos.

#### **2.1.1.4.2. Televisión**

La televisión es un medio de comunicación que se creó a principios del siglo XX pero que recién se volvió masivo a mediados del siglo, cuando las familias estadounidenses y europeas pudieron acceder a los primeros aparatos económicos y domésticos que transmitían canales de televisión. En sí, es un medio de comunicación que no ha variado demasiado salvo por algunos detalles tecnológicos y hoy en día es todavía necesario contar con un televisor o algún soporte visual para poder disfrutar de los diferentes canales que se encuentran disponibles en cada región. Más allá de la inversión que esto puede requerir, la televisión es un medio gratuito (salvo por los canales de cable) (**Periodismoquintanaroo, 2014**).

La televisión es un medio que puede contar una historia como ningún otro medio lo puede hacer, tiene la capacidad de dar un informe directo sobre un acontecimiento que ocurre en un lugar tras otro, con la capacidad de visualizar imágenes en vivo de acontecimientos y llegar a los hogares de las familias.

#### **2.1.1.4.3. Redes sociales**

Las redes sociales se ha convertido en algo cotidiano, sin embargo, es necesario precisar que la red social digital se entiende como “un espacio en el cual los individuos interactúan con otros mediante el uso de Internet, que se basa en software que permite el intercambio de información a través de mensajes, blogs, chats, entre otras opciones; asimismo, los grupos de personas que conforman una red pueden compartir intereses, opiniones, generar apoyo y ayuda, integrarse temáticamente, generar un sentido de pertenencia o sociabilizar” (Gómez, 2016). A través de esta herramienta se puede establecer comunicación en tiempo real, lo que ha generado recientemente que se organicen movimientos diversos de solidaridad que abanderan una causa, lo que permite crear espacios para iniciativas que surgen de la sociedad.

#### **2.1.1.4.4. La prensa**

La manifestación más clara y conocida de la prensa escrita es el periódico, que es un medio masivo de comunicación, pues una infinidad de lectores pueden acceder al mensaje o a la información contenida en las líneas de un diario. El público que lee un periódico puede ser muy diverso entre sí, dependiendo de sus características e intereses.

Según la historia, el periódico impreso en papel se impuso desde hace tres siglos, siendo el principal medio informativo de todos los tiempos, aún con la llegada de la televisión, ya que las personas siguen optando por la lectura de los diarios, la que complementan con la prensa audiovisual. Sin embargo, con la llegada de la tecnología, hay un público que lee los periódicos vía internet, lo que sigue manteniendo vigente al periódico, aunque se ha modificado la forma en que se adquiere (Periodismoquintanaroo, 2014).

La prensa escrita contiene diferentes géneros periodísticos, que son diversas formas que van adquiriendo las informaciones; desde esta visión, es posible identificar dos géneros: el informativo y el de formar opinión o contribuir a ello.

#### **2.1.1.4.5. El cine**

Es considerado el principal medio de entrenamiento y de comunicación audiovisual en los últimos 120 años. Por lo tanto, su naturaleza inherente de medio que nos expone ante comportamientos sociales, a una interacción social imaginada, cualquier que sea el objetivo del filme producirá siempre algún tipo de experiencia y/o aprendizaje social, sea manera explícita o implícita (**Andrío, 2017**).

El cine ha servido para crear nuevos lenguajes, es decir, una forma diferente de contar las cosas, y por lo tanto ensaya constantemente técnicas, efectos especiales, trucos y maneras distintas de expresión que hacen avanzar tanto la técnica como el arte.

#### **2.1.1.5. Factores de comunicación**

Los elementos o factores de la comunicación humana son 6: emisor, mensaje, receptor, código, canal, contexto.

- **Emisor**

Es quien emite el mensaje, puede ser o no una persona, constituye la fuente y el origen de lo que se pretende comunicar.

- **Receptor**

Es quien recibe la información. El descifra el mensaje según el código (decodifica)

- **Canal**

Es el medio físico por el que se transmite el mensaje, como internet, teléfono, la voz (canal acústico), dibujos y letras (canal visual), etc.

- **Código**

Sistema de señales o signos que se usan para transmitir un mensaje, por ejemplo, el inglés, el castellano, el código Morse, el sistema braille, las señales camineras, entre otros.

- **Mensaje**

Es lo que se quiere transmitir. Se refiere al contenido de lo que el emisor comunica al receptor.

- **Situación o contexto**

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

#### **2.1.1.6. Propósitos y funciones de los medios de comunicación**

- **Informar**

Hasta la llegada de las nuevas tecnologías, eran la fuente básica de noticias, opinión y control de los poderes políticos.

- **Formar**

Los medios son un canal fundamental para la recepción de conocimientos y productos culturales como piezas literarias, teatrales, cinematográficas o musicales.

- **Entretener**

Son igualmente plataformas insustituibles de difusión de contenidos como eventos deportivos o programas de variedades.

- **Publicitar**

La publicidad es una herramienta de gran utilidad para atraer la atención de tu cliente. Existen muchos medios publicitarios como periódicos, revistas, radio, TV, Internet, Redes Sociales (Facebook, Twitter, etc.), etc., algunos más costosos que otros y por tanto más efectivos que otros. Sin embargo, está comprobado que un medio caro, no necesariamente representa un incremento en las ventas por sí mismo. Es muy importante la forma como se transmite el mensaje y los detalles que giran alrededor de tu producto o servicio para que la estrategia sea completa.

### **2.1.1.7. Efectos del inadecuado uso los medios de Comunicación**

- Aumenta la violencia y el crimen
- Uso de la violencia para solución de problemas
- Desintegra los valores sociales
- Decremento de la comunicación familiar
- Disminuye la habilidad de comunicación
- Desintegra nuestro sistema educativo
- Aumenta el cinismo y la apatía
- La persona manifiesta pereza e inactividad física

### **2.1.1.8. Sociedad y medio de comunicación**

Se puede dar la situación personal que haga que algún individuo no pueda acceder de manera adecuada a los Medios de Comunicación, lo que llevará a que este individuo esté en desventaja respecto a los demás a la hora de actuar de manera “adecuada” dentro del entorno social: los individuos mejor informados y más actualizados tienen más posibilidad de tomar la decisión adecuada y de hacerlo de una manera más rápida y óptima que aquellos que no estén informados, frente a una misma situación planteada.

Por lo tanto, podemos considerar que los Medios de Comunicación controlan la sociedad, pero no sólo eso, también dentro de ella tienen varias funciones, como son la transmisión y difusión de la información, así como las costumbres, tradiciones, conocimientos, valores, etc. de una generación a otra, por lo que tienen una vertiente claramente formativa (**Castillo, 2013**).



### **2.1.1.9. Los efectos de los medios de comunicación**

El problema del análisis de los efectos de los medios de comunicación no es menor que el relativo a la formación de la opinión pública. Nos encontramos nuevamente ante la formación de opinión y la dificultad de controlar todos los factores que intervienen en la formación de cada opinión. ¿Cómo medir cuál el peso de los medios de comunicación, o de los grupos de amigos, o de la asistencia a reuniones políticas, o el conocimiento de grupos de referencia en el lugar de trabajo, en la localidad de residencia, etc., para saber cuál es el peso de cada uno de estos factores? (Noelle, 2013).

### **2.1.1.10. El público**

El público es comúnmente considerado como el sujeto y objeto de la opinión pública, el encargado de hilar el proceso de debate a través del cual se conforma la opinión pública y también el conjunto de los receptores de la opinión pública. La concepción de “público” como opuesto a “privado”, y la relación de los ciudadanos con el poder público, son dos acepciones que aparecen con fuerza en la esfera de la publicidad burguesa de la Ilustración, epicentro del modelo clásico de la opinión pública (Goya, 2012).

### **2.1.1.11. La opinión**

La opinión no es un estado del individuo, sino un proceso que se va formando a partir de unos condicionantes previos. El principal de ellos, y el más estudiado en

relación con el proceso de formación de opiniones, es el de actitud. Entenderemos como “actitudes” determinadas predisposiciones secretas del público frente a un asunto, más determinadas por el “afecto” que por el pensamiento racional (**Goya, 2012**).

#### **2.1.1.12. La Opinión Pública**

El concepto de opinión pública nos remite, en primer lugar, a dos cuestiones, a su significado en los sistemas democráticos, y a su sentido tal como es utilizado por la Ciencia Política. En relación con la primera cuestión, es preciso recordar que el concepto de opinión pública fue desarrollado por el liberalismo a fines del siglo XVIII con el sentido de opinión de los gobernados en torno a la acción del gobierno. Este concepto incluía un elemento de racionalidad, es decir, suponía que la formación de la opinión se basaba en un proceso racional, con la utilización de procesos de análisis intelectual, uso de información y formación de ideas razonadas (**Noelle, 2013**).

La opinión pública, al igual que las relaciones públicas, consiste en dividir esos dos componentes, el público hace referencia a un grupo de personas que comparten un interés común sobre un determinado tema: accionistas, por ejemplo, o los empleados, o los residentes de una comunidad. Una opinión es una expresión de una actitud sobre un asunto particular. Cuando las actitudes son lo suficientemente fuertes, surgen en forma de opiniones. Cuando las opiniones son lo suficientemente sólidas, generan acciones verbales o de comportamiento (**Robert, 2014**).

Esta opinión pública se ha apoyado en un establecimiento pequeño, pero de alto impacto, que no ha sido aun totalmente censurado por los grandes monopolios que se encargan de la distribución de información. La credibilidad forma una parte del proceso de opinión pública en un sentido positivo ya que se refiere al grado de confianza que se tiene de la misma. Lo que finalmente la establecerá será la

percepción de la honestidad, dedicación, atención, habilidades y compromiso que el receptor perciba de la fuente.

### **2.1.1.13. Formación de la opinión pública**

Una esquematización, simplificada a los objetivos de esta manual, de las corrientes participantes en el proceso y transformación de la opinión pública es la siguiente:

1. Una primera corriente de formación, constituida por los aspectos históricos de la sociedad.
2. Una segunda, influida por los medios de información contemporáneos.
3. Las opiniones expresadas por los medios masivos de comunicación.
4. El conjunto de las expresiones artísticas y literarias, locales o foráneas, a las que tiene acceso la población, al menos, sus sectores mayoritarios.
5. La política, tanto nacional como extranjera que influya en la sociedad.

Las fuentes de información son fundamentales en el proceso de construcción del conocimiento para formar una opinión -en este caso colectiva como es la opinión pública, reconociendo que el público debe estar enterado de lo que sucede en su entorno.

Aunque los investigadores más apegados al estudio de la opinión pública fundamentándose en una base empírica (básicamente a través de las encuestas)

tienden a considerar que esta se reduce a la suma de opiniones individuales en un momento concreto, esto constituye un reduccionismo que elude observar el fenómeno de opinión pública como un proceso complejo en el que coadyuvan múltiples condicionantes.

**(Enguix, 2015).**

#### **2.1.1.14. Función e impacto sobre la opinión pública**

Los medios de comunicación de masas ocupan un rol protagónico en nuestra sociedad; son una fuente de conocimiento, difusión y construcción de la realidad, que los sujetos utilizan para informarse y generar opinión respecto a diversas temáticas, tales como: política, educación, cultura, adolescencia, economía, etc. Es decir, gran parte de nuestras ideas y debates se basan mayoritariamente en una imagen sesgada e ideológicamente construida a partir de los medios de comunicación.

Se conjetura que “los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la conformación de las cogniciones sociales del público general”. los medios de comunicación masivos y el tratamiento de las noticias generarán un determinado tipo de influencia e impacto sobre las cogniciones sociales del grupo que no se pueden descartar, puesto que se convierten en una fuente de opinión e interpretación relevante. En lo particular, y al igual que diversos sectores de nuestra sociedad (grupos minoritarios, niños y adolescentes, etc.) **(Sandoval, 2014).**

#### **2.1.1.15. La opinión pública como control social**

La asunción central de esta teoría es que todas las sociedades amenazan con el aislamiento a los individuos que se desvían del consenso, y que los individuos, en

respuesta, experimentan miedo al aislamiento. Es la combinación de estos dos aspectos lo que asegura la cohesión e integración de la sociedad, y garantiza de esta forma la capacidad de la sociedad para tomar decisiones y emprender acciones. De acuerdo con esta hipótesis, el miembro individual de una sociedad observa constantemente su entorno para ver cuáles son las opiniones y modos de comportamiento que ganarán la aprobación de la sociedad y cuáles llevarán al aislamiento (Noelle, 2013).

## **2.1.2. MARCO REFERENCIAL**

### **2.1.2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

En virtud de los requerimientos que exige un proyecto de investigación y teniendo en cuenta los aportes teóricos, metodológicos y prácticos de nuestro quehacer social como comunicadoras, iniciaremos por decir que para orientar el desarrollo de nuestro proyecto nos planteamos una pregunta que tuviese la oportunidad requerida tanto para avanzar en un proceso sistemático y coherente de investigación.

Existe la preocupación acerca de las formas de aprendizaje que la televisión brinda, el internet, redes sociales lo que directa o indirectamente influiría en el desarrollo de nuestras sociedades. Las redes sociales a nivel mundial, actualmente trata de manejar un nuevo formato, que a los teóricos les cuesta mucho entender.

Esta investigación pretende demostrar la influencia que tiene muchos medios en la comunidad. Mostrar de la forma cómo se exponen los problemas sociales, adictivos y familiares de la sociedad, con altos índices de pobreza de la ciudad de Quevedo, escuchar que piensan acerca de los acontecimientos que se surgen en el día a día.

**(Bone, 2016) En su trabajo investigativo con el tema “Medios de comunicación local y su influencia en el lenguaje de los estudiantes del 2do año de la Unidad Educativa Replica “Nicolás Infante Díaz” del cantón Quevedo año 2016”.**

**Conclusión:**

Cabe destacar que los medios de comunicaciones locales influyen de gran manera debido como que no se tiene un control de la programación diaria que ellos emiten por lo cual ha creado que los jóvenes asuman malos hábitos como normales y lo que provocado que actualmente no se perciba un buen comportamiento y educación en los jóvenes de la Unidad Educativa “Nicolás Infantes Díaz” del Cantón Quevedo.

**(Campuzano, 2015) En su trabajo investigativo con el tema “Los medios de comunicación y su influencia en la difusión de la danza folklorica costeña del cantón Quevedo, provincia de los ríos, año 2015”.**

**Conclusiones:**

- Los medios de comunicación no difunden actividades culturales a nivel televisivo, por lo tanto, las personas consideran con un porcentaje del 48% que, si deben de dar programas de eventos culturales de danza y folklor, fortaleciendo las actividades artísticas del cantón Quevedo.
- Se considera necesario que el personal de los medios de comunicación busque información sobre las actividades culturales que se realizan en el cantón Quevedo, con el 78% de los encuestados manifiestan que se debe difundir el arte y cultura en los medios de comunicación, además eventos representativos de la ciudad de Quevedo y a nivel de la provincia de Los Ríos.

**(Ganchozo, 2016) En su trabajo investigativo con el tema “La influencia de los medios de comunicación en el aspecto político y social en la parroquia urbana La Unión del cantón Valencia”.**

**Conclusiones:**

- Los medios de comunicación que influyen de manera más notoria en la población de la Parroquia “La Unión” son los medios televisivos seguidos de los medios radiales y los medios electrónicos como el internet con sus respectivas redes sociales.
- Se observó que existe características de mayor influencia a los usuarios que están pendientes de los medios visuales como la televisión los cuales son más propensos a recibir el mensaje de uno o más partidos políticos que hacen uso de los mismo para ganar más adeptos.

**2.1.2.2. Categoría de análisis**

Variables Independiente y dependiente

Variables	
Independiente	Dependiente
Medios influyentes	La prensa escrita, redes sociales, televisión y radio
Comportamiento	Proceso de enseñanza
Expresar opiniones	Credibilidad de los medios de comunicación

**Elaborado por:** Edison Martillo

### **2.1.3. POSTURA TEÓRICA**

**En el libro “La opinión pública” el autor (Habermas 2001) expresa lo siguiente:**

Explica de manera clara el pensamiento habermasiano: la opinión pública tiene implicaciones y sentidos diversos, aunque no claros ni obvios; surgen en un espacio público ilimitado debido a la multiplicidad de intercambios sociales en su interior relacionados, sobre todo, a la dinámica del poder y de los procesos políticos; es pieza clave en la propuesta de política deliberativa para superar déficits democráticos de los Estados contemporáneos. En el espacio público es en donde surge la opinión pública, la cual puede ser manipulada y deformada, pero su importancia recae en ser eje de cohesión social y soporte de la legitimación o no para la política. Además, todo depende de la actividad dentro de ese espacio para permitir las libertades individuales y políticas; es la dinámica de lo público formado por cualquier grupo de diálogo, de todo tipo de público —distintas personas— con intereses comunes, y tratando cuestiones varias. Es un espacio ciudadano, civil y no de un determinado sistema o estructura social en donde la política (praxis del estado) es un tema importante, pero no el único (**Habermas, 2001**).

**El libro La espiral del silencio: opinión pública: Nuestra piel social, el autor (NoelleNeuman 1995) expresa.**

La función de la opinión pública, posee un componente moral o estético y, por tanto, la “espiral del silencio” corresponde a fenómenos observables entre los individuos relativos a normas sociales; asimismo, contiene un poder explicativo complejo al enlazar los niveles individual y social, incluyendo varios campos: político, social y psicológico, entre otros. Su función principal, cuando es aprobada, es servir de cohesión social (**Neuman, 1995**).



El análisis de las teóricas expuestas sobre la “opinión pública” expresa que los medios de comunicación son una representación fiable como también puede ser manipulada, se considera la opinión pública como el producto de un proceso complejo, en cuya formación hay que contar con factores muy diversos, e incluso contradictorios, más allá del trabajo de los medios de información.

## **2.2. HIPÓTESIS**

### **2.2.1. Hipótesis general**

Los medios de comunicación ante una noticia que genera gran influencia con la opinión pública de la parroquia siete de octubre.

### **2.2.2. Subhipotesis o derivadas**

- La sociedad está influenciada por diferentes medios, que interviene nuestro modo de vida, costumbres, y opiniones que afecta nuestra forma de pensar respecto a la realidad que nos rodea.
- La opinión ciudadana establece que los medios de comunicación inciden en el mal comportamiento de niños y jóvenes de la parroquia siete de octubre.
- La importancia de contar con un medio de comunicación que ayude a conocer las necesidades más primarias del ser humano, intercambiar críticas

basándose en testimonios verdaderos y comentario, permitiendo así al ser humano expresar su opinión acerca de la realidad en que se vive.

### 2.2.3. Variables de la Investigación

**Variable Independiente:** Medios de comunicación

**Variable Dependiente:** relación con la opinión pública.

## CAPÍTULO III

### RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. RESULTADO OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN

##### 3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas

**Formula y cálculo para la muestra:**

$$n = \frac{N(p \cdot q)}{(N-1)(e/K)^2 + (p \cdot q)}$$

**n** = muestra

**N** = Número de personas = 30.569

**p** = Probabilidad de que se cumpla la hipótesis = 0,50

**q** = Probabilidad de que no se cumpla la hipótesis = 0,50

**e** = Error de muestra = 0,05

**K** = Constante de cálculo = 2

$$n = \frac{30.569 (0,25)}{(30.569 - 1) (0,05/2)^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{7.642}{30.568 (0,000625) + 0,25}$$

$$n = \frac{7.642}{19.105 + 0,25}$$

$$n = \frac{7.642}{19.355}$$

$$n = 253$$

N= Población 30.569 (Habitantes de la parroquia siete de octubre)

De acuerdo al tamaño de la población referente a la población perteneciente a la parroquia siete de octubre, se debe realizar 253 encuestas.

### **3.1.2. Análisis e interpretación de datos**

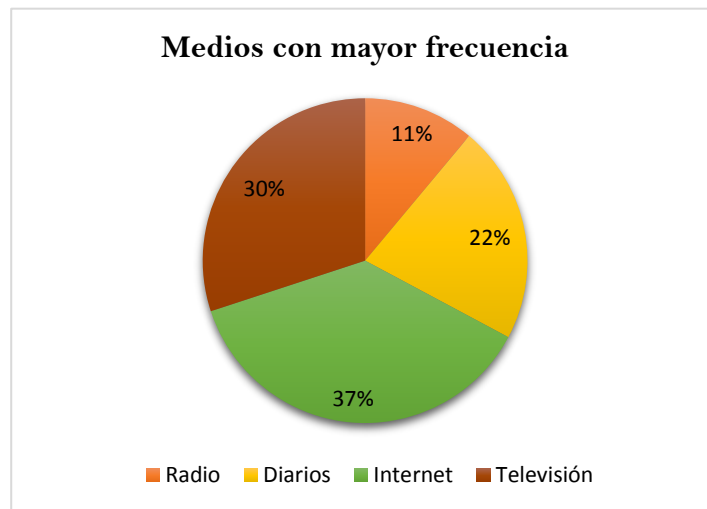
#### **1.- Género del encuestado**

**Cuadro 1: Género del encuestado**

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	110	43,48
Femenino	143	56,52
<b>TOTAL</b>	<b>253</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a los habitantes de la parroquia siete de octubre  
**Elaborado:** Edison Martillo

**Gráfico 1: Género del encuestado**



**Fuente:** Encuesta a los habitantes de la parroquia siete de octubre  
**Elaborado:** Edison Martillo

**Análisis:**

Mediante los gráficos se observa que el género predominante en participar en la encuesta fue el femenino con el 56,52%, mientras que el género masculino alcanzó solo un 43,48%, que no indica mucha la diferencia entre los dos sexos.

### **Interpretación:**

El género femenino tiende a socializar por medio de la encuesta, siendo el sexo que más participo a diferencia del sexo masculino, que garantiza su participación en temas de opiniones.

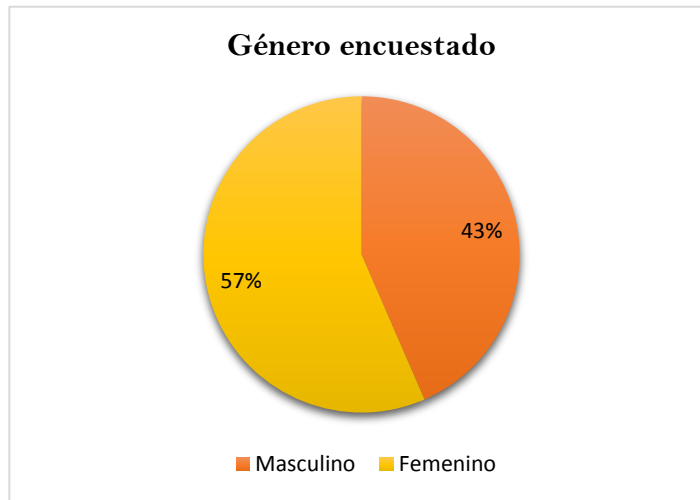
### **2.- ¿Cuáles son los medios de comunicación que usted sintoniza con mayor frecuencia?**

**Cuadro 2:** Medios de comunicación que usted sintoniza con mayor Frecuencia

<b>CATEGORÍA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Radio	28	11,07
Diarios	55	21,74
Internet	94	37,15
Televisión	76	30,04
<b>TOTAL</b>	<b>253</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a los habitantes de la parroquia siete de octubre  
**Elaborado:** Edison Martillo

**Gráfico 2:** Medios de comunicación que usted sintoniza con mayor Frecuencia



**Fuente:** Encuesta a los habitantes de la parroquia siete de octubre  
**Elaborado:** Edison Martillo

#### **Análisis:**

Según el análisis se considera que las internet tienen gran influencia entre la población con un 37,15%, seguido de la televisión con un 30,04% los diarios con un 21,74% y las radios con un mínimo de 11,07%.

#### **Interpretación:**

Los indicadores muestran que los moradores de la parroquia siete de octubre prefieren el internet como medio de comunicación, quién obtuvo la aceptación máxima.

**3.- ¿Cree usted que los medios de comunicación transmiten mensajes positivos al público?**

**Cuadro 3:** Medios de comunicación transmiten mensajes positivos al Público

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	36	14,23
No	125	49,41
Algunos	92	36,36
<b>TOTAL</b>	<b>253</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a los habitantes de la parroquia siete de octubre  
**Elaborado:** Edison Martillo

**Gráfico 3:** Medios de comunicación transmiten mensajes positivos al Público



**Fuente:** Encuesta a los habitantes de la parroquia siete de octubre  
**Elaborado:** Edison Martillo

**Análisis:**

Observamos en el análisis que muchos medios de comunicación no transmiten conocimientos positivos teniendo un 49,41% respondieron No, el 36,36% alegaron algunos, y solo un 14,23% expresaron que Sí.

**Interpretación:**

Como se pudo manifestar en el gráfico, es de vital importancia que los medios de comunicación transmitan mensajes positivos para mejorar el buen comportamiento en las personas.

**4.- ¿Cree usted que los medios de comunicación afecten la conducta en las personas?**

**Cuadro 4:** Medios de comunicación afecten la conducta en las Personas

<b>CATEGORÍA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	126	49,80
No	52	20,55
No, estoy seguro	75	29,64
<b>TOTAL</b>	<b>253</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a los habitantes de la parroquia siete de octubre

**Elaborado:** Edison Martillo



**Gráfico 4:** Medios de comunicación afecten la conducta en las personas



**Fuente:** Encuesta a los habitantes de la parroquia siete de octubre  
**Elaborado:** Edison Martillo

**Análisis:**

De acuerdo a los datos obtenidos los habitantes de la parroquia manifestaron que los medios de comunicación afectan la conducta de los habitantes generado con el 49,80%, seguido con el 29,64% que no están seguro, y el 20,55% manifestaron que no afecta.

**Interpretación:**

Un considerable porcentaje de habitantes encuestados revelaron que los medios de comunicación afectan la conducta en las personas, por lo que sugieren cambiar el contenido que transmiten dichos medios.

**5.- ¿Cree usted que los medios de comunicación tradicionales del Cantón Quevedo pierden credibilidad versus el internet?**

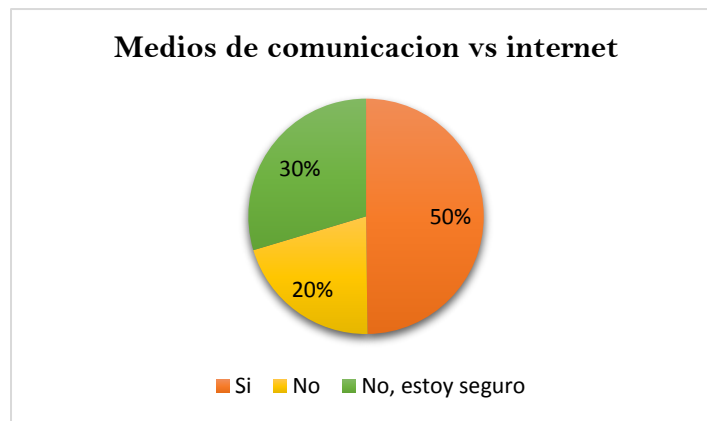
**Cuadro 5:** Medios de comunicación tradicionales del Cantón Quevedo pierden credibilidad versus el internet

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	120	47,43
No	77	30,43
No, estoy seguro	56	22,13
<b>TOTAL</b>	<b>253</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a los habitantes de la parroquia siete de octubre

**Elaborado:** Edison Martillo

**Gráfico 5:** Medios de comunicación tradicionales del Cantón Quevedo pierden credibilidad versus el internet



**Fuente:** Encuesta a los habitantes de la parroquia siete de octubre

**Elaborado:** Edison Martillo

**Análisis:**

De las personas encuestadas el 47,43% consideran que los medios tradicionales pierden credibilidad frente al internet, a continuación, aquellos que respondieron No con el 30,43%, por consiguiente, aquellos que no están seguros contestaron con el 22,13%.

### Interpretación:

La mayoría de los habitantes de la parroquia siete de octubre manifiestan que la información llega más rápido por internet (redes sociales como Facebook o Instagram).

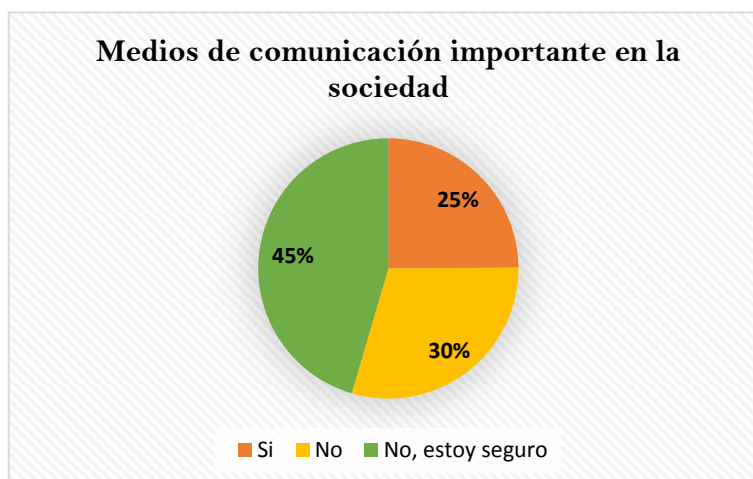
### 6.- ¿Crees que los medios de comunicación masiva son de mucha importancia en nuestra sociedad al hacer un buen uso de ellos?

**Cuadro 6:** Medios de comunicación masiva son de mucha importancia en nuestra sociedad al hacer un buen uso de ellos

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	63	24,90
No	75	29,64
No, estoy seguro	115	45,45
<b>TOTAL</b>	<b>253</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a los habitantes de la parroquia siete de octubre  
**Elaborado:** Edison Martillo

**Gráfico 6:** Medios de comunicación masiva son de mucha importancia en nuestra sociedad al hacer un buen uso de ellos



**Fuente:** Encuesta a los habitantes de la parroquia siete de octubre  
**Elaborado:** Edison Martillo

### **Análisis:**

El 45,45% de los encuestados no están seguros que los medios de comunicación son de mucha importancia en nuestra sociedad, mientras que el 24,64% consideran que no lo son, seguido de aquellos respondieron que si con el 24,90%, observando que no es mucha la diferencia entre los dos últimos porcentajes.

### **Interpretación:**

Los habitantes de la parroquia siete de octubre, manifestaron que los jóvenes y niños no deberían de hacer uso de los medios de comunicación sin la presencia de un adulto, de manera que sus respuestas no fueron positivas.

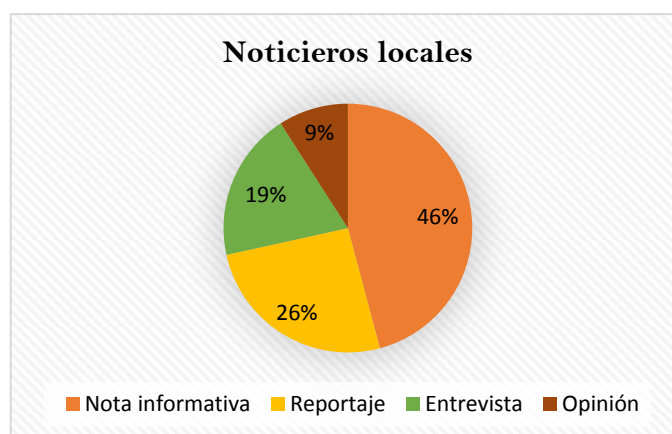
### **7.- ¿Cuáles son los temas de mayor interés que acontece en los moradores de la parroquia siete de octubre?**

**Cuadro 7:** Temas de mayor interés que acontece en los moradores de la parroquia siete de octubre

<b>CATEGORÍA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Violencia	80	31,62
Drogadicción	75	29,64
Falta de obras municipales	98	38,74
<b>TOTAL</b>	<b>253</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a los habitantes de la parroquia siete de octubre  
**Elaborado:** Edison Martillo

**Gráfico 7:** Temas de mayor interés que acontece en los moradores de la parroquia siete de octubre



**Fuente:** Encuesta a los habitantes de la parroquia siete de octubre

**Elaborado:** Edison Martillo

### **Análisis:**

Mediante el análisis se pudo constatar que los moradores de la parroquia siete de octubre se preocupa por la falta de obras de parte del gobierno descentralizado por lo que se obtuvo un 38,74%, seguido de la violencia con el 31,62% y por último la drogadicción con el 29,64%.

### **Interpretaci3n:**

Un considerable porcentaje de encuestados manifestaron que necesitan que se realicen obras en la parroquia siete de octubre, adem3s que exigen la presencia de la policia en el sector.

## **8.- ¿Géneros informativos en los noticieros locales?**

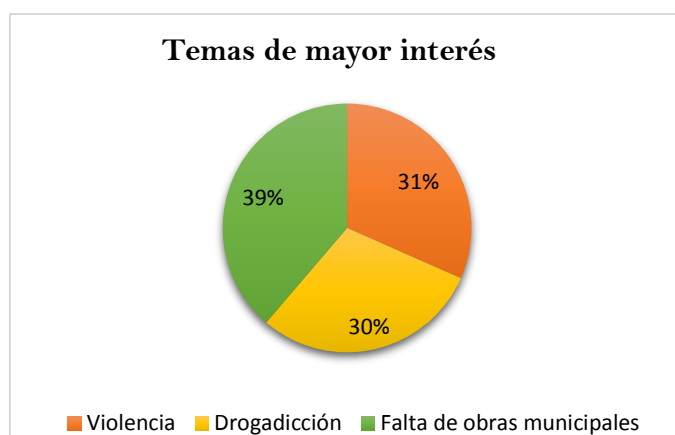
**Cuadro 8:** Géneros informativos en los noticieros locales

<b>CATEGORÍA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nota informativa	116	45,85
Reportaje	65	25,69
Entrevista	49	19,37
Opini3n	23	9,09
<b>TOTAL</b>	<b>253</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a los habitantes de la parroquia siete de octubre

**Elaborado:** Edison Martillo

**Gráfico 8:** Géneros informativos en los noticieros locales



**Fuente:** Encuesta a los habitantes de la parroquia siete de octubre

**Elaborado:** Edison Martillo

**Análisis:**

Las personas encuestadas respondieron que la nota informativa corresponde al 45,85%, siendo este el género que más transmiten los medios locales, seguido por el reportaje con el 25,69%, mientras que la entrevista es del 19,37%, y por último la opinión con el 9,09%.

**Interpretación:**

Según el análisis se observa que los medios de comunicación locales no consideran la opinión de las personas.

**9.- ¿Crees que los medios de comunicación toman en cuenta su opinión?**

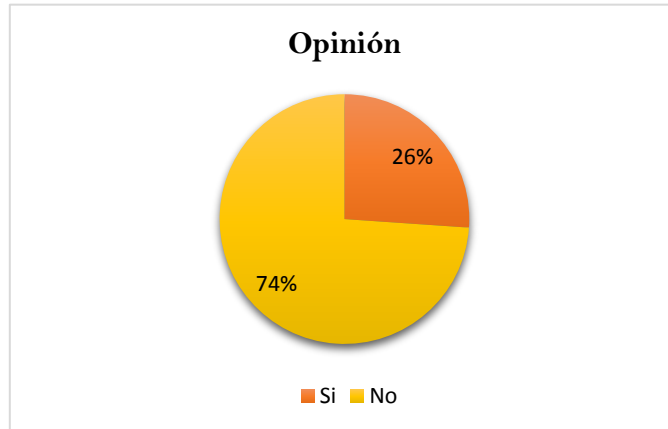
**Cuadro 9:** Los medios de comunicación toman en cuenta su opinión

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	66	26,09
NO	187	73,91
<b>TOTAL</b>	<b>253</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a los habitantes de la parroquia siete de octubre

**Elaborado:** Edison Martillo

**Gráfico 9:** Los medios de comunicación toman en cuenta su opinión



**Fuente:** Encuesta a los habitantes de la parroquia siete de octubre  
**Elaborado:** Edison Martillo

**An3lisis:**

Mediante la observaci3n se comprueba que los medios de comunicaci3n no toman en cuenta la opini3n de los moradores de la parroquia siete de octubre con un alto porcentaje del 73,91% que mencionaron que no, y el 26,09% respondieron que s3.

**Interpretaci3n:**

Es de vital importancia que los medios de comunicaci3n tomen en cuenta la opini3n de la ciudadan3a.

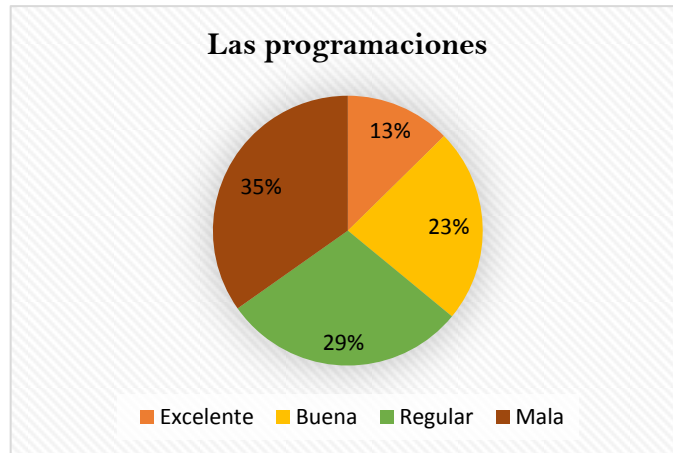
**10.- ¿Las programaciones de los medios de comunicaci3n locales son?**

**Cuadro 10:** Las programaciones de los medios de comunicaci3n locales son

CATEGOR3A	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	32	12,64
Buena	59	23,32
Regular	74	29,25
Mala	88	34,78
<b>TOTAL</b>	<b>253</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a los habitantes de la parroquia siete de octubre  
**Elaborado:** Edison Martillo

**Gráfico 10:** Las programaciones de los medios de comunicación locales son



**Fuente:** Encuesta a los habitantes de la parroquia siete de octubre  
**Elaborado:** Edison Martillo

### **Análisis:**

Se evidencia que las programaciones que transmiten los medios de comunicación son malas con el 34,78%, seguido por el 26,25% respondieron que es regular, mientras que muchos opinaron que es buena con el 23,32% y por último que es excelente con el 12,64% siendo este el más bajo.

### **Interpretación:**

La mayoría de los encuestados de la parroquia siete de octubre manifestaron que la programación de los medios locales del cantón Quevedo es mala, teniendo este un porcentaje alto.

## **3.2. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES**



### **3.2.1. Específicas**

- Los medios de comunicación influyen de manera evidente a los moradores de la parroquia siete de octubre si estos no son utilizados de la mejor manera.
- Consideramos la opinión pública como el producto de un proceso complejo, en cuya formación hay que contar con una mejor enseñanza en sus transmisiones.
- La necesidad de crear un medio de comunicación que permita expresar opiniones de aspectos socio culturales, educativos, familiares, etc. transcendental para el desarrollo social.

### **3.2.2. General**

Se concluye que muchos medios de comunicación locales afectan considerablemente la libertad de libre expresión de los moradores de la parroquia siete de octubre.

## **3.3. RECOMENDACIÓN ESPECÍFICAS Y GENERALES**

### **3.3.1. Específicas**

- En los medios de comunicación masiva en particular el internet influye en la conducta de las personas, por lo que es importante que se realice un estudio detallado por parte de los periodistas sobre los mensajes que transmiten y orientar programas con valores que resulten imprescindible en la sociedad.

- Es importante que la sociedad dialogue, establezca límites, se retroalimente con propuestas, planes o proyectos útiles de enseñanza para la sociedad.
- Cuenta con un medio de comunicación digital que permita promover el cambio en la sociedad, expresar aspectos de interés público como culturales, educativos, familiares, etc. trascendental para el desarrollo social.

### 3.3.2. General

Se constituye que los medios de comunicación son espacios que permite informar a las personas y que influye de manera considerable en el comportamiento de la misma.

## 3.4. PRESUPUESTO

**Cuadro 11:** Presupuesto

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
<b>Internet (Horas)</b>	1	28,00	28,00
<b>Resma de Hojas A4</b>	1	3,50	3,50
<b>Impresiones</b>	34	0,10	3,40
<b>Anillado</b>	2	2,00	2,00
<b>Pendrive</b>	1	15,00	15,00
<b>Cds.</b>	2	1,00	2,00
<b>Llamadas</b>	1	15,00	15,00
<b>Combustible</b>	1	20,00	20,00
<b>Total</b>			<b>88,90</b>

**Elaborado por:** Edison Martillo

## **CAPITULO IV**

### **PROPUESTA TEÓRICA DE APLICACIÓN**

#### **4.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS**

La actual propuesta está establecida en examinar los resultados logrados mediante la encuesta que se realizó a los moradores de la parroquia siete de octubre, con el tema “Medios de comunicación y su relación con la opinión pública de la parroquia siete de octubre”. La propuesta a realizarse a continuación está elaborada de la siguiente forma: como primer punto se encuentra, la alternativa obtenida, el alcance de la alternativa, antecedentes y justificación de la propuesta, objetivos generales y específicos, como siguiente punto se encuentra la estructura general de la propuesta dentro de este se encuentra el título del medio de comunicación propuesto, los componentes y como punto final los resultados esperados de la alternativa.

##### **4.1.1. Alternativa obtenida**

La siguiente propuesta trata obtener mecanismos que faciliten la formulación de estrategias y garantizar la libertad de libre expresión, el derecho que tengan los ciudadanos a la información y a la comunicación.

##### **4.1.2. Alcance de la alternativa**

Esta alternativa planteada está encaminada a crear un periódico digital llamado “Noticias 7 de octubre” cuyo se transmitirá en la red social Facebook, este medio permitirá fortalecer la relación con los moradores de la parroquia siete de

octubre, por medio de esta alternativa se obtendrá el derecho al desarrollo pleno de las capacidades creativas humanas, el derecho a la participación, a la vida, al trabajo, a la cultura, educación, justicia social, y a la igualdad sin discriminación.

Esta propuesta, será desplegada con la ayuda de un grupo de periodistas y un grupo de moradores, que permita desarrollar contenidos relevantes de valores, culturales, sociales, educativos etc., de manera que aporte en el desarrollo social a la parroquia siete de octubre.

#### **4.1.3.1. Antecedentes**

La presente propuesta corresponde a la realización del medio de comunicación digital, el mismo que transmitirá noticias de la parroquia siete de octubre, y poder mejorar los lazos con la comunidad, se ha puesto en consideración fomentar la participación ciudadana, con el derecho a la información, la igualdad, el respeto de los derechos y deberes de los ciudadanos, la protección, la honestidad, la participación activa sobre los acontecimientos suscitados en la parroquia.

Promover y coadyuvar la existencia de medio digital, para apoyar a diversos grupos sociales, en igualdad de condiciones de género, el respeto mutuo, y desarrollar la capacidad de saber escuchar y respetar las opiniones de los demás.

#### **4.1.3.2. Justificación**

Nos encontramos inmersos en una sociedad mediática y nuestro estilo de vida convive con los mensajes que nos transmiten los medios de comunicación. De la misma forma, hablar de medios de comunicación implica abarcar un abanico de posibilidades muy amplio: muchos canales de televisión, radio, Internet, publicaciones impresas de todo tipo.

La intervención de los medios de comunicación juega un papel importante en la sociedad, por lo que es imprescindible optar por un plan de comunicación, el cual permita presentar diferentes servicios y proyectos de investigación. De igual manera este medio permitirá que las personas expresen sus ideas, inquietudes al campo en el que se está desarrollando como es la parroquia siete de octubre.

En este proceso de construcción de noticias, desarrollaremos una serie de herramientas conceptuales que puedan ser aplicadas en este estudio, además analizaremos la relevancia de los medios de comunicación con la opinión pública.

Este medio de comunicación también contará con la participación de la comunidad, quienes aportarán con contenidos de hechos noticiosos o información para darla a conocer, logrando la integración.

Según los datos obtenidos de la encuesta realizada, se concluye que es de vital importancia la creación de un medio que permita comunicar e instruir a los habitantes de la parroquia siete de octubre, el desarrollo de este medio de comunicación está direccionada a la sociedad y exige el progreso y la cooperación de la humanidad.

## **4.2. OBJETIVOS**

### **4.2.1. General**

Implementar un periódico digital, que permita mejorar la relación de los medios con la opinión pública de la parroquia siete de octubre.

### **4.2.2. Específicos**

- Efectuar una buena comunicación, en donde la participación ciudadana puede incidir de manera protagónica en la toma de decisiones.
- Analizar las necesidades que tiene los moradores de la parroquia siete de octubre en temas de mayor interés.
- Recopilar información veraz con contenidos de interés público, que permita impulsar el cambio social.

## **4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA**

### **4.3.1. Título**

Creación de un periódico digital “Noticias 7 de octubre”

### **4.3.2. Componentes**

Las estrategias mencionadas para la creación de este medio de comunicación digital, se podrá articular y organizar dentro de una misma táctica la comunicacional que sirve para transmitir información veraz. Esto permitirá direccionar de forma óptima todos los mensajes de interés público, para comunicar a todos los sectores de la población, adaptándolos a cada segmento de la sociedad y cada realidad socioeconómica y cultural.

La propuesta de crear un medio de comunicación digital que permita informar hechos noticiosos de interés público, para los habitantes de la parroquia siete de octubre, este proyecto será elaborado por profesionales de comunicación social, con un estilo dinámico, de tal forma que aborde temas de la comunidad y su entorno.

### **4.3.3. Guía didáctica**

#### **Estrategia**

Noticias 7 de octubre

**Objetivos:** Crear un periódico digital dirigido a los moradores de la parroquia siete de octubre.

#### **Lugar:**

Parroquia siete de octubre

#### **Beneficiarios:**

Moradores de la parroquia siete de octubre

**Logo:**



Etapas para la creación del medio:

- Concepción del proyecto
- Exploración en Internet
- Investigación documental
- Recopilación de datos
- Esquema de trabajo
- Diseño de la plantilla de trabajo

### **Redes sociales**

El ingreso de la Web 2.0 al entorno digital acabó con el modelo anticuado de la transmisión de información en una sola vía, y abrió las puertas de las llamadas redes sociales. A partir de su aparición, los usuarios comenzaron a generar contenidos, que empezaron a compartir con otros usuarios y a dialogar sobre éstos a través de comentarios y la formación de grupos o comunidades con intereses comunes.



## **Características del periódico digital**

### **Multimedialidad**

Uno de los rasgos distintivos del periodismo digital es su aprovechamiento de los diversos formatos de información disponibles en la red: el texto escrito, el video, el audio, las infografías y gráficas, todo convive en un mismo soporte líquido, adaptado a las necesidades.

Así, una noticia puede presentarse como la conjugación de texto, audio, imágenes fijas y segmentos audiovisuales, lo cual forma a la vez una nueva manera de leer.

### **Hipertextualidad**

Una noticia sobre una región específica puede contener vínculos hacia otras noticias previas, necesarias para entender el contexto, así como a mapas de la región, fotografías pertinentes o explicaciones colaterales, con lo que podrá saltar de un sitio a otro en la medida en que necesite más información.

### **Producción informativa**

Plantean la elaboración de la noticia, denominada explosión de la comunicación por la accesibilidad, aquí el usuario es potencialmente un emisor de información, que se la realiza por medio de entrevistas a las personas de la comunidad.

## **Usuario e interactividad**

Se refiere al papel que los sujetos desempeñan en cada uno de ellos. Los usuarios adquieren un papel más activo que abarca dos facetas: a) participan en la creación de la información; b) dan forma a espacios de comunicación.

## **Impacto**

El periodismo digital pone en jaque los medios tradicionales de información a través de nuevos modelos mucho más atractivos de encuentro con su público.

Los medios digitales son más económicos, menos perecederos, de mayor alcance y mayor complejidad. Esto no significa, de momento, que suponga su extinción o reemplazo, sino más bien la convivencia entre el modelo tradicional y el novedoso.

Otras estrategias importantes para la creación de un medio digital son:

**Persuasión:** Crear mecanismos de interés para la información producida y pensar mucho más allá de un texto ‘bien escrito’, que es una condición sine qua non;

**Objetividad:** dar a los usuarios los elementos de información que desean, sin rellenar con detalles innecesarios.

**Visibilidad:** tratar de trabajar con las capas de un sitio, ofreciendo información de a poco, pero sin crear una estructura demasiado profunda.

**Navegabilidad:** usar la información como recurso de orientación en un sitio, ayudando al usuario a cruzar datos y producir conocimiento.

## **Géneros informativos**

- **Noticia**

La noticia es el relato de un acontecimiento de actualidad que suscita el interés del público. El periodista tiene la responsabilidad de relatar con la mayor objetividad y veracidad posible cómo se han producido esos acontecimientos o hechos.

- **Reportaje**

El reportaje objetivo cumple en gran parte las mismas funciones que la noticia. Presenta bastantes elementos comunes, sobre todo que el periodista mantiene la objetividad en la presentación de los hechos.

- **Entrevista**

La entrevista es un género que está muy presente hoy en día en la prensa. Tanto los periódicos como los semanarios u otro tipo de revistas dedican muchas de sus páginas a ofrecer a sus lectores entrevistas con aquellos personajes públicos que se consideran relevantes.

## **Géneros Opinión**

- **Editorial**

La prensa añade a sus funciones de informar e interpretar una tercera que es la de opinar acerca de la actualidad. Distintas fórmulas periodísticas, que se pueden definir como géneros de opinión, tratan de desarrollar esta función.

- **Artículo de opinión**

El artículo de opinión tiene una gran presencia en la prensa. En este tipo de artículos se emiten opiniones concretas suscitadas por un tema de actualidad.

- **Crítica**

La crítica periodística cumple tres funciones simultáneas: informa, orienta y educa a los lectores. La sección cultural y de espectáculos concentra la mayor parte de las críticas que aparecen en el periódico, aunque dentro de esta sección encontramos todos los géneros periodísticos: noticias (un ejemplo son las reseñas culturales), reportajes, entrevistas, crónicas y también críticas.

### **Géneros interpretativos**

- **La crónica**

La narración de una noticia en la que se incorporan ciertos elementos de valoración e interpretativos, aunque estos siempre tienen un carácter secundario frente a los elementos estrictamente informativos. Como ves nos encontramos de nuevo con un género híbrido, como también lo son el reportaje interpretativo o la entrevista.

#### **4.4.**

#### **RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA**

En este trabajo se ha reflexionado sobre la importancia de generar nuevo conocimiento en torno al comportamiento de la opinión pública; en virtud de los cambios culturales que han suscitado recientemente aspectos como sus fuentes emergentes, a fin de explorar los vínculos y expresiones de sus distintos segmentos o públicos en un contexto socio-histórico novedoso.

Por lo que se ve la necesidad de crear un medio digital que permita mejorar la comunicación en los habitantes de la parroquia siete de octubre, y con la ayuda de periodistas capacitados para el desarrollo de las mismas, crear esquemas para relacionar ideas sobre un asunto que se activa con el fin de que el público establezca una opinión.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adamo, O. J. (2013). Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública . Argentina: Ghia Editorial S.A.
- Andrío, E. M. (2017). La imagen de la biblioteca en el cine. España: Salamca.
- Bone, J. (2016). Medios de comunicación local y su influencia en el lenguaje de los estudiantes del 2do año de la Unidad Educativa Replica “Nicolás Infante Díaz” del cantón Quevedo.
- Campuzano, C. (2015). Los medios de comunicación y su influencia en la difusión de la danza folklórica costeña del cantón Quevedo, provincia de Los Ríos.
- Castillo, S. M. (2013). Influencia de los medios de comunicación . Colombia.
- Enguix, S. (2015). Periodismo Político fundamentos y perspectivas. Barcelona: Grafiques .
- Ganchozo, J. (2016). La influencia de los medios de comunicación en el aspecto político y social en la parroquia urbana La Unión, canton Valencia.
- Gómez, M. C. (2016). El Impacto de las Tecnologías de información y Comunicación.
- Goya, E. D. (2012). Medios de comunicación masiva. México: Red Tercer Milenio.
- Habermas, J. (2001). La opinión pública.
- Importancia. (17 de febrero de 2017). Importancia del agua. Obtenido de <https://www.importancia.org/agua.php>
- Jara, V. (2012). Área de Lenguaje y comunicación. Preuniversitario Popular , 1.
- Martínez, S. F. (2015). ProQuest. Obtenido de Historia de los Medios de Comunicación:  
<https://search.proquest.com/openview/71f3f41467e0ae8b1276a7e16c814714/1?pq-origsite=gscholar&cbl=76091>

- Neuman, N. (1995). *Opinión Pública, nuestra piel social*.
- Noelle, E. (2013). *Los medios de comunicación de masas y la opinión pública*. Mexico: La Prensa.
- Periodismoquintanaroo. (18 de marzo de 2014). A fine WordPress.com. Obtenido de <https://abicabmacc.wordpress.com/2014/03/18/la-radio-como-medio-de-comunicacion-ensayo/>
- Robert, S. (2014). *Opinión Pública y las actitudes*. México: Grijalbo.
- Sandoval, E. (2014). Propensión a aprender de los adolescentes infractores de ley: : Reflexiones desde el enfoque biográfico. *Polis*, 251-273.

# ANEXOS



## ANEXOS



LA SRA. TATIANA PAREDES PRECIDENTA DE LA PARROQUIA 7 DE OCTUBRE DEL CANTON QUEVEDO, REUNIDOS CON LOS MORADORES PARA REALIZAR MINGAS.



REALIZANDO LA ACTIVIDAD CON LOS MORADORES DE LA PARROQUIA 7 DE OCTUBRE DEL CANTON QUEVEDO.



REALIZANDO ARREGLOS DE TUBERIA DE AGUA PARROQUIA 7 DE OCTUBRE CALLE 7ma ENTRE LA F Y G



REALIZANDO LAS ENCUESTA A LOS MORADORES DE LA PARROQUIA 7 DE OCT DEL CANTON QUEVEDO



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PROYECTO DE INVESTIGACION**



**Ficha de encuesta dirigida a los moradores de la parroquia siete de octubre**

**CUESTIONARIO DE PREGUNTAS DIRIGIDA A LOS MORADORES DE  
LA PARROQUIA SIETE DE OCTUBRE**

**1.- Género del encuestado**

Hombre       -----

Mujer         -----

**2.- ¿Cuáles son los medios de comunicación que usted sintoniza con mayor frecuencia?**

Radio               -----

Diarios             -----

Redes Sociales     -----

Televisión         -----

**3.- ¿Cree usted que los medios de comunicación transmiten mensajes positivos al público?**

Si                    -----

No                   -----

Algunos            -----

**4.- ¿Cree usted que los medios de comunicación afecten la conducta en las personas?**

Si -----

No -----

No, estoy seguro -----

**5.- ¿Cree usted que los medios de comunicación tradicionales del Cantón Quevedo pierden credibilidad versus el internet?**

Si -----

No -----

No, estoy seguro -----

**6.- ¿Crees que los medios de comunicación masiva son de mucha importancia en nuestra sociedad al hacer un buen uso de ellos?**

Si -----

No -----

No, estoy seguro -----

**7.- ¿Cuáles son los temas de mayor interés que acontece en los moradores de la parroquia siete de octubre?**

Violencia -----

Drogadicción -----

Falta de obras municipales -----

**8.- ¿Géneros informativos en los noticieros locales?**

Nota informativa -----

Reportaje -----

Entrevista -----

Opinión -----

**9.- ¿Crees que los medios de comunicación toman en cuenta su opinión?**

Si -----

No -----

**10.- ¿Las programaciones de los medios de comunicación locales son?**

Buena -----

Mala -----

Regular -----

Excelente -----

### 3.5. CRONOGRAMA DEL PROYECTO

CRONOGRAMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN																
Actividades	julio				agosto				septiembre				octubre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración del perfil del proyecto	x	X	x													
Aprobación del perfil de tesis				x	x											
Revisión del tema y correcciones del perfil					x	x										
Elaboración del primer capítulo							x									
Elaboración del segundo capítulo							x									
Elaboración del tercer capítulo							x									
Revisión de correcciones de los capítulos								x								
Aprobación por el trabajo investigativo por el tutor hasta capítulo III									x							
Aprobación del trabajo de investigación por el lector										x						
Designación por tribunales de sustentación										x						
Sustentación del proyecto										x						
Inicio y elaboración del informe final del proyecto de invest.											x					
Designaciones y notificaciones de tribunales de sustentación de proyecto CIDE												x				
Revisión del proyecto de sustentación													x	x		
Recepción de solicitud la designación de tribunales de sustentación															x	
Sustentación de informa final de sustentación																x

**Elaborado por:** Edison Martillo